



RAPPORT OM APPLIKASJONEN

OMBORD

ET MASTERPROSJEKT AV

Kristin Mjelde, Vemund Fjeld, Martin Norvoll,
Katarina Kroken og Helene Stenstadvold

Om prosjektet

TV-sjangeren Sakte-TV hadde sin introduksjon til det norske folk i 2009 med programmet “Bergensbanen minutt-for-minutt”. Siden den første sendingen har Minutt-for-minutt -sendingene appellert til mange millioner nordmenn. Sjangeren har en unik mulighet til å nå ut til det norske folk ved å besøke kjente og ukjente steder i Norge på en måte som lar seeren få god tid til å ta inn inntrykkene som kommer fra TV-skjermen. Et intervjuobjekt illustrerte dette så fint ved å kalle Minutt for Minutt «som et Norge Rundt i slow motion».

Våren 2020 presenterte Thomas Hellum og Anders Nøkling (NRK Vestland) et mulig prosjekt og samarbeid mellom NRK og studenter ved masterprogrammet i medie- og interaksjonsdesign ved UiB. Idéen de ønsket å undersøke nærmere var hvordan man kan gjøre Sakte-TV “til noe større enn seg selv”, enten i form av en applikasjon eller nettside for å knytte TV-seer og program nærmere sammen. Rammen for prosjektet retter seg inn mot NRK-programmet Minutt-for-minutt, planlagt sendt over 6 uker sommeren 2021, der programmet sjøsettes ombord skipet Statsraad Lehmkuhl. Skipet har de siste årene prydet seg med tittelen “verdens mest miljøvennlige skip”, og NRKs ønske er å rette et blikk mot klima- og miljø samt å ha et fokus på rollene og mannskapet ombord skipet.

Tidligere sommerprogram i sakte-TV-sjangeren har vist seg å være svært engasjerende, og nordmenn fra fjern og nær har dukket opp for å ta del i sendingen - enten om sendingen og programledere ankommer via tog, båt eller bil. Selv om engasjementet og seertallene er høye ligger et stort potensiale til grunne for å engasjere folket ytterligere, spesielt ettersom majoriteten av seerne ikke har mulighet til å delta aktivt “der det skjer”. Dette potensialet fanget vår interesse. Med dette samarbeidet ønsker vi å skape et scenario og et forslag til en second-screen-applikasjon for NRK som kan knytte seer og sending nærmere sammen.

Executive summary

Applikasjonen Ombord ble bygget utviklet over ett semester der brukertester og brukerundersøkelser har vært et sentralt fokus. I applikasjonen Ombord blir brukeren invitert til å være med på en digital reise med Statsraad Lehmkuhl. Som bruker følger man skipet, mannskapet og tar aktivt del i reisen.

Ombord har også lagt fokus på læring gjennom quizer og “funfacts” som kan bli plukket opp langs reisen, da dette er noe brukerne ga uttrykk for at de ønsket gjennom spørreundersøkelser og intervjuer.

Funnene fra brukerundersøkelsene og prototyping har resultert i 7 anbefalinger til NRK for utvikling av en second screen applikasjon:

1. Applikasjonen bør være en responsiv nettside (tilpasset mobil)
2. Applikasjonen bør leve i sanntid
3. Applikasjonen bør ha et fokus på interaksjon med sendingen
4. Applikasjonen bør ha et system for onboarding for å få bedre kontroll over brukerens data
5. Applikasjonen bør ha et lærerikt aspekt
6. Applikasjonen bør belønne aktivitet for å skape aktive brukere
7. Applikasjonen bør legge til rette for brukergenerert innhold



Team

Teamet bak utviklingen av konseptet består av fem masterstudenter i medie- og interaksjonsdesign ved UiB med bred faglig kompetanse innen områdene systemutvikling, UX-design, interaksjonsdesign og grafisk design.



Helene Stenstadvold har hatt rollen som Prosjektleder og har hatt overordnet ansvar for gjennomførelse av hver fase samt kommunikasjon mellom team, NRK og UiB. I de senere fasene av prosjektet har Helene også jobbet med utviklingen av ferdig prototype. Ved siden av studiet jobber Helene som UX-designer og systemutvikler. Hun har faglig bakgrunn fra bachelorgraden i nye medier (UiB).



Katarina Kroken har hatt to roller i prosjektet. I første fase av designarbeidet har Katarina jobbet som UX-designer, og senere har hun jobbet som utvikler etter ferdigstilling av første prototype. Katarina jobber ved UiB og har faglig bakgrunn fra bachelorgraden i informasjonsvitenskap (UiB).



Martin Norvoll har hatt rolle som UX-designer med hovedansvar for brukertesting. Han har fasilitert og jobbet tett med brukertester og intervjuer som har vært veldig viktig for prosjektets fremgang. Martin jobber med web og design for UiB og har en bachelorgrad i nye medier (UiB).



Kristin Mjelde har hatt rolle som UX-designer på prosjektet. Hun har bidratt med et spesielt kritisk blikk som har vært veldig viktig i de situasjoner der de andre teammedlemmene har blitt for glade i daværende idé. Kristin har tidligere bakgrunn fra bachelorgraden i informasjonsvitenskap ved UiB.



Vemund Fjeld har hatt overordnet ansvar for UX-prosessen som UX Lead på prosjektet. Han har tidligere bakgrunn fra bacheloren i nye medier (UiB) og er selvstendig næringsdrivende grafisk designer.

Rapportens formål

Vårt hovedmål i prosessen har vært å skape en applikasjon med nytteverdi for NRK, der vi har tolket nytteverdi i form av en ferdig prototype klar for videre utvikling. Denne rapporten samler all innsikt og forskning vi har lagt ned i løpet av 2020. Rapporten starter med en introduksjon av prosessen, deretter presenteres vårt forslag til NRK og valgene som ble tatt for prototypen på bakgrunn av brukertester og brukerstudier. Forslaget er en applikasjon og et subsidie til sommersendingene ombord Statsraad Lehmkuhl.

Rapporten avsluttes med 7 anbefalinger til NRK med tanke på utforming og elementer som bør inkluderes ved implementasjon av en second-screen applikasjon.

Prosess

Utførelsen av prosjektet har skjedd i en tredelt prosess, der vi har jobbet med innledende innsiktsarbeid, UX-designprosesser og utviklingsprosesser.

Innledende innsiktsarbeid (mars 2020-mai 2020)

For å snevre inn brukergruppen, bestemte vi oss for at målgruppen for produktet skulle være familier med hjemmевærende barn.

Vi gjennomførte en spørreundersøkelse (N=703) der vi kartla sommer-, teknologi- og familievaner fra et bredt utvalg av befolkningen (appendix A), som ble fulgt opp av kvalitative intervjuer med et utvalg frivillige familier for en bedre forståelse av målgruppen.

Vi analyserte respondentenes assosiasjoner til sakte-tv ved hjelp av ordskyer (applikasjonendix B), og gjennom å sette våre funn opp mot eksisterende forskning

UX-prosessen (august 2020-november 2020)

Vi gjennomførte en Google Design Sprint for å skape et konsept på bakgrunn av funnene fra feltstudiene.

Vi utviklet en første prototype basert på brukertester fra Design Sprinten

Vi gjennomførte griljatesting og itererte over av prototypen.

Vi gjennomførte kvalitative og kvantitative brukertester for å skaffe innsikt i brukermønstre, tanker og handlinger.

Vi ferdigstilte design av ferdig prototype basert på funn fra brukertester.

Utviklingsprosessen (November 2020)

Vi utviklet en fungerende prototype for et helhetlig bilde av hvordan en ferdig applikasjon kan fungere.

Innledende innsiktsarbeid

For å skape et grunnlag for UX-prosessen, gjennomførte vi våren 2020 innledende kartleggingsarbeid. Hovedmålet med studiet var å undersøke og få dypere innsikt i det norske folk sitt forhold til sakte-TV og teknologi. Vi fokuserte primært på nordmenns forhold til teknologi og TV i sommerferien, da dette er en applikasjon med tiltenkt levetid i løpet av fellesferien 2021. Ved å få innsikt i disse temaene skapte vi et grunnlag vi kunne bruke videre for å finne ut hvordan vi kan utvikle og designe en applikasjon eller nettside som et tillegg til de tradisjonelle Minutt for minutt-sendingene, og også hvordan den på best mulig måte kan tilrettelegges og komplementere en "vanlig" sommerferie.

Ettersom NRK er en kanal som når ut til hele Norges befolkning, så vi fort behovet for å rette oss inn mot en konkret målgruppe. Vi valgte å rette et ekstra fokus mot familier med barn (3-15 år) da dette er en bred målgruppe. Studiet ble gjennomført i tre faser; spørreundersøkelse, intervju og analyse. Spørreundersøkelsen ble distribuert via Facebook, blant annet gjennom gruppen kalt "Corona-hjelp i Bergen". Over 70 personer la igjen mailadresse og ville være med videre i studiet. Prosjektleder kontaktet de som passet i vår målgruppe, og avtalte tidspunkt for intervjuer. Vi gjennomførte intervjuer med tre familier. Disse ble utført etter retningslinjer fra Norsk senter for forskningsdata (NSD).

Ett av de primære funnene fra spørreundersøkelsen som vi valgte å se videre på, var hvilke ord deltakerne assosierte med konseptet Sakte-TV. Vi har illustrert ordene i ordskyer, der ordet "kjedelig", ikke overraskende, ble nevnt i mye større grad i forhold til resten av ordene. Av de 867 ordene (Figur 7) vi fikk inn ble "Kjedelig" nevnt 256 ganger.



Vi ser likevel en stor forskjell på hvordan ordskyene ser ut om vi filtrerer på alder. Der de unge respondentene (13-29 år) generelt har mer negative ord assosiert med sakte-TV, har den eldste aldersgruppen (60-79 år) et mer positivt syn på konseptet. Dette gir oss noe å jobbe videre ut i fra - hvordan kan man gjøre "kjedelig" til "avslappende", "interessant" og "lærerikt"?



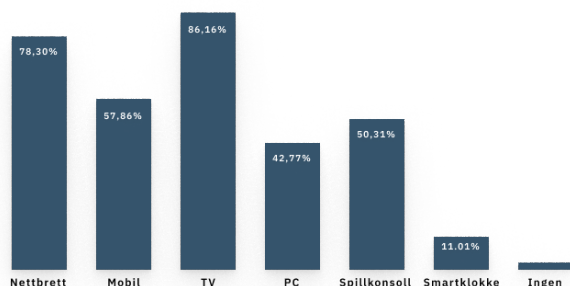
13-29 år



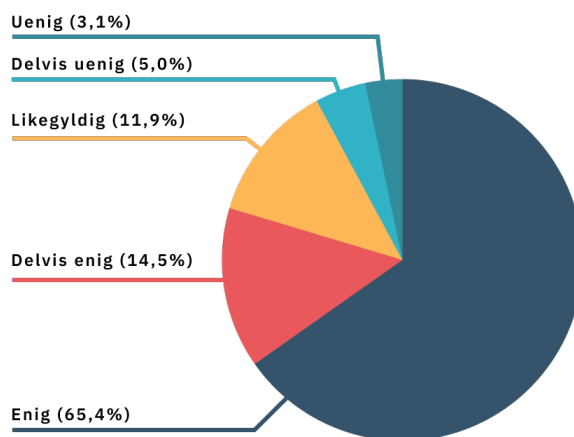
60-79 år

Et viktig fokusområde for feltstudiet var hva som er det foretrukne medium av nettsider og applikasjoner. Vi så nærmere på hva som er mest appellerende og enkelt å ta i bruk - spesielt med tanke på at Minutt for minutt-programmene blir sendt om sommeren. Når vi ser på svarene fra spørreundersøkelsen er det ikke overraskende at 72% foretrekker å bruke mobil til forskjellige aktiviteter (Figur 3). Den eneste kategorien der mobil ikke er det foretrukne medium, er ved streaming av videoer. I denne kategorien oppga kun 26% at de foretrakk å bruke mobil, mens 41% oppga PC som det foretrukne medium for streaming.

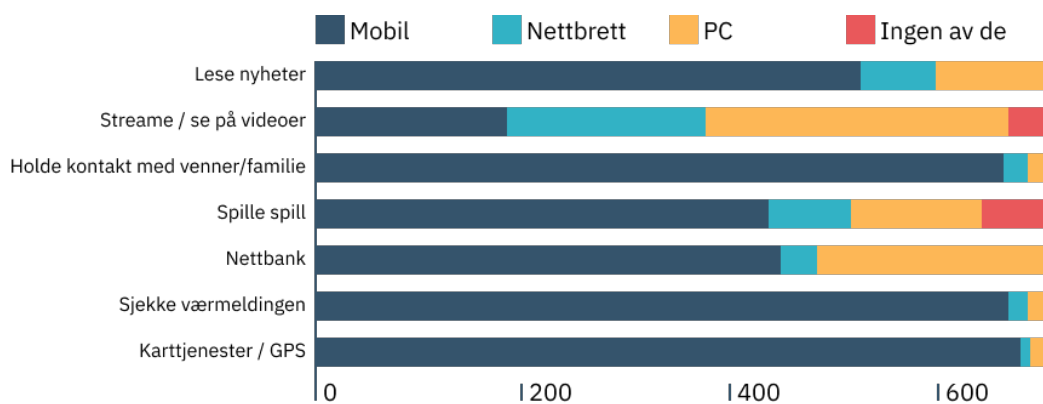
Vi har også fått andre indikasjoner på at systemet burde bli utviklet som en applikasjon eller en nettside som fungerer eksepsjonelt godt på mobil, spesielt når respondentene med barn ble spurt hvilke teknologier deres barn hadde tilgang til (Figur 1). Over 78% svarte at de hadde tilgang til nettbrett, og kun 42% gir barna tilgang til PC. 65% av foreldrene var også enige i påstanden om at de brukte mindre tid på PC på sommeren.



Figur 1: Medium barnet har tilgang til



Figur 2: Jeg bruker mindre tid på PC om sommeren



Figur 2: Foretrukket medium for ulike aktiviteter

I den andre fasen intervjuet vi tre personer innenfor vår prioriterte målgruppe for familier med barn under 15 år og tre personer utenfor vår målgruppe.



Kvinne 24 år
1 Barn



Kvinne 29 år
2 barn



Kvinne 45 år
2 barn



Mann 59 år



Kvinne 59 år



Mann 50 år

Funn fra intervjuer

Sommerferien så stort sett lik ut hvert år

TV ble nedprioritert på sommeren med mindre det regnet ute

Facebook og Instagram var de mest brukte applikasjonene om sommeren

Minutt-for-minutt var noe de sjeldent så på, men det ble påpekt at et **lærerikt aspekt** var noe som kunne bidratt til mer engasjement rundt programmet

Én ønsket mer **eksotiske destinasjoner** som for eksempel en båt som reiste rundt i Middelhavet knyttet opp mot historiske hendelser

Én påpekte at hun trodde det var gøy for folk å **se igjen steder** som man tidligere har vært og at dette er med på å gjøre programmet mer engasjerende og inkluderende for enkelte.

Historisk informasjon i sendingen er populært

Å kunne få enda **mer "kontroll" over reisen**, som hastighet på fartøy eller overblikk over arbeidsoppgavene fremstår interessant

Mange påpekte at de ikke ville se på en hel Minutt for minutt-sending, men at et **kortfattet sammendrag** av sendingen var ønskelig

UX-prosessen

For dette prosjektet benyttet vi en iterativ UX-designprosess som gjorde det mulig for oss å forbedre prototypen ved å kontinuerlig prøve, teste og forbedre. Vi startet med å utføre en design sprint. Denne sprinten ga oss grunnlaget for en prototype som vi kunne jobbe videre med. Vi tok tilbakemeldingene fra brukertestene i designsprinten og revurderte konseptet som en helhet. Videre brukte vi metoden geriljatesting, hvor man fokuserer på korte brukertester på så mange personer som mulig. Vi brukte også det digitale verktøyet UseBerry for å visualisere brukernes interaksjon i denne undersøkelsen. UseBerry kartla et gjennomsnittlig heatmap over de stedene der brukere trykker mest. Dette ga oss verdifull innsikt i hvor brukerne klikket, og ga oss derfor en nøyaktig pekepinn på om brukerne forstod ulike knapper og navigasjonen innad i applikasjonen. Vi gjennomførte også kvalitative brukertester ved bruk av intervjuer og observasjon. Vårt hovedmål med intervjuene var å kartlegge brukernes forståelse og tanker om konsept, navigering, brukervennlighet og design. Vi brukte også metoden A/B-testing for å begrunne enkelte designvalg vi tok når vi utformet prototypen. Metoden gir deltakere mulighet til å velge mellom to ulike variabler som i denne konteksten var elementer i prototypen. På denne måten bruker man data fra A/B-testen for å validere et designvalg og optimalisere brukeropplevelsen.

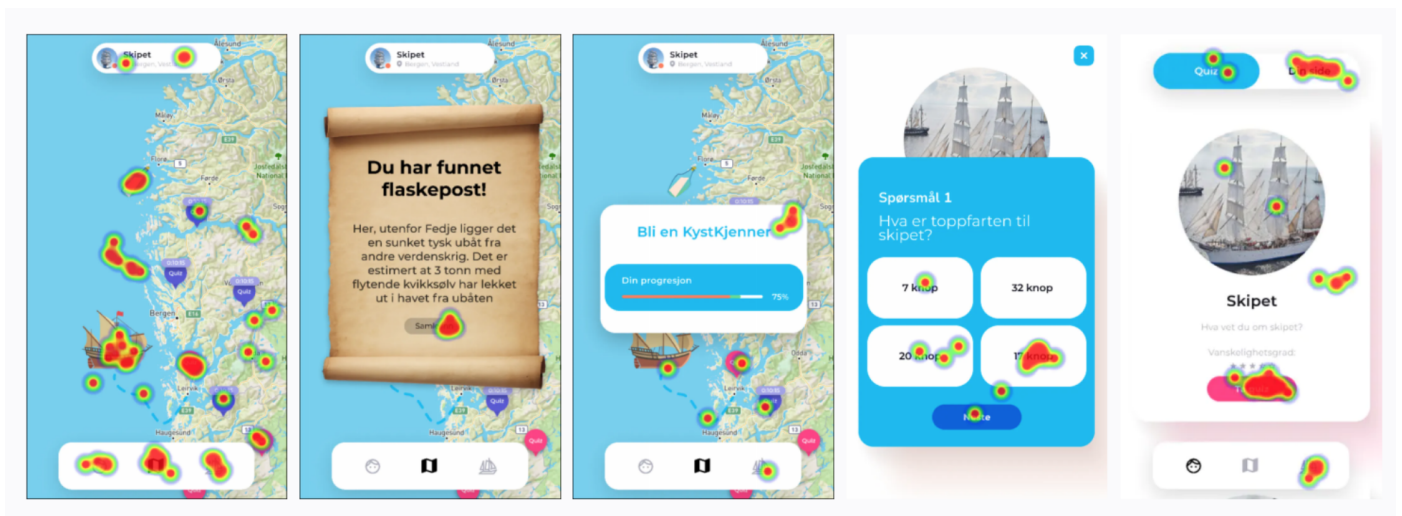
Viktigste funn fra brukertester

Brukertestene ble utført gjennom en rekke ulike metoder som A/B testing, geriljatesting og kvalitative brukertester ved observasjon og påfølgende intervju. Brukertestene ga oss grunnlag for å skape en mer forenklet versjon av den første prototypen.

- Applikasjonen var i utgangspunktet for **komplisert på grunn av for mange forskjellige elementer og funksjoner**, men de fleste brukerne forstod konseptet bak applikasjonen.
- Navigeringen i applikasjonen var ikke intuitiv nok.
- De fleste likte godt at man kunne **følge med på mannskapet** om bord og selve reisen ved bruk av applikasjonen.
- Symboler, tegn og ikoner var **forståelig** for de fleste, men noen kom med innspill på spesielt fargevalg.
- Nedtelling for åpne quizer var ikke intuitiv.
- Kystkjenner-siden, progresjonen og barometeret var **forvirrende elementer** for enkelte
- Brukerne var **generelt positive til konseptet**, og likte at man fikk mer innsikt i reisen og være en aktiv del av den.
- Flere var interessert i og likte muligheten til å kunne være med å **påvirke TV-sendingene**.
- Innsikt som ikke kommer med i TV-sendingen var av interesse hos flere.
- **Læringsaspektet** var ønsket av flere.
- De fleste var **positive til en second-screen applikasjon** og noen hadde erfaring med å bruke andre second-screen applikasjoner.

"Jeg likte veldig godt at man oppnår å bli en bedre "Kystkjenner" og blir mer kjent med reisen, skipet og mannskapet."

- En brukers tilbakemelding på konseptet gjennom intervju



Heatmaps fra verktøyet Useberry som registrerer trykkmønstrene til brukerne.



PROTOTYPEN
OMBORD

Om prototypen

Vår prototype og dens alternativer er resultatet etter flere iterasjoner med utforsking, utforming og evaluering. I gjennomgangen av prototypen presenterer vi mulighetene bak applikasjonen med et konsept kalt Ombord.

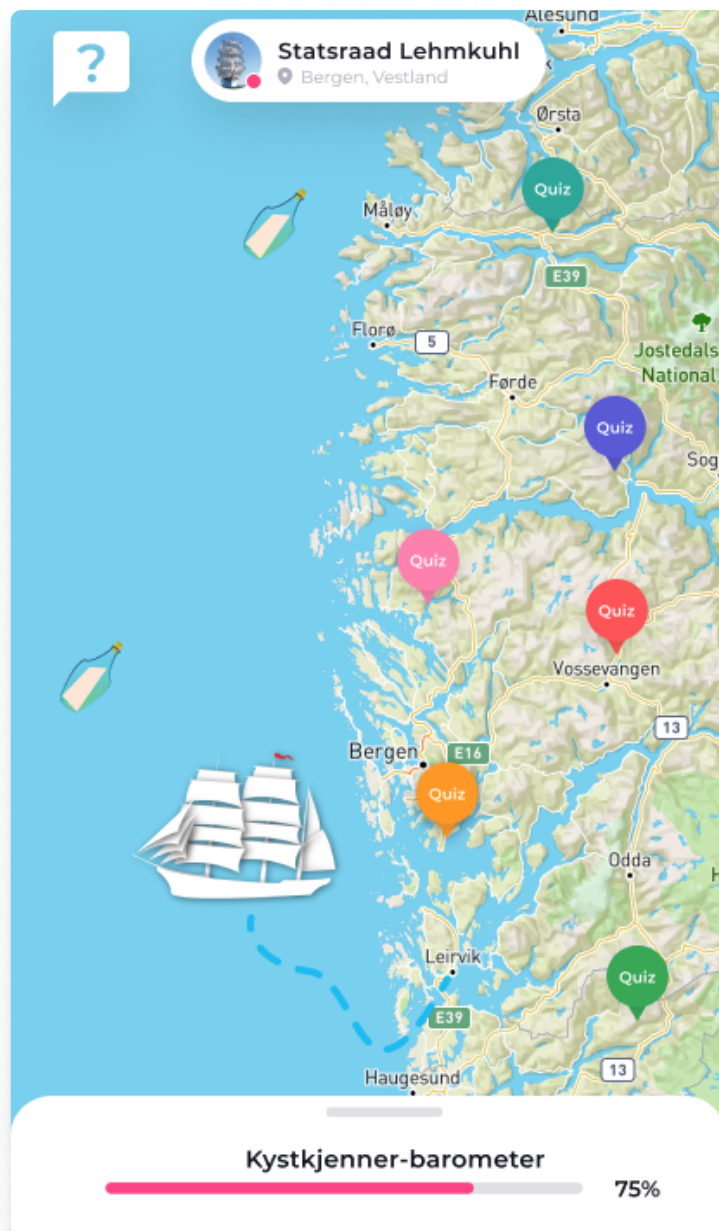
Det er laget to versjoner for konseptet og prototypen Ombord. Etter den siste iterasjonen i UX-prosessen ble den eksisterende prototypen (versjon 1) tatt med videre i utviklingsprosessen, for å utvikle den til en fungerende prototype med reactjs. Versjon 2 ble laget som en forenklet utgave av den eksisterende versjonen. Målet med versjon 2 er en forbedret brukeropplevelse, hvor et forenklet navigasjonsmønster blir knyttet opp mot et mer brukervennlig uttrykk og interface ved å beholde kun de viktigste sidene og unngå unødvendig navigasjon.

I gjennomgangen av prototypen presenterer vi hele versjon 2 og viser noen alternativer fra versjon 1. Flere versjoner, eller ulike alternativer til samme konsept gir NRK mulighet til å se flere muligheter om de ønsker å bruke noe av vårt arbeid en gang i fremtiden, og vil potensielt gi større verdi for NRK.

Konsept

I applikasjonen Ombord blir brukeren invitert til å være med på en digital reise med Statsraad Lehmkuhl. Som bruker følger man skipet, mannskapet og tar aktivt del i reisen. Tanken er at brukerne skal få være med ombord i skipet på reisen, og dermed få mulighet til å bli kjent med stedene, områdene, kysten og andre severdigheter skipet reiser innom eller forbi langs kysten. Brukeren kan også bli kjent med mannskapet og deres roller ombord skipet samt ha en aktiv rolle i hva som skjer ombord.

Som en aktiv bruker av applikasjonen vil man kunne engasjere seg i reisen og det som skjer ombord uten å måtte følge TV-sendingene aktivt, og uten at man må møte opp fysisk et sted. Som bruker kan man være med på reisen fra applikasjonen, eller i en kombinasjon mellom applikasjonen og TV-sending.

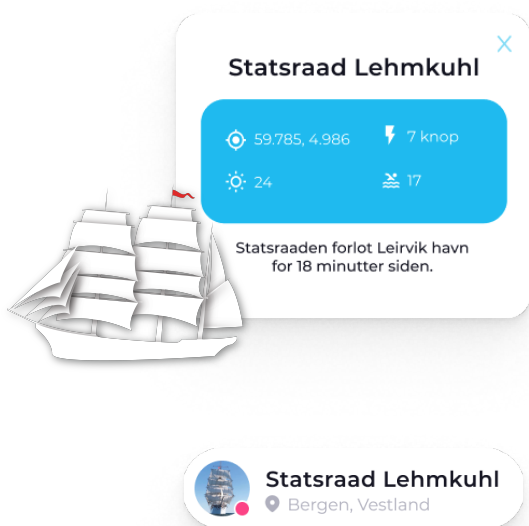


Kartet

Kartet er hjertet i Ombord, og er det første man møter når man åpner applikasjonen. All navigasjon foregår fra kartsiden og brukeren vil derfor ikke trenge å navigere bort fra kartet for å utføre oppgaver.

Skipets posisjon vises i sanntid i kartet. Ved åpning av applikasjonen er skipet i hovedfokus i kartet. En linje viser skipets reiserute. Zoomer man inn og ut i kartet vil skipets plassering fremstå mer nøyaktig.

Komponenter



Posisjon:

Det er mange ytre faktorer som kan påvirke skipets reiserute. Av den grunn er det ikke sikkert at ruten og tidsplanen blir publisert offentlig. Muligheten for å oppdatere seg på skipets posisjon i applikasjonen vil derfor være et viktig verktøy for brukeren. Som bruker kan man derfor eksklusivt få følge reisen i sanntid.

Ved å trykke på skipet eller på lokasjonsboblen øverst i kartet, får man ytterligere oppdatert informasjon om skipet i en pop-up. I prototypen har vi lagt inn forslagene: nåværende koordinater, hastighet og værforhold.



Samhandling

I kartet helt øverst til venstre er det et spørsmålstegn, hvor brukeren kan stille spørsmål til mannskapet eller andre i forbindelse med tv-sendingene. Spørsmål og svar vil ikke bli vist i applikasjonen, men utvalgte spørsmål kan bli vist og besvart på TV for samhandling mellom TV-sending og applikasjon.

Kystkjenner

KystKjenner-siden er brukernes egen side hvor de kan følge sin egen progresjon mot å oppnå tittelen KystKjenner i KystKjenner-kortet. Hensikten med målet om å bli en bedre KystKjenner, er at brukerne skal se at de faktisk blir bedre kyst kjennere jo mer de tar del i reisen, slik man ville blitt hvis man faktisk var om bord skipet og med på reisen. Brukerne får tilbakemeldinger på at deres aktiviteter i applikasjonen øker deres KystKjenner-kunnskaper, gjennom et progresjonsbarometer.

Siden viser også en oversikt over brukerens innsamlede flaskeposter og hvor mange som mangler, samt statistikk over quizene brukeren har gjennomført. Aktivitet i applikasjonen bidrar til en økt progresjon mot å bli en “KystKjenner på reisen med Statsraaden ”.

En motivator for å bli en KystKjenner kan være om NRK kårer dagens KystKjenner i TV-sendingene og i applikasjonen på “Hva skjer Om bord?”-siden.

KystKjenner-kortet

Viser brukernes profilbilde og progresjonsbarometeret.

Quiz-statistikk

Gir brukeren innsikt i utførte quizer.

Flaskepost, infopost og mannskapspost

Viser alle flaskepostene som er samlet inn, og hvor mange som mangler. Disse kan trykkes på for å vise hva flaskeposten inneholder.



Bli en KystKjenner

Din progresjon  75%

Ved å utføre quizer og samle inn flaskeposter øker din progresjon mot å bli en KystKjenner.

Hvis du klarer å få tittelen KystKjenner er du med i trekningen av fete premier fra NRK!

Din Statistikk

Gjennomsnittscore på quiz: 19

Poeng på forrige quiz: 15

Quiz gjennomført: 7

Dine flaskeposter

Mannskap: 3 / 17



Infopost



Instapost



@olanormann



@havmannen



@kari_kul



@dykkern

Flaskepost

Flaskepostene er i likhet med quizene elementer i kartet, som er avhengig av skipets posisjon for når de blir synlig i kartet. Flaskepostene blir en del av kunnskaps-aspektet ved å være med på reisen. Det kan brukes lærerike bilder og beskrivelser, som hjelper brukerne til å bli bedre kjent med norskekysten på reisen sammen med Lehmkuhl. Deres innhold kan tilpasses etter hva som er relevant i reisen. Flaskeposter som brukeren åpner i kartet legges i deres samling i KystKjenner-siden. Brukeren får også tilbakemelding om at deres KystKjenner-progresjon har økt når flaskeposten er samlet inn. Ved at flaskepostenes innhold varierer og er avhengig av skipets posisjon, vil dette bidra til en økt spenning og simulere en ekte flaskepost.



Kaptein Willi Knudsen

Alder: 69 år
Bosted: Bergen
Utdannelse: Livets harde skole
Min rolle på skipet: Kaptein

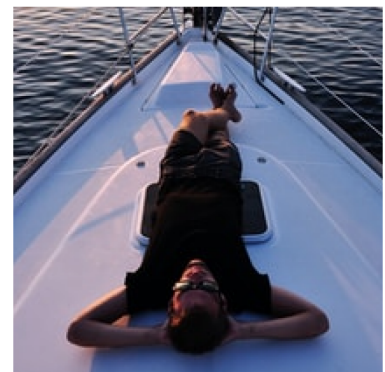
Samle inn

Mannskap

Brukerne kan samle inn "mannskapskort" og kan lese om den gitte jobben og personen. Det vil bli synlig i Kystkjenner-siden hvem i mannskapet som er samlet inn og hvilke personer som mangler. Flaskepostene representerer også en visuell tilbakemelding til brukeren om hvor aktiv personen har vært i reisen. Ved å samle inn, vil brukeren øke i progresjon, men også ha flere flaskeposter i sin samling.

Instagram

Viser bilder som brukere har lagt ut på Instagram under en utvalgt hashtag. Bildene vil kunne bli håndplukket av NRK.



@olanormann Chiller i solnedgangen
#dig #sommer #spenn #nrksommer

Samle inn

Du har funnet infopost!

Her, utenfor Fedje ligger det en sunket tysk ubåt fra andre verdenskrig. Det er estimert at 3 tonn med flytende kvikksølv har lekket ut i havet fra ubåten.

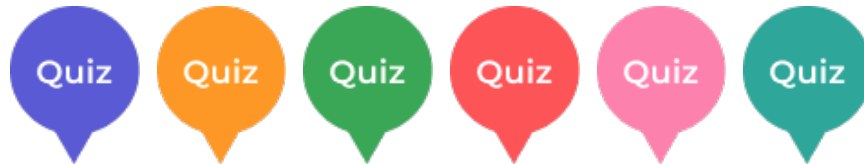
Samle inn

Infopost

Brukes til å samle "fun facts" om det aktuelle området, eller annet interessant i området hvor posten befinner seg. Her vil det være mulig å ta i bruk bilder og beskrivelser, som hjelper brukerne til å bli kjent med norskekysten på reisen sammen med Lehmkuhl.

Quiz

I kartet på land vil det dukke opp tilgjengelige quizer, ut i fra hvor i kartet skipet befinner seg. Dette betyr at det dukker opp nye quizer i kartet bestemt ut i fra hvor langt skipet er kommet i reisen.



Quiz er en del av det å bli en bedre KystKjenner, og å øke progresjon gjennom læring. Quizene kan belyse temaer som kan være aktuelle og bidrar til et læringsaspekt i applikasjonen. De gir også mulighet til å inkludere hendelser fra sendingene, skipet, mannskapet, miljø og de aktuelle stedene skipet er i nærheten av. Brukere øker i progresjon mot å bli en bedre KystKjenner etter utført quiz. Nye quizer er avhengige av skipets posisjon i reisen, og brukerne må derfor følge med i kartet.



Tidsbestemt

En quiz vil vises i kartet i en gitt tidsperiode før den utgår og da forsvinner fra kartet. Tidsbestemmelsen kan baseres på lokasjonen til skipet eller en bestemt tidsbegrensning. Quiz som ikke lenger er tilgjengelig forsvinner fra kartet, fordi skipet har da reist videre. Hvis en bruker ikke utfører en quiz når den er tilgjengelig vil sjansen til å utføre quizen forsvinne etter viss tidsperiode.

Motivasjon

Quiz-spørsmålene kan også knyttes opp mot innsamlede flaskeposter. På den måten vil det være en ytterligere motivasjon for å lete etter de.

Fra feltstudiene kom det frem at noen ønsket mer lærerikt innhold sammen med sendingene. Flaskepostene og quizen er med på å øke kunnskapsaspektet i applikasjonen.

Screens

Statsraad Lehmkuhl
Bergen, Vestland

Ålesund, Ørsta, Måløy, Flore, Farde, Jostedalst Nationalt, Sogndal, Vossevangen, Bergen, Odde, Leirvik, Haugesund

Quiz

Kystkjenner-barometer
75%

Spørsmål 1

Hvor mye plastavfall havner i sjøen hvert år?

8 millioner tonn
11 millioner tonn
5 millioner tonn
2 millioner tonn

Neste

Havklima og miljø

Test dine kunnskaper og øk din progresjon for å bli en Kystkjenner

Neste

Quiz gjennomført

7/10 riktige, bra jobbal
Du er nå ett steg nærmere til å oppnå tittelen Kystkjenner :)

Din progresjon 75%

Neste

Kaptein Willi Knudsen

Alder: 69 år
Bosted: Bergen
Utdannelse: Uvets harde skole
Min rolle på skipet: Kaptein

Samle inn

@olanormann Chiller i solnedgangen
#tidigg #sommer #spenn #nrkssommer

Samle inn

Du har funnet infopost!

Her, utenfor Fedje ligger det en sunket tysk ubåt fra andre verdenskrig. Det er estimert at 3 tonn med flytende kvikksølv har lekket ut i havet fra ubåten.

Samle inn

Statsraad Lehmkuhl

59.785, 4.986 7 knop
24 17

Statsraaden forlot Leirvik havn for 18 minutter siden.

Har du et spørsmål til mannskapet?

Skriv og send inn under, spørsmålet stilles kanskje på TV.

Skriv her... Send

Bli en Kystkjenner

Din progresjon 75%

Ved å utføre quizer og samle inn flaskeposter øker din progresjon mot å bli en Kystkjenner.

Hvis du klarer å få tittelen Kystkjenner er du med i trekningen av fete premier fra NRK!

Din Statistikk

Gjennomsnittscore på quiz: 19
Poeng på forrige quiz: 15
Quiz gjennomført: 7

Dine flaskeposter

Mannskap: 3 / 17

Infopost

Instapost

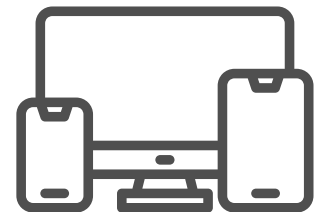
@olanormann @havmannen
@kari_kul @dykkern

Anbefalinger til NRK

Hva er viktig for NRK å tenke på når de skal lage en second-screen applikasjon for Minutt for minutt sommeren 2021? Anbefalingene er basert på funnene fra prototyping av Ombord høsten 2020, samt feltstudier og brukertester.

1. Applikasjonen bør være en responsiv nettside (tilpasset mobil)

Feltstudiene viste at 74% av deltakerene i brukerstudiet foretrakk å bruke mobil når de skulle lese nyheter. I tillegg svarte 58% at de brukte mindre tid på PC i sommerferien. Dette viser derfor til at en applikasjon er et gunstig valg for NRK. Native apper er likevel kostbare å utvikle og vedlikeholde, og for en applikasjon med kort levetid (ca. 6 uker) fremstår det unødvendig å lage en nedlastbar applikasjon. Vi anbefaler derfor NRK å lage en nettside som er tilpasset mobil, i den grad at den fremstår som en applikasjon.



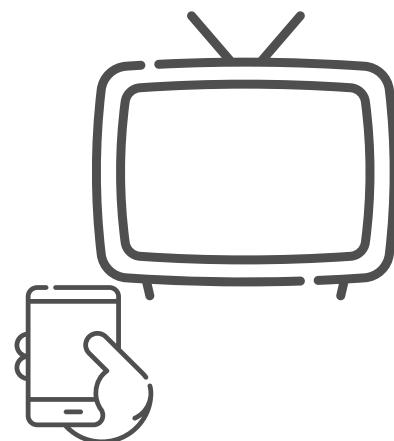
2. Applikasjonen bør leve i sanntid



Sommersendingen 2021 er foreløpig planlagt å bli sendt 2 timer daglig i 6 uker. Ettersom sendetiden er begrenset, har NRK en god mulighet til å skape et større engasjement rundt applikasjonen ved at brukeren får en tilknytning til reisen selv når det ikke sendes direkte på TV. Ettersom reiseruten er litt uforutsigbar må brukerne følge med i appen for å få en oversikt over hva som skjer utenom sendetid. Dette kan være oppdateringer fra mannskapet, når båten er ventet ankomst eller hvor båten befinner seg til enhver tid. Sanntidsfunksjonen vil være relevant både for aktive og passive brukere av applikasjonen. De passive brukerne kan velge å gå inn på nettstedet når det er relevant for dem, for eksempel for å sjekke skipets posisjon. Aktive brukere kan dra nytte av samme funksjoner, og i tillegg til at flere av elementene i applikasjonen også er avhengige av skipets posisjon og rute.

3. Applikasjonen bør ha et fokus på interaksjon med sendingen

Interaksjon mellom sending og applikasjon skaper økt engasjement, ved at brukerne kan være med å påvirke TV-sendingen. Brukertestene våre har vist at brukerne ønsker å få mer oversikt over hva som skjer “behind the scenes”, og er interessert i å kunne være med å påvirke. Ved å legge til rette for elementer som gir informasjon i sanntid om hva som skjer om bord skipet og hva mannskapet gjør utenfor sendetid vil brukerne få en personlig tilknytning til programmet og reisen. Interaksjon direkte mellom sending og applikasjon vil også være viktig, da applikasjonen ikke skal være enkeltstående. I Ombord v1 og v2 er dette løst ved at brukerne kan stille spørsmål som kan havne på TV-skjermen, og ta del i avstemninger om hva som skal skje i sendingene. Dette skaper også et overraskelsesmoment, der brukeren vil følge nøyer med på programmet for å se om deres spørsmål blir besvart i programmet. I Ombord v1 kan “Hva skjer Ombord?”-siden brukes til interaksjon mellom applikasjon og sending, ettersom den fungerer som en feed, ved at brukerne aktivt er med å påvirke elementer som kan skje i TV-sendingen.



4. Applikasjonen bør ha et system for onboarding for å få bedre kontroll over brukerens data



Vi anbefaler å sette opp et onboarding system, der brukeren må registrere seg ved førstegangsbruk for å få tilgang til applikasjonen. Ved bruk av onboarding får NRK større kontroll over brukernes data. Dette bidrar til kartlegging av brukere, og kan bli brukt videre av NRK som en ressurs for fremtidig arbeid med “Minutt for minutt”-sendingene. I motsetning til sosiale medier som Twitter og Instagram, er det nå NRK som har kontroll over brukerne, og de står friere til å disponere data som brukeren legger inn.

5. Applikasjonen bør ha et lærerikt aspekt

I feltarbeidet erfarte vi at folk flest både ønsker og blir engasjert av lærerike opplevelser og aktiviteter. Mange oppfatter allerede Minutt for minutt som lærerikt, og dette er noe NRK bør utnytte mer. Likevel fikk vi tilbakemeldinger på at seere av TV-programmet ønsket ytterligere informasjon om steder programmet besøkte. Foreldre som deltok i brukerstudiene var også tydelig på at de ønsket et læringsaspekt for å kunne bruke applikasjonen sammen med sine barn. En second-screen applikasjon legger til rette for å kunne gi ytterligere informasjon om TV-sendingen og området sendingen beveger seg i. Ettersom sendingene vil være begrenset til 2 timer, vil også applikasjonen kunne ta høyde for det som ikke får plass i TV-sendingen. Et lærerikt aspekt vil bidra til at appen kan bli brukt som en ressurs der ny og interessant kunnskap blir presentert på en interaktiv måte. I Ombord er dette illustrert i quizer, flaskeposter og i feeden, samt gjennom mannskapet.



7. Applikasjonen bør legge til rette for brukergenerert innhold

De aller fleste brukertestene viste at deltakerene var positive til applikasjonen. Flere påpekte likevel at de høyst sannsynlig ikke ville lastet ned applikasjonen om den ikke hadde blitt markedsført godt nok. NRK har en unik mulighet til å utnytte brukergenerert innhold, og markedsføre seg selv og applikasjonen gjennom hashtags brukt i brukernes ulike sosiale medier. I Ombord v1 og v2 har vi lagt til rette for å utnytte seg av brukergenerert innhold fra instagram, der bilder med en utvalgt hashtag blir vist i flaskepost-funksjonen i appen. Å ha mulighet for at egne bilder dukker opp i NRK sine kanaler kan fungere som en motivasjonsfaktor for å legge ut bilder, som igjen fører til at “ordet sprer seg” i ulike sosiale medier. Dette blir igjen gratis markedsføring for applikasjonen Ombord og “Minutt for minutt”-sendingene.



6. Applikasjonen bør belønne aktivitet for å skape aktive brukere

I tillegg til at brukerne av applikasjonen får et mer eksklusivt innhold om reisen utenfor sendingene, og kan være med å påvirke sendingene, vil vi også anbefale at brukerne belønnes av å være aktiv i applikasjonen. I konseptet for Ombord har en del av hensikten vært at brukerne skal få følelsen av at de er med på reisen sammen med skipet, og dermed også blir bedre kjent med kysten og stedene skipet besøker eller kjører langs.



I prototypen har vi lagt opp til at brukerne individuelt kan oppnå tittelen KystKjenner, ved å ta aktivt del i reisen digitalt gjennom applikasjonen. Hensikten med målet om å bli en bedre KystKjenner, er at brukerne skal se at de faktisk blir bedre kyst kjennere jo mer de tar del i reisen, slik man ville blitt hvis man faktisk var om bord skipet og med på reisen.

Brukerne får tilbakemeldinger på at deres aktiviteter i applikasjonen øker deres KystKjenner-kunnskaper, gjennom et progresjonsbarometer. Når brukerne samler inn tilgjengelige flaskeposter og quizer, vil deres progresjon mot tittelen KystKjenner øke. Dermed vil brukere som følger reisen med Statsraaden i applikasjonen ha oversikt over hvor langt de har vært med å fulgt reisen og hvor langt det er igjen.

For å engasjere brukere av applikasjonen aktivt over tidsperioden arrangementet foregår, bør applikasjonen bidra til motivasjon. I vår prototype har vi lagt opp til at brukerne individuelt kan lære mer og bli KystKjennere ved å ta del i reisen, samtidig som de også kan være med å påvirke sendingene gjennom applikasjonen og da ta del i arrangementet.



NRK

ET SAMARBEIDSPROSJEKT MELLOM NRK VESTLAND OG
MASTERPROGRAMMET I MEDIE- OG INTERAKSJONSDESIGN
2020