

Cityhacks2019



Team Gamechangers

Anaïs Heindryckx

Daphné Rijckaert

Manou Schoonbaert

Robbe Senesael

Jo Verdievel

Coach: Astrid Sercu

1 DOELGROEP

Met onze app willen wij twee doelgroepen aanspreken. Eerst en vooral proberen wij de jongeren aan te spreken die de app hoofdzakelijk zullen gebruiken. Daarnaast betrekken we ook de leerkrachten.

We maken het prototype op voor het Groeningemuseum in Brugge.

1.1 Jongeren

Onze hoofddoelgroep bestaat uit middelbare scholieren tussen 12 en 18 jaar die met school een museum in Brugge bezoeken. Wij kozen voor die doelgroep omdat het de doelgroep is die het moeilijkst te stimuleren is om musea te bezoeken. Dat blijkt uit cijfers van Statistiek Vlaanderen in verband met cultuur en vrije tijd (Cultuur en Vrije Tijd, z.j.).

Jongeren zijn de dag van vandaag ook steeds meer bezig met internet en hun smartphones. Gamen is tegenwoordig heel erg uitgebreid en elke jongere speelt spelletjes.

Brugge wil ook actief inzetten op dat probleem. De stad neemt veel initiatieven om jongeren te stimuleren meer kunst te bezoeken. Daar willen wij graag bij helpen.

1.2 Leerkrachten

Naast de jongeren proberen wij ook hun leerkrachten aan te spreken. We moeten hen eerst overtuigen om een museum op onze manier te bezoeken. Wij willen aan de hand van onze app het bezoek interessanter maken voor de leerlingen zodat zij er hopelijk meer over onthouden.

Bovendien kan de leerkracht de scores van zijn of haar leerlingen bijhouden en ook opslaan voor later. Dat overzicht kan hen helpen om te zien in welke mate de leerlingen de informatie begrijpen.

1.3 Groeningemuseum

Tot slot willen wij ook het Groeningemuseum in Brugge aanspreken. We zullen ons prototype op dat museum toepassen en testen. Dat doen we aan de hand van de data die wij van hen kregen over de schilderijen.

2 DOEL

Wij willen graag via onze app de ervaring tijdens een museumbezoek aangenamer en interactiever maken voor jongeren. Zij hebben nu namelijk een negatief beeld over zo'n bezoek. Ze vinden het vaak saai en zijn niet geïnteresseerd in de schilderijen. Via onze app willen we een interactief en educatief bezoek bieden aan de jongeren.

Wij hopen dat ze op die manier geprikkeld zijn om meer cultuur te gaan opzoeken in hun vrije tijd.

Bovendien hopen wij ook dat het Groeningemuseum zo aantrekkelijker wordt voor schoolgroepen. De mond-aan-mondreclame en online reclame die de studenten en de leerkrachten zullen maken, kan een positief effect hebben op de bezoekersaantallen van het museum.

3 CONCEPT

3.1 Naam

Voor onze app kozen wij voor de naam 'Istwaar?'. Hierbij willen wij verwijzen naar twee verschillende aspecten.

Een eerste aspect is dat van de quiz. Aan de hand van de vragen die de app zal stellen, willen we de kennis van de leerlingen uitbreiden.

Het tweede verwijst naar het Franse woord histoire, dat geschiedenis betekent. Het Groeningemuseum is een typisch voorbeeld van een historisch museum.

3.2 Logo

Ons logo bestaat uit een tekstballon met een vraagteken. Dat vraagteken verwijst naar de quiz en de vragen die de leerlingen moeten oplossen. De tekstballon verwijst naar de opdrachten die ze moeten vervullen.



Afbeelding 1: logo Istwaar?

3.3 App

We willen een app ontwikkelen die gebruiksvriendelijk is voor zowel de leerlingen tijdens dat ze het spel spelen, maar ook voor de leerkrachten die achteraf de scores en analyses zullen bekijken.

In de app zullen verschillende features te vinden zijn. Er zijn vragen en doe-opdrachten. Daarnaast zal er ook een keuze zijn om met Augmented Reality te werken.

Bovendien wordt er realtime een scorebord bijgehouden die de leerlingen op elk moment kunnen zien. Op die manier willen we de competitiviteit stimuleren. Op het einde zal de winnaar een kleine prijs krijgen zoals bijvoorbeeld een zak snoep, een sleutelhanger... Dat bepaalt het museum.

De leerlingen kunnen hun scores ook gemakkelijk delen op sociale media. Op die manier maken ze ook gratis reclame voor het museum.

Het gebeurt vaak dat verschillende klassen in een school hetzelfde museum bezoeken. We willen hierop inspelen door naast een individueel scoreboard per klas, ook een scoreboard te maken per klas door de punten van alle leerlingen op te tellen. Hierdoor stimuleren we klassen om het beter te doen dan de andere klassen.

De profielen van de leerlingen zijn verbonden aan hun smartschoolprofiel. Op die manier willen we voorkomen dat leerlingen een andere naam gebruiken. We willen het profiel personaliseren door een foto toe te voegen. Hiervoor gebruiken we een gezichtsfilter die bijvoorbeeld het kapsel van een vrouw in de 15^e eeuw toepast of die verwijst naar een bekend schilderij. Een voorbeeld hiervan is het schilderij Meisje met de parel van Johannes Vermeer. De gezichtsfilter zou er dan voor zorgen dat de sjaal van het meisje ook bij de persoon wordt toegepast.



Afbeelding 2: Meisje met de parel

Leerlingen kunnen de app gemakkelijk installeren op hun smartphone. Istwaar? De app zal eerst op web beschikbaar zijn. De app is omgevormd naar een Progressive Web App, wat ervoor zorgt dat de app downloadbaar is van het internet op zowel Android, Apple of Windows devices. Eventueel kan deze Progressive Web App omgevormd worden met een

Trusted Web Activity om een Java Shell rond te plaatsen, deze kan dan in de Play Store geplaatst worden. Als er leerlingen zijn die niet beschikken over een smartphone, kunnen zijn een iPod Touch gebruiken van het museum om alsnog deel te kunnen nemen aan het spel.

3.3.1 Vragen

De leerkracht geeft voor de start van het spel de leeftijd van de groep mee. We voorzien namelijk een verschillende moeilijkheidsgraad van de vragen afhankelijk van de leeftijd. We onderscheiden drie moeilijkheidsgraden gelinkt aan de graden in het secundair onderwijs. De eerste graad is voor de leerlingen van het eerste en tweede middelbaar. Zij zullen dus de gemakkelijkste vragen krijgen, omdat zij het jongst zijn en ook het minst les in geschiedenis en kunstgeschiedenis zullen gekregen hebben.

De tweede graad is bestemd voor leerlingen in het derde en vierde leerjaar die al meer lessen in verband met kunstgeschiedenis zullen hebben gekregen. Tot slot is er de derde graad met de moeilijkste vragen voor studenten uit het vijfde en zesde middelbaar.

3.3.2 Doe-opdrachten

Om het bezoek interactiever te maken, voorzien we ook doe-opdrachten. We hebben drie soorten doe-opdrachten.

De eerste opdracht is dat de leerlingen een tableau vivant maken. Hierbij doen ze dus een bestaand schilderij na. Hier nemen we een foto van en geeft een computer een score op 10.

De tweede opdracht is gebaseerd op de app Artselfie. Hierbij neem je gewoon een selfie en linkt de app je gezicht aan een gezicht op een schilderij dat daar het best op lijkt. We proberen hier enkel de gezichten te gebruiken die in het museum te vinden zijn. De leerlingen moeten dan in een bepaalde tijdspanne de naam van het schilderij ingeven om punten te verdienen.

Tot slot maken we ook verschillende puzzels gebaseerd op de puzzelronde in het televisieprogramma De Slimste Mens ter Wereld. De leerlingen zien een raster met verschillende woorden en moeten woorden aan elkaar linken en ook aan een bepaald schilderij. We gebruiken hierbij ook een tijds klok waarin ze de puzzel moeten oplossen.

Er is ook nog een mogelijkheid tot een vierde opdracht met Augmented Reality.

4 MARKETING

Om onze app bekend te maken, gebruiken we verschillende marketingstrategieën.

Eerst en vooral leggen we folders in het museum en bezorgen we die ook aan meerdere scholen.

Daarnaast geven we ook infoavonden aan scholen en leerkrachten waarin we een demo geven over de app.

Op sociale media voorzien we ook enkele manier om de app bekender te maken. We hebben stickers gemaakt om te gebruiken op Instagram. De foto's die de leerlingen maken in het museum zoals bijvoorbeeld hun profielfoto, kunnen ze ook makkelijk delen op hun sociale media.

REFERENTIELIJST

Cultuur en Vrije Tijd. (z.j.). Geraadpleegd op 22 november 2019 via Statistiek Vlaanderen:
<https://www.statistiekvlaanderen.be/sites/default/files/docs/vrind2017-6-cultuur-vrije-tijd.pdf>