

Med smartphones, tabletpc'er og bærbare computere er opstået en række nye muligheder for at kommunikere med dine brugere lige der, hvor de befinder sig. Chefrådgiver Jonas Friisberg Nielsen, Bysted, fortæller her, hvordan de mobile medier og lokalitetsbestemt kommunikation forandrer din kommunikationssituation

KOMMUNIKATION PÅ PLETTEN



Af Mads Vibe Jacobsen, medlem af UngKoms bestyrelse

Før var lokalitetsbestemt kommunikation et skilt, en plakat eller måske en kampagneambassadør, der var fysisk til stede, lige der hvor brugeren befandt sig. Men det krævede selvfølgelig, at brugeren var lige præcis på det sted, hvor din kommunikation var placeret. Med den teknologiske udvikling flytter informationen i dag fra skiltet på væggen ned i hånden på brugeren. Mads Vibe Jacobsen, bestyrelsesmedlem i UngKom, har interviewet Jonas Friisberg, chefrådgiver for digital kommunikation og mobile medier hos Bysted, om de mobile medier og lokalitetsbestemt kommunikation:

- Med deres smartphones kan brugerne tilgå websites og mobilapplikationer, sms'e og maile eller sende tweets og statusopdateringer på Facebook på farten. Mobiltelefonen er altid med os og stort set altid forbundet til internettet og vores sociale netværk. Det forandrer måden, vi skal tænke digital kommunikation på, samtidig med at der opstår nye muligheder for at møde brugerne, siger han.

'Hvor?' får større betydning

Når brugerne tager den digitale kommunikation med dem, oplever vi en sammensmeltning af to verdener, som Jonas Friisberg forklarer:

- Hvor den digitale verden og den fysiske verden tidligere var to adskilte sfærer, ser vi i dag, at de to bevæger sig mod hinanden og flyder sammen. Med de mobile medier har brugerne nu den digitale verden med sig lige dér, hvor de befinder sig. Dermed knyttes den digitale og fysiske verden tættere sammen. Jo mere mobile medierne bliver, jo vigtigere bliver information, der er sorteret ud fra 'sted', også for brugerne.

Udviklingen betyder altså, at hvor vi tidligere primært talte om 'hvem', 'hvad' og 'hvornår', når budskab og indhold skulle udvælges og filtreres, kommer der nu større fokus på 'hvor'. Sagt i de klassiske kommunikationsdyder er lokalitet og placering som relevanskriterium blevet mere betydningsfuldt for brugerne.

Augmented reality og alt det andet

Skoven af måder at bruge de mobile medier er tæt: QR-koder, lokationsba-

serede sociale netværk som Facebook Places eller Foursquare, mobilapplikationer og mobile websites er bare nogle af de mest benyttede. En måde at bruge den lokalitetsbaserede kommunikation, vi ser meget i øjeblikket, er augmented reality, hvor den fysiske og digitale verden smelter helt sammen.

Med augmented reality tilføjer man et digitalt lag til den fysiske virkelighed. Dermed kan man fx, bruge sin telefons kamera som en slags internetbrowser ved at finde informationer knyttet til fysiske objekter. Teknologien kan være overflødig, men kan også have et reelt formål, som Jonas Friisberg fortæller:

- Det er en teknologi, der i nogen grad også er gået lidt inflation i. Lidt ligesom alle ville lave en viral video for nogle år siden, forsøger mange sig nu med augmented reality. Men selvom teknologien nogle gange bliver en gimmick, kan den også bruges på intelligente måder, fx som avanceret vejviser til at give os yderligere produktinformation i butikkerne eller til at oversætte tekst i det fysiske rum via tegngenkendelse.



Foto: Jeppe Carlsen

Med de mobile medier skal du i stigende grad tænke 'hvor?', når du tilrettelægger din information.

nye, sjove oplevelser i det fysiske rum. Ved at bruge de mobile mediers muligheder kan man forandre kommunikationen fra passiv information til oplevelser for brugerne. Netop det formidlingsgreb gør man blandt andet brug af i en mobilapplikation udviklet til Københavns Befæstning, der supplerer faktisk information med et adventurespil, brugerne selv kan spille på de fysiske befæstningsanlæg Tre kroner og Vestvolden.

Og hvad så nu?

- Fremtidens bruger vil være i kontrol og interagere med den digitale kommunikation. Vi vil derfor formentlig se en endnu større sammenmelting af den fysiske og digitale virkelighed. Det ser vi fx i kampagner som McDonald's interaktive billboard i Stockholm, og vi vil opleve det ved, at det digitale lag i stigende grad bliver integreret i fysiske genstande som TV'et, køleskabet og lignende, forklarer Jonas Friisberg.

Lige nu oplever vi en dramatisk stigning i salget af smartphones. Men selvom man ejer en smartphone, benytter man sig ikke nødvendigvis af telefonens muligheder. Mange har i dag smartphone uden at bruge den smart. Men den nye teknologi vil snart indlejre sig i vores adfærd og blive en integreret del af vores hverdag, mener Jonas Friisberg. ■



DKF kursus

Jeres næste indsats - mobil kommunikation
30 november 2011

www.kommunikationsforening.dk

En ændret brugersituation

'Hvor?' får også indflydelse i form af den situation, brugerne befinder sig i, når de tilgår de digitale informationer, som Jonas Friisberg forklarer:

-Brugerne sidder ikke længere stille foran en stor skærm, men er i bevægelse og benytter sig af forskellige platforme. De tilgår altså dit website via mange flere skærmopløsninger og i mange flere situationer end tidligere. I og med brugerne nu kan tilgå in-

formationer på nye måder og steder, vinder de i stigende grad også kontrollen over den digitale kommunikation.

Det stiller nye krav til, hvordan informationsniveau og design af din digitale kommunikation bliver udformet.

Men derudover giver de mobile mediers indbyggede funktioner som fx kamera, GPS, kompas og accelerometer også mulighed for at skabe

FORSVUNDET I TIDEN – KULTURFORMIDLING PÅ MOBILEN

Hvordan kan man vække en skjult kultur- og naturattraktion til live og gøre den interessant og spændende at besøge for børn og barnlige sjæle? Opgaven blev stillet af parterne bag Københavns Befæstning, Realdania, Kulturarvsstyrelsen og Naturstyrelsen, som gerne vil tiltrække nye målgrupper til de gemte og glemte befæstningsanlæg.

Løsningen blev en mobilapplikation bestående af dels et lokationsbaseret spil kaldet 'Forsvundet i ti-

den' og dels en digital kikkert med informationer om de enkelte anlæg kaldet 'Opdag Befæstningen'. Spillet gør brug af alle smartphones vippe-dreje-ryste funktioner, GPS, lyd, video og kamera. Med den digitale kikkert kan man få overblik over hele befæstningsringen og opdage skjulte historiske spor på flere af anlæggene.

Applikationen er udviklet af Bysted i samarbejde med TripleDesign, Michael Valeur, Nodes og Insilico.