

Henrik Rieß

User Interface Design GmbH (UID)
Martin-Luther-Straße 57-59
71636 Ludwigsburg
henrik.riess@uid.com

Abstract

„Stātus, der; -, - [...tu:s; lat. status]: Lage, Situation“; so die herkömmliche Definition.

Im Web 2.0 bedeutet Status Selbstaussdruck, Austausch und Suche nach dem gemeinsam Verbindenden. Soziale Netzwerke und Anwendungen der Echtzeitkommunikation haben mittlerweile einen riesigen Fundus an Spielregeln zum Verkünden des Status hervorgebracht. Nicht alle davon sind jedem User

zwingend einleuchtend, andere werden als kultureller Kahlschlag empfunden.

Der Beitrag zeigt Beispiele aus diesem Bereich und befasst sich mit der Frage, wie sowohl Gestalter als auch Nutzer durch Experimentieren Statusmeldungen weiterentwickeln und ihnen eine sinnliche Bedeutung zukommen lassen können.

Keywords

Mobile Design, Social Web, Usability, User Experience, Web 2.0

1.0 What's happening?

Mehr als in jedem anderen Jahrzehnt zuvor ist unser heutiger Lebensalltag von Informationstechnologien geprägt. Es ist die Generation der „Digital Natives“, die mit den Technologien des digitalen Zeitalters aufgewachsen ist und die ein völlig unverkrampftes Selbstverständnis einer frei zugänglichen, vom Internet durchzogenen Welt, entwickelt hat. Ihre Freundschaften pflegen sie in zahlreichen Social-Network-Plattformen wie Facebook. Die Anzahl ihrer Freunde umfasst dabei Hunderte. Verbunden über einen ähnlichen Geschmack – im Bereich Musik, Fotografie oder bei der Wahl des Fashion Labels – begleiten sie ihre Freunde online auf Backpacking-Touren durch Australien oder verabreden sich spontan zu Kissenschlachten in der Innenstadt.

Harte Grenzen zwischen Realität und digitaler Existenz, wie sie in den Köpfen älterer Generationen noch existieren,

sind für sie bereits aufgelöst. Das Web 2.0 hat sich zum Sprachrohr der Digital Natives entwickelt, wobei die Social Networks – gespickt mit Gefühlen und Erfahrungen – zu riesigen Emotions-sphären geworden sind. Sie sind Orte der Selbstinszenierung: Der User definiert durch seine Aktivitäten und sein Auftreten, wie er wahrgenommen werden möchte. Dies beginnt bereits im Kleinen mit dem Bekenntnis „like“ zu einer der vielen Gruppen von Facebook oder durch das Mitteilen der momentanen Stimmungslage auf einer 5-Sterne-Skala in iPhone Apps wie „Glow“.



Abb. 1: Bewertungsskala der iPhone App „Glow“; Quelle: iPhone App „Glow“

Doch bereits mit der Aneinanderreihung kleinerer Statements wie Perlen auf einer Kette, ergibt sich aus den einzelnen Statusmeldungen der Faden einer Geschichte.

Für mehr als 1,2 Milliarden Internet-User weltweit¹, die weitestgehend permanenten und kostengünstigen Zugang zum Web haben, ist es heute möglich, sich unabhängig von Ort, Tageszeit oder Nationalität frei zu entfalten und Geschichten auszutauschen. Kein anderes Medium hat sich bisher so schnell durch die Beteiligung der Nutzer weiterentwickelt.

Gleichermaßen ist mit den sozialen Netzwerken eine kulturelle Vielfalt entstanden. Das Bedürfnis des „Ständig-Online-Seins“ im Drang nach Aktualität, Aufmerksamkeit und Einzigartigkeit gönnt Nutzern und Inhalten nur wenige

¹http://www.bitkom.org/de/presse/49919_46069.aspx

Pausen. Die Verlockung ist groß. Ebenso wie neueste, informative Nachrichten verleiten Videos, Games und Chats zur flüchtigen Zerstreung und es locken Botschaften der Werbebranche. Große Marken haben längst die Möglichkeiten erkannt, über Statusmeldungen in direkten Kontakt mit den Nutzern zu treten und ihre Produkte in erster Reihe zwischen dessen digitalen Freunden zu platzieren. Das bedeutet für den Nutzer: Schneller konsumieren, schneller reagieren und schneller mitziehen – aber auch Filter entwickeln, um unnütze oder irreführende Informationen auszublenden.

Zwar sind User mit voranschreitender Entwicklung digitaler Medien immer besser in der Lage, Inhalte verbal und visuell wahrzunehmen, gleichzeitig sinkt die Aufmerksamkeitsspanne der Menschen zunehmend. Dieser Wandel manifestiert sich in der Erzählkultur des Webs. Mit der Migration vieler junger User von klassischen, ausführlichen Blogs hin zu kompakten, einfach handhabbaren Microblogging-Plattformen wie Tumblr oder Twitter ändert sich beispielsweise auch das Schreibverhalten: Ausführliche Artikel weichen spontan erstellten, kurzen Posts mit wenigen Zeichen, Bildern oder Videoclips. Verweise auf längere Artikel klassischer Autoren erfolgen meist via Verlinkung; Reblogs und Retweets werden als stilistische Mittel eingesetzt, um Zustimmung zu signalisieren.

Da Erfahrungen mit digitaler Kommunikation verzögert zu ihrer technologischen Einführung erfolgen, wird sich auch das Verhalten im Umgang mit digitaler Kommunikation empirisch und iterativ weiterentwickeln.

Nachhaltiges Design kann hierbei in einem fortlaufenden, medialen Wandlungsprozess mit oft noch undefinierten kulturellen Umgangsformen helfen, soziale Normen herauszubilden und voran zu treiben. Viele Open-Source-Projekte

stellen dies erfolgreich unter Beweis; etwa Wikipedia als kollektiv erarbeitete Wissenssammlung, Microblogging-Dienste zur Demonstration gegen globale Umweltverschmutzung, zur Verständigung in Krisengebieten oder als Frühwarnsystem vor Naturkatastrophen. Dieses Prinzip lässt sich auch in unsere alltägliche Kommunikation einflechten.

Indem positives soziales Verhalten gefördert und Kreativität als Herausforderung zur Entwicklung und Integration neuer Ideen in unser Leben begriffen wird, soll es gelingen, ein größeres Maß an Empathie für uns Menschen und unser Umfeld zu entwickeln. Es liegt in der Hand der Gestalter, während des Design-Prozesses ein feines Verständnis für kulturelle Werte und deren Transfer in sinnlich erfahrbare User Interfaces zu entwickeln. Ansatzpunkt hierfür ist nachfolgend das Design der Statusmeldung als einer der kleinsten Bausteine von Social Networks.

2.0 The influence of Mobile

Allein auf Twitter werden täglich 50 Millionen Tweets versendet². Mehr als ein Drittel aller aktiven Twitter-Nutzer erstellt seine Statusmeldung mittlerweile via Handy. Gerade weil uns Mobiltelefone von morgens bis abends in fast allen Alltagssituationen begleiten, sind sie zum Versenden und Wiedergeben von Statusmeldungen hervorragend geeignet.

Besonders interessant ist das Vertrauensverhältnis der Nutzer zu ihren persönlichen Accessoires: In einer UID-Studie aus 2009 wurde das iPhone mit Hilfe des AttrakDiff³ bewertet. Danach

² <http://blog.twitter.com/2010/02/measuring-tweets.html>

³ AttrakDiff™ bewertet und vergleicht die hedonische und pragmatische Qualität interaktiver Produkte. www.AttrakDiff.de

ist das iPhone hinsichtlich des Aspekts „Identität“ als optimal einzustufen, da es dem Nutzer die Möglichkeit der Identifikation bietet und ihn somit an das Produkt bindet (Limbach, Koller 2009). Desweiteren ergab eine Untersuchung der Universität Stanford im Bezug auf das Verhältnis von Studenten zu ihren iPhones, dass 75 Prozent der Nutzer schon einmal nachts im Bett über ihren Handys eingeschlafen seien. Noch erstaunlicher ist die Erkenntnis, dass ein Viertel der Befragten das Handy als Teil ihrer Identität beschrieben, wie eine Erweiterung von Körper und Verstand. Fast die Hälfte aller Befragten gab zudem an, dass der Verlust ihres iPhones eine persönliche Tragödie bedeuten würde⁴.

Die zweite Tatsache, die den Mobile-Bereich für die Gestaltung der User Experience von Statusmeldungen interessant macht, ist die große Zahl multimedialer Ein- und Ausgabemöglichkeiten, die mittlerweile zum Standardrepertoire gängiger Smartphones gehört. Interaktion über bis vor kurzem noch experimentelle Technologien wie Smile Detection, Augmented Reality oder Geofencing wären ohne den starken Wettbewerb im Bereich der Mobile Consumer Goods nicht denkbar gewesen. Durch Miniaturisierungs- und Materialforschung werden neben Smartphones zukünftig Wearables zu erwarten sein, die sich durch die unmittelbare Nähe zum Körper leichter in unser Leben integrieren.

Eine selbstverständliche Nutzung des Interfaces hängt von der Software und vom reibungslosen Zusammenspiel aller Hardwarekomponenten ab.

⁴ http://www.salon.com/life/feature/2010/05/30/iphone_college_students



Abb. 2: Mobile Interaction
Quelle: User Interface Design GmbH

Gerade im mobilen Kontext, in dem mit Einschränkungen durch Bediensituation und Größe der Darstellung zu rechnen ist, kann sich die bewusste Auswahl für eine Interaktion jenseits der Tastatur lohnen. Zu dieser Auswahl zählen zum Beispiel die Erkennung von Gesten via Multitouch oder Beschleunigung- oder Annäherungssensorik, die Nutzung von Kamera und Mikrofon für Aufzeichnungszwecke, die Verwendung von Lautsprecher und Vibration für auditiv-haptisches Feedback und der Zugriff auf Kompass und GPS zum Zwecke der Lokalisation und Breitbandverbindungen.

3.0 Designing status

3.1 Geschichten erzählen, Metaphern finden, Empathie entwickeln

Status bedeutet Storytelling. Damit der Autor der Statusmeldung den Inhalt für andere erfahrbar kommunizieren kann, benötigt er geeignete Metaphern, um sich passend auszudrücken. Diese können aus den unterschiedlichsten Arten von Medien bestehen.

Häufig nutzt digitales Design dafür geschriebenen Text. Darüber hinaus halten mittlerweile immer häufiger Icons, Bilder, Videos, Gesten und Sound Einzug in die Reihe bewusster Gestaltungsmittel

Einfach erfassbare Metaphern wie Facebooks omnipräsenter Thumbs up / „Like“ Button sind zwar klar in ihrer Handhabung, jedoch von ihrer qualitativen Aussagekraft sehr eingeschränkt. Der Nutzer kann weder ausdrücken, wie wichtig ihm ein Beitrag ist, noch in welchem Verhältnis dieser zu anderen Be-

wertungen steht. Eine Entsprechung für bewusste Ablehnung fehlt gänzlich. Mit anderen Worten: Alles gleich. Gut.



Abb. 3: Der „Like Button“ bei Facebook
Quelle: www.facebook.com

Eine solch eindimensionale Form lässt sich vermeiden, wenn neue Anforderungen an die Statusgestaltung gestellt werden: Dabei reicht es nicht, ein Interface zum Ausdruck des persönlichen Status auf Effizienz zu optimieren und für eine einfache Bedienung möglichst intuitiv zu gestalten. Das Interface soll den Nutzern bewusst Raum und Zeit für Reflektion und Ausdruck geben. Vorstellungskraft und Einfühlungsvermögen rücken so stärker in den Vordergrund.

Das verlangt eine Präzisierung unseres Bewusstseins für Sprache, Ton, Bild, Form und Gestik. Dabei geht es nicht um Perfektion in jedem Medium, sondern vielmehr darum, ein Gefühl für die Vielfalt von Ausdruck (wieder) zu gewinnen. Bei Metaphern mit hohem Abstraktionsgrad kann das Hinzufügen von Details häufig helfen, ein tieferes und vielschichtiges Verständnis zu schaffen. Ähnlich wie sich der Eindruck einer Filmszene durch einen passenden Soundtrack intensivieren lässt, kann beispielsweise das Ergänzen mehrerer Medientypen und die gezielt dramaturgische Ansprache unterschiedlicher Wahrnehmungsformen (auditiv, visuell, haptisch taktil) die Dichte unseres alltäglichen Storytellings bereichern und damit ein Gefühl für den Wert von Geschichten schaffen. Indem mehrere Erfahrungsebenen ineinander fließen, bilden sie im Zusammenspiel ein verfeinertes und komplexeres Bild.

3.2 Die Balance aus Herausforderung und Gewinn

Das Erstellen und Entdecken von erfahrbaren Statusmeldungen wird durch eine Balance aus Herausforderungen und Gewinn bereichert - ob beim Gewinn von Badges beim mobilen Fremdenführer Foursquare für Ausgehtipps oder die verborgene Sicht auf das historische London in der iPhone App Streetmuseum, die sich erst via Blick durch die Kamera offenbart. Dieses Zusammenspiel lässt den Nutzer begreifen, dass Initiative und Kreativität ihm eine völlig neue Sicht auf Informationen gewähren. Ähnlich wie in einem Spiel lernt er zu improvisieren, seine Sinne zu schärfen und Details stärker wahrzunehmen. Ein Netzwerk, in welchem ein Nutzer Gedanken und Gefühle preisgibt, ohne ein oder nur ein unangemessenes Feedback zurück zu bekommen, findet auf Dauer keinen Anklang. Um positives Verhalten der Nutzer zu fördern, sollte der Gewinn aus der Statusmeldung dicht an die Herausforderung bzw. das dahinter stehende psychologische Grundbedürfnis gekoppelt sein. Orientierung hierfür liefern die gängigen User Experience Modelle von Sheldon et al. (2001) und Reiss (2002).



Abb. 4: Badges bei Foursquare
Quelle: iPhone App Foursquare

Mit nur 140 Zeichen hat die Microblogging-Plattform Twitter bewiesen, dass Herausforderungen durch Spielregeln von sozialen Netzwerken als Trigger für Kreativprozesse dienen. Auf der Suche nach Verbundenheit, Spaß und Popularität werden Einschränkungen wie die Reduktion der Zeichen oder die Kurzlebigkeit der eigenen Statusmeldungen in einer unendlich langen Timeline zu einem gemeinsamen Wettbewerb um Originalität in Inhalt und Ausdruck verwandelt. In einem System, welches zu Beginn vorwiegend zur raschen Verbreitung von Nachrichten und Links diente, hat sich parallel eine lebendige Kultur pointierten Storytellings etabliert, die gleichermaßen Zeitgeist, Sprache und Humor miteinander verbindet. Das Feedback für die Partizipation besteht im Gewinn neuer Mitleser (Follower), die dieselbe Leidenschaft teilen. Weitere Wertschätzung erfolgt symbolisch via Retweets, Fav(orate)s sowie mit Aufnahme in Listen empfehlenswerter Autoren. Besonders originelle Statusmeldungen schaffen es sogar vom Screen in die reale Welt auf die Bühnen von Lesungen und Poetry Slams.

Ein Beispiel für das positive Einwirken von Statusmeldungen auf das Bedürfnis nach körperlicher Herausforderung zeigt das Trainingssystem Nike+iPod für Jogger. Hierbei sammelt ein im Laufschuh integrierter Sensor Daten über die gelaufene Strecke, Laufgeschwindigkeit und Kalorienverbrauch. Schon während des Laufens erhält der Sportler über Display oder Kopfhörer Informationen zu Streckenlänge, Trainingsdauer oder Kalorienverbrauch. Im Anschluss können die Trainingsdaten via Internet auf die Nike+ Seite übertragen, ausgewertet und verglichen werden. Ausdauer und Kontinuität der Statusdaten helfen in diesem Fall bei der Optimierung der Trainingsstrategie. Desweiteren ermöglichen die übermittel-

ten Werte das Finden neuer Laufrou-ten und Jogging-Partner sowie einen Austausch über Training und Wettkämpfe.

3.3 Der Mut zur Lücke

Das Social Web ist kein Trend, sondern das Ergebnis einer kontinuierlichen Entwicklung des Internets, der das Grundbedürfnis der Verbundenheit und des gegenseitigen Austausches zugrunde liegt. Vor dem Hintergrund des Designs von Statusmeldungen müssen wir als Gestalter die Entwicklung sozialer Netzwerke beobachten und die Bedeutung der komplexen Beziehungen und Nutzerstrukturen in ihnen verstehen.

Sehen Nutzer ihre Bedürfnisse durch ein Interface nur bedingt erfüllt, beginnen sie zu improvisieren. Selbst innerhalb eines interaktiven Mediums mit starren Regeln werden sie ihr Recht auf Meinungsäußerung einfordern. Schnell lernen sie, bestehende Spielregeln sozialer Netzwerke für ihre Zwecke auszuweiten und damit für sie relevante Themen voran zu treiben. In einem guten Interface sollten diese Freiräume bestehen bleiben. Erst durch das Mitwirken der Nutzer wird ein Interface persönlich. Offene Handlungsräume erlauben es, die Werte einer Gemeinschaft mit zu gestalten und das Interface für neue Ideen zu nutzen.

Beispielsweise hat es Twitter mit seinem erstaunlich einfachen Interface und der offenen API für Entwickler erreicht, dass Menschen in einer flüchtigen, global umfassenden Timeline Gruppen aufspannen, die für sich selbst und ihre Umwelt neue Ausdruckformen suchen, ohne anders interessierte User zu stören. Verbundenheit wird zum Trigger im Experimentieren mit Originalität.

Voraussetzung dafür ist, dass neuen Mitgliedern der Zugang nicht unnötig erschwert wird. Darüber hinaus muss der Nutzer sensibilisiert werden, welchen Radius seine Statusmeldung hat: Im Moment der Nutzung muss er sich über sein Netzwerk, seine Kontakte und der damit verbundenen Verantwortung für Öffentlichkeit und Privatsphäre im Klaren sein. Ebenso sollte die Verbreitung von Meldungen für Versender als auch Empfänger überschaubar bleiben, sodass einem Überstrapazieren des Prinzips „Selbsta Ausdruck 2.0“ vorgebeugt und Spam vermieden wird.

Für Gestalter bedeutet dies, Konzepte für Statusmeldungen zu entwickeln, die den Nutzern ein Bewusstsein für Öffentlichkeit ermöglichen; zusätzliche Tools können helfen, dass Ersteller und Empfänger die Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit bzw. die Veröffentlichung der Statusmeldungen besser beeinflussen können.

Mit der Erkenntnis, dass eine demokratische Weiterentwicklung Interfaces menschlicher und damit einfühlsamer gestaltet, lässt sich dem Thema Statusmeldung sehr viel Positives zuschreiben. Dies zeigt sich sowohl innerhalb als auch außerhalb des Internets: Freundschaften werden fürs Leben zusammengeschweißt, politisches Interesse in einer oft als politikverdrossen verschrienen Gesellschaft geweckt und die eigene Umgebung durch die Augen anderer neu entdeckt. Nicht zuletzt bietet Status fünf Minuten vor Mitternacht ein wohlthuendes Maß an Zerstreuung vom Arbeitstag, wenn ein freudiges „FTW!!!ELF:D“ seinen Weg in die Timeline findet.

4.0 Designing tomo-e

Die iPhone App tomo-e ist ein experimentelles Designkonzept, das auf Basis verbal-visueller Metaphern neue Facetten der Echtzeitkommunikation aufzeigt.

Im Fokus der Applikation steht das Bedürfnis nach gegenseitigem Austausch und Vermittlung der eigenen Gefühlslage. Dabei werden alltägliche Situationen zweier Personen als Momentaufnahmen festgehalten und an ihren Schnittpunkten zu einem neuen gemeinsamen Abbild des Erlebten verflochten.

Das Konzept hinter tomo-e zielt darauf ab, dass Menschen ein stärkeres Gespür für ihren Gegenüber entwickeln und aufeinander eingehen: zusammen Momente der Freude teilen oder Trost spenden.

Dies geschieht mittels einer Verketzung aus japanischen Haiku-Versen und fotografischen Momentaufnahmen.

Beide Elemente werden als Fragmente zwischen zwei tomo-e Teilnehmern ausgetauscht. Am Ende dieser Kette steht die Synthese: Die einzelnen Fäden – Bilder und Verse – werden zusammengeführt. Als gemeinsames Abbild des Momentes entsteht eine Doppelbelichtung, deren Ästhetik zwar von den Nutzern gelenkt, aber letztendlich vom Zufall definiert wird. tomo-e erzählt Geschichten und schafft neue Perspektiven für zwei Menschen, die ihre Erlebnisfragmente zu einem Ganzen zusammenfügen. Ebenso aggregiert die Community den Fundus aller tomo-e Statusmeldungen auf makroskopischer Ebene zu riesigen Emotionsräumen für Ge- und Erlebtes.

5.0 Literatur

Koller, F.; Limbach, T. (2009): Dem Kult des iPhone auf der Spur. Zugriff am 16.06.2010 unter <http://www.uid.com/wissen/uid-veroeffentlichungen/>.

Reiss, S., Multifaceted Nature of Intrinsic Motivation (2004),: The Theory of 16 Basic Desires, in: Review of General Psychology, Vol. 8, No. 3.

Remest, C. (2009): tomo-e: a collaborative poetry iPhone application; Diplomarbeit Folkwang Universität, betreut durch Rieß, H. bei UID.

Sheldon, K. M., Elliot, A. J., Kim, Y., & Kasser, T. (2001): What is satisfying about satisfying events? Testing 10 candidate psychological needs. Journal of Personality and Social Psychology 80, 325-339.

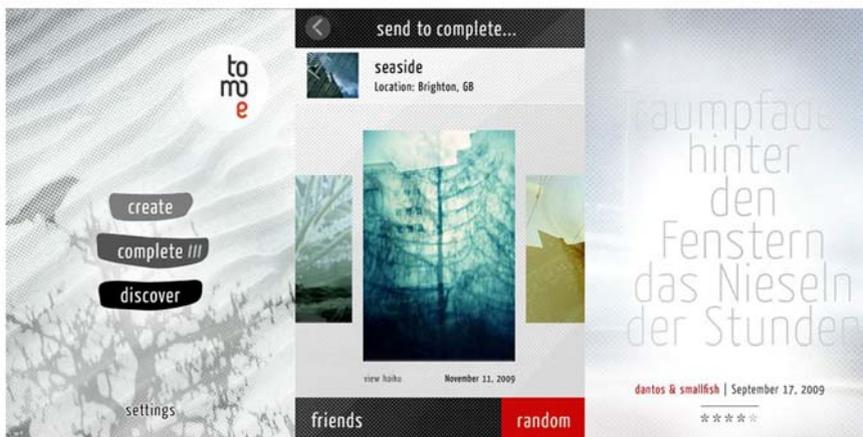


Abb. 5: tomo-e Design

Quelle: User Interface Design GmbH