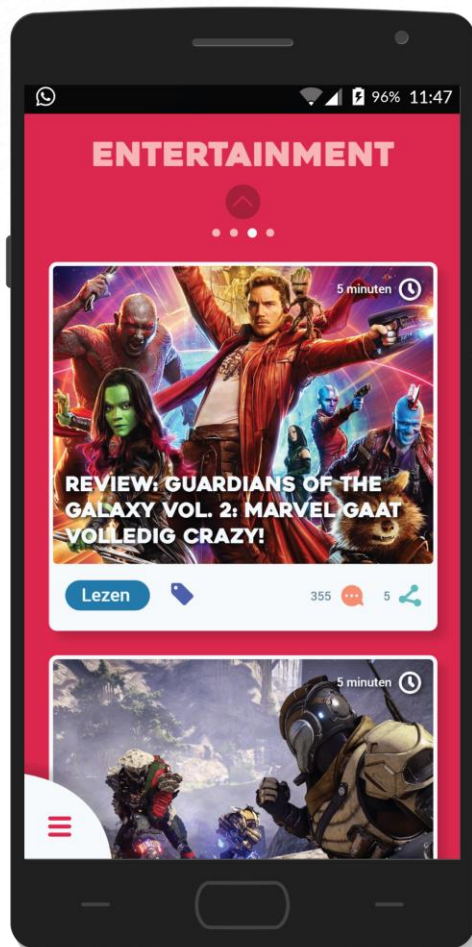


THE ROCKET REPORTER

EEN TOEGANKELIJKE NIEUWSAPPLICATIE VOOR JONGEREN

Door Jonas Simoens



Begeleiding: Piet Seurs

Academiejaar 2016-2017

Master Grafisch Ontwerp

Atelier Interactieve vormgeving

INHOUD

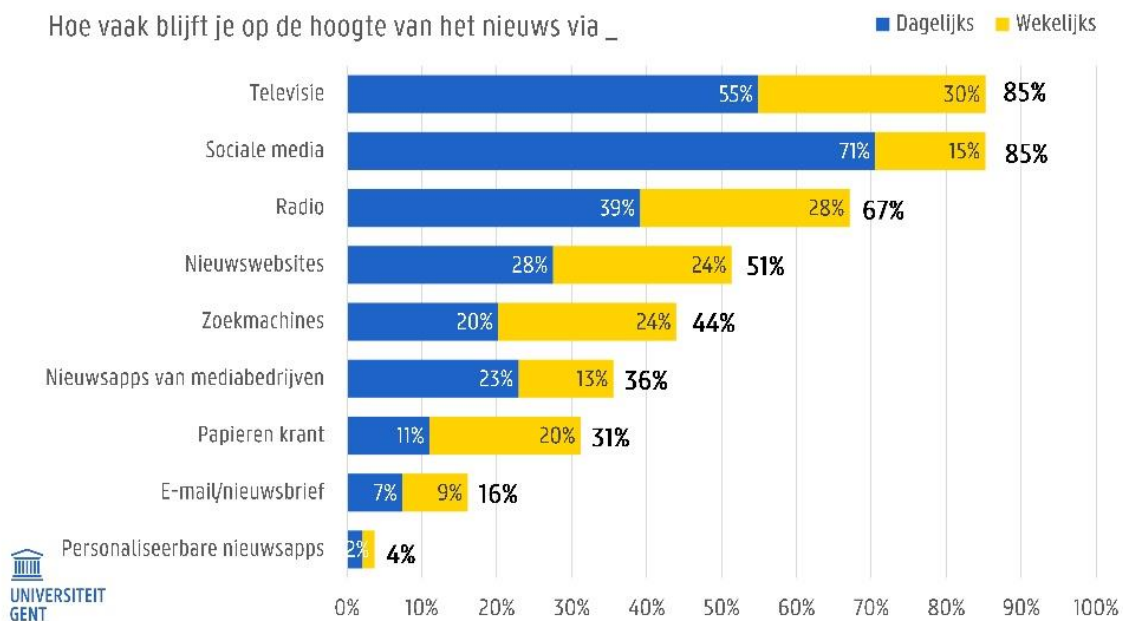
Inleiding	3
De doelstelling van de applicatie	5
Analyse van nieuwsapplicaties en nieuwssites voor jongeren	6
Gamificatie	8
Toepassing van gamificatie in de applicatie	8
Interface onderzoek	9
Article heads	9
Design voor grote schermen	10
User Experience	12
Internet Project Plan en huisstijl	13
Flowchart	15
Wireframes	16
Uitwerking van de vormgeving	18
Besluit	25
Bibliografie	26
Lijst van afbeeldingen	27

Bijlagen

Analyses	2
1. Facebook newsfeed	2
2. Windows Nieuws	4
3. Google Nieuws & Weer	6
4. Smartnews	8
5. Flipboard	10
6. Newsmonkey	12
7. Generation M	14
Moodboard	16
Persona's	20
IPP	23

INLEIDING

Nieuwsconsumptie verloopt bij jongeren anders dan bij ouderen. Het is al lang geen geheim meer dat lineair tv kijken de jongeren niet meer kan boeien dankzij de aannemende gewoontes van streaming en torrentsites, waardoor onder andere kijken naar het journaal steeds meer wegvalt. Ook het medium van de krant blijkt iets uit het verleden te zijn. Volgens cijfers van Mediawijs en de Universiteit Gent uit een bevraging van 2663 leerlingen blijkt slechts 11% dagelijks de krant te lezen, en 9% wekelijks. Ook de nieuwsapps van de mediabedrijven zelf scoren niet zeer hoog, ook al hebben ze zich aangepast aan de digitalisering. Radio scoort ook nog relatief hoog met 39% van de jongeren die dagelijks naar het nieuws luisteren, en 28% die wekelijks luisteren.¹



Figuur 1 – Nieuwsconsumptie bij jongeren 2015

Niet verwonderlijk blijkt uit de cijfers dat jongeren het meest op de hoogte blijven van het nieuws via sociale media, waarbij 71% het nieuws dagelijks nakijkt, en 15% wekelijks. De reden hierachter kan liggen bij het feit dat nieuws via sociale platformen makkelijk gedeeld wordt doordat men vrienden kan taggen in artikelen en dat alles steeds meer hapklaar wordt geserveerd voor de kijker/lezer. Je ziet ook dat nieuwsmedia op de sociale platformen meer inzetten op korte overzichtsfilmmpjes die het onderwerp zeer kort uitleggen in bulletpoints, vaak zonder geluid zodat het snel en passief kan gelezen en gedeeld worden. Ook niet onbelangrijk is het feit dat jongeren dagelijks een continue consumptie hebben van informatie, actualiteit en nieuws, terwijl nieuwsconsumptie bij ouderen eerder plaatsvindt om 8 uur 's morgens, 12 uur 's middags en 19 uur 's avonds plaatsvindt, zo schrijft de VRT Strategie Dienst in hun MEMO-studie.²

Ook praten over nieuws blijkt een zeer belangrijke manier te zijn om op de hoogte te blijven bij jongeren, wat dus de aantrekkingskracht van sociale media meer naar voren schuift. Wat je wel echter vaak ziet is dat jongeren niet reageren in de commentsecties van media zoals Knack, De

¹ VAN DAMME, K., Just checking the wall, Universiteit Gent, Mediawijs.be, www.slideshare.net/mediawijsbe/just-checking-the-wall-kristin-van-damme-ugent, laatst geraadpleegd op 13/03/2017

² COPPENS, T., MEMO 2015, VRT Strategie Studie Dienst, www.slideshare.net/mediawijsbe/vrt-memo-studie, laatst geraadpleegd op 13/03/2017

Standaard, De Morgen, ... Dit zou kunnen liggen aan de politiek getinte discussies en toxische scheldpartijen die worden gevoerd door volwassenen, waardoor jongeren zich minder geroepen voelen om ook hun mening te zeggen.

Volgens de bevraging verkiezen de jongeren dus passief nieuws dat hapklaar is en niet veel tijd of concentratie vereist om door te nemen. Waar ik naar streef is om een verantwoord sociaal platform te kunnen ontwerpen waarbij nieuws voor de jongere centraal staat, en waarbij jongeren zonder probleem met elkaar in interactie kunnen gaan zonder beoordelend oog van volwassenen. Er zijn al eerdere pogingen gedaan met Newsmonkey en Generation M, maar deze projecten resulteerden in websites waarbij artikelen eerder lijstjes waren met grappige afbeeldingen zonder enige inhoud en nieuws waarde.

Kort en bondig kunnen we stellen dat ik het nieuws dagelijks en continue wil brengen naar jongeren, dat ik ze de mogelijkheid wil geven om te praten over nieuws die belonend is zonder dat volwassenen meedoen aan het gesprek, en dat het nieuws hapklaar en passief is. Het nieuws mag van inhoud ook niet altijd te serieus zijn, en de schrijfstijl moet afgestemd zijn op jongeren. Met Article Heads, wat uitgebreid besproken zal worden in dit artikel, hebben we een element waarmee we jongeren continue kunnen voorzien van nieuws zonder dat de gebruiker op zoek moet gaan naar zijn content. Zo maken we het serveren van nieuws ook passiever en geserveerd. Met gamification gaan we elementen zoals het deelnemen aan discussies belonend maken voor jongeren, en met een kleurrijke User Interface vormen we het geheel samen tot een User Experience die afgestemd is voor jongeren. Aangezien ik een vormgever ben, en geen journalist, zal ik als voorstelling voor de artikelen bestaande stukken nemen uit onder andere Newsmonkey. De uitgebreide artikelen uit Newsmonkey zijn degelijk geschreven, en hebben als doelgroep jongeren, dus zijn ze ideaal om te dienen als voorbeeld van hoe een artikel op mijn applicatie zou kunnen zijn.

In dit onderzoek ga ik dus op zoek naar een platform waarbij jongeren op verantwoorde en overzichtelijke wijze het nieuws kunnen verteren, zonder dat het te serieus wordt en dat het vooral in de jongeren hun leefwereld blijft, niet alleen op vlak van nieuws, maar ook op vlak van User Interface en User Experience.

DE DOELSTELLING VAN DE APPLICATIE

Hoe kunnen we via een digitaal nieuwsplatform toegankelijker maken voor jongeren? De doelstelling is het ontwerpen van een interface die minimalistisch is en werkt in functie van de gebruiker. Dat wil zeggen dat de interface het nieuwsoverzicht moet schikken naar de interesses van de gebruiker. De bedoeling is ook dat de applicatie werkt in de achtergrond, en het nieuws naar de gebruiker brengt, in plaats dat de gebruiker naar het platform moet gaan en het nieuws zelf moet gaan zoeken. De interface moet meer de rol aannemen van een persoonlijke assistent en het nieuws makkelijker, sneller en persoonlijker weten te brengen.

De applicatie zal zowel beschikbaar zijn via webbrowser als applicatie. De applicatie zal echter wel de meest optimale en persoonlijke ervaring leveren voor de gebruiker omdat deze meer notificatie-gestuurd is. De applicatie is vooral belangrijk op smartphone, omdat de smartphone de laatste jaren uitgegroeid is tot het belangrijkste mobiele platform. Het is een centrale communicatie-hub geworden dat wordt gebruikt voor e-mail, agenda, sms, bellen, sociale media, bankieren en natuurlijk het lezen van nieuws.

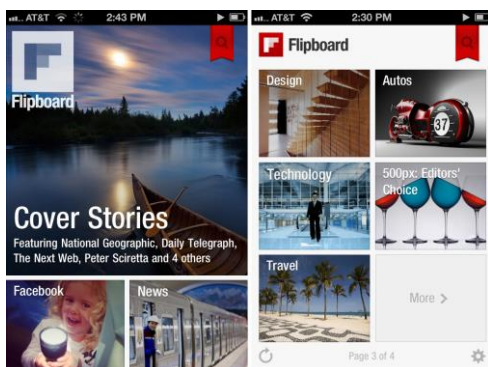
We spenderen dus ook veel tijd op onze smartphone. Cijfers uit 2015 tonen aan dat smartphone-gebruikers in de VS gemiddeld 5 uur per dag naar hun scherm staren.³ 85% van de jongeren zijn ook op de hoogte van het nieuws via sociale media, wat vooral gebruikt wordt op smartphones. We willen echter afstappen van de traditionele applicatie-interface die wordt gebruikt bij de meeste applicaties, waarbij de gebruiker eerst zelf het initiatief moet nemen om de applicatie te openen en vervolgens door zijn nieuws te scrollen. We willen het nieuws persoonlijker brengen en aanbieden aan de gebruiker wanneer het nog effectief nieuws is.

³ CHAFFEY, D., Smartinsights. <http://www.smartinsights.com/mobile-marketing/mobile-marketinganalytics/mobile-marketing-statistics/>, geraadpleegd op 13/03/2017

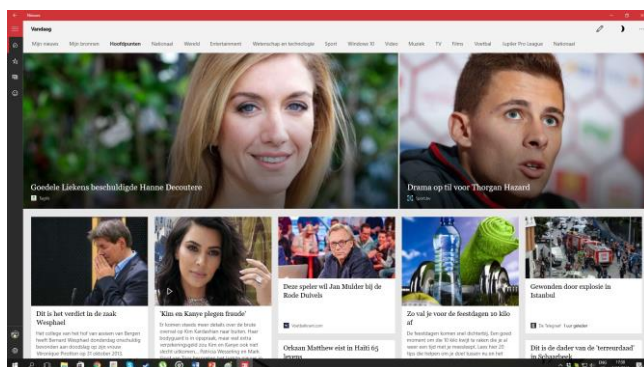
ANALYSE VAN NIEUWSAPPLICATIES EN NIEUWSSITES VOOR JONGEREN

Om een beeld te scheppen van wat er op het gebied van mobiel nieuws voor jongeren op de markt is gebeurd, heb ik een aantal concurrentieanalyses gemaakt om een idee te krijgen van waar de problemen juist liggen. Zo heb ik Flipboard, Smartnews, Windows Nieuws, Google Nieuws & Weer, Facebook, Newsmonkey en Generation M geanalyseerd. De uitgebreide versies van deze analyses zijn terug te vinden in de bijlage (bijlage blz. 2-15). De redenen waarom ik deze media heb gekozen voor analyse zijn redelijk divers. Windows Nieuws en Google Nieuws & Weer zijn allebei standaard geïnstalleerd op Windows en Android, waardoor ze sowieso een groot publiek hebben. Flipboard is dan weer de absolute marktleider in zijn categorie, gevolgd op afstand door Smartnews. Ik was vooral ook geïnteresseerd hoe deze ontwikkelaars op elk hun eigen manier lezers proberen te lokken en nieuws serveren. Generation M en Newsmonkey zijn dan weer de vooraanstaande projecten in Vlaanderen op vlak van nieuws voor jongeren, waardoor een analyse van deze twee media sowieso van belang is.

Uit de cijfers van Mediawijs bleek al dat 85% van de jongeren op de hoogte blijven van de actualiteit via de tijdlijn van Sociale Media zoals Facebook. Er zijn echter ook alternatieven die gebruikt worden. Flipboard is bijvoorbeeld een populaire nieuwsapplicatie waarbij de gebruiker zijn eigen magazine samenstelt. Flipboard heeft het voordeel dat het ook standaard geïnstalleerd is op alle smartphones van Samsung, waardoor het al automatisch toegang heeft tot 21% van het marktaandeel van de industrie⁴. Toch maakt dit volgens de cijfers van Mediawijs niet veel uit, want maar 4% van de jongeren blijken personaliseerbare nieuwsapps zoals Flipboard te gebruiken. Andere applicaties zoals Windows Nieuws, Google Nieuws & Weer en Smartnews gebruiken zoals Flipboard hetzelfde systeem van het brengen van nieuws, namelijk: de gebruiker kiest een aantal onderwerpen die hij interessant vindt, en volgens deze onderwerpen verzamelt de applicatie vervolgens nieuwsberichten van verscheidene nieuwssites om deze in een selectie voor te schotelen bij de gebruiker. Flipboard en Windows Nieuws geven de gebruiker nog de optie om het nieuws te lezen in een interface van de ontwikkelaar zelf, terwijl Google Nieuws & Weer en Smartnews de gebruiker omleiden naar de nieuwssite waar het bericht vandaan komt.



Figuur 2 - Flipboard



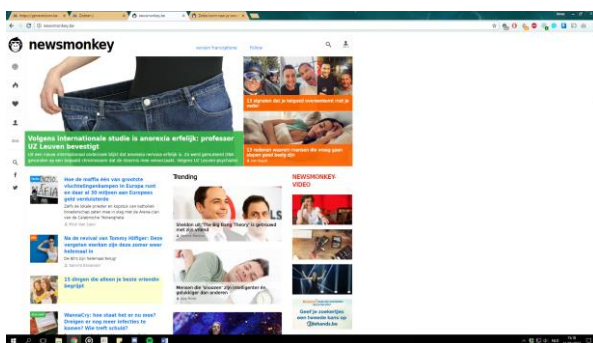
Figuur 3 – Windows Nieuws

Facebook werkt zeer gelijkaardig, en toont de nieuwsberichten van de pagina's die je als gebruiker hebt geliked op je tijdlijn, en daarbij extra berichten waarbij vrienden of kennissen die je volgt mee in interactie zijn gegaan. Dit verschil maakt van Facebook onmiddellijk een veel sociaal nieuwsmedium dan de overige nieuwsapplicaties, omdat jongeren veel meer in contact komen met het nieuws doordat ze worden getagd, en omdat ze het te zien krijgen op een platform dat ze sowieso al

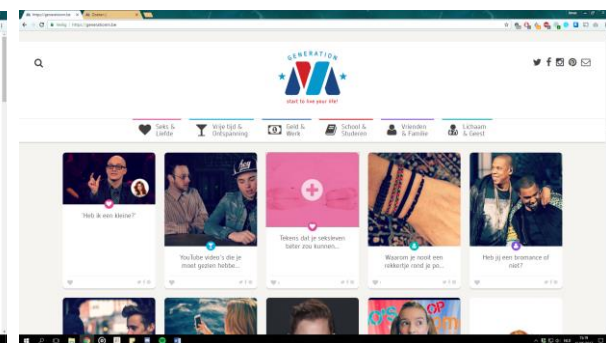
⁴ IDC Research, Inc., www.idc.com/promo/smartphone-market-share/vendor, laatst geraadpleegd op 23/04/2017

dagelijks bekijken om berichten te sturen naar vrienden. Het nieuws komt als het ware naar hen toe, zonder dat ze hiervoor een extra applicatie moeten openen. Door het liken van pagina's op Facebook zit er ook veel meer van de persoonlijke interesses in de tijdlijn van de gebruiker, wat het geheel veel interessanter maakt. Een gevolg is dat het aantal nieuwsberichten die verschijnen binnen de nieuwsfeed afhankelijk zijn van wat je hebt geliket als gebruiker. Als je geen pagina's volgt van nieuwsdiensten, dan krijg je simpelweg veel minder actualiteit op je tijdlijn te zien. Een enorm minpunt aan de Facebook tijdlijn is echter clickbait. Met clickbait proberen meer en meer websites lezers te lokken met misleidende titels om reclame-inkomsten te generen op hun website, wat natuurlijk enorm nefast is voor de reputatie dat het nieuws heeft op sociale media. Een conclusie die we kunnen trekken bij het verschil tussen Facebook en personaliseerbare nieuwsapplicaties, is dat Facebook veel meer ruimte vrijlaat voor personaliseerbare functies. De gebruiker wordt naar de nieuwstijdlijn gebracht omdat dit een onderdeel is van een sociaal platform, waarbij je interactie hebt met berichten, het uiten van emoties via de "vind-ik-leuk-knop", en natuurlijk het chatten met vrienden tussendoor. Nieuwsapplicaties daarentegen bieden alleen maar nieuws, maar hebben voor de rest geen aantrekkingskracht op jongeren door een gebrek aan sociale functies van de applicaties.

Ten slotte zijn er ook nog twee andere, Belgische spelers die interessant zijn: Generation M en Newsmonkey. Beide zijn nieuwsdiensten met een focus op jongeren, met een vrij open houding naar nieuws toe. Generation M is een initiatief van de VRT en wordt uitgebaat door jongeren, voor jongeren, met een redacteur van de VRT als eindredacteur. De onderwerpen die bij Generation M aan bod komen zijn specifiek afgesteld op jongeren en gaan over vrije tijd & ontspanning, school & studeren, seks & liefde, ... De artikelen missen vaak echter substantie en zijn vaak lijstjes met .gif-afbeeldingen die een herkenbare situatie zouden moeten weerspiegelen voor de lezer, wat men dus niet bepaald nieuws kan noemen. Dat gebrek aan echte inhoud weerspiegelt zich ook naar het aantal likes, namelijk een 7500-tal, wat niet bepaald veel is tegenover hun grote concurrent Newsmonkey, met bijna 100 000 likes.



Figuur 4 – Newsmonkey



Figuur 5 – Generation M

Newsmonkey is vaak in hetzelfde bedje ziek als Generation M, doordat men ook overmatig deze lijsten met bekende situaties, ondersteund door .gif-afbeeldingen laten voordoen als artikelen, maar weet zich toch te onderscheiden door een veelzijdig aanbod van goede artikelen met verscheidene onderwerpen die logisch en overzichtelijk zijn ingedeeld. Er ligt een focus op pop-cultuur, gaming, showbiz, maar ook wetenschap, reizen en dieren in vaak relatief korte, overzichtelijke en toegankelijke artikelen, geschreven door jonge journalisten. Net als bij Generation M ligt er ook bij Newsmonkey een enorme focus op beeld, vaak met humor, om zo jongeren aan te trekken om zo meer reacties, sharen en likes uit te lokken bij de gebruikers. Het enige probleem hiervan is dus wel, dat wanneer men Newsmonkey volgt op facebook, de gebruiker dus afhankelijk is van de artikelen die door Newsmonkey zelf op de tijdlijn gedeeld worden, en men voor specifiek nieuws van eigen interesse echt op zoek moet gaan, waardoor de opname van het nieuws zo weer versplinterd wordt.

GAMIFICATIE

Gamificatie is het gebruiken van spelprincipes of *game mechanics* in een website of applicatie om zo de betrokkenheid van de gebruiker te stimuleren om mensen te motiveren om hun doel te bereiken. Met gamificatie gaat men elementen uit videogames gebruiken om spelers te stimuleren, om zo een bepaalde waarde te hechten aan een actie. Dit kunnen dus verzamel- of competitieve elementen zijn, die worden gebruikt in een andere context dan een videogame. Bij het woord gamificatie denkt men in de eerste plaats aan videogames die bedrijven gebruiken voor een specifiek doel. Gamificatie gaat echter om het toevoegen van de ervaring van progressie die gamers ondervinden bij het spelen van videogames door het toepassen van elementen die het medium zo interessant en uitdagend maken.⁵

Het concept van gamificatie is gebouwd op tien vooraanstaande *game mechanics* die zich al bewezen hebben in het motiveren en uitdagen van gebruikers en combineert deze vaak. De website Bunchball, lijst deze elementen op als Fast Feedback, Transparantie, Doelen, Achievements, Leveling up, Onboarding, Competitie, Collaboratie, Community en Punten⁶. De elementen zijn gefocust op het aanmoedigen van acties door doelen op te stellen en vervolgens de gebruiker te belonen wanneer hij deze doelen of opdrachten volbrengt met achievements, punten, levels, ... Dit brengt een extra competitief element met zich mee, want de gebruiker kan zo zien of hij beter of slechter doet dan zijn vrienden. Door het creëren van tegenstanders voor de gebruiker krijg je zo een community die met elkaar in interactie kan gaan. Ook belangrijk is dat gamificatie de gebruiker helpt om de applicatie te leren begrijpen door het gebruiken van de spelelementen. De gebruiker wordt niet als het ware in de applicatie gedropt, maar leert stap voor stap bij hoe de applicatie in elkaar zit door het volbrengen van doelen en achievements.

Waarom gamificatie? Gamificatie is het ideale model om normale taken te vertalen naar iets leuks, waardoor de gebruiker meer plezier heeft in het volbrengen van de taken, omdat hij er een beloning mee verdient. Het is ook het ideale model om deze app te doen onderscheiden van andere nieuwsapps omdat gamificatie een extra sociaal aspect bijbrengt om beter te presteren dan je vrienden, en het draagt bij tot de meer persoonlijke aanpak van de app.

TOEPASSING VAN GAMIFICATIE IN DE APPLICATIE

Elke gebruiker krijgt een startlevel dat kan stijgen naarmate hij achievements en badges verdient, een quiz oplost en punten verdient. Na het lezen van een artikel krijgt de gebruiker een mini-quiz waarbij hij bij elk juist antwoord punten kan krijgen om zijn level te doen stijgen, en een trading card dat kan gaan over het desbetreffende onderwerp. Mogelijks verdient hij ook een achievement, a.d.h.v. de prestatie, bijvoorbeeld bij het verdienen van een level op, het oplossen van een honderdste vraag, en etc. Ook kan de gebruiker het percentage zien van het aantal personen dat de vraag juist had.

Trading cards bestaan uit verschillende sets, en als een set van trading cards door een gebruiker vervolledigd wordt, kan deze set worden omgezet tot een badge, wat weer extra punten oplevert om te stijgen in level. De gebruiker kan ook altijd trading cards bijkopen op de marketplace, of ruilen met andere gebruikers, in geval dat de speler dubbele kaarten heeft. Wanneer de speler een hoger level behaalt, kan hij ook een nieuwe titel krijgen en een rank. De rank varieert tussen brons, zilver of goud, en is afhankelijk van hoe hoog het level is van de gebruiker. Met al deze spelelementen wordt er zo een vorm van competitie tussen de gebruikers gevormd.

⁵ Bunchball. <https://www.bunchball.com/gamification>, laatst geraadpleegd op 6/04/2017

⁶ Bunchball. <https://www.bunchball.com/gamification/game-mechanics>, laatst geraadpleegd op 6/04/2017

INTERFACE ONDERZOEK

Om op zoek te gaan naar een houvast voor de sfeer van de applicatie heb ik een moodboard (zie bijlage blz. 16) gemaakt, om zo geïnspireerd te raken bij het toepassen van kleur, animatie, achtergrond, lettertype, en etc. Een van de hoofdzakelijke inspiratiebronnen in het moodboard is MTV, dat altijd jongeren als doelgroep heeft gehad en daarom ideaal is als invloed. MTV staat bekend om hun speelse kleuren, soepele animaties en kleurrijke illustraties. Hun beelden worden vaak ondersteund door foto's met felle kleuren en geometrische vormen, waardoor alles heel opgeblazen, krachtig en snel aanvoelt. Een conclusie die ik hieruit kon trekken is dus dat ik op zoek moest gaan naar mooie, felle, speelse kleuren met goede illustraties, animaties en geometrische vormen om deze kleuren tot hun volle recht te brengen en het geheel speels en visueel interessant te maken.

Een andere belangrijke inspiratie in het moodboard is Material Design, waar ik mij niet alleen liet inspireren door Google, maar ook door nooit uitgevoerde applicatieconcepten die gebruik maken van een interface dat gebaseerd is op kaarten. Material design wordt gekenmerkt door het tactiele gevoel dat de interface meegeeft tijdens de interactie. Het gebruik van animatie versterkt deze mindset wanneer er tijdens een interactie met de interface een animatie gebeurt dat een subtiele, maar toch duidelijk feedback geeft naar de gebruiker en zo zijn interactie met de interface bevestigd⁷. Met de kaarten kan je de interface vervolgens niet alleen tastbaar, maar ook overzichtelijk maken door de noodzakelijke informatie en knoppen op de kaart te zetten, zodat de gebruiker weet of dat hij het nieuws wil lezen of archiveren om later te bekijken. Via een kaarten-systeem kan je nieuwsberichten ook makkelijk indelen in thema's, onderwerpen en vastleggen aan vaste stijlen zodat de inhoud van een kaart al direct in één oogopslag herkenbaar is en gelinkt wordt aan een bepaald onderwerp.

ARTICLE HEADS

Voor het brengen van nieuws naar de gebruiker heb ik mij gebaseerd op de Chat Heads van de Messenger-applicatie van Facebook. In 2013 introduceerde facebook deze functie om hun communicatie-applicatie naadloos te kunnen integreren in de User Interface van je smartphone. Het doel hiervan was om weg te stappen van de traditionele manier van interactie met applicaties, namelijk het navigeren naar een apart scherm om daar de functies van de applicatie te gebruiken. Met de Chat Heads verschijnen de functies van de applicatie wanneer je ze nodig hebt, en blijven ze uit de weg wanneer je ze niet nodig hebt, wat dus meer past in het idee van je smartphone als persoonlijke assistent.⁸

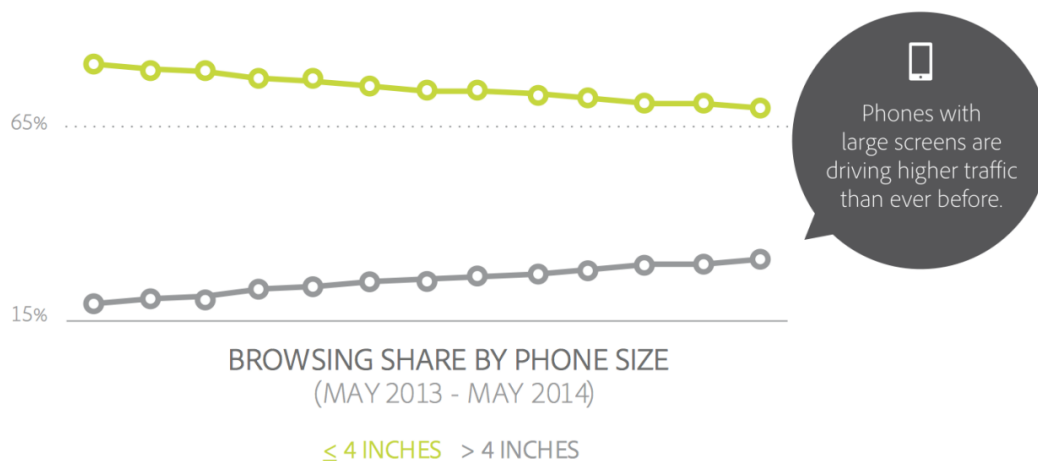
De gebruiker kan in interactie gaan met de Chat Heads door ermee te spelen met je duim, deze op een plaats te zetten op je scherm waar je maar wil, of door deze eenvoudig van het scherm weg te gooien wanneer je deze niet meer nodig hebt. Het is over het algemeen een veel snellere en leukere manier van navigeren tussen interfaces, waarbij de applicatie meer aanvoelt als een deel van het geheel van de User Interface van je smartphone. Voor artikels wil ik dan ook hetzelfde doen, waarbij de gebruiker via een Article Head een selectie van nieuwsberichten binnenkrijgt, geselecteerd op basis van zijn interesses. De gebruiker moet zelf ook kunnen kiezen of dat ze continue notificaties van nieuws kunnen ontvangen, of op vooraf ingestelde tijdstippen. Vanaf de Article Heads moet de gebruiker ook verder in de interface kunnen duiken mits hij nog meer nieuws wil lezen, zijn achievements wil bekijken, trading cards, en etc.

⁷ Google, <https://material.io/guidelines/material-design/introduction.html>, laatst geraadpleegd op 3/05/2017

⁸ AGULLAR, M., Gizmodo, <https://gizmodo.com/5993646/what-are-facebook-chat-heads>, laatst geraadpleegd op 3/05/2017

DESIGN VOOR GROTE SCHERMEN

Sinds Samsung begon met de introductie van hun Samsung Galaxy Note-reeks in 2011, zijn smartphone schermen steeds groter geworden. Hoewel dit in het begin nog een niche was, omdat men nog niet gewend was aan een telefoon die bijna zo groot was als een tablet, zijn smartphones de afgelopen jaren wel steeds groter geworden. Terwijl vóór 2013 schermen van 3.5 inch en 4 inch nog de norm waren, zijn sinds mei 2013 schermen groter dan 4 inch de norm geworden, waarbij ze verantwoordelijk zijn voor 65% van het smartphone-verbruik, volgens de Mobile Benchmark die Adobe in 2014 heeft uitgevoerd.⁹

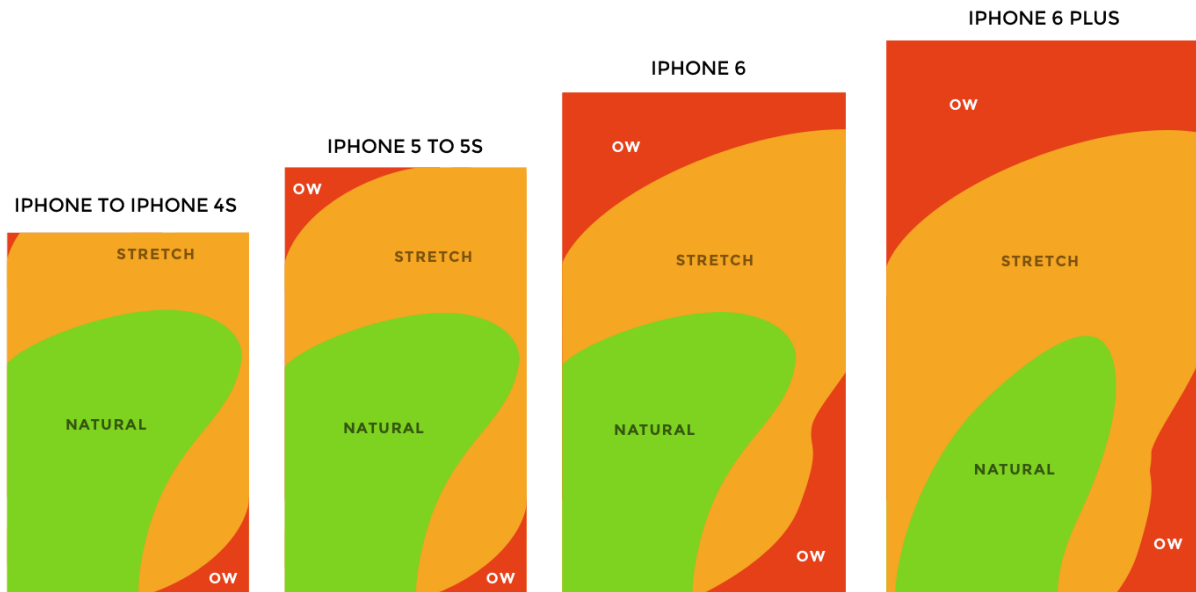


Figuur 6 – Evolutie verkoop van smartphones met een scherm > 4 inch

De evolutie naar grotere schermen zorgt er dus ook voor dat men meer in interactie gaat met de duimen, en dat we ons design daar ook naar moeten toepassen. Scott Hurf schrijft dat volgens een studie van Mobile expert Steve Hooper, gebruikers voor 49% van de tijd hun smartphone besturen met hun duim. In diezelfde studie hadden ze ook een Heatmap gemaakt over het gebruik van de duim over het scherm en de evolutie ervan sinds 2007.¹⁰

⁹ US Mobile Benchmark Report 2014, Adobe
http://www.cmo.com/content/dam/CMO_Other/ADI/ADI_Mobile_Report_2014/2014_US_Mobile_Benchmark_Report.pdf, laatst geraadpleegd op 15/03/2017

¹⁰ HURFF, S., <http://scotthurff.com/posts/how-to-design-for-thumbs-in-the-era-of-huge-screens>, laatst geraadpleegd op 15/03/2017

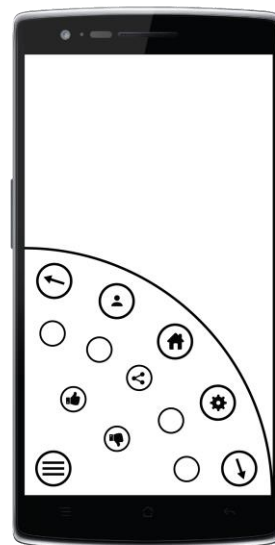


figuur 7 - Heatmaps van het gebruik van een rechterduim bij smartphones.

Zoals op de afbeeldingen te zien zijn, blijft de natuurlijke zone voor de duim grotendeels hetzelfde, terwijl de rest van het scherm door de grootte steeds minder comfortabel wordt. Toch kiest het merendeel van de UI- en UX-designers nog altijd voor de oude aanpak wanneer het aankomt voor het plaatsen van menu-knoppen, namelijk van boven (zie figuur 8), aangezien deze voor de gebruiker op een ondertussen intuïtief aangeleerde plaats staan.



Figuur 8 - Voorbeeld van een standaard interface



Figuur 9 - Circulair menu

Het zou dus verstandiger zijn om onze interface op een betere manier mee te laten evolueren, en het menu meer naar de hand van de duim te zetten die je gebruikt. Instagram heeft hier bijvoorbeeld met zijn nieuwe interface al naartoe gewerkt door de standaard-knoppen onderaan het scherm te plaatsen. Ik streef echter naar een inklapbaar, circulair menu dat je kan verplaatsen naar links of rechts, afhankelijk van de duim die je als gebruiker prefereert. Op de universiteit van Toronto hebben studenten een vergelijkbare circulaire User Interface ontworpen door rekening te houden met de manier waarop de gebruiker zijn smartphone vasthoudt. Zo kwamen ze uiteindelijk uit op een

circulair toetsenbord dat veel aangenamer aanvoelde om te gebruiken.¹¹ Door op deze manier rekening te houden met het groter worden van de schermen kunnen we met de applicatie al een grote stap zetten richting een gebruiksgemak en een optimale User Experience.

USER EXPERIENCE

Voor de User Experience wil ik afstappen van het typische systeem waarbij de applicatie een icoontje is in een menu van andere icoontjes, waarbij de bezoeker zelf moet terechtkomen. Zoals Paul Adams van Intercom het beschrijft, wil ik een systeem maken voor de gebruiker, geen bestemming¹². Het is de bedoeling dat zodra er nieuws is dat de gebruiker kan interesseren, deze wordt aangevend aan de gebruiker, in plaats dat de gebruiker ernaar op zoek moet gaan. Ik wil hiermee de interface van de applicatie ook verschuiven naar het hoofdscherm van de smartphone, op dezelfde manier dat Facebook Messenger notificaties aflevert aan de gebruiker wanneer men een nieuw bericht krijgt op hun smartphone. Je moet de applicatie niet opendoen om vervolgens een laadtijd te ondergaan en een menu te passeren, je drukt gewoon op de notificatie en je kan je bericht lezen. Het is dus een notificatie die direct een actie aanbiedt.

Op Android en iOS zijn notificaties bij een update vorig jaar aangepast zodat ze sowieso een directe actie toelaten. Zo kan je bij een notificatie van de website van The Guardian in de notificatie zelf ervoor kiezen om het bericht op te slaan of te delen, terwijl je bij Twitter drie knoppen voorgeschoteld krijgt waarbij je kan re-tweeten, antwoorden of aanduiden als favoriet¹³. Notificaties beginnen zo meer en meer te evolueren naar effectieve content die sneller voor de gebruiker beschikbaar is, en voor nieuws-applicaties wil ik dit naar de volgende stap brengen. Dit alles met de bedoeling om nieuws persoonlijker en directer naar de gebruiker te brengen met een interface dat meer aanvoelt als een ecosysteem van verschillende applicaties die elkaar aanvullen, in plaats van verschillende applicaties met elk een eigen menu, interface, etc.

Op vlak van het personaliseren van content heeft Paul Adams ook een duidelijke structuur gemaakt van de manier waarop content verschijnt in de tijdlijn van de gebruiker waarop de preferenties van de gebruiker worden gecombineerd met 3rd party services om zo tot een nieuws feed te komen die voor mijn eigen applicatie van pas kan komen. Dit systeem voelt direct veel persoonlijker aan voor de gebruiker dan bijvoorbeeld een selectie die een hoofdredacteur zou maken, omdat die onmogelijk weet wat de voornaamste specifieke interesses zijn van de gebruikers.¹⁴ Diensten zoals Netflix, Youtube, Facebook passen deze techniek nu al enige tijd toe, net zoals verschillende reclame-adverteerders die hun reclame toepassen aan de hand van je surfgedrag dat wordt opgeslagen via cookies.

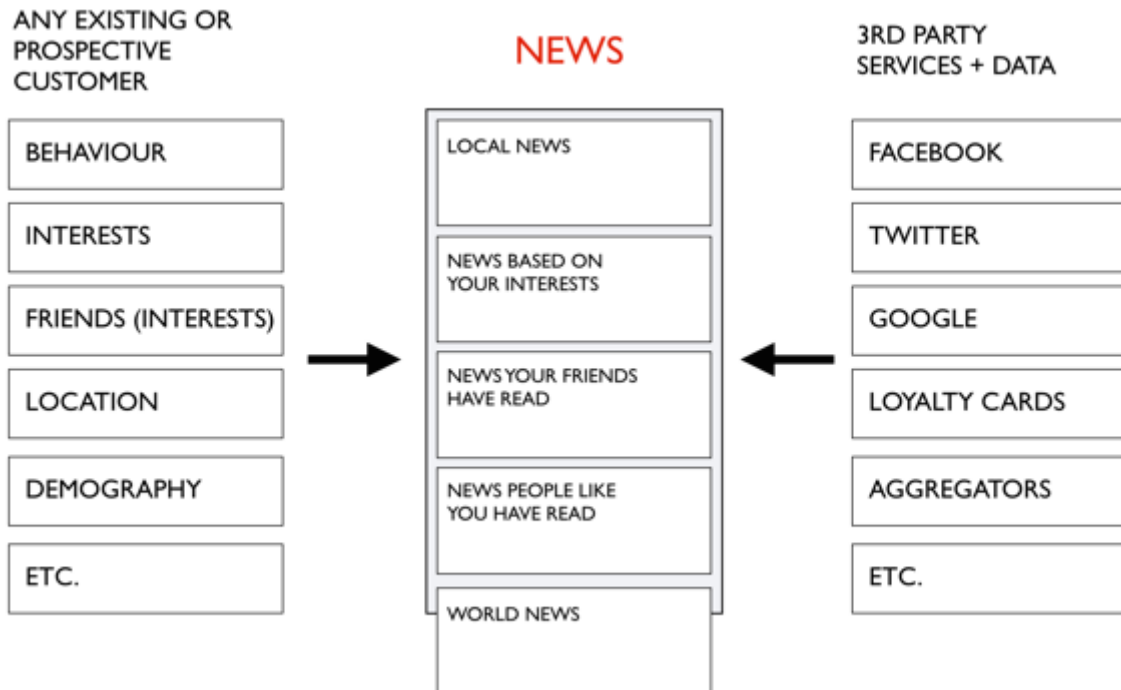
Om een beter idee te krijgen wat de User Experience moet omvatten voor jongeren, heb ik een aantal persona's gemaakt in functie van het onderwerp, om zo een beter beeld te krijgen van wat jongeren zoeken in functionaliteit van applicaties. Deze persona's kunnen teruggevonden in de bijlage op blz. 20.

¹¹ AARABI, P., Wired, <https://www.wired.com/insights/2014/01/mobile-user-interfaces-look-future/>, laatst geraadpleegd op 15/03/2017

¹² ADAMS, P., <https://blog.intercom.com/design-futures-1-creating-systems-not-products/>, laatst geraadpleegd op 16/03/2017

¹³ ADAMS, P., <https://blog.intercom.com/the-end-of-apps-as-we-know-them/>, laatst geraadpleegd op 16/03/2017

¹⁴ ADAMS, P., <https://blog.intercom.com/design-futures-2-personalization-and-the-new-product-canvas/>, laatst geraadpleegd op 16/03/2017



Figuur 10 – Aanbrengen van content naar gebruikers toe

INTERNET PROJECT PLAN EN HUISSTIJL

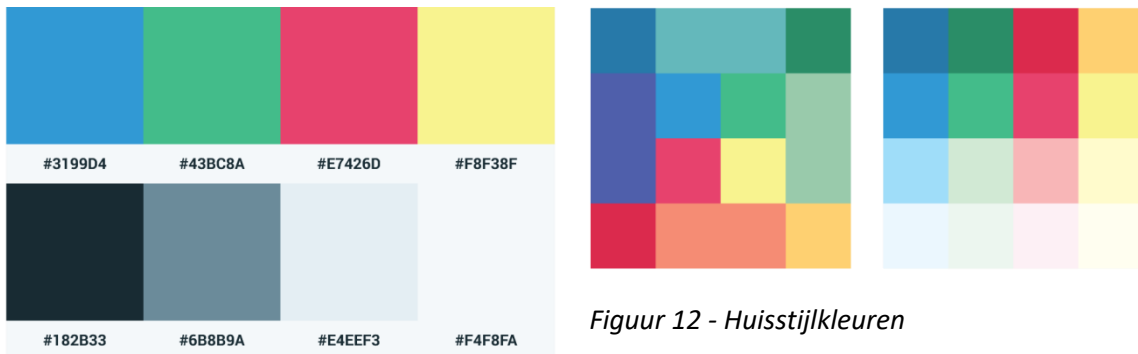
Na het uitvoeren van een Internet Project Plan¹⁵ (zie bijlage blz. 23) op basis van de vragenlijst uit het boek “Webdesign van concept tot realisatie” ben ik tot meer concrete details gekomen voor de applicatie. De naam van de applicatie wordt “The Rocket Reporter”, en heeft als hoofdplatform de smartphone, zowel op iOS als Android. Het is een applicatie die het nieuws moet toegankelijker maken voor jongeren, door spelelementen (gamificatie) toe te voegen en te focussen op artikels die specifiek voor jongeren geschreven zijn en dus ook een taal hanteren die zich meer bij de jongeren aansluit. Het is ook de bedoeling dat jongeren durven meedoen aan discussies over de actualiteit, op een eigen platform.



Figuur 11 - The Rocket Reporter logo

¹⁵ VAN GROENENDAAL, H., Webdesign van concept tot realisatie

De doelgroep bevat Leerlingen (12+) in bezit van een smartphone die op de hoogte willen blijven van wat er zich afspeelt in de wereld. De applicatie brengt het nieuws op de uren die de gebruiker zelf heeft ingesteld, met onderwerpen die de gebruiker effectief interesseren. De gebruiker moet ook niet op zoek gaan naar de artikels, het wordt allemaal passief geserveerd. Elk onderwerp in de applicatie krijgt ook een kleur aangewezen, zodat de artikels ook voor elk onderwerp een kleur krijgen, wat de applicatie een kleurrijker karakter geeft. Er zijn vier hoofdkleuren, blauw, geel, rood en groen, waarvan elk een donkerdere tintvariant heeft, en twee lichtere tintvarianten. Overigens is er ook nog zwart en wit, met twee lichte tinten van grijs in het midden voor contrasten, details en tekst.



Figuur 12 - Huisstijlkleuren

Tussen elke hoofdkleur van de huisstijl zijn er ook nog variaties, namelijk paars, oranje, lichtgroen en groenblauw. Deze kleuren dienen voor kleurovergangen tussen de hoofdkleuren tijdens animaties, om de transitie tussen de onderwerpen natuurlijker te maken. Ook dienen ze om aparte schermen die niet gebonden zijn aan een artikelonderwerp een aparte identiteit te geven. Voor titels in artikelen en pagina's wordt het lettertype Heavitas gebruikt. Het is een robuust lettertype met alleen kapitalen dat betrouwbaar oogt, maar toch een licht speels karakter heeft door de afgeronde hoeken. Voor tekst wordt het lettertype Roboto gebruikt, aangezien dit op scherm een van de best leesbare lettertypen is bij lange teksten, wat bij nieuws wel een zeer belangrijke vereiste is.

Font-family

HEAVITAS

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Roboto Regular

The quick brown fox jumps over the lazy dog

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Roboto Medium

The quick brown fox jumps over the lazy dog

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Roboto Bold

The quick brown fox jumps over the lazy dog

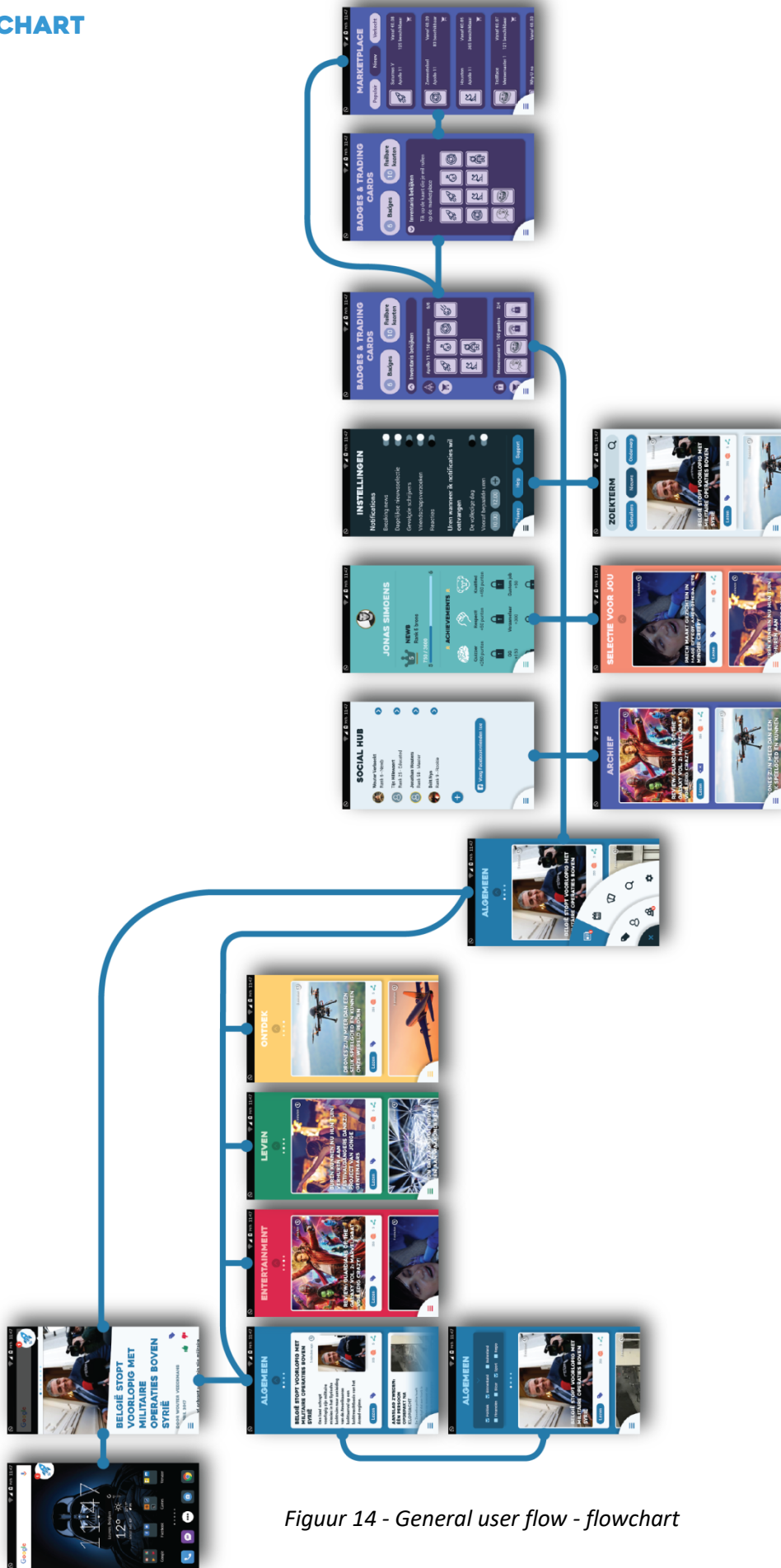
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figuur 13 - Font-family

FLOWCHART



Figuur 14 - General user flow - flowchart

UITWERKING VAN WIREFRAMES

Om alle nodige basiselementen een plaats te geven in de User Interface heb ik eerst wireframes gemaakt voor de belangrijkste schermen. Dit is de absolute basis van de functies, en de start waaruit de Interface verder zal evolueren. De menuknop is overal aanwezig en dient als HUB om van eender welke pagina op de andere te kunnen geraken. Bij de artikelpagina vind je als absolute basis de tekst, titel en bannerafbeelding terug en rechts onderaan een knop om naar een verwant artikel te gaan. Ook zijn er bovenaan vijf bollen die pagina's moeten voorstellen en de gebruiker leiden naar de rest van de selectie aan artikels die hij net kreeg bij een notificatie.

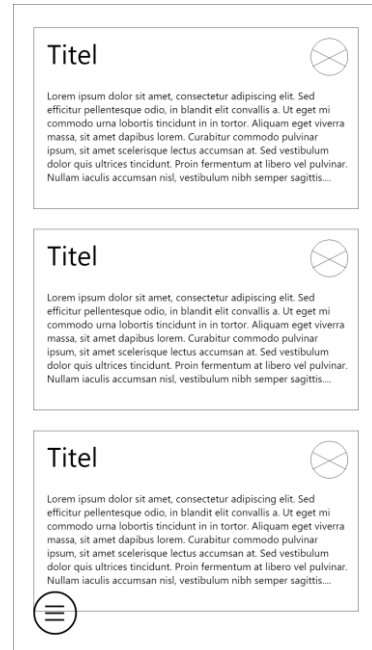
De gebruiker kan via het duimmenu doorgaan naar de onderwerp pagina's waarbij hij al het nieuws kan terugvinden op kaarten, opgedeeld per onderwerp en gestapeld op basis van interesse. Bij de selectie van de dag kan de gebruiker een middenweg vinden tussen alle artikels bij de onderwerp pagina's en de selectie van het vijftal dat de gebruiker kreeg bij de notificatie.



Figuur 15 - Artikelpagina wireframe



Figuur 16 - Onderwerpmenu wireframe



Figuur 17 - Dageselectie wireframe

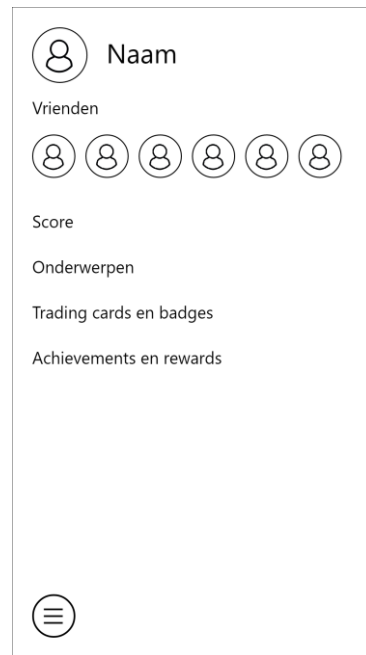
De gebruiker moet ook de mogelijkheid hebben om nieuwsberichten op te slaan zodat hij deze later kan lezen. Deze opgeslagen berichten komen in het archief terecht. Ook moet de gebruiker de mogelijkheid hebben om specifiek naar nieuwsberichten, onderwerpen of andere gebruikers te zoeken via een zoekfunctie. De functie werkt simpelweg door de desbetreffende zoekterm in te geven en vervolgens de tab aan te duiden om specifieker te kunnen zoeken. Bij de profielpagina kan de gebruiker een overzicht terugvinden van zijn vrienden, level, achievements, en etc.



Figuur 18 - Archief wireframe

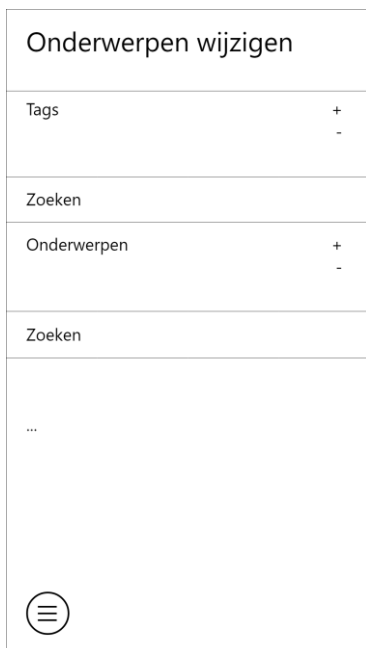


Figuur 19 - zoekpagina wireframe

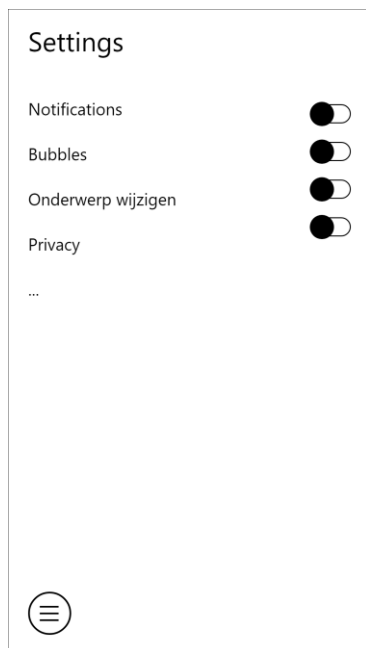


Figuur 20 - profielpagina wireframe

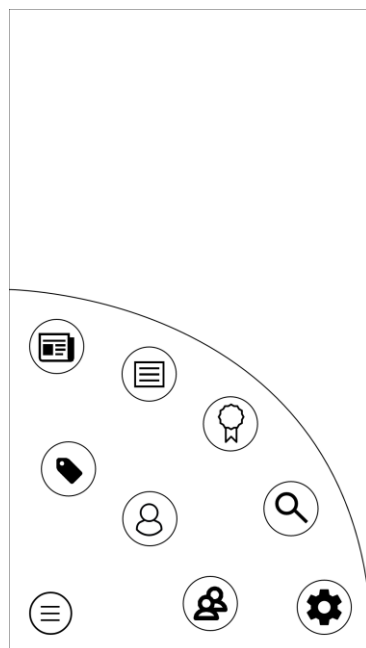
Het is ook mogelijk om de onderwerpen waarover men nieuws wilt ontvangen aan te passen, zodat de nieuws feed beter aansluit bij de interesses van de gebruiker. Vanuit de instellingen-pagina kan de gebruiker ook instellen hoe en wanneer hij zijn notificaties wil krijgen.



Figuur 21 - Onderwerp wijzigen wireframe



Figuur 22 - Instellingen wireframe



Figuur 23 - Duimmenu wireframe

UITWERKING VAN DE VORMGEVING



Article Head

Als voorbeeld nemen we hier het scherm van de Android UI. Wanneer de gebruiker een notificatie krijgt van de applicatie, verschijnt er een Article Head in de User Interface, die kan verslept, geopend of verwijderd kan worden van het scherm.

De Article Heads dienen als een meer intuïtieve manier om notificaties naar de gebruiker te brengen, en de interface van de applicatie zo beter in de UI van Android en iOS te integreren.

*Figuur 24 – Article Head
Notificatie*



Artikelscherm: deel 1

Bij het openen van een Article Head komt de gebruiker uit bij het eerste artikel van een selectie van zeven berichten die de app voor hem heeft gemaakt. Door naar rechts of naar links te swipen komt de gebruiker terecht bij overige recente artikelen, gebaseerd op verscheidene onderwerpen die hem interesseren.

Als de gebruiker een bericht wil bewaren voor later, dan kan hij op de tag-knop drukken en wordt deze opgeslagen in het archief. Ook kan de gebruiker zijn tevredenheid over het nieuwsbericht uitdrukken met de groene en de rode duim.

Figuur 25 – Artikel titel



Artikelscherm: deel 2

Door naar beneden te scrollen kan de gebruiker het artikel verder lezen. Onderaan kan de gebruiker ook altijd de menu-knop terugvinden om zo te navigeren naar de andere pagina's van de applicatie.

De kleuren van de opmaak van het artikel zijn overigens afhankelijk van het thema van het nieuwsbericht. Als het nieuwsbericht tot de algemene onderwerpen behoort, dan is de opmaak blauw met wit, terwijl een bericht dat behoort bij het entertainmentnieuws een rood met witte opmaak zal hebben.

Figuur 26 – Artikel tekst

IEDEREEN STAAKT HET VUREN?

Volgens de VRT houden alle landen van de internationale coalitie voorlopig hun vliegtuigen aan de grond. "De internationale coalitie bekijkt dag per dag hoe de situatie evolueert," zegt Vandeput aan de openbare omroep. Pas als de internationale coalitie toestemming geeft, komen de Belgische F-16's weer in actie. Ze staan nu in de luchtmachtbasis al-Azraq in Jordanië.

POP-QUIZ
GEEF HET JUISTE ANTWOORD EN VERDIEN EXTRA PUNTEN!

Wie was de vorige minister van defensie?

Bart Tommelein
Pieter De Crem
Alexander De Croo

CORRECT!
48% van de lezers hadden deze vraag juist.

+350 PUNTEN!
JE HEBT EEN ACHIEVEMENT BEHAALD!
+ 1 TRADING CARD

355 5

Wouter Verlaeckt Bewerkt
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed efficitur pellentesque odio, in blandit elit convallis a.
8 minuten geleden 5 1

Jonathan Wouters Bewerkt
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed efficitur pellentesque odio, in blandit elit convallis a.
6 minuten geleden 7 3

Britt Nys Bewerkt
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
4 minuten geleden

Tijs Hillewaert Bewerkt
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed efficitur pellentesque odio, in blandit elit convallis a.
6 minuten geleden 5 1

Schrijf een reactie...

Artikelscherm: deel 3

Onder elk nieuwsbericht bevindt er zich een kleine pop-quiz waarbij de gebruiker één of meerdere quizvragen voorgeschoteld kan krijgen. Het oplossen van deze levert punten op, waarmee de gebruiker kan stijgen in level. Ook verdient hij met het oplossen van deze vragen Trading cards, en soms ook achievements, afhankelijk van de prestatie. Bij het oplossen van de vraag krijgt de gebruiker directe feedback van zijn actie door een bericht dat meedeelt dat het antwoord correct of foutief is, en via het percentage van juiste antwoorden dat andere gebruikers op deze vraag hebben gegeven.

De quizvragen zijn niet altijd multiplechoicetests, het kunnen ook vragen zijn waarbij de gebruiker het antwoord zelf moet typen, een afbeelding bij een juiste term moet plaatsen, en etc. om de variatie zoveel mogelijk te behouden.

De gebruiker kan ook op het bericht reageren, delen, antwoorden op andere gebruikers hun berichten, deze up- en downvoten, en etc. Jongeren communiceren ook vaak via memes, .gifs en emoji's, dus deze opties zijn allemaal mee geïntegreerd in de interface. Door in interactie te gaan met de community kan de gebruiker ook extra achievements verdienen, wat weer extra punten oplevert om een level omhoog te gaan.

Figuur 27 – Artikel quiz en commentsectie



Figuur 28 – Duimknop links



Figuur 29 – Duimknop centraal



Figuur 30 – Duimknop rechts



Figuur 31 – Duimmenu links



Figuur 32 – Duimmenu centraal



Figuur 33 – Duimmenu rechts

Navigeren via het duimmenu

Het duimmenu is gebaseerd op de opbouw van de heatmaps van Steve Hooper, en kan door de gebruiker verplaatst worden naar de linker-, centrale-, of rechterzijde van het scherm, afhankelijk van welke duim de gebruiker preferereert. Het menu is de centrale HUB van de applicatie en kan de gebruiker naar elk belangrijk scherm leiden. Zo zijn er knoppen voor het onderwerp menu, het menu voor de dagselectie van nieuws, de Trading Cards, de zoekfunctie, instellingen, archief, profielpagina en de vriendenlijst.



Figuur 34 – Onderwerp menu Algemeen

Onderwerp menu

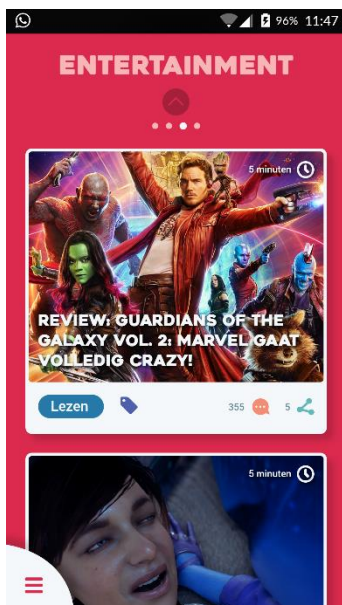
Dit scherm kan verticaal worden geschoven door de gebruiker om te navigeren tussen de vier hoofdonderwerpen. Elk hoofdonderwerp heeft ook nog eens sub-onderwerpen die aan- en uitgezet kunnen worden, zodat de gebruiker alleen nieuws binnen krijgt dat hem interesseert.

Vervolgens schikt het algoritme van de applicatie de nieuwsberichten op basis van interessegebieden, regio, tijd van publicatie, vrienden die het artikel hebben gelezen, en mensen gelijkaardig aan de gebruiker die het artikel hebben gelezen.

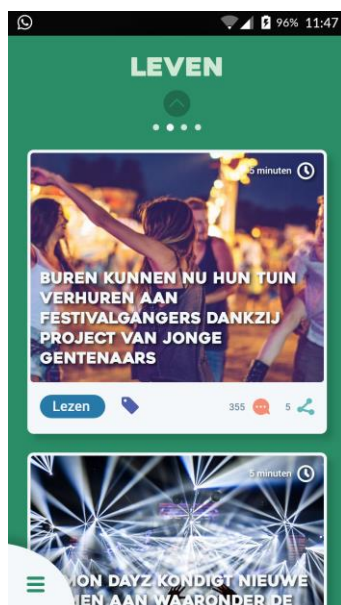
Het nieuws wordt gepresenteerd in een vorm van kaarten die uitklappen in een nieuwsbericht wanneer de gebruiker het bericht wilt lezen. Ook zoals eerder aangehaald zijn de kleuren van de opmaak gebonden aan de onderwerpen waar ze toe behoren. Zo krijgt algemeen nieuws blauwe titels, terwijl entertainmentnieuws rode titels zal krijgen, nieuws over leven groen, en nieuws over ontdekken krijgt gele titels.



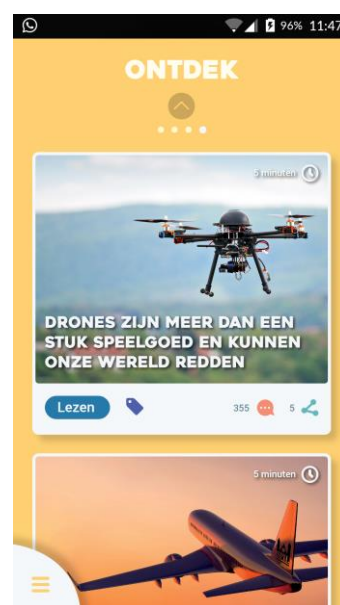
Figuur 35 – Onderwerp menu customization



Figuur 36 – Onderwerp menu Entertainment



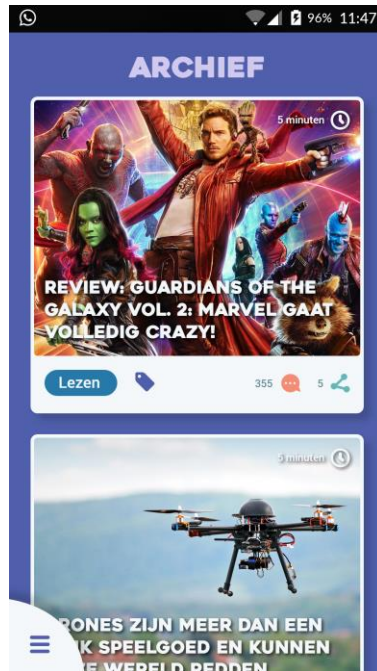
Figuur 37 – Onderwerp menu Leven



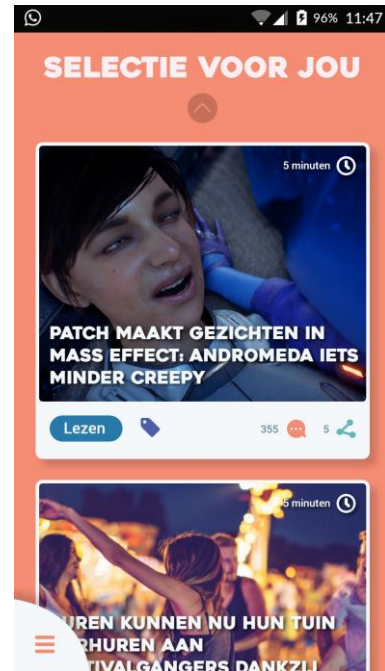
Figuur 38 – Onderwerp menu Ontdek



Figuur 39 - Zoeken



Figuur 40 - Archief

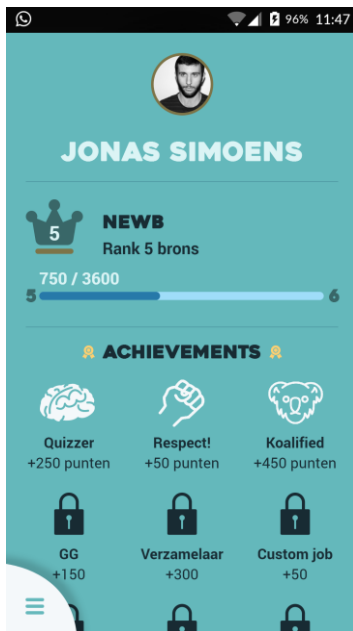


Figuur 41 -Dagselectie

Zoeken, archief en de selectie van de dag

Wanneer de gebruiker specifieke gebruikers, nieuws of onderwerpen wil opzoeken moet hij simpelweg de juiste zoekterm ingeven en de juiste tab selecteren om op het juiste resultaat uit te komen. In het archief komen berichten terecht die zijn opgeslagen om later te lezen, deze kunnen hier door de gebruiker zelf ook uit verwijderd worden.

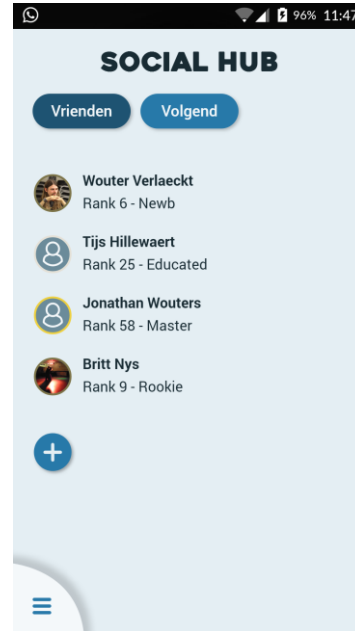
De “selectie voor jou” pagina is een middenweg tussen het onderwerp menu, waar eigenlijk alles in terug te vinden is, en de kleine selectie van zeven berichten die de gebruiker krijgt bij een notificatie. Het is een selectie van vijftien nieuwsberichten, verspreid over alle soorten onderwerpen en zijn heel nauw verwant aan berichten die je als gebruiker al eens hebt gelezen. Dit kan, om een simpel voorbeeld te geven, een review zijn van een film waar de gebruiker een trailer van heeft bekeken, of een bericht over een politieke beslissing die betrekking heeft tot jouw regio, en etc.



Figuur 42 - Profiel



Figuur 43 – achievement detailpagina



Figuur 44 - Vriendenlijst

Profiel, achievements en vrienden

De gebruiker kan de vooruitgang van zijn level altijd terugvinden op de profielpagina, waar hij ook kan bekijken welke achievements hij al verdiend heeft, en wat hij nog moet doen om de rest van de achievements vrij te spelen. Aan levels zijn ook een rank verbonden, en titels. Van level 1 tot 24 krijgt de gebruiker een bronzen rank, vanaf level 25 een zilveren rank, en vanaf level 65 een gouden rank. Tussenin de ranken kan de speler door te stijgen in level ook een betere titel verdienen. Zo begint de speler als Newb, kan hij stijgen naar Rookie en in een later stadium naar Educated, Master, en etc.



Figuur 45 – Badges



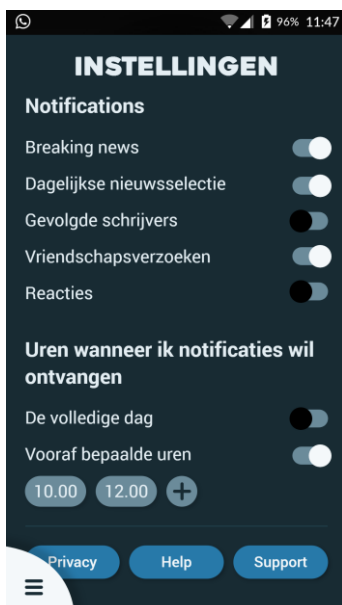
Figuur 46 - Inventaris



Figuur 47 - Marketplace

Trading cards, badges, en de marketplace

De speler kan door het deelnemen aan een pop-quiz ruilkaarten verdienen. Ruilkaarten zijn altijd onderdeel van een set, en wanneer deze compleet is leveren deze voor de gebruiker een badge op, wat dan weer extra ervaringspunten oplevert. De gebruiker kan echter ook dubbele ruilkaarten verkrijgen, die hij kan omruilen aan andere gebruikers op de marketplace, om zo andere sets te vervolledigen.



Figuur 48 - Instellingen



Figuur 49 – Notificatie customization

Instellingen

Bij de instellingen kan de gebruiker al zijn preferenties instellen op vlak van notificaties. Wanneer de gebruiker niet de hele dag door notificaties van nieuws wil ontvangen, kan hij een schema instellen met vooraf geprogrammeerde uren.

BESLUIT

Ter conclusie van het onderzoek, waar innoveert The Rocket Reporter exact? Het vooraanstaande innoverende element van de applicatie is het feit dat The Rocket Reporter ontworpen is als een systeem, en niet als een bestemming voor de gebruiker. Met de Article Heads moet de gebruiker niet meer op zoek gaan naar nieuws, maar wordt het hem gebracht door de smartphone, waardoor de smartphone meer de rol krijgt van een persoonlijke assistent, in plaats van een geavanceerd digitaal zakmes. Het nieuws krijgt zo een meer passief, geserveerd karakter. Ook voegt de applicatie nieuws samen met gamificatie, door de gebruiker te belonen wanneer hij participeert met de community na een artikel gelezen te hebben. Met achievements, trading cards, badges, levels en ranken krijgt de gebruiker een gevoel van progressie en onmiddellijke feedback nadat ze een artikel hebben gelezen en vervolgens aan een pop-quiz hebben meegedaan. De gebruiker kan ook veel sneller aanpassen wat voor nieuws hij wilt ontvangen, door altijd een overzicht te hebben van onderwerpen die aangevinkt staan, en dus op elk moment aangepast kunnen worden.

Met het circulaire menu dat links, rechts en centraal gesleept kan worden, wordt er ook meer ingespeeld op het gebruiksgemak, en is het een interface dat op punt staat voor grote schermen, wat in de hedendaagse interactieve vormgeving een absolute noodzakelijkheid wordt. In combinatie met Material design, waarbij de gebruiker bij elke interactie met een knop directe feedback krijgt, het bundelen van informatieoverzichten in kaarten, en het circulaire menu, streven we zo functionelere vorm van design na waarbij gebruiksgemak centraal staat. In het verlengde daarvan komen ook de Article heads terug ter sprake, die ervoor zorgen dat de applicatie in zijn geheel een interface is die pas opduikt wanneer het nodig is en wanneer de gebruiker het wenst, en uit de weg blijft wanneer dat niet het geval is.

Naar de toekomst toe brengt dit wel wat mogelijkheden met zich mee. Een applicatie dat werkt als een systeem is iets dat Facebook ook al heeft gedemonstreerd met zijn Messenger-applicatie, en is iets waar door andere ontwikkelaars ook meer naartoe gewerkt zou moeten worden. Zoals eerder aangehaald zou de smartphone nog meer moeten evolueren naar een persoonlijke assistent dat de content aanreikt wanneer het ertoe dient, in plaats van dat de gebruiker een hoop applicaties heeft staan in een menu, en zo zelf naar de content op zoek moet gaan. Voor mij ligt de toekomst bij applicaties die zelf content aanreiken aan de gebruiker die effectief voor hem interessant is, met een interface die beter geïntegreerd is in de User interface van Android, iOS of Windows. Naar nieuwsapplicaties toe hoeft het model van The Rocket Reporter ook niet beperkt te worden tot enkel jongeren, maar kan het ook veel breder toegepast worden. Het model van passief, geserveerd nieuws dat een focus op community biedt mogelijkheden dat met gamificatie meer participatie uitnodigt.

Een gemiste kans voor dit onderzoek is misschien het feit dat er geen tijd is besteed aan de manier waarop media zoals Studio Brussel, Sporza en IGN investeren in nieuws op Snapchat en Instagram, omdat dit zeer populaire applicaties zijn bij jongeren en nieuws op een zeer beperkte, doch toegankelijke, overzichtelijke en snelle manier kunnen brengen. Extra analyse rond een meer verhaalgerichte structuur zoals bij Snapchat en Instagram had extra baat kunnen brengen bij de manier waarop nieuws extra aantrekkelijk kan worden voor jongeren, en had van The Rocket Reporter eventueel nog een betere applicatie gemaakt. Het huidige eindresultaat echter, het maken van een toegankelijk nieuwsplatform door middel van een afgestemde, functionele interface op hedendaagse mobiele devices, met content afgestemd op jongeren, en de keuzes van de specifieke gebruiker, biedt momenteel al meer dan voldoende potentieel voor de toekomst van applicaties op smartphones.ⁱ

BIBLIOGRAFIE

- AARABI, P., Wired,
www.wired.com/insights/2014/01/mobile-user-interfaces-look-future/
Geraadpleegd op 15/03/2017
- ADAMS, P.,
blog.intercom.com/design-futures-1-creating-systems-not-products/
Geraadpleegd op 16/03/2017
- ADAMS, P.,
blog.intercom.com/the-end-of-apps-as-we-know-them/
Geraadpleegd op 16/03/2017
- ADAMS, P.,
blog.intercom.com/design-futures-2-personalization-and-the-new-product-canvas/,
Geraadpleegd op 16/03/2017
- AGULLAR, M., Gizmodo,
gizmodo.com/5993646/what-are-facebook-chat-heads
Geraadpleegd op 3/05/2017
- Bunchball.
www.bunchball.com/gamification
Geraadpleegd op 6/05/2016
- Bunchball.
www.bunchball.com/gamification/game-mechanics
Geraadpleegd op 6/05/2016
- CHAFFEY, D., Smartinsights.
www.smartinsights.com/mobile-marketing/mobile-marketinganalytics/mobile-marketing-statistics/ Geraadpleegd op 13/03/2017
- Coppens, T., MEMO 2015, VRT Strategie Studie Dienst
www.slideshare.net/mediawijsbe/vrt-memo-studie
Geraadpleegd op 13/03/2017
- Google,
material.io/guidelines/material-design/introduction.html
Geraadpleegd op 3/05/2017
- HURFFF, S.,
scotthurff.com/posts/how-to-design-for-thumbs-in-the-era-of-huge-screens
Geraadpleegd op 15/03/2017
- IDC Research, Inc.,
www.idc.com/promo/smartphone-market-share/vendor
Geraadpleegd op 23/04/2017
- US Mobile Benchmark Report 2014, Adobe
www.cmo.com/content/dam/CMO_Other/ADI/ADI_Mobile_Report_2014/2014_US_Mobile_Benchmark_Report.pdf,
Geraadpleegd op 15/03/2017
- VAN DAMME, K., Just checking the wall, Universiteit Gent, Mediawijs.be
Geraadpleegd op 13/03/2017
- VAN GROENENDAAL, H., Webdesign van concept tot realisatie

LIJST VAN AFBEELDINGEN

- Figuur 1.** Slide 4 uit Just checking the wall.
Kristin Van Damme, Universiteit Gent, Mediawijs.be.
www.slideshare.net/mediawijsbe/just-checking-the-wall-kristin-van-damme-ugent
Laatst geraadpleegd op 13/03/2017
- Figuur 2.** Flipboard Screenshot
Flipboard, Flipboard.com
- Figuur 3.** Windows Nieuws screenshot
Microsoft, www.microsoft.com/nl-be/windows/windows-10-apps
Laatst geraadpleegd op 16/05/2017
- Figuur 4.** Newsmonkey screenshot
Newsmonkey, newsmonkey.be/
Laatst geraadpleegd op 16/05/2017
- Figuur 5.** Generation M screenshot
VRT, generationm.be/
Laatst geraadpleegd op 16/05/2017
- Figuur 6.** Evolutie verkoop van smartphones met een scherm > 4 inch
US Mobile Benchmark Report 2014, Adobe
http://www.cmo.com/content/dam/CMO_Other/ADI/ADI_Mobile_Report_2014/2014_US_Mobile_Benchmark_Report.pdf
Laatst geraadpleegd op 15/03/2017
- Figuur 7.** Heatmaps van het gebruik van een rechterduim bij smartphones.
Hurfff, S., <http://scotthurff.com/posts/how-to-design-for-thumbs-in-the-era-of-huge-screens>
Laatst geraadpleegd op 15/03/2017
- Figuur 8.** Voorbeeld van een standaard interface
Google, Google Nieuws & Weer
play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.genie.geniewidget&hl=nl
Laatst geraadpleegd op 16/05/2017
- Figuur 9.** Circulair menu
- Figuur 10.** Aanbrengen van content naar gebruikers toe
ADAMS, P., <https://blog.intercom.com/design-futures-2-personalization-and-the-new-product-canvas/>
Laatst geraadpleegd op 16/03/2017
- Figuur 11.** The Rocket Reporter logo
- Figuur 12.** Huisstijlkleuren
- Figuur 13.** Font-family
- Figuur 14.** General user flow - flowchart
- Figuur 15.** Artikelpagina wireframe
- Figuur 16.** Onderwerpmenu wireframe
- Figuur 17.** Dagselectie wireframe
- Figuur 18.** Archief wireframe
- Figuur 19.** Zoekpagina wireframe
- Figuur 20.** profielpagina wireframe
- Figuur 21.** Onderwerp wijzigen wireframe
- Figuur 22.** Instellingen wireframe

Figuur 23.	Duimmenu wireframe
Figuur 24.	Article Head Notificatie
Figuur 25.	Artikel titel
Figuur 26.	Artikel tekst
Figuur 27.	Artikel quiz en commentsectie
Figuur 28.	Duimknop links
Figuur 29.	Duimknop centraal
Figuur 30.	Duimknop rechts
Figuur 31.	Duimmenu links
Figuur 32.	Duimmenu centraal
Figuur 33.	Duimmenu rechts
Figuur 34.	Onderwerp menu Algemeen
Figuur 35.	Onderwerp menu customization
Figuur 36.	Onderwerp menu Entertainment
Figuur 37.	Onderwerp menu Leven
Figuur 38.	<i>Onderwerp menu Ontdek</i>
Figuur 39.	Zoeken
Figuur 40.	Archief
Figuur 41.	Dagselectie
Figuur 42.	Profiel
Figuur 43.	Achievement detailpagina
Figuur 44.	Vriendenlijst
Figuur 45.	Badges
Figuur 46.	Inventaris
Figuur 47.	Marketplace
Figuur 48.	Instellingen
Figuur 49.	Notificatie customization

ⁱ Met dank aan Piet Seurs voor begeleiding en feedback, Krista Smeets, Bob Dekkers en Pablo Hannon voor ondersteuning, en ten slotte mijn medestudenten voor de eindeloze inspiratie.