Portefølje opgave 1.

Jeg vil starte ud med et citat fra Verplanks - Interaction Design Sketchbook *“Design is what people do. When we are being “more than animals”, we plan and learn and think about what is to come.”.*(Verplanks, 2003, s.1.). I denne opgave vil jeg redegøre for verplanks Do-Feel-know begreb, derefter vil jeg snakke lidt om Steam.

Interaktion design er en stadig meget ung profession, der stadig er under udvikling, men ifølge Verplanks er en stor del af interaktions design, at designeren skal kunne besvare tre spørgsmål, ”How do you do?”, ” how do you feel?” og ” how do you know”, disse spørgsmål vil jeg beskrive noget nærmere.

Først kan vi kigge på ”How do you do?”, det spørgsmål her lægger vægt på hvordan vi arbejder med produktet, trykker vi på en knap eller drejer vi et håndtag. Disse to forskellige måder at kunne integrere med et system på giver hver sin oplevelse for brugeren. Verplank skriver at knappen giver os en diskret kontrol, når vi trykker på knappen tager ”maskinen” over. hvorimod at hvis vi bruger et håndtag, giver det os en kontinuerlig kontrol over produktet. Verplanks bruger selv en stikkontakt som eksempel, da vi uden at tænke alt for meget over det, nemt kan komme til at integrere med denne ting mange gange i vores hverdag, så er det faktisk også en del interaktion i den lille simple bevægelse at tænde for lyset.

Hvis man nu kigger på en ps4 controller, den har både håndtag og knapper, hvis vi først ser på håndtagerene, disse bliver ofte brugt til at kontrollere en spiller med, eller køre en bil, altså man udtrykker sig mere da det hurtigt bliver en serie af bevægelser, man laver for at kontrollere ens karakter, hvor imod knapperne, de bliver brugt til præcision, såsom at skyde, hvis man da kan finde ud at sigte.

Andet spørgsmål ” How do you feel?”, Her spørger vi om følelsen produktet giver os, når vi integrere med det, aktivere det en af vores sanser? Høre, se eller følesansen osv., som en mobil der ligger klappet sammen med sit cover, vi kan ikke se om vi har fået en besked, men når vi tager fat i mobilen aktivere den og vibrere en smule for at fortælle brugeren ja den er god nok. Verplanks nævner Marshall McLuhan måde at snakke om medier og inddeler dem i 2 grupper, ”cool” eller ”hot”. Cool er medier som TV, de kan være utydelige eller ”Fuzzy”. I den anden gruppe, ”hot” gruppen har vi alle de medier som er endelige eller allerede færdige.

Som Verplanks skriver,” *The best web pages have “cool” attractors for engaging new visitors and also detailed and definitive “hot” information, for example, URL’s, product specifications or licenses.”* (Verplanks, 2003, s.8.)

Det tredje og sidste spørgsmål ”How do you know?”. det sidste spørgsmål er omkring hvor nemt det er for brugeren at bruge produktet, om det er lige til, eller der skal et større kursus og diverse manualer til for at kunne forstå hvordan man bruger produktet, Verplanks beskriver det som at en nybegynder skal bruge en ”path” en slags sti eller tutorial med step by step hvordan man skal gøre, hvor en som er bekendt med produktet skal bruge et ”map” altså de skal bare lige skal vide hvor tingene er placeret og så kan de godt ”finde vej” eller bruge genstanden. Til sidst har vi så de erfarne brugere som helt tredje laver deres egne ”paths” eller ”maps”, da de har fundet andre måder eller genveje.

Steam er en webservice som bliver brugt af mange både som bibliotek til spil og til handel af spil, den vil jeg prøve at analysere vha. Jon Kolko.

For at kunne analysere en webservice må vi først kigge på hvordan den er strikket sammen, hvis man starter Steam op, lægger man med det samme mærke til en ting, nemlig reklamerne for spillene, forskellige spil som skifter hele tiden, flotte farver, kæmpe billeder og videoer af spil og rabat på dem. Her kan man se hvad Kolko mener at marketing er blevet til. Men vi er lidt hurtige her, en ting af gangen. Kolko skriver I sin bog Thoughts on interaction design *“the role of marketer seems to have shifted from announcing ”what we have” to illustrating “ what you could have” and finally, to trying to force a consumer to realize “what you think you need””*(Kolko, 2007, s.22.) kort sagt så er det den udvikling som der er sket på det international marked, er udviklet fra at et firma viser et produkt og siger, ”Hey det er hvad vi har” til det vi ser i dag, med at vi mere og mere bliver “tvunget” til at tro at det er noget vi har brug for. Det er jo det som virker, det får folk til at købe deres produkter så selvfølgelig er det sådan at de vil promote deres produkter. Så har Steam også en indbygget algoritme der finder frem til de spil som du måske godt kan lide, baseret på hvilke spil man har spillet/købt selv før i tiden, samt en man kan se hvad ens venner eller bekendte spiller lige i dette øjeblik, eller hvilke spil de ejer, alt sammen noget som er med til at lokke folk til at handle noget mere.

Men bare det at kunne vise ”Hey vores produkter er billigt” er langt fra nok, Steam bliver nød til at have et meget brugervenligt og indbydende system.

*“Interaction Design is the creation of a dialogue between a person and a product, service or system.”* (Kolko, 2007, s.11)

Så for at folk skal kunne holde ud at overhovedet bruge stream, skal de kunne have en ordentlig “samtale” med systemet, hvis det virker kluntet eller i det hele taget bare ikke ser særlig indbydende ud, ville det jo nok aldrig have nået at blive så stort som det er i dag, derfor er der sikkert (uden at have nogen beviser for min påstand) blevet brugt utroligt mange timer på at udvikle, teste og udvikle noget mere, før de kom frem til at det er sådan at den skal se ud med disse funktioner.

*“A designer must create a design that assists the viewer not only in experiencing a particular emotion but also in truly understanding the content.”*(Kolko, 2007, s.11.) det en designer skal lave er at skabe en god User eXperience, man skal skabe noget som man har det godt med at bruge, noget som ikke bare er en belastning. Til tider vil jeg sige at Steam har nogle elementer som jeg ikke er helt så vild med, jeg er ikke så vild med den måde at de ”tvinger” folk til at kigge på deres produkter, det gør så bare at jeg ikke særlig ofte kigger ”nye” spil igennem, jeg skal høre det fra en tredje før jeg går ind og undersøger om det er et spil som jeg kunne tænke mig at spille. Der er også nogle andre små detaljer som også irritere mig når jeg bruger Steam’s system, det gør bare at jeg ikke bruger den del af den.

Jeg vil slutte af med en sætning fra Kolko’s bog ”The purpose of the profession: to change the way people behave”. (Kolko, 2007, s.12.). Det må man så sandelig sige at Steam forsøger at gøre.

Referanceliste.

Jon Kolko. (2007) Thoughts on Interaction Design. – Brown Bear.

Bill Verplank (Fall, 2003) *Interaction Design Sketchbook by Bill Verplank.*