

# Reportage: Mennesker og deres adfærd skal være i fokus, når vi udvikler digitale løsninger i samfundet

Spil, apps, film og animation kan meget mere end blot at underholde brugerne. Det illustrerede 9 eksperter fra den digitale, visuelle branche ved årets SPOT Interactive konference. Men det er vigtigt, at vi fokuserer på menneskers behov og adfærd, når vi skaber nye løsninger.

Af Louise Rytter Christensen | 13. maj 2015

Dørene til Turbinehallen åbnes, og ind kommer medarbejdere fra den digitale visuelle branche, mediestuderende og andre interesserede til SPOT Interactive konferencen 2015. På scenen, i den ene ende af den store hal, er de første talere ved at gøre klar til at åbne ballet.

Et lærred med tweets fra hashtagget #SPOTInteractive binder konferencen sammen med den digitale verden. Efterhånden som folk fylder salen op, strømmer det ind med stemningsfyldte tweets med forventninger til dagens oplevelser. "Attending #SPOTinteractive in Aarhus. Creative digital sector beyond entertainment" (@Mortenfalbe, Twitter).

Da alle stolene er optaget, og da der falder ro over den småsummende sal, byder Kristian Krämer, sekretariatsleder hos Shareplay, og Paul Tyler, moderator, de cirka 130 deltagere velkommen til konferencen.



Det er tredje gang, Shareplay og Interactive Denmark afholder SPOT Interactive konference i forbindelse med SPOT Festivalen, og i år er temaet 'Beyond Entertainment'. Formålet med konferencen er at finde ud af, om samfundets udfordringer kan løses ved hjælp af færdigheder fra den digitale visuelle branche. Det er et åbent forum, hvor eksperter fremviser deres projekter, hvor idéer udvikles i fællesskab, og hvor gode og dårlige erfaringer deles med hinanden.

## Et stigende behov for interaktion

Første taler på podiet er Tim Ryan, som har taget den lange tur fra trendbureauet PSFK i New York for at tale på konferencen.

"Klokken er 3 om natten min tid, så hvis jeg dejses om på senen, ved I hvorfor," bemærker Tim, før han går i gang med at forklare nogle af de tendenser, PSFK ser i samfundet, ud fra deres rapport 'Live, Work and Play Better'. I rapporten har de undersøgt, hvordan vi ved hjælp af apps, spil, film og animation kan gøre hverdagen nemmere.

Tim Ryan lister en lang række apps op, som på den ene eller anden måde imødekommer vores behov. F.eks. en app som bedst af alt kan beskrives som Tinder for karrierkvinder, der søger en mentor. Eller en anden app som hjælper sovetryner med at blive morgenmennesker.

Lars Samuelson fra reklamebureauet Uncle Grey overtager scenen og viser nogle af de projekter, Uncle Grey har udviklet. Han viser også, hvordan de bruger storytelling til at skabe en dybere, længerevarende dialog imellem brands og deres kunder for at imødekomme et stigende behov for øget interaktion og markedsføring baseret på engagerende indhold.

## Menneskers adfærd er altafgørende i byudviklingen

Smart Cities er et fænomen, hvor man beskæftiger sig med at gøre byer smartere ved hjælp af f.eks. digitale løsninger. Det beskæftiger næste taler, Martin Brynskov fra Aarhus Universitet, sig med.

På scenen ruller en film af Jacques Tatis fra 1968 over storskærmen. En ældre mand er på besøg hos sin familie, som bor i et yderst moderne hus. Det er så moderne, at manden knapt kan finde ud af, hvordan han tapper et glas vand.

”Vi er nødt til at have en forståelse for både teknologi og politik, og så skal vi kunne sætte os ind i andre menneskers følelser og behov”, udtaler Martin Brynskov, som ønsker at illustrere, at vi skal tænke os om, når vi laver smarte løsninger. Det er vigtigt, at mennesker er i fokus, så vi ikke udvikler løsninger, der, i vores iver efter at gøre vores dagligdag nemmere, rent faktisk gør den mere besværlig.



Den tankegang deler ingeniøren Ross Atkin, der overtager scenen fra Brynskov. Atkin har bevæget sig væk fra begrebet Smart Cities, fordi han mener, det er et udtryk for, at mennesker ikke længere er i fokus. I stedet beskæftiger Ross Atkin sig med begrebet Clever Cities.

Ifølge Ross Atkin er ingeniørens – og andre udviklere af nye løsninger – fornemmeste opgave at gøre hverdagen ”less crappy and less frustrating”. F.eks. er Ross Atkin ved at udvikle et digitalt system, hvor gadebelysning, lyskryds og siddepladser i byerne tilpasser sig den enkelte borger – helt automatisk. Er du for eksempel ældre med nedsat bevægelighed og dårligt syn, kan trafiklysene registrere din tilstedeværelse og give dig ekstra tid til at gå over gaden, og lygtepæle og billboards kan skrue op for lyset.

## Bryd med de traditionelle rammer

Kan et strategisk designbureau udvikle en lufthavnsounge? ”Lad være med at spørge dig selv, om et bestemt produkt falder under kategorien arkitektur, servicedesign eller brugeroplevelse. Definér din vision ved hjælp af de færdigheder, du besidder”, lyder budskabet fra Stine Skaarup og Frank Jepsen fra det strategiske designbureau Designit. Bureauet har blandt andet udviklet en lounge i Brussels Airlines, hvor de har kombineret digitale løsninger og fysiske produkter, som skal gøre rejseoplevelsen bedre. F.eks. har de udviklet et område, hvor rejsende kan tage sig en lur efter en lang flyrejse.

Maverick Television har, ligesom Designit, bevæget sig ud over deres sædvanlige ramme og har udviklet et spil til smartphones, der er med til at hjælpe i forskningen af kræft.

Alex Hryniewicz fra Maverick Television fremviser app'en 'Reverse the Odds' og fortæller, at kræftforskningen bremses, fordi store mængder forskningsmateriale skal analyseres manuelt af mennesker, da computerteknologien endnu ikke er præcis nok. Det drejer sig for eksempel om kræftceller, som skal inddeles i kategorier ud fra deres farve. Maverick Television fik nys om det problem og besluttede sig for at udvikle et spilunivers, hvor man skal genopbygge en verden fuld af tegneseriefigurer. Det er forholdsvis nemt i starten, men efterhånden, som spillet skrider fremad, bliver det sværere og sværere. Man kan så få hjælp til at komme videre i spillet ved at analysere kræftceller.

App'en blev en stor succes, og ved hjælp af brugerne blev der på blot to uger analyseret forskningsmateriale i et omfang, der ville have taget forskere et helt år at gennemgå

## Mere end blot underholdning

Mikkel Lucas Overby fra Serious Games Interactive indtager scenen med en spilkonsol og en Wii-controller, som han bruger til at fremvise en træningssimulator for mekanikere på bilfabrikker. Serious Games Interactive har udviklet simulatoren i samarbejde med Opel og Volvo Trucks, og mens Mikkel udfører en træningssession på scenen, bliver det klart, hvordan et spil kan bruges til meget mere end blot underholdning. Med træningssimulatoren spares nemlig både tid og penge, når nye biler skal samles.

Et andet sted, hvor spil kan meget mere end at underholde, er i undervisningen. Sanna Lukander fra Rovio Entertainment, som er skaberne bag den gigantiske spilsucces 'Angry Birds', illustrerer, hvordan fysiske rammer, digitale hjælpemidler og fokus på underholdning kan være med til at lære vores børn og unge vigtige færdigheder såsom at regne og stave.

Rovio Entertainment er blandt andet ved at udvikle spil i samarbejde med NASA ud fra konceptet "Learning is fun".



## Stort potentiale i branchen

Efter en lang dag med inspirerende talere og spændende projekter er det tid til at svare på det altafgørende spørgsmål: Kan vi bruge færdigheder fra den digitale, visuelle branche til at imødekomme behov og løse problemer i vores samfund?

De fire talere - Alex Hryniewicz, Sanna Lukander, Ross Atkin og Tim Ryan – som deltager i en afsluttende paneldebat, er ikke i tvivl: Der er stort potentiale i den digitale visuelle branche, og der er masser af problemer at tage fat på.

"Men hvis det skal lykkes, er det vigtigt, at vi lærer af hinanden, udfordrer traditionelle mønstre og ikke er bange for at begå fejl", lyder det fra panelet. Vi skal gå ind i projekter af enhver størrelse og tage et skridt ad gangen. F.eks. på miljø-, sundheds- eller socialområdet.

Vigtigst af alt skal vi udvikle løsninger i samarbejde med brugerne, så menneskers behov og adfærd tænkes ind i løsningerne. "So far the human factor is the most important aspect in the talks, great stuff! #Spotinteractive" (@Danielwi, Twitter).