

TEMAOPPGAVE 6

**IZMIR, JOANNA, EVEN & NINA
MARS 2021**

INNHOLDSFORTEGNELSE

- 2** OPPGAVEN
- 3-8** RESULTATER AV UNDERSØKELSEN
- 9** BEHOVSANALYSE
- 10 -11** PERSONAS
- 12** KONSEPT
- 13** BRUKERHISTORIE
- 14** FLOWCHART
- 15-17** MOODBOARDS
- 18-19** LO FI WIREFRAMES
- 20** SKISSE LO-FI TIL MID-FI
- 21-22** MID FI WIREFRAMES
- 23** SKISSE MID-FI TIL HI-FI
- 24-26** HI FI WIREFRAMES
- 27-28** MARKEDSFØRING
- 29-30** DESIGNELEMENTER

OPPGAVEN

I denne temaoppgaven skal dere prototype og presentere en interaktiv løsning for Aftenposten som skal sørge for at unge mellom 18-25 år oppsøker aftenposten.no regelmessig for å få nyheter og informasjon om hva som skjer rundt seg

RESULTAT AV UNDERSØKELSEN

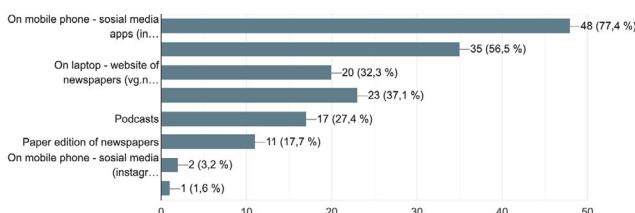
Vi valgte å gjennomføre både kvalitative og kvantitive undersøkelser for å lære å kjenne målgruppen bedre. Vi ønsket å starte med en kvalitativ spørreundersøkelse hvor vi brukte Google Forms. Denne sendte vi ut til venner og bekjente som befinner seg i målgruppen. Resultatet var overveldende; hele 62 unge voksne mellom 18 - 25 år svarte. Grunnen til at vi ønsket å starte med en kvalitativ undersøkelse var for å kunne få et godt nok grunnlag for vår kvantitative undersøkelse. Her intervjuet vi 9 stk mer i dybden om deres forhold til nyheter og Aftenposten.

Etter å ha evaluert svarene fra både spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene satt vi igjen med mye god innsikt. På denne og de neste sidene har vi tatt med et utdrag av det viktigste vi satt igjen med fra denne prosessen.

Hvis det er ønskelig å lese alle svarene fra Google Forms, så ligger de i mappen merket "Svar brukerundersøkelse".

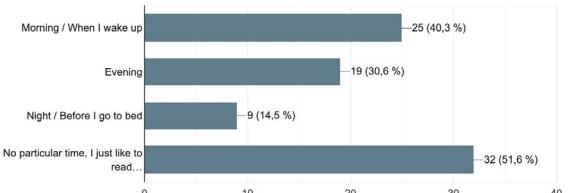
Where do you read your news? Can check multiple

62 svar



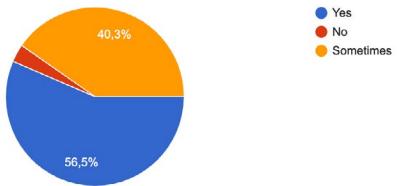
At what time of day do you read your news? Can check multiple

62 svar



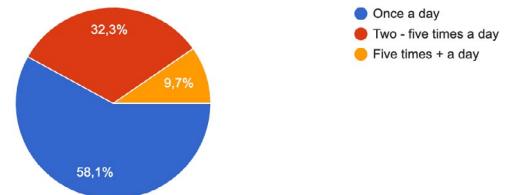
Are you interested and do you keep up in what's going on in the world?

62 svar



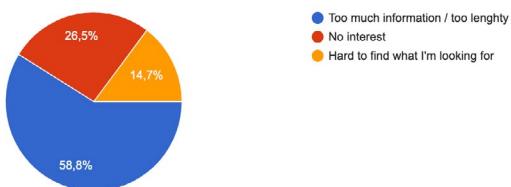
How often do you check / read the news?

62 svar



If you don't check / read news, why not?

34 svar



RESULTAT AV UNDERSØKELSEN

SPØRSMÅL:

Hvorfor tror du så få mellom 18 - 25 år leser nyhetene?

SVAR:

- Lange og kjedelige artikler
- Mye urelevant informasjon
- Det må være lettlest, smidig og kult / engasjerende
- Ettersom artiklene i blant kan være for lange, det kan endres gjennom å ha noe mer "lettlest"
- Ingen interesse
- Ettersom det er kjedelig og det står ingenting interessant
- Folk forventer å få informasjonen sin så fort som mulig spesielt online så med måten artikler er skrevet i dag så kan det være vanskeligere å holde oppmerksomheten til denne mer utålmodige generasjonen over tid
- For mye reklame og "paywalls"
- Ettersom så få nyheter engasjerer oss tilstrekkeling nok til å faktisk lese dem. Jeg leser bare rubrikker når jeg får notiser på min telefon og jeg kjenner at det holder for å få en allmenn oppfatning
- Overveldende informasjon på nett-avisene. Ofte mye som ikke er av interesse
- Nyhetssaker fanger ikke de yngre. Kan bli mye politikk, økonomi og avanserte temaer for de som ikke bryr seg om disse temaene
- Behøver å finne andre måter å nå den nye generasjonen på. Jeg tenker en app der man kan velge hvilke nyheter man vil bli møtt av
- Nyheter må komme raskt, de må oppdateres fortløpende og være relevante for leserne
- Må være mer tilgjengelig, ikke mange som ser på nyheter
- Har ikke interesse for det, så mye annet som opptar denne generasjonen
- Mest sannsynlig for at det ofte er vanskelig å begripe det som legges ut i nyhetsblader, lange tekster med liten tekst orker mange helt enkelt ikke lese
- Fordi de synes det er kjedelig, hvis det hadde vært mer attraktivt for yngre personer hadde flere i den aldersgruppen lest nyhetene

RESULTAT AV UNDERSØKELSEN

SPØRSMÅL:

Scroller du gjennom nyhetene eller leser du faktisk nyhetene? Og hva leser du i så fall? Når du leser en avisartikkel, leser du da hele artikkelen? Hvor går grensen for hva du leser? Hva leser du ikke? Hvorfor?

SVAR:

- Leser mye overskrifter, skumleser, vanskelig å si hva som skal til for at jeg klikker inn på en sak. Liker saker som irriterer f.eks. koronanyheter
- Leser ofte overskrift
- Leser kun nyheter på Facebook
- Leser ofte bare tittel og ingress. Verken tid eller interesse for å lese hele artikler
- Scroller mest
- Leser store saker, intervjuer osv
- Leser hvis det er saker jeg bryr seg om
- Gidder ikke hvis saken er for lang
- Det jeg velger å ikke lese er grunnet lite interesse
- Leser ofte bare tittel og ingress.

RESULTAT AV UNDERSØKELSEN

SPØRSMÅL:

Hva skal til for at du skal lese flere nyheter? Hva er viktig for deg når det kommer til å lese nyheter?

SVAR:

- Det må stå kortere forklart. Om jeg skal sette meg inn i nyheter foretrekker jeg mer å se på eller å høre på nyheter
- Ha nyheter som ikke bare er relatert til vesten. Vil ha mer voldsomme globale nyheter.
- Må være interessant
- Synes det er viktig å holde meg oppdatert på dagsaktuelle saker som har en påvirkning på samfunnet vårt
- Lett tilgjengelig og gratis artikler ville ført til mer leste nyheter
- For mange +saker føler til at jeg ikke girder å være på siden
- Må komme en interessant plattform for at jeg skal ta del i enda flere nyheter
- Må være mer relevant for meg

RESULTAT AV UNDERSØKELSEN

Under er et sammendrag av hva vi fant ut av etter å ha gjennomført de kvalitative og kvantitative undersøkelsene

- Lange artikler
- Mye urelevant informasjon
- SoMe er hovedkilden til nyheter for mange
- Mye "paywalls"
- Målgruppen er utålmodig
- Liten interesse for komplekse nyheter
- 95 prosent leser nyheter på mobil
- Aftenposten har for mye fokus på Oslo
- Aftenposten er for seriøse (positivt og negativt)
- Målgruppen er negativ til reklame
- Målgruppen vil få presentert nyheter effektivt
- 60% ser på nyheter 1 gang om dagen
- Mange leser nyheter på morgenens
- Mange leser ikke aviser fordi TikTok er mer morsomt
- 70% har ikke betalt for avis
- Instagram og Snapchat blir brukt mest av de sosiale mediene
- VG og NRK blir mest brukt som nyhetskilder
- Aftenposten er / virker utdatert
- Flest mener at Aftenposten dekker nyheter mest for eldre
- Målgruppen er ikke så happy for reklame - er det reklame må den være lite flashy
- Må være utbredelse på flere plattformer, fokusere på saker som angår unge i dag

KONKLUSJON

Basert på resultatene og konklusjonen er dette det vi mente var det viktigste for oss å ta med oss når vi designet denne appen:

- Ungdommer bruker mye tid på mobilen sin. Av de 62 vi spurte snittet de på 4 timer på mobilen hver dag --> Vi ønsket derfor å lage en app som skulle være enkel for de å bruke, selvom de bare trykket på den fordi de "kjedet seg"
- De mest brukte appene er TikTok, Instagram og Snapchat og mange leser nyhetene sine her --> Vi ønsket derfor å designe en app som har lignende funksjoner som de appene de bruker mest. Dette mener vi er viktig for at de skal gidde å bruke den. Det er gjenkjennelig og de slipper å bruke tid på å lære seg en ny app og nye funksjoner
- Unge voksne har ulike interesser og dermed et ønske om å lese om ulike ting --> Vi ønsket derfor at de skal kunne personifisere appen slik at de nyhetene de er mest interessert i er de som dukker opp. Men selvfølgelig har vi lagt til en funksjon som gjør at man får med seg det viktigste som skjer uansett. På den måten unngår man å føle seg dum eller uvitende som ikke får med seg det viktigste som skjer
- De ønsker ikke å betale for å lese artikler --> Vi ønsker at appen skal være gratis å bruke
- Unge voksne leser nyheter både om morgenen, ettermiddagen, kvelden og når de har tid --> Vi ønsket derfor ikke å lage en app som kun kom med nyheter på ett gitt tidspunkt i løpet av døgnet, men som oppdaterte seg når noe skjedde og så er det opp til brukerene å gå inn når det passer for de

BEHOVSANALYSE

AFTENPOSTENS PROBLEMSTILLING

Hvordan kan Aftenposten presentere nyheter og relevant innhold til unge mellom 18-25 for å øke bruk og engasjement blant målgruppen?

VÅR PROBLEMSTILLING

Hvordan få unge voksne (18-25 år) til å vise økt interesse og engasjement for nyheter og i tillegg få målgruppe til å bruke / foretrekke Aftenposten sine digitale tjenester fremfor konkurrentenes forskjellige plattformer?

VÅR PROBLEMLØSNING

Løsningen blir å lage en skreddersydd app med korte og konsise artikler som skal passe til brukerens personlige behov. Appen skal være brukervennlig* med høy tilgjengelighet og kvalitetsinnhold*

**brukervennlighet --> enkel å navigere, maks x antall saker per tema, begrensede og intuitive funksjoner*

**kvalitetsinnhold --> bedre bilder, lette og enkle overskrifter, tydelig innhold og en sterk identitet*

MÅLGRUPPE

Naive, utålmodige og stressede unge voksne mellom 18-25 år som er interessert i teknologi og tilbringer mye av tiden sin på skole / jobb / aktiviteter

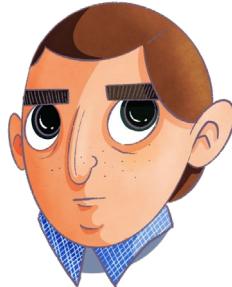
PERSONAS

HVEM: Studenten

ALDER: 21

EGENSKAPER:

- Stresset
- Tilbringer mye tid på SoMe
- Bor i kollektiv
- Har dårlig råd
- Gjennomgår en liten identiteskrise
- Vil gjerne tilhøre
- Krever oppmerksomhet
- Liker å bruke tiden på YouTube, Instagram, Snapchat og TikTok - "hjernedødt" materiale
- Er glad i å feste
- Har en ekstrajobb ved siden av studiene
- Er ganske opptatt av hva som skjer i verden, men bryr seg mest om sine egne interesser som sport, økonomi, biler og e-sport



HVEM: Arbeidshesten

ALDER: 24

EGENSKAPER:

- Jobber mye og har en hektisk hverdag
- Vil vise seg frem på jobb og i vennegjengen, mener det gir status
- Sparer til å kjøpe sin første leilighet
- Er i et nytt forhold og er dermed litt i etableringsfasen
- Har funnet seg selv og er mer selvsikker enn når han studerte
- Litt naiv om voksenverden
- Tilpasningsdyktig
- En fest med gutta er gledelige avbrekk
- Liker å holde seg i god form
- Er det noe tid til overs blir den brukt på sofaen med kjæresten
- Er mest på Instagram av de sosiale mediene og der går det mest i trening, reise og mat
- Er opptatt av hva som skjer i Norge og resten av verden, spesielt politikk og økonomi, men følger og med på det meste innenfor kultur da kjæresten er veldig opptatt av det



PERSONAS

HVEM: Aktivisten

ALDER: 19

EGENSKAPER:

- Prøver å finne seg selv
- Er politisk engasjert
- Miljøbevisst og vegetarianer
- Har sterke meninger, spesielt i sosiale sammenkomster hvor hun føler seg trygg
- Handler helst second hand klær
- Er rebelsk og liker å gå litt i mot strømmen
- Er et flokkdyr og henger helst med andre med samme meninger
- Nettopp flyttet til en stor by
- Leser helst sakprosa og ser på dokumentarer
- Er engasjert i studentorganisasjoner og deler gjerne kampsaker
- Tilbringer mye tid på Reddit, Snapchat og YouTube (ser mye på Vice-dokumentarer)
- Veldig opptatt av miljøet og lokale ting som påvirker livssituasjonen og fremtiden



KONSEPT

Med bakgrunn i brukerundersøkelsene og intervjuene vi har gjennomført har vi fått god innsikt i vanene og ønskene til unge mellom 18 - 25 år. Det at målgruppen er utålmodige og har dårlig tid / liker å være effektive / har andre ting å gjøre enn å lese nyheter har gjort at vi har kommet frem til at vi ønsket at vårt konsept skulle være nyheter levert på en kort og konsist måte, samtidig som brukerne skulle få muligheten til å skreddersy sin egen feed og dermed lese saker som interesserer kun de.

Noe av det som kjennetegner Generasjon Z er at de har dårlig tid og lite penger. Noe av det som kjennetegner Aftenposten i dag er at du har god tid til å lese alle sakene og penger å betale for å lese de. Det krever ikke mye for å se at det ikke går helt hånd i hånd. Derfor mener vi appen til Aftenposten må ha disse forutsetninger for å klare å lykkes med målgruppen:

- Det skal ikke være nødvendig å ha et abonnement for å lese saker - alt skal være gratis
- Nyhetene skal være lett tilgjengelige
- Det skal være enkle oversikter slik at man raskt kan få oversikt over hva som har skjedd
- Designet skal være et lekent og moderne design med gjenkjennbare og brukbare funksjoner
- Det skal være mulighet for å kunne personifisere ut i fra interesser
- Det skal skrives mer om saker som interesserer målgruppen
- De må være tilstede der hvor målgruppen er - det betyr at de må ha kontorer på hvertfall Instagram og Snapchat slik at de blir synlige. Det er viktig å skape en tilnærming og en "top of mind" for målgruppen slik at man blir den foretrukne nyhetsleverandøren

Med all innsikt og forutsetningen har vi fått har vi konstruert en setning som vi mener oppsummerer hele konseptet vårt:



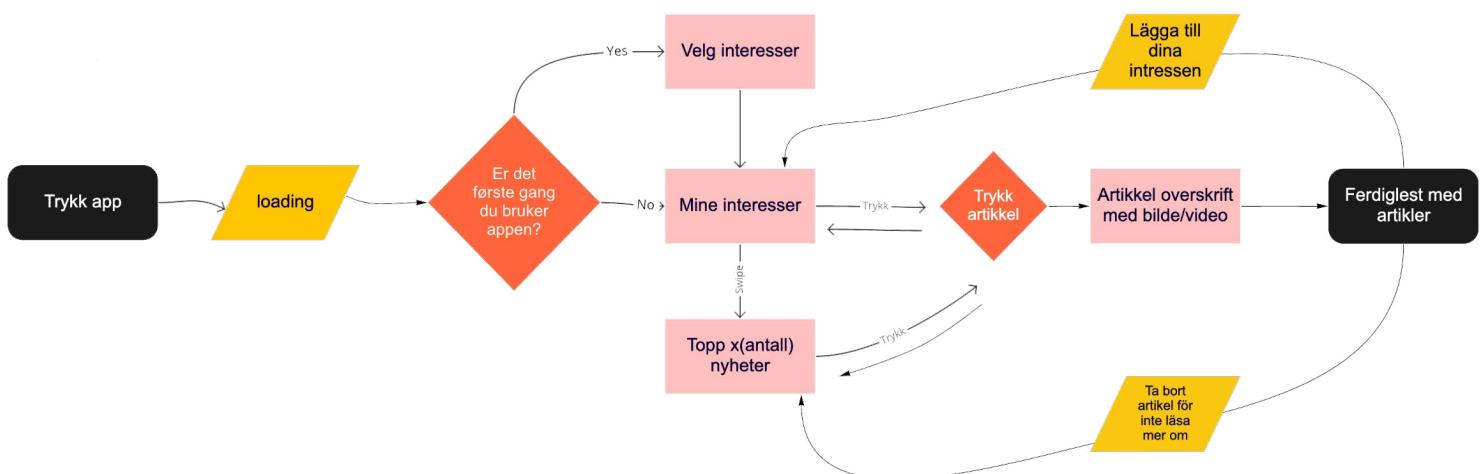
Vårt konsept skal handle om at informasjon i form av artikler, bilder og videoer skal være korte og konsise. Det skal være gratis, og det viktigste i artikkelen skal kunne fremheves med en funksjon slik at man kun leser det viktigste, men vi har også gitt brukeren valget med å lese hele artikkelen da vi vet at noen unge voksne også ønsker det. All informasjon som presenteres skal være skreddersydd til brukerens behov og skal bli tydeliggjort av kontraster, lekenhet og minimalisme. Nyhetene og motivet er likt, men det er systematisk komprimert slik at urelevant informasjon forsvinner.

BRUKERHISTORIE

Som en travel ung voksen kan jeg bruke appen for å få et rask oppsummering over hva som skjer i verden samt holde meg oppdatert på mine interesser slik at jeg kan bruke tiden min på andre ting enn nyheter

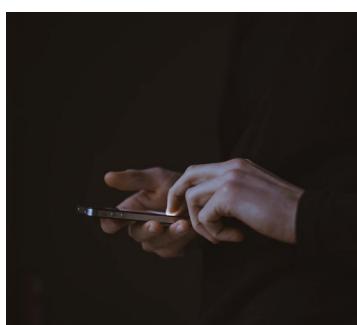
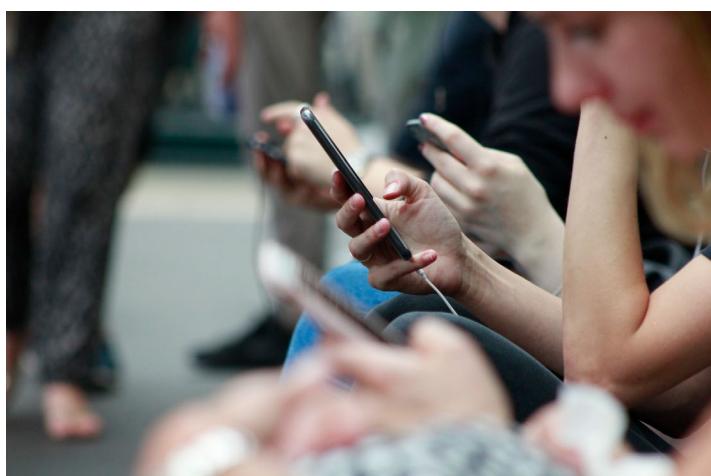
FLOWCHART

Under vises en enkel flowchart til løsningen.



MOODBOARD

Moodboard av det som definerer målgruppen vi vil henvende oss til

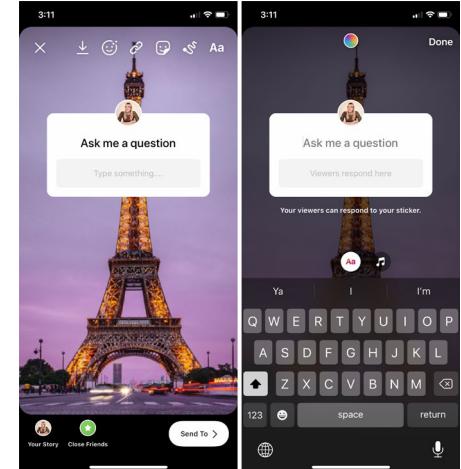


MOODBOARD

Moodboard av de inntrykkene vi fikk under undersøkelsen som målgruppen liker



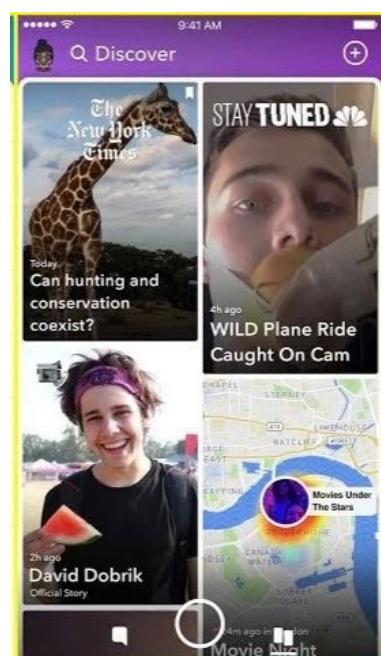
Alle "viktige" funksjoner på en side



Instagrams story-funksjon er enkel og rask oversikt over venners innlegg med mulighet for spørsmål og delaktighet



iPhone = bra design, brukervennlig, gjenkjennelig design, man kan personifisere mtp plassering av apper osv



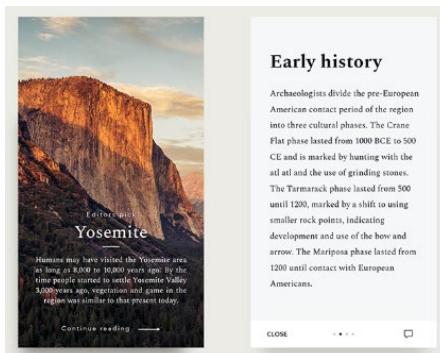
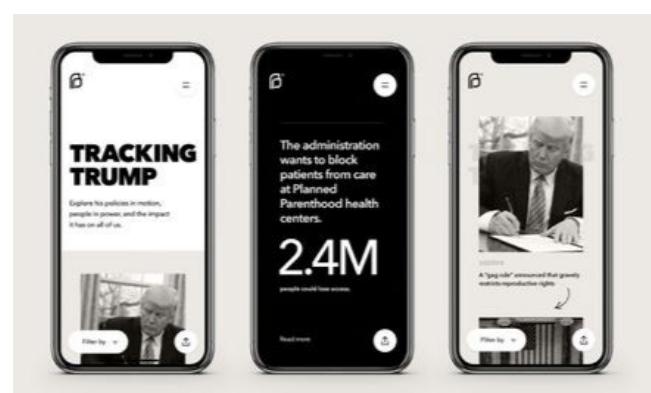
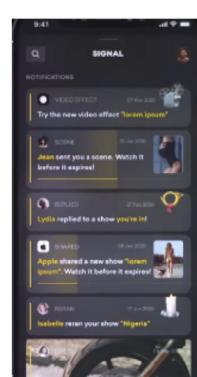
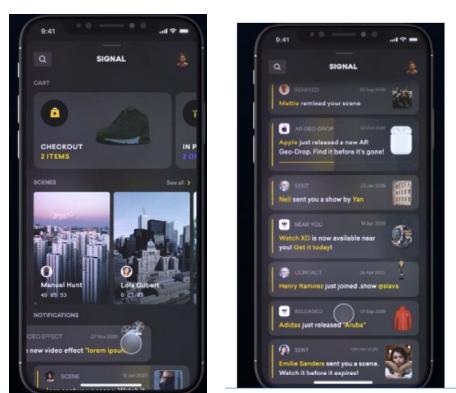
snapchat discover - hjernedød underholdning hvor du bare kan scrolle og scrolle og oppdage nye (interessante?) ting



"Infinite scroll". Finnes på flere av målgruppens favorittapper

MOODBOARD

Moodboard av det visuelle uttrykket



blaster²

by Leroy Design Goods

Ready to use Fully Editable

FOR STYLISH WEBSITES,
DIGITAL SERVICES,
PRODUCT DESIGNS,
SOCIAL MEDIA
AND NEW BRANDS

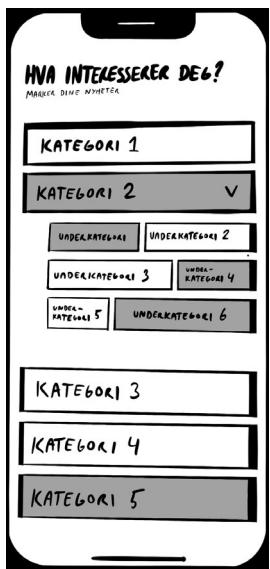
Abstract retro gradient set
with stylish extra grain texture

Gradient Design

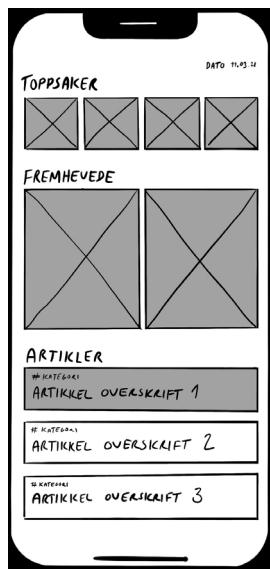
LO FI



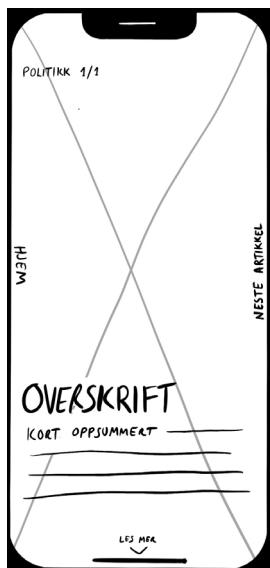
1. Start / loading



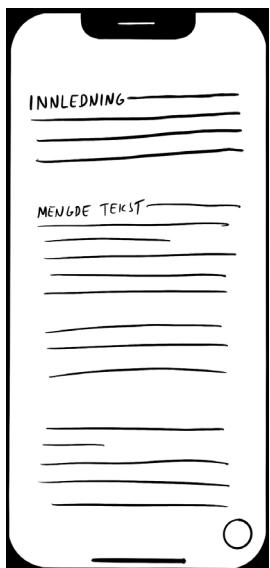
2. Velg kategori



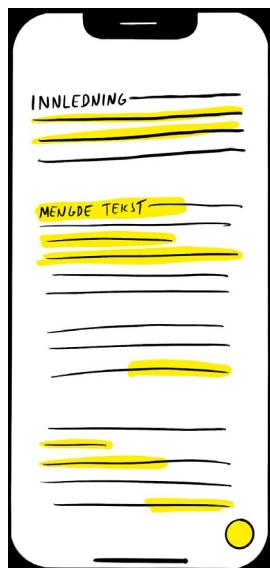
3. Hjem



7. Artikkel



8. Artikkel / les mer



9. Artikkel highlightet

TILBAKEMELDING BRUKERTEST LO FI

Under er et utvalg av tilbakemeldingene vi fikk da vi ba målgruppen brukertesten våre lo fi wireframes (tilfeldig rekkefølge)

Hva tenker du om å ha topsaker (de største nyhetene) og de nyhetssaker (kategoriene) du er interessert i på samme side?

- Veldig positiv til dette
- Tenker det er veldig bra. Selv om jeg ikke bryr meg om visse tema er det viktig å vite de største sakene som hender i verden
- Bra! Det er enkelt å forstå

Hva tenker du om å ha understreket / highlightet det viktigste på en artikkel så du rakst kan lese over?

- Jo mindre tid jeg bruker på å finne det viktige, jo bedre
- Bra, da leser man bare det gule(markerte) og slipper å lese hele. Øyen blir fort dratt til det
- Veldig bra. Det holder å se f.eks. "disse scorte", jeg bryr meg ikke om alt det andre, jeg vil bare se det viktigste

Hva tenker du om å ha nyheter lest opp (2-3 min maks) - typ litt som nyhetene på radio. Vil du ha tilgang til denne funksjonen utenfor appen eller er det ok å gå inn i appen og lytte? Skal man kunne riste mobilen så denne funksjonen dukket opp?

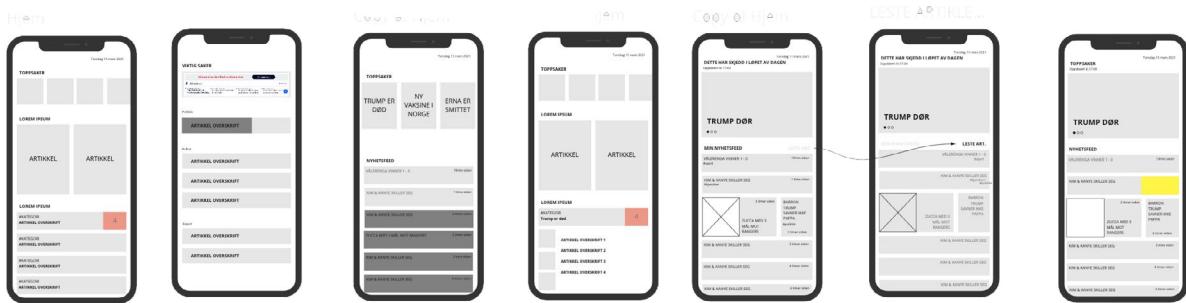
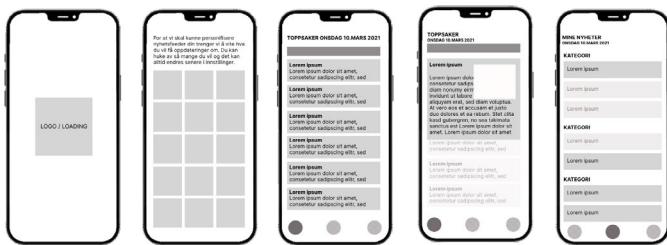
- Positiv til "dette har skjedd i dag" oppsummeringen e.l., men det må være lett tilgjengelig
- Jeg synes ikke det er en bra ide. Da kan man jo bare høre på nyhetene på radio
- Tror det hadde vært kult, Jeg liker å høre på podcasts så hadde passet meg bra
- Vil ikke at man skal kunne riste mobilen så en funksjon kommer opp, den ristes for mye på farten

Høres dette ut som et konsept for deg og en app du vil bruke? Hva kan i så fall forbedres for at du skal bruke den?

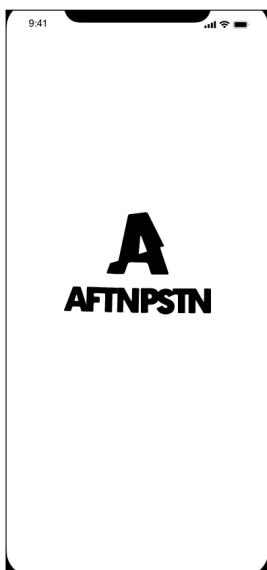
- Likte layouten veldig godt. Oversiktlig og fin. Fint om det er muligheter for å kunne bla lenger ned for å se evt nyheter som ikke legger seg øverst
- Ja, jeg hadde gitt appen et forsøk. Jeg er en "rask" person så jeg hadde bare gått inn og ut for å få med meg det viktigste
- Ja, jeg liker dette med kategoriene best. Så mye kjedelig som står i dag. Jeg liker også at det ikke er for lange tekster og for mye bilder

SKISSE

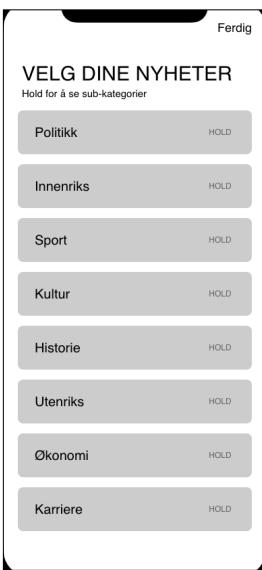
Skisser mellom lo fi og mid fi stadiet



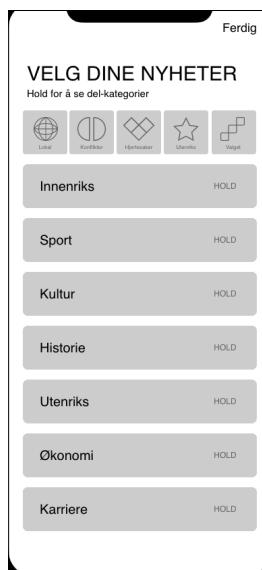
MID FI



1. Start / loading



2. Velg kategori



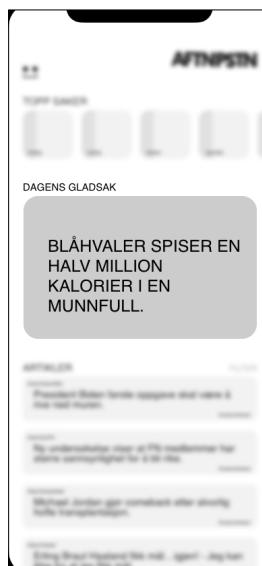
3. Velg underkategori



4. Hjem m/ artikler



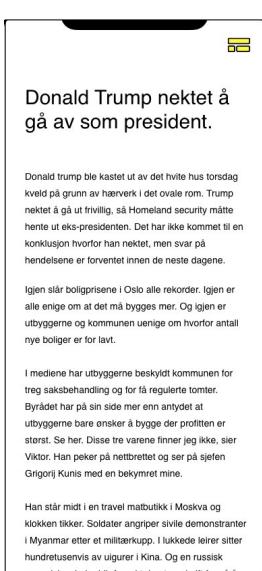
5. Hjem m/ kategori



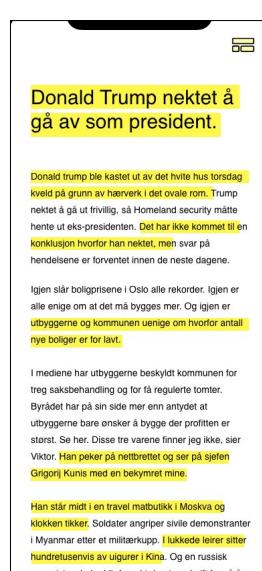
6. Dagens gladsak / fun fact



2)



7. Artikkkel



8. Artikkkel / les mer

9. Artikkkel highlightet

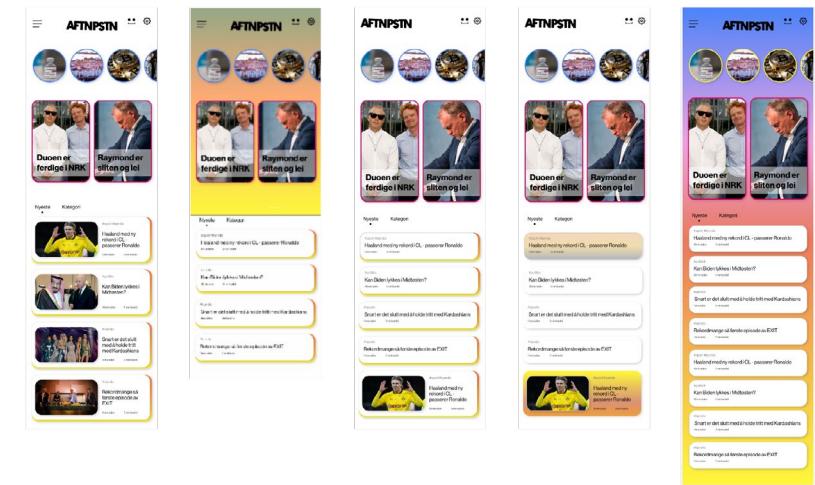
TILBAKEMELDING BRUKERTEST MID FI

Under er et utvalg av tilbakemeldingene vi fikk da vi ba målgruppen brukerte våre mid fi wireframes (tilfeldig rekkefølge)

- Når man skal velge kategori så kan jeg ikke se hvilken kategori jeg trykker på. Her bør man kunne se hovedkategorien og underkategoriene samtidig
- Elsker dagens gladsak
- Liker godt highlight-funksjonen i sakene
- Knapper for "les mer" (inne på en artikkel) må være større eller konvertert til en swipe-up e.l.
- Savner en exit-knapp fra artiklene
- Digger bakgrunnsbilde-effekten
- Artikkelenmenyen nederst blir noe liten og kronglete
- Liker veldig godt at det øverste på siden var nesten som instastory og at man ser hvor mange sider det er igjen av saken
- Liker at det er korte saker som er lette å lese
- Liker at når jeg kommer inn så kunne jeg velge en kategori slik at man kommer rett inn på ting man vil lese om
- Jeg likte også godt de enkle tegningene på de forskjellige underkategoriene som lokal og utenriks osv
- Jeg skjønte ikke helt hva de 1/4 og 1/2 under artiklene betydde, men kanskje det bare er jeg som ikke skjønner det
- Jeg likte at man kan like saker og dele dem direkte med andre
- Fin layout, enkel å navigere
- Underkategoriene bør være tilpasset; så kanskje innenriks, utenriks og politikk er øverst og så kommer de andre kategoriene under
- Bra struktur og inndeling av kategorier. Savner allikevel en "gledes-kategori"
- Kan det være en redigeringsknapp så jeg kan komme tilbake til kategori-siden hvis jeg ombestemmer meg ved en senere anledning
- Litt uoversiktig, men liker at de viktige sakene står under topsaker med "#"
- Blir fremhevet litt likt som topsaker med tanke på oversiktelighet?
- For mye tekst på hjemmesiden og oppleves rotete
- Bra og interessevekkende design
- Fint med hjerter for lagring og muligheten for å sende videre
- Finnes det en side hvor det er lagrede artikler?
- Gøy med markeringsfunksjonen slik at man har muligheten til å lese over fort
- Bra design. Gjør det enkelt å få med det viktigste og evt trykke videre om man vil vite mer

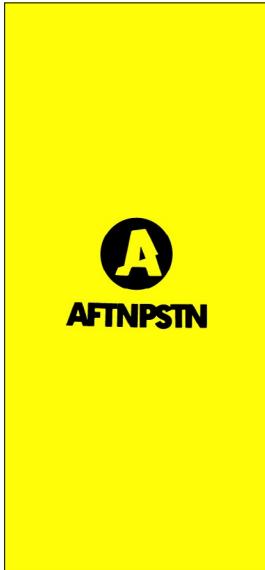
SKISSER

Skisser mellom mid fi og hi fi stadiet

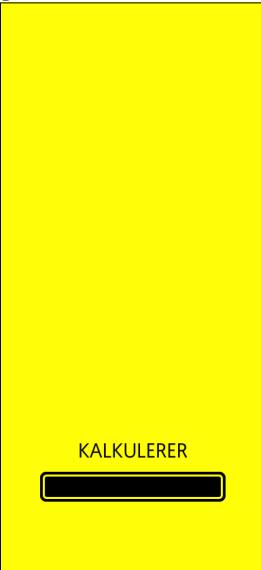


HIFI / AFTNPSTN

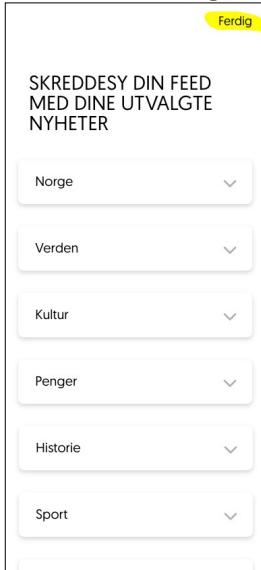
Gjennomgang av en brukerreise fra appen åpnes til du trykker på dagens gladsak / fun fact til story og at du leser tre ulike artikler og trykker på hihglight-funksjonen



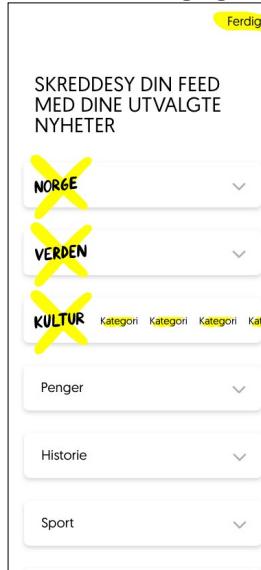
1. Start



2. Loading



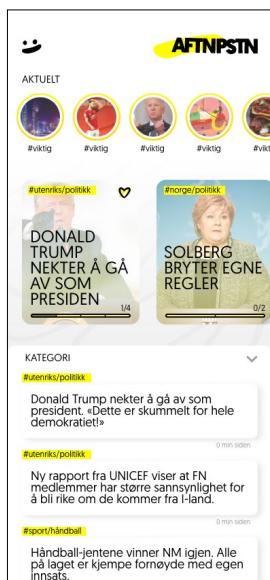
3. Velg underkategori



4. Kategorier valgt



4. Hjem m/ artikler



5. Hjem m/ kategorier



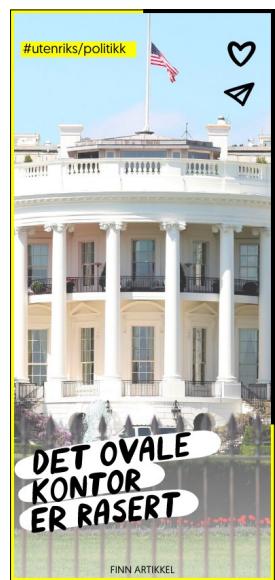
6. Dagens fun fact



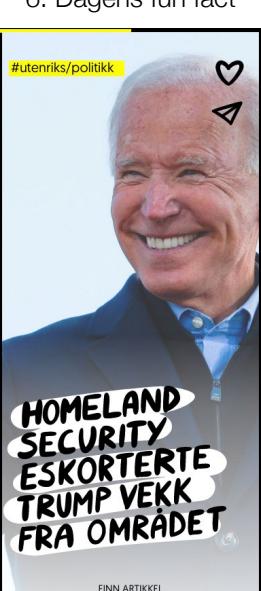
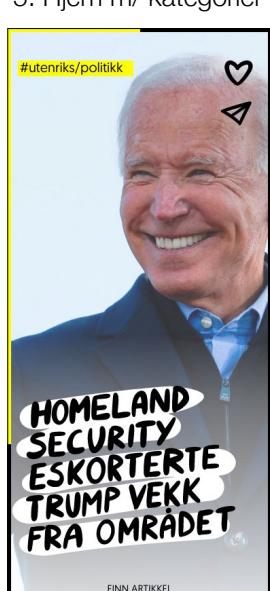
7. Dagens gladsak



8. Story / viktig sak
1/4



9. Story / viktig sak
2/4

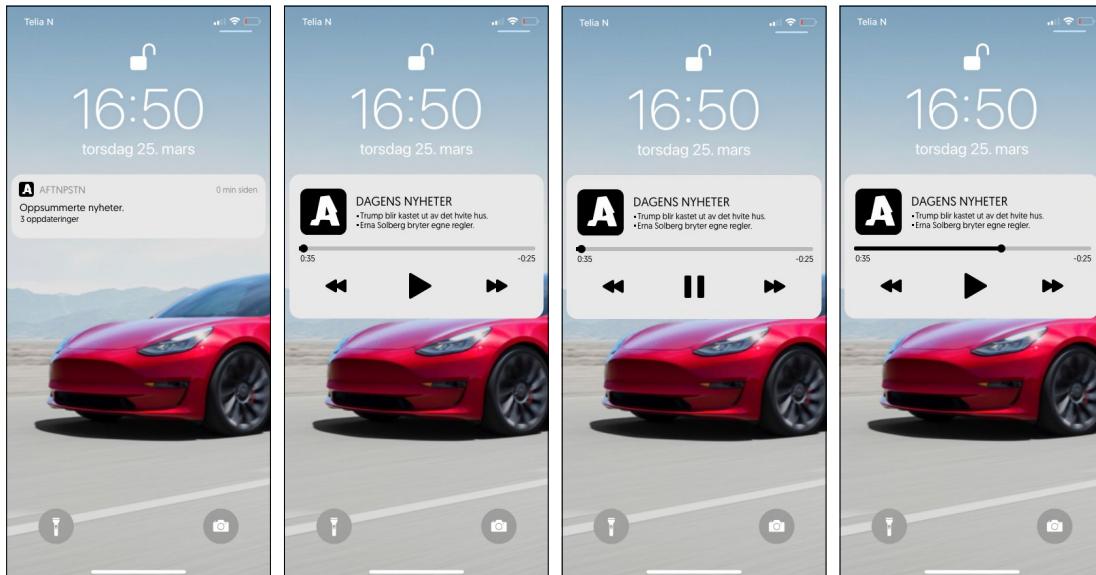


10. Story / viktig sak

3/4

HIFI / AFTNPSTN

Gjennomgang av hvordan det vil se ut på hjemskjermen når du får dagens oppdatering samt har mulighet til å høre en kort oppsummering av de sakene



1. Notification /
oppsumerte nyheter

2. Oppsummerte
nyheter lytt

3. Oppsummerte
nyheter lytt

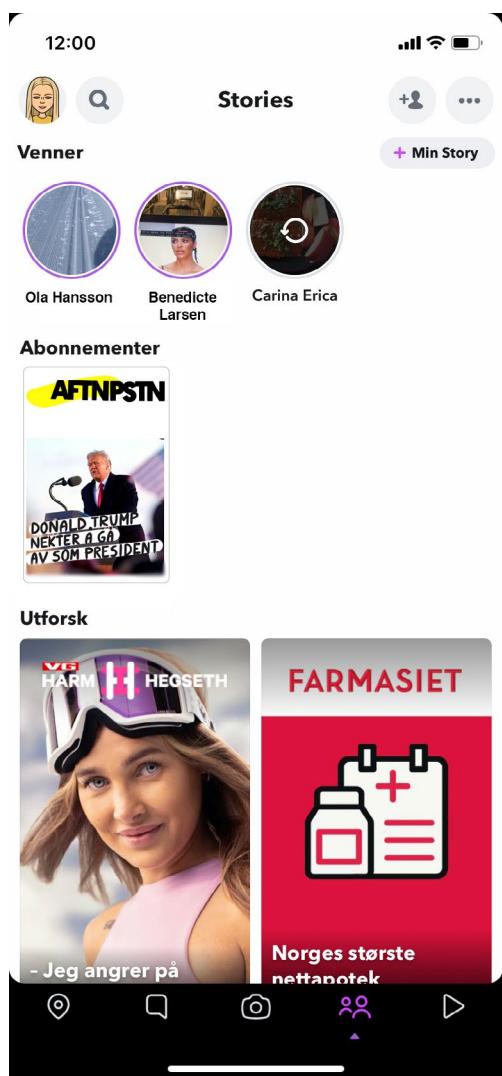
4. Oppsummerte
nyheter lytt

MOCKUPS

For at denne appen virkelig skal slå gjennom for målgruppen 18 - 25 år så mener vi at det må en større markedsføringskampanje til. Aftenposten må være der hvor målgruppen er. Derfor ønsker vi at Aftenposten skal få kontoer for appen Aftnpstn på sosiale medier som Instagram og Snapchat. Dette mener vi må til for at Aftenposten skal være synlige og relevante for unge voksne. Instagram- og Snapchatartiklene skal kunne linke til appen og vice versa. Det skal være samme artikler og mer eller mindre samme layout for å opprettholde gjenkjennelsesfaktoren. Hvis ikke man er på plattformen målgruppen bruker er sjansen stor for at målgruppen ikke oppdager deg; de har dårlig tid og mange valgmuligheter så de kommer ikke til å oppsøke deg, du er nødt til å oppsøke de (og få et markedsføringsbudsjett som sørger for at man er synlig).

SNAPCHAT

Forslag til hvordan en Snapchat-profil ville sett ut



MOCKUPS

INSTAGRAM

Forslag til hvordan en Instagram-profil ville sett ut



UTENDØRS

Forslag til hvordan en utendørskampanje ville sett ut



DESIGNELEMENTER

Forklaringer på valg av designelementene våre:

FUNKSJONER

Vi har valgt å ha funksjoner som tap, swipe og lukk i appen fordi det er mest gjenkjennbart for målgruppen. Disse funksjonene er allerede så innprentet hos de at vi mente det blir en større suksess for appen vår hvis de kan kjenne seg igjen i hvordan den brukes

FARGER

Når det kommer til farger har vi valgt å kjøre en gul og svart profil da dette er farger som skiller seg ut sammen. Svart er en farge som ligger godt å på øyet når man skal lese på skjerm, så det var naturlig å ha all tekst svart. Gul en farge som, i tillegg til å være oppsiktsvekkende, er en farge som også bl.a. er assosiert med positivitet, glede, kreativitet og kunnskap - noe vi mener passer perfekt for målgruppen. Vi valgte å bruke gul på markeringsfunksjonen også, da det skal se ut som det er brukt en markeringspenn

LAYOUT

Layouten er utformet for å være gjenkjennbar for målgruppen med inspiration fra Instagrams og Snapchats story-funksjon. I tillegg har vi valgt å legge ved en funksjon som gjør at brukeren enkelt kan dele en artikkel med andre. Dette er en funksjon målgruppen er godt kjent med fra andre sosiale medier og noe de setter stor pris på

AKTUELT



DESIGNELEMENTER

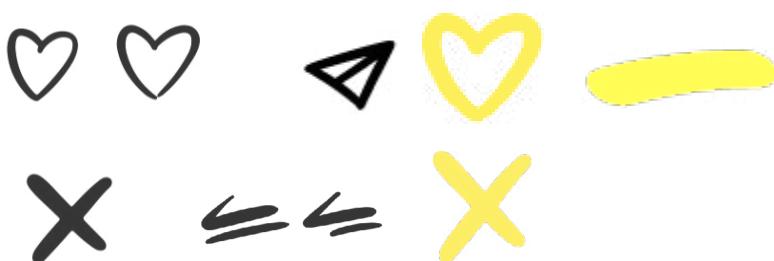
FONT

Vi gikk for en (bokstavelig talt) håndskreven font for de store overskriftene. Dette ønsket vi å gjøre for å "myke opp" uttrykket i appen litt. Målgruppen har uttalt at nyheter gjerne blir for seriøse og at de ønsket seg et mer moderne / yngre utseende. Men det var viktig for oss å ikke gjøre stilten for barnslig helelrl, for det må være en viss seriøsitet i det når det er store og alvorlige nyheter som skal skrives om. Vi mener vi har funnet den perfekte balansen med en håndskrevet font som allikevel har et seriøst preg over seg



SYMBOLER

Vi valgte å bruke en håndskreven look på symbolene våre også; fra hjertene og krysene til dele-knappen og strekene. Dette føles mer personlig og lekent, og ikke så strengt



TAKK FOR OSS!

**JOANNA BARRÖGÅRD
IZMIR NESKIC
EVEN NÆSS
NINA C. KNOPH**