

Julia Hellem Brandt, Markus Berg Hannevik, Helene Høylandskjær,
Erling Qvale & Kamilla Wigestrاند

XPLORE 2

IKKE SCROLL BORT TIDEN DIN

Demo til prototype:

https://www.youtube.com/watch?v=H5UIxZ4h_Nw

Prototype:

<https://www.figma.com/xplore>

Pitchvideo:

https://www.youtube.com/watch?v=fDKwgKqCQ_U

Innholdsfortegnelse

Introduksjon	4
Hva er TV 2 sin utfordring?.....	5
Hva er målgruppens behov?	5
Vårt konsept	7
<i>Gi brukerne en opplevelse, ikke arbeid.....</i>	<i>8</i>
<i>Smarte løsninger for brukerne og XPLORE.....</i>	<i>9</i>
<i>Hvordan fungerer prototypen?</i>	<i>11</i>
Visuelle aspekter og designprinsipper	11
Utforsk veien videre med oss	12
Referanser	13

Introduksjon

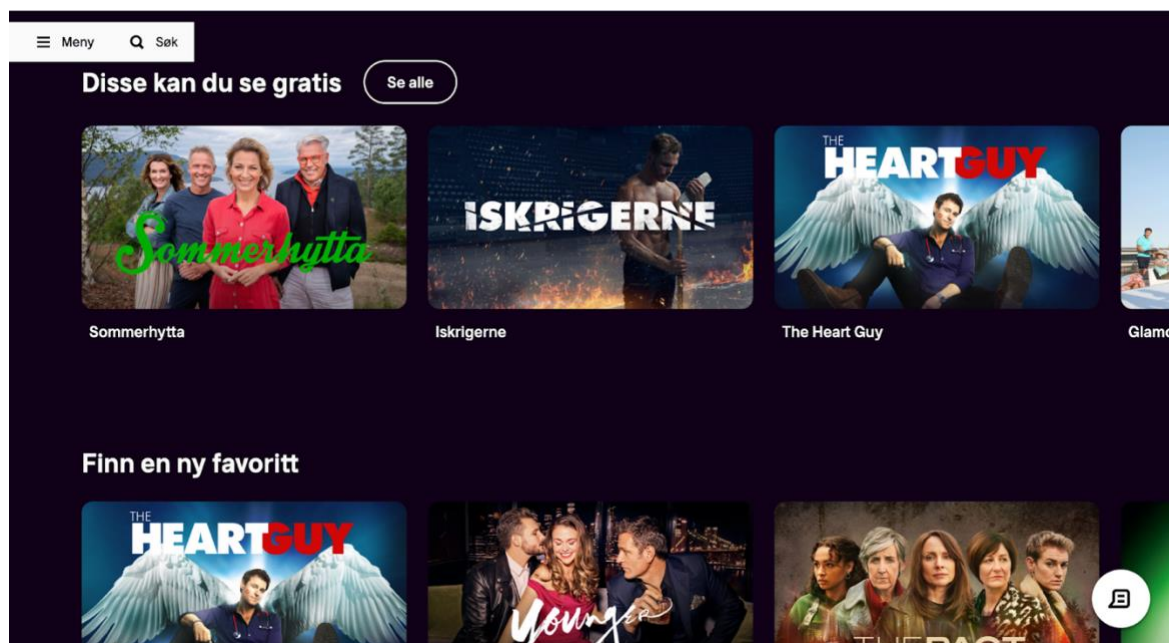
Hvis du skulle valgt en ny serie å se på akkurat nå, hvordan hadde du bestemt deg? Og ikke minst, hvor lang tid hadde det tatt deg å finne en serie? Vi er fem bachelorstudenter på *medie- og interaksjonsdesign* som i dialog med TV 2 har skapt TV 2 XPLORE. Dette er en utforskmodus som skal gjøre det enklere og raskere å finne nytt innhold. Brukerne skal kunne finne filmer og serier i et helt eget strømme-univers som gjenspeiler deres unike interesser. XPLORE skal gjøre det gøy å finne noe å se på.

I første modul av emnet *Design for medieproduksjon*, gjennomførte vi et innsiktsarbeid rundt målgruppen *unge voksne med barn*. Basert på informantenes meninger og opplevelser knyttet til strømmetjenester, fikk vi innsikt i hvordan man bør formidle innhold til denne målgruppen. Dette danner grunnlaget for konseptet XPLORE.

Hva er TV 2 sin utfordring?

Hvis du ikke strømmet i går, hva gjorde du? TV 2 konkurrerer ikke bare med andre strømmetjenester, men også alle de andre delene av brukernes fritid som spill, trening, venner - til og med søvn. TV 2 Play publiserer jevnlig nytt innhold, men klarer ikke å følge opp med nye løsninger for å hjelpe brukerne til å finne det.

Startsiden presenterer innhold i samme format gjennom hele tjenesten og har en ineffektiv plassutnyttelse som er tidkrevende for travle brukere å scrolle gjennom (se figur 1). TV 2 Play sin nåværende styrke er innholdet, men de blir sårbare i det øyeblikket brukerne må lete etter noe nytt å se på.



Figur 1: Startsiden til TV 2 Play.

Hva er målgruppens behov?

I modul 1 fikk vi verdifull innsikt i behovet til unge voksne med barn som har en travel hverdag. Dette innsiktsarbeidet danner grunnlaget for prototypens utvikling. TV 2 har uttrykt at de ønsker å skape en bedre brukeropplevelse for travle mennesker, og unge voksne med barn er en typisk gruppe i denne kategorien. Prototypen vår er rettet mot travle mennesker sine interesser og behov, med mål om å skape verdi for en større brukergruppe.

Brukerne er lite villig til å scrolle for å lete etter innhold, og mister fort interessen.

"Ikke interessant, ikke interessant, ikke interessant..."

- Kandidat 10

"Det blir litt som å gå på H&M. Du klarer ikke å finne godbitene, for det er så sinnsykt mye der. Og så er det så mye dritt. Du vet at det er masse gull, men du klarer bare ikke å finne det"

- Kandidat 9

Formidling av innhold er avgjørende for brukernes oppfattelse av strømmetjenestens verdi

Brukerne bytter frem og tilbake mellom flere strømmetjenester for å finne noe å se på.

"Hvis jeg ikke finner noe der, så går jeg til en av de andre"

- Kandidat 9

"Når jeg har sett ferdig serien, så avslutter jeg abonnementet"

- Kandidat 9

Dersom det er vanskelig å finne innhold er det høyere sjanse for å avslutte abonnementet

Flertallet føler at strømmetjenester ikke forstår deres interesser

"Anbefalinger er dårlig og det blir mye leting for å se om det er noe nytt"

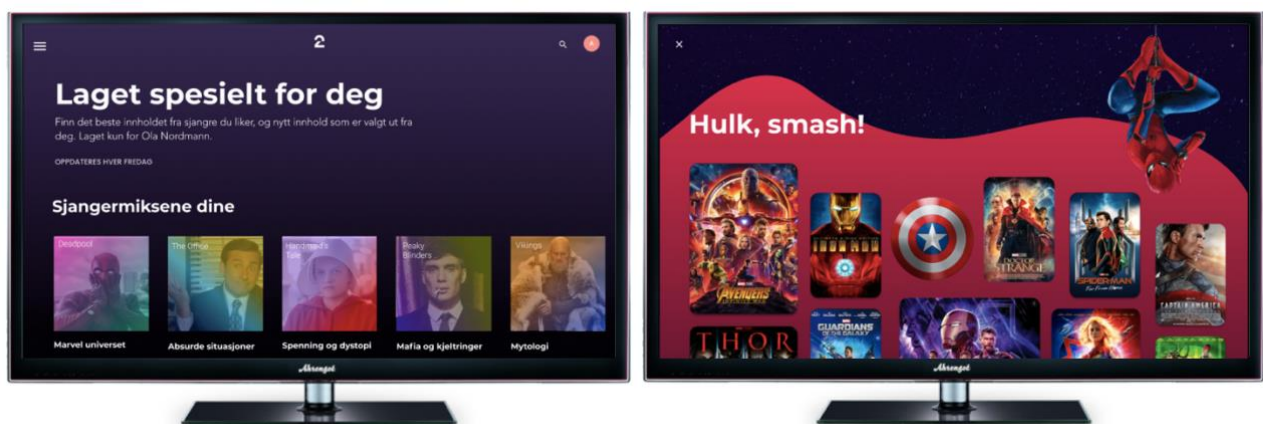
- Kandidat 5

Brukernes inntrykk av lite innhold henger sammen med dårlige brukeropplevelser. Basert på punktene over trenger målgruppen vår et verktøy som hjelper dem med å finne innhold. Verktøyet må presentere innholdet på en engasjerende måte og samtidig styrke brukernes tillit til strømmetjenestens anbefalinger.

Vårt konsept

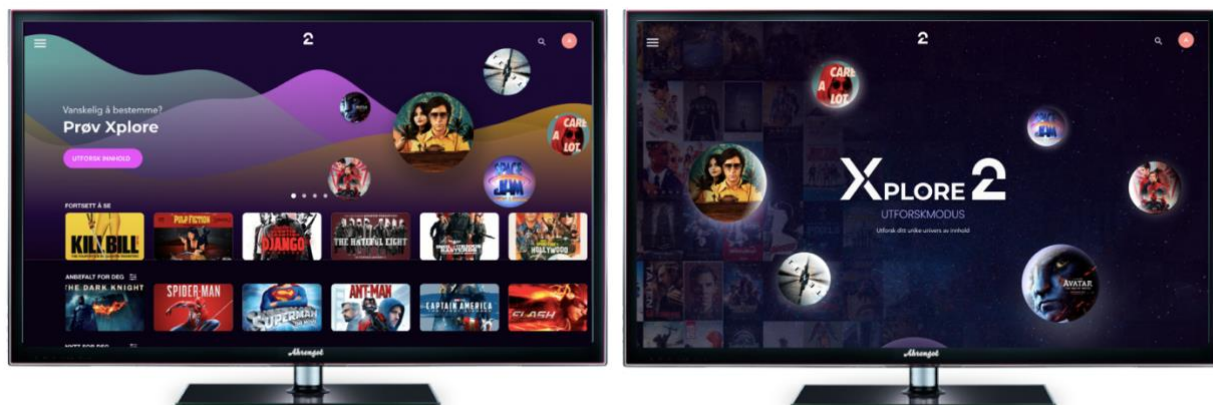
Vi vil at XPLORE skal skape en positiv filterboble for å minimere scrolling, frustrasjon og uinteressante anbefalinger, som i verste fall kan føre til et frafall i abonnementer. XPLORE er en utforskmodus inne i strømmetjenesten som skal sørge for at det spennende innholdet finner frem til brukeren, og ikke omvendt.

Med XPLORE utfordrer vi strømmegigantenes konvensjoner med innovative løsninger. Designet bryter med strømmetjenesters ellers ensformige og tradisjonelle presentasjon av innhold med kreative former, størrelser og farger. XPLORE er helt unik for hver bruker og innholdet gjenspeiler deres personlige interesser. Det er et eget univers skreddersydd for brukeren (se figur 2).



Figur 2: Fra «Laget spesielt for deg» går vi videre til sjangermiksen «Marvel universet» (Hulk, smash!).

Utfordringen tilknyttet visuell utforming hos strømmetjenester handler om å finne en balanse mellom for mye innhold og for lite innhold på startsidene. For å sørge for at brukerne ikke blir overveldet av valgmuligheter, har vi laget XPLORE som en innebygget utforskningsmodus i tjenesten, tilgjengelig fra TV 2 Play sin startside (se figur 3).



Figur 3: Vår startside TV 2 Play (t.v.) & TV 2 XPLORE (t.h.).

Gi brukerne en opplevelse, ikke arbeid

I forrige modul kom det frem at strømmetjenester med gode brukeropplevelser klarte å beholde brukerne lengst, til tross for dårlig innhold. Likevel ser vi at flere strømmetjenester konkurrerer med innholdet de har, og ikke brukeropplevelsen. Konsekvensen av en slik strategi er at brukerne får en tjeneste de kun vil bruke når de har det spesifikke innholdet de ønsker å se. Men hva skjer når brukeren er ferdig med siste sesong av favorittserien sin? De avslutter abonnementet.

Brukerne vil ikke ha kjedelige oppgaver. Derfor mener vi at det er viktig å appellere til brukerens nysgjerrighet for å hindre at de beveger seg over til en ny strømmetjeneste. En god brukeropplevelse vil gjøre at navigeringen føles som en opplevelse, ikke kjedelig arbeid. I XPLORE kan brukerne benytte seg av en filmvelger som er designet med inspirasjon fra spillelementer og spillprinsipper (*gamification*)



Figur 4: Filmvelgeren i XPLORE.

for å oppnå nettopp dette (se figur 4). Her vil XPLORE kunne velge en film for brukeren og presentere forslagene sammen med visuell data om anbefalingen. Innholdet formidles på en måte som gjør at filmvalget en fredagskveld blir som et spill i stedet for en kjedelig oppgave, noe som vil motivere og engasjere brukerne (Interaction Design Foundation, u.å.). I boblene vises et tall i prosent som reflekterer hvor god match filmen er for brukeren, noe som skal gir et inntrykk av at tjenesten forstår deg.

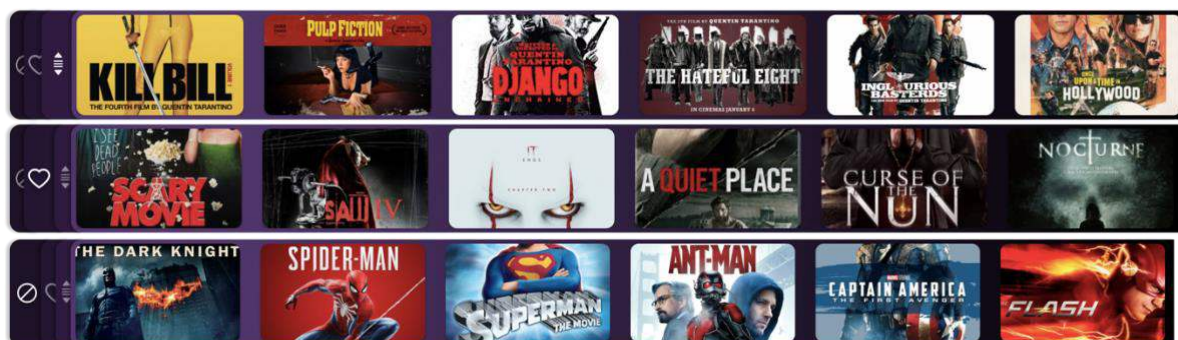
Deretter, er det viktig å fange oppmerksomheten til brukeren med en gang filmen er ferdig og rulleteksten begynner. Per i dag mener vi at dette er et område som blir lite utnyttet, og brukeren blir nærmest ført til en blindvei. I stedet for å la rulleteksten gå blir brukeren ført tilbake til startsidene, og de blir gitt en tidsramme på ti sekunder til å bedømme filmen (se figur 5). Deretter vil startsidene gå tilbake til sin opprinnelige form (se figur 3). Ved å fokusere på startsidene kan vi presentere mer innhold og gi en bedre brukeropplevelse, enn det vi hadde oppnådd dersom rulleteksten går i fullskjerm. Når brukerne blir ført tilbake til sin personaliserte startside etter strømming av innhold, øker sannsynligheten for at de finner innhold av interesse.



Figur 5: Brukerne kan bedømme filmen i løpet av ti sekunder mens rulleteksten går og blir samtidig ført tilbake til startsidene.

Smarte løsninger for brukerne og XPLORE

Prototypen vår inkluderer to elementer utenfor XPLORE. En *redigeringsmodus* på forsiden og *Min data* på brukerens profil. Redigeringsmodus gir brukeren mulighet til å sortere, favorisere og fjerne kategorier på forsiden (se figur 6).



Figur 6: Redigeringsmodus. Brukerne kan sortere (øverst), favorisere (midten) og fjerne kategorier (nederst).

Vår visjon er at anbefalingene i XPLORE skal drives av algoritmer basert på brukerens strømme-vaner. Brukernes interaksjoner i redigeringsmodus på TV 2 Play sin startside vil gi konkret data til XPLORE om brukernes preferanser. Etter hvert som brukeren sorterer, favoriserer eller fjerner kategorier vil det gi algoritmene en indikasjon på brukerens interesser. I tillegg vil personaliseringen ha en umiddelbar effekt i det brukeren flytter vekk eller fjerner kategorier som ikke er av interesse. Denne formen for personalisering er en måte å forbedre brukeropplevelsen på tjenesten øyeblikkelig, også på sikt.

Min data gir brukeren innsikt i egne strømmevaner og viser hvilke data som anbefalingene i XPLORE er basert på (se figur 7-10). Tanken bak dette er å styrke brukernes tillit til tjenestens forslag via transparens.



Figur 7: Brukeren får en oversikt over hvor mange timer de har strømmet, både totalt og i gjennomsnitt.



Figur 8: "Mine favoritter" visualiserer kategoriene som blir strømmet mest av brukeren.



Figur 8: Statistikk over hvilke tiår som brukeren strømmer mest.



Figur 8: Her får brukeren se høydepunkter fra sin egen strømmehistorikk.

Hvordan fungerer prototypen?

Prototypen vår er utviklet i Figma, et skybasert designverktøy. Brukeren kan trykke seg gjennom prototypens seksjoner med piltastene på tastaturet eller datamusen, via de aktive knappene. I dens nåværende form er XPLORE sine funksjoner begrenset for å vise en tydelig *sti* gjennom prototypen. Konseptet er i utgangspunktet ment for smart-TV, da dette var strømmen-plattformen målgruppen brukte mest. På grunn av begrensninger i Figma har vi imidlertid vært nødt til å modifisere designet slik at det kan testes på desktop.

Visuelle aspekter og designprinsipper

Den visuelle utformingen av XPLORE er inspirert av universet. Designet formidler at det finnes et *univers av innhold* som er uoppdaget, og skal vekke nysgjerrighet med fargekontraster, varierende former og figurer.

Vi har utarbeidet designet med hensyn til Donald Normans prinsipp om hint (*affordance*) ved å gjøre det åpenbart for brukeren hvilke områder ved prototypen som er interaktive, og hvor veien går videre i *stien* (Preece, 2019, s. 30). Hovedsiden på XPLORE er lang og kontinuerlig, derfor bruker vi visuelle hint på bunnen av hver side for å guide brukeren videre (se figur 11 & 12).



Figur 11: Visuelt hint (pil ned) på bunnen av skjermen.



Figur 12: Fargekontrast på bunnen som indikerer at det finnes mer innhold.

Brukerne trenger å vite hvilke muligheter de har. XPLORE preges av mørke toner, vi bruker kontraster for å forbedre synligheten (*visibility*) og for å fremheve prototypens funksjoner. Fargekontrastene på de grafiske elementene har variasjoner for hvert steg av veien, som

indikerer at det finnes noe nytt som kan oppdages rundt neste hjørne. Disse elementene leder øyet i den retningen vi ønsker å guide brukeren, og øker sannsynligheten for at brukerne forstår hva som blir det neste steget (Preece, 2019, s. 28).

Utforsk veien videre med oss

En åpenbar begrensning er at tjenesten ikke er personalisert for en reelle brukere.

Personaliseringen oppnås ved at tjenesten *trenes opp* ved å brukes over tid, noe som i seg selv kan være en begrensning; det tar tid før den kjenner brukeren sin godt.

Vi mener at XPLORE har potensial til å bli en større del av TV 2 Play sitt konkurransefortrinn, der tjenesten optimaliserer strømme-opplevelsen for hver enkelt bruker. Ved videre utvikling kan vi se på hvorvidt nye og mer interaktive grensesnitt forlenger tiden brukere er villige til å lete etter innhold på en strømmetjeneste, samt hvorvidt XPLORE kan bidra til å effektivisere leteprosessen.

Referanser

Interaction Design Foundation (u.å.). *Gamification*. Tilgjengelig fra: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/gamification> (Hentet: 3. juni 2021)

Preece, J., Y., & Sharp, H. (2019). *Interaction design: Beyond human-computer interaction, 5th Edition*. Indianapolis: John Wiley & Sons, Inc.