

PERSONALISERING

Bakgrund

Ända sedan mobiltelefonernas gryning har de varit ett sätt för dess ägare att uttrycka sig själva. Under åttiotalet var yuppiesnallen ett bevis på att man var en framgångsrik person. Under nittiotalet blev mobiltelefonen var mans egendom och utbytbara skal och ringsignaler blev ett sätt att visa omvärlden vem man var. Under tvåtusenålets början har uttrycken blivit mer grafiska, i takt med att telefonernas displayer blivit bättre, och man har även tagit efter de japanska trenderna att smycka sin mobiltelefon. Försäljning av bakgrundsbilder, ringsignaler och mobilsmuckan omsätter idag miljardbelopp varje år.

En intressant aspekt av denna utveckling är att den har skett parallellt med att relationen mellan användaren och mobiltelefonen blivit starkare, personligare och privatere. Mobiltelefonen är idag en egendom som närmast kan jämföras med en dagbok; viss forskning tyder på att det inte finns någon elektronisk konsumentprodukt som användare har en så stark relation till.

Ändå torde det vi sett så här långt bara vara toppen på ett isberg. Den mesta *personalisering* vi sett handlar om telefonens yttre – om att byta telefonens skal, hänga på smuckan, eller få den att låta på ett visst sätt när den ringer, och väldigt lite om hur den fungerar eller hur dess mjukvara beter sig.

Uppgiften

Du och ditt designteam skall utforska innovativa sätt att möjliggöra för användare att personalisera sin mobilupplevelse och designa ett koncept eller applikation som stöder detta. Någon eller några av följande frågeställningar skall problematiseras:

- På vilka sätt uttrycker jag mig och min personlighet eller identitet, kanske på olika sätt i olika sociala kontexter, själv och tillsammans med andra i min grupp, även genom mobilens kommunikationsmöjligheter och mobil multimedia?
- Vad är nästa steg bortom utbytbara skal, ringsignaler, teman, bakgrundsbilder, nedladdningsbara javaapplikationer... dvs vad vill man kunna personalisera?
- Vad är det som är "jag" i mobilen? På vilka sätt hanterar jag "jag" i mobilen när jag byter mobil? Eller finns "jag" fysiskt någonstans på nätet?
- Vilka parametrar är intressanta(st); ålder, etnicitet, genus, grupptillhörighet, ...?
- På vilka sätt designar man för olika subkulturer, och på vilka sätt ger man dem ett handlingsutrymme för att själva ta vid och designa mobilen utifrån sin egen identitet?
- På vilka sätt skulle relationen mellan mobiltelefonens beteende och användaren kunna stärkas genom att användaren kan anpassa hur den beter sig?
- På vilka sätt står uttryckandet av min identitet i kontrast till mobiltillverkarens och operatörens varumärke?

Begränsande faktorer

- Er design skall vara möjlig att implementera med samma hårdvara som Sony Ericssons K750i – dvs ni kan inte lägga till inmatnings- eller utmatningsenheter, så som knappsats, kamera, högtalare, mikrofon och display med mera.
- Er design skall i största möjliga mån vara konsistent med Sony Ericssons interaktionsparadigm. Avsteg (tex genom personalisering!) skall motiveras!

Material

Blom, J. Why do we personalise? URL:

<http://www.cogs.susx.ac.uk/lab/hct/hctw2000/papers/blom.pdf>

Loudon, G., and Sacher, H. 2001. Understanding the wireless interaction paradigm: From 3G technology to customer solutions. Interactions Jan/Feb 2001. URL:

http://www.pointforward.com/articles/news_item_wireless.html

Strøm, G. Mobile Devices as Props in Daily Role Playing. In Proceedings of the Third International Workshop on Human Computer Interaction with Mobile Devices. URL:

http://www.cs.strath.ac.uk/~mdd/mobilehci01/procs/strom_cr.pdf

Sony Ericsson 'Try-the-phone':

http://www.sonyericsson.com/spg.jsp?cc=se&lc=sv&ver=4000&template=pp1_1_2&zone=pp&lm=pp1&cid=1&pid=10242