



Eksamensopgave

Bacheloruddannelse i Informationsvidenskab (2006-studieordning)

Eksaminator: Søren Pold

Afleveringsdato: 03-06-2008

Censor (udfyldes af sekretariatet):

Intro til programmering, intern best./ikke best.	☐	(sæt kryds)
Programmering og systemudvikling, intern 13-skala	☐	(sæt kryds)
Kommunikation-1, intern best./ikke best.	☐	(sæt kryds)
Kommunikation-2, ekstern 13-skala	☐	(sæt kryds)
Digital æstetik, intern 13-skala	☐	(sæt kryds)
Teknologihistorie, ekstern 13-skala	☐	(sæt kryds)
Organisationsanalyse, ekstern 13-skala	☐	(sæt kryds)
Studium generale, intern 13-skala	☐	(sæt kryds)
Informationsvidenskabelig metode, intern best./ikke best.	☐	(sæt kryds)
Valgfrit projekt, intern 13-skala	☒	(sæt kryds)
Bachelorprojekt, ekstern 13-skala	☐	(sæt kryds)

Opgavens anslag: 91.122

Afleveret af:

Årskort: 20030605 Navn: Nicki Thomas Hansen

Årskort: 20061647 Navn: Søren Emil Andersen

Årskort: Navn:

Årskort: Navn:

Må eksaminators eksemplar af eksamensopgaven gøres til genstand for udlån?

JA ☒

NEJ ☐

Edb-Tidende 2.0

Fordybelsesprojekt i Digital Æstetik

Søren Emil Andersen
Nicki Thomas Hansen
02-06-2008

Indholdsfortegnelse

Problemformulering.....	3
Om Web 2.0	4
Begreber	4
Definition	8
Om Edb-Tidende	9
Hvad er Edb-Tidende?	9
Hvorfor eksisterer Edb-Tidende?	10
Perspektivering.....	11
Analyse af Videosift.....	11
Star Points	15
Brugerdifferentiering på Videosift	15
Power Points.....	19
Siftbot	19
Indkomst til videosift.....	19
Udseendemæssige overvejelser.....	20
Andre sider med web 2.0 features	20
Overordnede stil-overvejelser.....	23
Pointsystemer	23
XP-point	24
Achievements	25
Talenter	26
Mastery.....	27
Originalitet?.....	27
Pointsystemer for Edb-Tidende	28
Indtjening af xp point	28
Levels	30
Achievements	31
Talenter	31
Mastery systemet.....	32
Features vi har overvejet, men forkastet	34

Opsummering af design-beslutninger	36
Udseende.....	36
Stemmer	36
Mockup.....	37
Eventuelle Problematikker og Fremtidige Ideer	39
Afrunding	40
Litteraturliste	41

Nicki er ansvarlig for side 1-20 og søren er ansvarlig for side 21-41.

Opgaven indeholder 91.122 tegn.

Problemformulering

Vi vil i denne opgave skabe en designmodel, der kan implementeres i en ny version af websitet Edb-Tidende. Opgaven er skrevet i et digitalt æstetisk perspektiv, og vi vil derfor hovedsagligt beskæftige os med sidens "frontend", altså udseendet og brugeroplevelsen, og ikke komme ind på de dybere programmerings- og systemudviklingsperspektiver, der måtte kunne berøres.

Problematikseringen i denne opgave har vi udledt på baggrund af en analyse af websitet Edb-Tidende, hvor vi så nærmere på de mangler som sitet havde. Denne analyse står senere i nærværende opgave i afsnittet *Om Edb-Tidende*.

Vi vil først give detaljerede beskrivelser af Web 2.0-filosofien og websitet Edb-Tidende. Efter beskrivelsen af Web 2.0 vil vi konkludere med en opsummerende definition. Denne definition anvender vi i en analyse af features fra eksisterende websites, som vi vil adaptere til Edb-Tidende. Vi kigger mere specifikt nærmere på sitet *videosift.com*, og henter visse features fra *wowhead.com* og *wow-europe.com*. Før vi går i gang med at bearbejde Videosift vil vi beskrive Edb-Tidende i dens nuværende form, og beskrive sitets nuværende problemer og motivationer for at forbedre sitet. Disse ønsker vil vi opsummere i 2 overordnede ønsker:



Vi vil skabe et stærkt og engageret brugerfællesskab på Edb-Tidende.

Vi vil have brugerfællesskabet til at skabe sidens indhold og vedligeholde siden uden administration.

Efter beskrivelsen af Edb-Tidende vil vi have et afsnit om siden Videosift, der skiftevis beskriver og analyserer udvalgte web 2.0-elementer, som efterfølgende enkeltvis vil perspektivere til vores ønsker for Edb-Tidende. På denne måde får opgaven en gradvis overgang fra abstrakte overvejelser om hvad der vil være godt på baggrund af analysen af Videosift, til konkrete

designbeslutninger i forhold til Edb-Tidende. Vi vil udvikle og gennemgå forskellige pointsystemer, som skal fremme de kardinalpunkter vi har opstillet i problemformuleringen. Til sidst vil vi vise vores beslutninger med nogle grafiske mockups af den fremtidige inkarnation af Edb-Tidende, og udpege resultaterne af vores arbejdsproces.

Om Web 2.0

Dotcom boblen omkring årtusindskiftet var præget af en irrationel tro på internettets magt som markedsføringsmiddel. De eksisterende virksomheder var ofte usikre på, hvad de skulle gøre med et website, men fik lavet en alligevel for at sikre sig, at de var "med på bølgen", hvis det skulle vise sig at være nyttigt. Da boblen brast, forsvandt meget af usikkerheden også – markeds-darwinisme gjorde det af med al den varme luft og irrationelle optimisme.

Google er en af de få dotcom-virksomheder, der overlevede perioden og stadig står særdeles stærkt i dag. Google har ikke selv noget nævneværdigt originalt indhold¹, men fungerer derimod som en mellemmand eller katalysator mellem brugeren og det ellers uoverskuelige indhold på Internettet. Denne katalysator-rolle er en stor del af mange Web 2.0-produkter, og kommer i stand i samarbejde med brugerne. I nogle tilfælde samarbejder brugerne aktivt som medlemmer i et community (se f.eks. digg eller videosift, hvor folk aktivt stemmer på indhold, der så ordnes derefter) i andre anvendes brugernes handlingsmønstre, som grundlag for "katalyseringen" eller katalogiseringen, og præsentationen af indhold. Se f.eks. Amazons autogenererede besked, når man besøger specifikke produkt-sider: *"people who viewed this product also viewed these products"* eller Googles pagerank, der spinder guld på, at folk linker til sider, som de dømmes til at have en nytteværdi for deres personlige brugere. Intelligentes aktørers beslutningsevne overlever, så at sige, op igennem systemets struktur, så en automatisk styret database kan foregive at interagere intelligent med sine brugere.

Begreber

Da Web 2.0 er så nyt et fænomen, vil vi her give en detaljeret gennemgang af de vigtigste begreber vi vil berøre. Disse vil muligvis ændre sig radikalt i den nære fremtid, efterhånden som Web 2.0-konceptet modnes.

En **Folksonomy** er en sammentrækning af "folk taxonomy", og benævner en indeksering af en mængde data, efter en emergent, snarere end en stringent rationel metode, som ellers er den vante, jf. fx bibliotekskataloger. Det mest udbredte eksempel sker via "tagging", hvor bidragydere til en content-samling tagger deres bidrag med nøgleord, de hver især finder passende. Databasen tæller så gengangere blandt disse tags, samt hvilke der optræder ofte sammen, og danner derved et billede af de enkelte database-posters relationer til hinanden. Alle posterne ligger dog stadig i en stor, uordentlig masse, men kan findes frem via en søgning på deres respektive tags. Yderligere

¹ Deres gmail og videosites indeholder brugerskabt indhold, som ikke kan regnes for Googles. Google Earth og Google Maps indeholder indkøbte kort og satellitbilleder, som man kun marginalt kan regne for originalt indhold.

kan mere indirekte relationer afdækkes for beskueren (dog ikke for systemet), ved en visualisering, en såkaldt "tag cloud", hvor et virvar af ord i forskellig størrelse fungerer som links til søgninger på disse ord, og hvor størrelsen på hvert ord svarer til dets antal forekomster som tag i databasens poster.



Figur 1 - En folksonomy over subgenii til Web 2.0, visualiseret med en tag cloud.

Indhold, på engelsk kendt som "content", eller, mere specifikt for bladbranchen "copy" eller "copywriting" er en stor del af internettets økonomi. Det er det originale indhold på hjemmesider der tillader dem at differentiere sig fra hinanden, og er klart den letteste måde at skaffe sig markedsandele på, da en god tekstforfatter ikke umiddelbart kan efterlignes af konkurrenterne så let som eksempelvis en kalender- eller søge-service. I Web 2.0-regi skabes content ikke af en central redaktion, aflønnet af ejeren af et website. Denne forretningsmodel blev brugt på de tidligste kommercielle content-websites, og bliver stadig brugt af bladhusenes online aviser samt nogle få eksklusivt online magasiner, som for eksempel Slate.com. I stedet gør web 2.0-sider brug af brugerne til at skabe content, og denne proces gøres dermed utroligt skalerbar.

The long tail er et begreb opfundet af Chris Anderson, en redaktør på Wired Magazine og forfatter til bogen The Long Tail. Det benævner en ny type driftsfordele eller en ny type marked eller kulturdiskurs, som internettet har gjort mulig, nemlig en form for "masse-specialisering", der kan opsummeres i flg. citat:

"When consumers are offered infinite choice, the true shape of demand is revealed. And it turns out to be less hit-centric than we thought."²

Han påpeger, at det samlede marked for niche-interesser er lige så stort eller større end markedet for mainstream- eller 'hit'-interesser.

² <http://www.longtail.com/about.html>



Figur 2 - Kilden til navnet er tydelig

Internettet som medium er formbart og lettilgængeligt nok til at tiltrække disse niche-fans, men samtidig gennem sin digitale og kybernetiske natur standardiseret nok til at kunne nå alle disse fans med eksempelvis reklamer, der med Web 2.0s brug af søgning frem for indeksering, billigt kan syndikeres til vidt forskellige demografier. Googles reklameservice AdSense drager for eksempel fordel af dette, på det simple niveau ved at associere en reklame med en søgning på et keyword – det er denne associering, kunden betaler for, siden reklamernes udseende er komplet standardiseret med et diskret google-look. Lagring af digitale produkter er også mange gange billigere end lagerplads i "brick-and-mortar-stores", altså fysiske butikker, både fordi der ikke er nogen reel "produktion" af eksempelvis varerne i iTunes Store, blot en kopiering af en fil på Apples servere, hvis omkostning kan måles i tusindele af en øre, men også på grund af de faldende priser på lagermedier. I online-butikker udgør niche-varerne langt størstedelen af kataloget, i forhold til mainstream-varerne, som de fysiske butikker til gengæld tager hjem som de eneste, da disse er de eneste der kan betale sig for dem. Web 2.0 har på denne måde demokratiseret forbrugermarkedet gennem cyberspace, så den "lange hale" af internetbrugere nu kan konkurrere med kommercielle interesser på dette marked, gennem Web 2.0 services som Ebay, Rent-a-coder og Amazon. Dette er en gentagelse af fremkomsten af multimedie-PC'en, der demokratiserede underholdningsindustrien med billig adgang til høj kvalitet af musik- og videoproduktion. Kombinationen af sammenbrud af indgangsbarrierer til de to brancher kan nu ses i fænomener som Youtube, Thesixtyone og Myspace's band-profiler.

Collaboration (i opgaven fremover kaldet samarbejde, blot har vi her beholdt den engelske betegnelse, da det igen er jargon-præget, og blandt andet bliver brugt som navn på en Web 2.0 arbejdsmetode), er en af de ting der er vigtigst i forhold til Web 2.0. de fordele man kan opnå ved at stille det rette virtuelle arbejdsmiljø til rådighed for et stort antal brugere er alsidigt og har mange nyttige effekter, den vigtigste beskrevet som en vigtig del af "*Harnessing Collective Intelligence*" af O'Reilly³; ved at mange brugere laver bevidste valg om eksempelvis kvaliteten af indhold, kan den samlede indsats erstatte en magasinredaktørs rolle. Google gjorde snedigt brug af dette da de opfandt PageRank, hvor et crawler-program noterede hvilke sider der blev linket

³ O'reilly, Tim – What is Web 2.0? (2005), p. 5

mest til, i forbindelse med et bestemt søgeord – her kom ”collective intelligence” til udtryk på en emergent, indirekte måde, fordi disse links repræsenterede en brugers bevidste valg, og altså var en ”blåstempling”. Jo flere blåstemplinger, jo højere nytteverdi, og dermed en højere placering blandt Googles søgeresultater, alt sammen uden Googles personale behøver blande sig i processen.

En anden afart af collaboration er **wiki**, et hawaiiansk ord, der betyder ”hurtig”, men som i internet-sammenhæng er blevet en betegnelse for en online samarbejds-metode, hvor en samling hypertextuelle dokumenter kan redigeres af samtlige medlemmer af en gruppe, eller endda alle online besøgende. Jimmy Wales der, grundlagde online encyklopædien Wikipedia i 2001, der siden har demonstreret styrken ved denne arbejdsform ved at blive det suverænt mest populære opslagsværk på nettet, på trods af at det ikke er udarbejdet af eksperter. Kvalitetskontrollen er ligesom de andre afkom af web 2.0-gennembruddet emergent, og fungerer ud fra devisen: *”Given enough eyeballs, all bugs are shallow”*⁴. For eksempel hvis hundredvis af besøgende kigger på en wikipediaartikel, er der meget gode odds for at nogle af dem vil få øje på eventuelle fejl, og rette dem.

Perpetual beta er O’Reillys udtryk for den forstyrrelse i den traditionelle ”software-release cycle” som Web 2.0 har forårsaget⁵. Webservices kan i dag på mange områder konkurrere direkte med software der bliver udbudt ad de gamle veje, nemlig som pakker man køber i brick and mortar-butikker, og siden de er hosted online, behøver de ikke følge det gamle paradigme med at udbyde et ”færdigt” produkt med en licens, for senere at blive klar over og implementere adskillige rettelser til sit produkt, og udsende patches som kunderne skal downloade. Derimod er en web 2.0-service hele tiden i en flydende tilstand af små rettelser og justeringer, og endda eksperimenteren med nyt indhold. Der er ikke tale om at brugeren har en licens der kun gælder til en bestemt version, og må købe en ny papkasse med en cd, når den nye version i en franchise udkommer, og der ikke længere kommer patches til den gamle. En web 2.0-side kan hele tiden være up to date med de nyeste kompatibilitetskrav, og bliver konstant rensset for eventuelle fejl. Som nævnt kan ejerne af en web 2.0-service også have en slags dialog med brugerne, hvor de enten implementerer et nyt element på prøvebasis og afventer brugernes reaktion, eller spørger brugerne direkte gennem polls eller forumdiskussioner, hvilke opgraderingsforslag de synes burde implementeres. Denne metode kan både engagere brugerne og give en følelse af privilegium og ansvar, og kan give sitets ejere et værdifuldt værktøj til iterativt at tilpasse sitet til hvad der er mest populært blandt dets brugere. Dog vil det nok være fordelagtigt at holde sig for øje i programmeringen af siden at den skal være let at opgradere og ændre.

Blog-værktøjet **permalink** kan også siges at være blevet en indgroet del af nettets struktur, og set som web 2.0 aggregat, har det lettet tilgangen af indhold meget, og har muliggjort en mere

⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/The_Cathedral_and_the_Bazaar

⁵ O’Reilly, Tim – What is Web 2.0? (2005), p. 10

umiddelbar kommunikationsform, hvor en meningsfuld diskurs kan finde sted mellem normale mennesker. det er blevet let nok til at folk gør det for sjov, og ikke ser det som et stykke arbejde.

Definition

En grund til at Web 2.0 har haft et rygte som meningsløst buzzword⁶, er fordi det er svært at omfatte med en enkelt sætning. Eric Schmidt har forsøgt sig med kardinalreglen "Don't Fight The Internet"⁷, der kan ligne O'Reilly's "Harnessing Collective Intelligence"⁸ i den forstand, at de taler om at udnytte styrkerne ved internettet som medium: De mange brugere, fokuseringen på gratis indhold, og disse brugeres villighed til at indgå i dialog og samarbejde med hinanden. Hvis et firma kan levere en frugtbar platform, hvor et brugerfællesskab har lyst til at levere gratis arbejdskraft, og skabe indhold og liv, der så øger platformens appeal, vil det være en meget succesfuld og web 2.0-inspireret forretningsmodel. At finde en måde at profitere på web 2.0-services er ikke altid direkte forbundet med disse services' appeal; for eksempel kan Googles popularitet næsten udelukkende tilskrives deres søge-service, men deres største indtægtskilde er fra den diskrete, og ikke direkte forbundne, reklameservice AdSense, som kun en brøkdel af de besøgende benytter sig af, og dermed generer afkast.

Typiske web 2.0 websites producerer heller ikke noget indhold selv, men koncentrerer sig blot om at skabe en frugtbar grobund for brugerne, og opmuntre disse til at bidrage med deres egne input. Fælles for web 2.0-centriske sider er også, at deres appeal ligger *på* siden, og at denne altså ikke fungerer som en sekundær portal til et firmas services (som for eksempel Coca-Colas website, eller andre "brick and mortar"-selskabers repræsentation på internettet). Der er undtagelser, fx. Amazon.com der sælger fysiske produkter gennem deres side, men som til gengæld også kun kan siges at være delvist Web 2.0-centrisk, da indholdet på siden er lavet af ansatte i firmaet, og ikke, som det kunne tænkes på en web 2.0 pendant til Amazon, at websitet simpelthen var en aggregator for en mængde tredjeparts data, der efterhånden blev sorteret af brugerfællesskabet. Der er dog stadig knyttet en stor mængde dynamisk genereret data til hver bruger på det faktiske Amazon-website, og ligeledes til hver vare. Alt dette data bliver skabt enten ved overvågning af brugernes handlinger, eller direkte ved brugernes skrevne input, i form af anmeldelser af bøger, lister af anbefalede værker indenfor en genre, osv.

Der tegner sig et billede af at web 2.0-filosofien handler om at give mere magt til brugeren, respektere ham/hende og lytte til input, i håb om at skabe en platform der tiltrækker og sammenknytter brugere i et produktivt brugerfællesskab ("Community"). Det kan enten udarte sig i produktion af indhold, eller blot sortering af 3. Parts data, så brugerne bliver en konsensus-baseret redaktion, hvis virksomhed resulterer i at en data-masse bliver gjort tilgængelig og nyttig.

⁶ Ibid. p. 1

⁷ O'Reilly, Tim – Web 2.0, Compact Definition: Trying Again (2006), p. 1

⁸ Ibid.

Web 2.0 kan altså beskrives som en familie af *best practises*, der er opstået efterhånden som nettet har udviklet sig som kommerciel platform, som centrerer sig omkring at inddrage brugeren i skabelsen af siden.

Om Edb-Tidende

Herefter følger en beskrivelse af websitet Edb-tidende. Til slut i dette afsnit vil vi vurdere, hvilke af de ovenfor beskrevne web 2.0-idealer der kunne benyttes i en forbedring af Edb-Tidende-sitet, der i sin nuværende form har nogle problemer. Disse ønsker om forbedring vil vi opsummere i 2 fundamentale ønsker for sidens fremtid.

Hvad er Edb-Tidende?

Edb-Tidende er et website, som leverer nyheder og artikler af et højt teknisk niveau om emnet EDB og IT. Sitet er på dansk og er udelukkende møntet på et dansktalende publikum. Sitet fungerer med en klassisk redaktion, som kendt fra aviser og lignende, hvilket betyder at det er få mennesker, der leverer indhold til de mange læsere. Sitets indhold er primært todelt mellem nyheder og artikler.

Nyheder er korte men kan have et meget bredt emne; alt inden for IT og EDB kan behandles, men der tilføjes ikke noget nyt til nyheden andet end eventuelle associerede tanker for implikationerne af nyheden for branchen. En artikel er mere dybdeborende og kræver en større mængde research.

En **artikel** indeholder betydeligt nyt indhold ud over skribentens umiddelbare gisninger og tanker. Der er flere forskellige former for artikler på sitet

- 1) *Meta*artikler
- 2) Forklarende artikler
- 3) Fortællende artikler

En **metaartikel** er en artikel, hvor analysen baseres på resultater fra eksterne sites, hvor det nye indhold til artiklen er en kritisk analyse af resultaterne og en lokalisering af resultaterne, således at de bliver sat i en kontekst, som appellerer til læserne. Eksempler på metaartikler er [iXBT, driver-artikler].

En **forklarende artikel** omhandler et teknisk vanskeligt emne, som forklarer detaljerne, som en slutbruger ikke nødvendigvis skal bruge, men som en interesseret kan få meget ud af. Disse artikler kan forklare meningen bag diverse buzzwords og tekniske udtryk, som en lægmand typisk ikke vil forstå. Disse artikler kræver en omfattende forståelse af skribenten, da disse er belærende artikler, hvilket betyder at eventuelle fejloplysninger kan blive fremstillet som facts, hvilket naturligvis er uheldigt. Eksempler på forklarende artikler er [PhysX og fysik i spil, antialiasing]

En **fortællende artikel** omhandler ikke specielt svært tilgængelig information, men handler primært om at informere (overfor at belære) uden den store nye, originale information. Denne

form for artikel kan rapportere om udgivelsesplaner og anden ordning af data. Eksempler på fortællende artikler er [spil på vej, året der gik].

Både nyheder og artikler kan individuelt kommenteres, hvilket betyder at der kan opstå en dialog med udgangspunkt i nyheden/artiklen både mellem redaktionen og brugerne, og brugerne imellem. Disse **kommentarer** er også brugerbaserede, da hver bruger kan komme med sin mening igennem disse. Kommentarerne er altid relaterede til en nyhed eller artikel.

Der eksisterer endvidere et **forum**, hvor brugere kan komme med indlæg og spørgsmål, som kan besvares af brugerfællesskabet eller redaktionen. Forummet er meget spartansk, og har ikke omfattende features andet end at kunne skrive og læse indlæg. Dette forum fungerer på samme måde som nyhedsdelen af Edb-Tidende, men emnerne er anderledes: i forummet kan en bruger stille spørgsmål og få svar, hvor nyhederne typisk er informerende og kommentarer er uddybende eller spørgende, kan et forumindlæg være spørgende og kommentaren til det oprindelige forumindlæg kan være informerende. Der er således en anden retning på informationen på et forum end ved en nyhed/artikel.

Sitet indeholder også afstemninger af alskens art, som typisk behandler spørgsmål, der kræver et kvantitativt svar (eks.: hvor meget X har du?) eller omhandler en nyere udvikling i branchen (Eks.: Af følgende muligheder, hvilket X er bedst?). Disse afstemninger kan individuelt kommenteres og stemmes på. Her er kommentarerne uddybende og forklarende, da selve afstemningsindlægget ikke indeholder anden information end afstemningen selv.

Sitet benytter vedholdende brugernavne, således at man kan identificere en person og forholde sig til andre indlæg end blot det foreliggende i en diskussion.

Hvorfor eksisterer Edb-Tidende?

Edb-Tidende opstod, da et andet site, Hardwaretidende, lukkedes af ejeren i december 2004. Det oprindelige mål for Edb-Tidende var at videreføre *ånden* fra dette site, som havde fungeret som et samlingssted for mange hardware- og edb-interesserede. Siden da har Edb-Tidende udviklet sig og har nu en større emnebase end hardwaretidende, som primært behandlede hardware (heraf navnet).

Edb-Tidende udmærker sig fra andre lignende edb-sites, ved at komplet at have fjernet reklamer. Langt størstedelen af sites med dette emne har reklamer i alle ender af sitet, hvorfor en bruger hurtigt kan blive uinteresseret i sitets indhold pga. for meget distraherende materiale. Førnævnte indhold er endvidere af højt sagligt og teknisk niveau, hvorfor sitet ikke appellerer til laveste fællesnævner og vedholder sig en vis "elitisme", i den forstand at der er mere information at hente for kendere i sitet end i andre sites. Sitet henvender sig således til en niche af brugere, men vil igennem denne elitisme undervise og informere brugere, der ønsker at øge sin personlige vidensbase. Sitets kollektive intelligens er også på nuværende tidspunkt på et relativt højt niveau, og dette vil vi gerne udnytte nærmere i videreudviklingen af sitet.

Perspektivering

Hvilke problemer er der med Edb-Tidende nu, og hvordan kan web 2.0 hjælpe?

Den klassiske redaktionelle stil er tærende på redaktionen, som ikke har noget incitament til at lave artikler/nyheder andet end glæden ved at gøre det og informere andre. Dette incitament kan række til få nyheder og enkelte artikler, men sjældent til fortløbende, dedikeret arbejde, og produktionen af nyt indhold er da også gået i stå over de sidste 6 måneder.

Vi vil i videreudviklingen af sitet aktivt opfordre til deltagelse i sitets indhold, således at der kan opstå et brugerfællesskab omkring sitet, som sammen kan skabe en større mængde indhold end der har været hidtil. Vi vil dog gerne kunne konkurrere på kvalitativt indhold, hvorfor vi vil udvikle systemer, der fremmer kvalitetsindhold.

Det første fundamentale ønske for forbedring af sitet er derfor:

- En samling mekanismer, der gør at sitets brugere opmuntres til at producere indhold til sitet, og selv at agere redaktion, og sørge for at dette indhold har en ordentlig kvalitet; siden skal kunne køre selv.

Der er som et resultat af den langsomme produktion af indhold ikke længere ret meget trafik på siden, der ellers tidligere havde mellem 100 og 200 regelmæssige brugere, der både læste og kommenterede. Det andet fundamentale ønske er således at skabe:

- Et godt brugerfællesskab

Dette vil både opmuntre til en større trafik på siden, større produktion af indhold, og gennem netværkseffekten være et trækplaster for at endnu flere besøgende opretter brugerprofiler og deltager.

Den opmærksomme læser vil bemærke, at disse to punkter udgår vores problemformulering ovenfor.

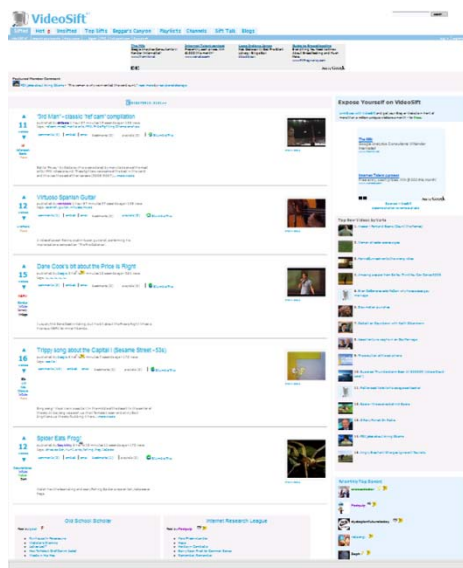
Analyse af Videosift

Videosift.com er et website, hvis brugere uploader, kommenterer og indekserer videoer fra videohosting-sites. Videoerne ligger ikke på Videosifts servere, men er som regel indkapslet⁹ fra det originale hosting-site. Brugerne stemmer så på videoer de godt kan lide, og de 15 bedste kan ses på en topliste på forsiden. Hoveddelen af forsiden er dog dedikeret til videoer, der netop har klaret sig igennem "sien", sidens hovedkoncept. Når en ny video uploades, ligger den i en kø i "unsifted"-delen af siden, som man kan komme ind på ved at klikke på den 3. knap fra venstre i menulinjen i toppen af siden. En video på videosift kaldes ofte en sift, eller en sifted video, da hele

⁹ Indkapsling, eller *embedding*, vil sige, at videoen kan afspilles på den nærværende side, men streames fra sit originale hosting-sted i en proprietær afspiller, ofte med tydelig kildehenvisning direkte i afspilleren.

den side man har indkapslet videoen i tæller med til andre brugeres vurdering af siftet. Når en sift får over 10 positive stemmer, bliver den flyttet fra unsifted-køen til forsiden. Hvis den ikke når at få 10 stemmer på 2 dage, bliver den fjernet fra køen, og kan fremover kun ses på den uploadende brugers egen profilside i en personlig kø. Således bliver der aldrig slettet noget fra videosifts database, så en video vil altid bevare en minimal chance for at blive set og nå frem til forsiden. Der er dog visse videoer, der bliver frasorteret, såsom pornografisk materiale eller mere voldsomt materiale end brugerfællesskabet vil acceptere. Endvidere bliver *dupes*, hvilket vil sige sifts med akkurat den samme video også fjernet fra siden af brugerfællesskabet.

For at forklare hvad Videosift indeholder, vil vi først gennemgå forsiden, da denne giver et godt overblik over de væsentlige features. Det primære indhold på Videosift er videoindlæg, sifts. Disse indlæg fremkommer ved at brugere indsender dem til en kø, hvor andre brugere kan stemme på indlægget. Hver bruger har kun et begrænset antal videoer, de kan have i køen på et givent tidspunkt, hvilket betyder at hver bruger skal overveje om denne video er værd at bruge sin tid på. Et video som ingen vil kunne lide, vil aldrig slippe ud af køen, hvorfor der ikke vil være nogen grund til at forsøge. Der foregår altså en renselse af indlæg allerede før de er lavet og herefter er der selve køen som yderligere renser indlæggene, ved at brugerfællesskabet bestemmer om videoen skal slippe ud af køen, ved enkeltvis at stemme positivt eller negativ på videoen.



Figur 3 - Videosifts forsiden

Øverst er websitets logo, der også fungerer som et link tilbage til hovedsiden fra alle undersider. I højre side allerøverst er et søgefelt, hvor standard-søgemåden er på sifted videoer, og ved siden af et link til "advanced" søgning, hvor man kan søge på videoer på titel, tags, tidspunkt, hvilken bruger der har uploadet, og andre muligheder. Derunder er en menulinje, der linker til forskellige indeks af videoer.

Sifted er hvad der vises på forsiden af sitet, og den viser de nyeste videoer i kronologisk rækkefølge efter hvornår de er sluppet ud af køen. Videoerne kan ikke sorteres på andre måder end den kronologiske, men brugere kan bruge en kommando til at fremhæve en video, så den bliver hængende på forsiden i et fast stykke tid. Denne kommando bliver forklaret nedenstående.

Den næste knap, **Hot β**, er en betafunktion, der vægter videoer, der har modtaget mange stemmer på meget kort tid særligt højt. Dvs. de er ordnet efter en fremskrivning af væksten i deres stemmeantal. Denne metode har været upopulær på sider som Digg.com, hvor få brugere har kunnet kunstigt "booste" deres indlæg, ved at have 10 venner, der *digger* indlægget samtidig, så det er forståeligt at den er i beta, da algoritmen nok skal tage andre ting i betragtning for at undgå unyttige eller misvisende resultater. Argumentet for denne feature er, at hvis videoen som vises ikke har kvalitet nok til at være der, vil brugerfællesskabet alligevel stemme imod det, og så vil det balancere sig. Desuden er dette formentlig grunden til at den mere mondæne kronologiske orden bruges som forside. Hot β kan af gode grunde ikke sorteres på andre måder, da dette underminerer ideen med sektionen.

Ved siden af Hot er **Unsifted**; her er køen af de allernyeste videoer, der endnu ikke har modtaget over 10 stemmer. Alle videoer fra de foregående 2 dage med under 10 stemmer kan findes her. Efter 2 dage fjernes de, som nævnt, og kan derefter kun ses på en brugers profilside, hvor hver bruger har en personlig kø, som indeholder alle de videoer som ikke er sluppet igennem sien. Unsiftede videoer kan sorteres på mange forskellige måder og en bruger kan endda skjule de sifts, som vedkommende allerede har kigget på eller stemt på. Dette betyder, at siden kan være unik for hver bruger.

Næste knap tager en videre til **Top Sifts**, som er en side med sifts, sorteret på tre forskellige måder: flest stemmer, flest kommentarer og datoen indlægget slap ud af køen. Der kan endvidere sættes en afgrænsning for, hvor langt tilbage der skal sorteres fra: 24 timer, 1 uge, 1 måned, 6 måneder, 1 år og al tid.

Beggar's Canyon¹⁰ er en liste af videoer, hvor brugeren, som har lavet siften, bruger en kommentarkommando (mere om disse nedenstående) til at *tigge* for den usiftede video. Denne kommando bliver parset af systemet, som automatisk sender siften til Beggar's Canyon. Når dette er sket poster brugeren "Siftbot" en besked, som siger at videoen nu er flyttet.

Playlists indeholder afspilningslister, som alle brugere kan oprette. Disse kan have alle mulige emner og fungerer som en form for sortering af videoer, således at brugeren selv og andre brugere kan benytte denne til at finde videoer, der omhandler samme emne. Der er flere andre features, der hjælper til at sortere videoer og vi vil gennemgå flere senere i opgaven.

¹⁰ En hilsen til Star Wars episode 4, hvor det er en kløft i nærheden af Luke Skywalkers barndomshjem med samme navn.

Channels, den næste knap, er endnu en metode til at sortere videoer på. Når en bruger indsender en video, kan vedkommende vælge op til 7 forskellige kanaler, som videoen kan høre til. Disse inkluderer *komedie*, *politik*, *musik* og mange flere. Disse kanaler er alle blevet oprettet af brugere, når de har opnået en diamant-250 status på siden, hvilken forklares nærmere i afsnittet om *Star Points*. Der er altså her endnu en sortering i indlæggene, som varer ved.

De næste to knapper, **Sift Talk** og **Blogs**, peger på den anden del af Videosift, som ikke indeholder videoer direkte. Sift Talk er, som navnet antyder, et form for forum, hvor alle brugere kan lave et tekstuel indlæg, som kan omhandle hvad som helst. Sift talk indlæg kan sorteres i de samme kanaler som videoindlæg, men de optræder ikke på de samme lister. Sift talk indlæg kan indeholde billeder i det første indlæg, noget der ikke kan være i kommentarer. En blog er en personlig web log, som kun tilgængelig for *charter members*, hvilket betyder at disse brugere betaler for at få adgang til denne feature. Kun "ejereren" af bloggen kan lave første indlæg i disse blogs, men andre brugere kan kommentere som i andre indlæg.

Videoindlæg er websitets hovedfokus. Disse bliver oprette ved at en bruger trykker på "submit video" og indsætter en "embed code" fra en af mange understøttede video-hosting-sites, som for eksempel youtube. Dertil annoterer brugeren videoindlægget på en række forskellige måder. Man skriver en række tags, der bruges til at generere websitets tag-cloud, samt bliver brugt i søgningen efter videoer. Brugeren kan også vælge en række "channels" at associere videoen med. Disse er skabt af brugerne selv, men denne funktion bliver først tilgængelig når man har opnået nok Star Points. Dette bliver beskrevet i det følgende afsnit. Endelig skal brugeren skrive en kort beskrivelse af videoen, der kommer til at stå under denne i det nye indlæg på "unsifted" siden. Når alt er klar klikker man "next", og bliver præsenteret for en række videoer, der ifølge sidens algoritmer ligger meget tæt på den originale, og man skal sikre sig at man ikke er ved at indsende en dublet af en video der allerede findes på sitet. Hvis der ikke er nogen problemer her, trykker man "submit", og videoen kommer frem som et nyt indlæg på unsifted-siden. Et indlæg består af en lyseblå titel øverst, der fungerer som permalink til indlægget. med en stor og tydelig stemme-tæller til venstre for sig. Denne viser med et tal hvor mange stemmer den aktuelle video har, og hvis den er aktiv er her trekantede blå knapper til at stemme op og ned med. Under denne står de channels, videoen er associeret med. Under titlen står af hvem og hvor længe siden videoen er indsendt, hvor mange der har set den, og de tags den er blevet annoteret med. Til højre for denne tekst er et thumbnail fra videoen, der kan foldes ud til et fuldt embed-vindue, hvori videoen kan afspilles. Endelig er der et link til kommentarer, der folder disse ud på hovedsiden (man skal dog åbne indlæggets permalink for at skrive kommentarer, dette er der et link til inde i det udfoldede kommentar-felt, foruden selve indlægstitlen).

Sorteringen af indlæg fungerer som nævnt via et stemmesystem på Videosift. Hvert videoindlæg har en tydelig stemmeknap som brugere kan bruge til at vise deres mening om indlægget. Disse stemmer er kilden til brugeropgraderingerne på siden (bronzestjerne, guldstjerne osv.; dette bliver

gennemgået længere nede), og er hovedmotoren bag sorteringen af videoer, så de ordnes på de forskellige lister på siden.

Star Points

Videosift indeholder en niveaudeling af brugere, som rangeres efter *Star Points*. Rangeringen er en anerkendelse af de brugere, der har tilføjet noget til brugerfællesskabet i Videosift. Star Points indtjenes ved at få en video siftet til forsiden (ved 10 positive stemmer), hvis en anden bruger har bedømt brugerens indlæg i sift talk som kvalitet eller hvis en kommentar får 15 eller flere positive stemmer.

Hver bruger har en række kommentarkommandoer (invocations) til rådighed, hvor man tilkalder brugeren *SiftBot* til at udføre systemhandlinger. Kommandoerne bruges ved at skrive specielle nøgleord i en kommentar, som f.eks. *"*promote"*. Disse kommandoer er begrænset af brugerens personlige rang, som bestemmes af antal Star Points, således at de mere komplicerede og kraftfulde kommandoer er forbeholdt brugere, der har tilføjet betydeligt til websitet. Vi vil følgende forklare de forskellige niveauer og krav for at opnå niveauerne. Jo højere niveau, jo flere administrative evner får en bruger til rådighed.

Brugerdifferentiering på Videosift

Prøvebruger P

En prøvebruger har endnu ikke optjent nogen Star Points og er derfor begrænset på flere måder, da vedkommende ikke har vist sit værd endnu. En prøvebruger kan kun have én video i sift-køen på en gang. Brugeren kan blive bandlyst for at bryde Videosifts regler, hvilket betyder at brugernavnet bliver låst fast, så det ikke kan bruges mere.

- En prøvebruger kan bruge ***promote** kommandoen på sin egen video, hvilket betyder at videoen bliver sat fast i toppen af unsifted køen i et begrænset stykke tid og køtiden bliver nulstillet for en kasseret video eller en der er sat i kø. Denne kommando kan kun bruges af et privilegeret medlem (charter member), da den kræver 2 Power Points at aktivere. (se nærmere om Power Points senere)
- ***kill** kommandoen kan benyttes, og betyder at brugeren permanent kasserer sin egen video fra Videosift. Denne kommando kan kun bruges på brugerens egne videoer.
- ***beg** kommandoen, som sender brugerens egen video fra vedkommendes personlige kø til Beggar's Canyon, kan endvidere benyttes.

Standardbruger

Så snart en bruger har fået et enkelt Star Points opgraderes vedkommende til standardbruger, hvilket betyder at vedkommende kan have 3 videoer i køen på en gang. En standardbruger kan stadig bandlyses fra sitet, hvis vedkommende bryder reglerne.

Bronzestjernebruger 🌟

Når en bruger har tjent ti Star Points får vedkommende bronzestjernen, hvilket åbner op for flere muligheder. Brugeren kan nu afgive en negativ stemme til kommentarer og videoer, hvilket kan betyde at en video bliver fjernet fra sitet. Brugere med bronzestjernen eller højere kan desuden ikke længere bandlyses fra sitet.

- ***dead** Denne kommando kan markere at en video ikke fungerer længere. Dette kan skyldes at den eksterne vært ikke længere har videoen tilgængelig.
- ***notdead** Denne kommando fjerner en *dead markering, og skal bruges hvis en video er blevet markeret ved en fejl.

Når en video bliver markeret som *dead går der to dage og så bliver videoen flyttet til en liste af ikke fungerende videoer kaldet *deadpool*. I videoer der er på denne liste, kan bronzestjernebrugere rette adressen til den indkapslede video og derved fjerne videoen fra deadpool. Dette giver brugeren et Star Point.

Sølvstjernebruger 🌟

En bruger får sølvstjernen når vedkommende har samlet 25 Star Points, og har ud over de evner en bronzestjernebruger har, følgende kommandoer til rådighed:

- ***findthumb** Denne kommando opdaterer videoens thumbnail, som vises når videoen ikke afspiller.
- ***discuss** Denne kommando sender en tvivlsom video til diskussion i Sift Talk. Dette gøres når en video ikke nødvendigvis direkte bryder reglerne, men balancerer på kanten. Videoen kan nu diskuteres i Sift Talks forum form uden at der kan stemmes på videoen.

Guldstjernebruger 🌟

Guldstjernen bliver givet til brugere, der har samlet 50 Star Points og åbner for mange kommandoer. Guldstjernebrugere kan udover alle de ting en sølvstjernebruger kunne, indsende flashvideoer fra hvilken som helst kilde, hvor lavere rangerede brugere er begrænset til visse videokildesites. Derudover har en guldstjernebruger adgang til følgende kommandoer:

- ***discard** kommandoen kan benyttes til at permanent fjerne en video fra sitets lister. Dette gøres hvis en video overtræder en eller flere af Videosifts regler eller hvis videoen er et duplikat af en allerede indsendt video. Videoen kan dog stadig findes på sitet, men fjernes fra alle de autogenererede lister og kan ikke længere stemmes på. En sølvstjernebruger eller højere kan dog stadig bruge *discuss på videoen, hvis vedkommende synes at *discard blev påkaldt uretfærdigt.
- ***return** Denne kommando returnerer en video, der er blevet sendt til diskussion med *discuss.
- ***nsfw** Denne kommando markerer en video for at være usikker på arbejdsstedet (Not Safe For Work) og påkaldes, hvis en video indeholder muligt stødende materiale, såsom voldelig

adfærd, bandeord eller seksuelle situationer. Denne markering er endnu en form for kanal, således at man kan sortere disse videoer fra i en given situation.

- ***blocked/*unblocked** Disse to kommandoer hhv. markerer en video for at blokeret for visse regioner af verden og fjerner denne markering. Nogle kilder blokerer deres videoer udenfor USA og lignende, hvilket gør dem uarbejdsdygtige for alle internationale brugere, og derfor er der denne mulige markering. Dette er også en sorteringskanal, men er dog lidt tvetydig, da der ikke står hvor videoen er blokeret. Derfor bruges denne primært af princip, hvor det at en video er blokeret er nok til at ikke ville se videoen.
- ***long** Denne kommando bruges til at markere at en video varer over 10 minutter. Igen er dette en sorteringsmekanisme.
- ***nochannel** Denne kommando fjerner alle associationer til kanaler fra den pågældende video. Dette gøres når en video er blevet associeret til en forkert kanal.
- ***[kanalnavn]** Denne kommando associerer den pågældende video med en kanal. "[kanalnavn]" refererer til de konkrete kanalnavne, såsom "cute", "comedy" osv. Således at kommandoen skrives *cute, hvorefter den pågældende video er associeret med cute kanalen.
- ***ban** Denne kommando kaldes når en prøve eller standardbruger har overtrådt reglerne på en grov facon, og markerer brugeren til at blive bandlyst. Når endnu en guldstjernebruger eller højere laver samme kommando og bekræfter *ban, vil brugernavnet blive bandlyst og fastlåst, hvilket vises med et .
- ***quality** Denne kommando kan aktiveres i en Sift Talk, hvor man ellers ikke kan stemme på det oprindelige indlæg. En bruger der bruger denne kommando bruger et Power Point på at give den oprindelige skribent af indlægget et Star Point. Dette er en ren 1-til-1 belønning, som der ikke bliver stemt om, men en enkelt bruger selv kan vælge at gøre.

Guld-100 bruger 🏆

Udover guldstjerne-evnerne kan en guld-100 bruger også inkludere billeder i Sift Talk indlæg. Denne feature er begrænset til disse brugere og højere, da mange fora bliver fordærvet af indlæg med billeder, hvorfor en bruger er nødt til at bevise at vedkommende kan opføre sig ordentligt og er en del af brugerfællesskabet, før denne feature bliver mulig. Derudover kan guld-100 benytte følgende kommandoer:

- ***promote** Denne kommando er forklaret i prøvebruger, men kan på dette niveau bruges på andres indlæg. Som før koster denne kommando et Power Point.
- ***doublepromote** Denne kommando fungerer på samme måde som et almindelige *promote, men varer i dobbelt så lang tid og koster to Power Points. Prisen betyder at man skal være *Privilegeret medlem*, før man kan benytte denne. Se nærmere om privilegeret medlem nedenstående.

Bronzediamantbruger

En bruger skal optjene 250 Star Points før vedkommende bliver en bronzediamantbruger. En bronzediamant åbner for de sidste muligheder som brugere har, udover at disse brugere naturligvis kan alt det som de underliggende brugerniveauer kan. Disse brugere får mulighed for at skabe en ny kanal, der som tidligere nævnt bruges til at sortere de forskellige videoer. Denne kanal er helt fri, men er nødt til at have en vis nytteværdi, da der ikke er nogen grund til at starte en, der er så obskur at næsten intet kan være i den. (Ironisk nok er der en *Obscure* kanal.) Herforuden får bronzediamanter mulighed for at lave følgende kommandoer:

- ***sticky** Denne kommando virker udelukkende i Sift Talk og fungerer som ***promote**, men har ikke nogen tidsbegrænsning. Den vil hænge øverst i Sift Talk indtil ***unsticky** bliver brugt.
- ***unsticky** fjerner ***sticky** fra en Sift Talk.

Disse to features er mere klassiske moderator kræfter fra ordinære fora. Her skal en bruger virkelig have tilføjet noget til brugerfællesskabet for at få lov til at bruge disse kraftfulde kommandoer.

Efter bronzediamanten for brugere udelukkende et nyt ikon, som kan bruges i prestige øjemed. De eksisterende niveauer over bronzediamant er sølvdiamant , som kræver 500 Star Points, og bronzekronen , som kræver 1000 Star Points.

Privilegerede medlemmer (charter members)

En bruger kan blive privilegeret medlem, hvilket betyder, at brugeren betaler et medlemskabsabonnement for at opnå visse privilegier, som almindelige brugere ikke har. Brugeren får følgende privilegier:

- Ingen reklamer på siden
- Personlig blog
- Seks (6) indsendingslots i køen – dobbelt så meget som en almindelig bruger
- To (2) Power Points pr. genopladningsperiode
- Et personlige subdomæne til brugerens medlemsprofil
- Selvvalgte farver til brugernavn og kommentarbaggrund overalt på sitet.
- Fuldt brugerdefinerbar CSS stilisering af medlemsprofilen

Det sidste punkt betyder at en bruger kan gøre sin egen side unik; en feature som det sociale netværk MySpace også bruger med stor effekt.

Differentieringen af brugere har flere fordele. Der er evner der kan opnås, hvilket gør brugerne nysgerrige og engagerede; der er status i at opnå nye niveauer, og det styrker sidens kvalitet. Desuden er princippet om at låse editingsværktøjer for nye brugere en god sikring imod sabotage og uerfarne brugere. I takt med at en bruger beviser sit engagement og sin villighed til at

interagere med de andre brugere under sitets præmisser, kan man tillade at vedkommende får stærkere værktøjer til rådighed. En implementation af brugerdifferentiering vil være en stor fordel at inkludere på Edb-tidende.

Power Points

Power Points er tilgængelige for alle registrerede brugere af Videosift og umiddelbart kan hver bruger kun have et enkelt Power Point på et givent tidspunkt. Disse Power Points betales for at bruge visse kommentarkommandoer, som nævnt ovenfor. Når en bruger betaler et Power Point startes en genopladningsperiode på to dage, som genskaber et Power Point. Privilegerede medlemmer har to Power Points i stedet for et og optjener også to pr. genopladningsperiode.

Ideen med disse Power Points er interessant, da alle brugere har lige styrke, men højere rangerede brugere har flere muligheder at bruge pointene til. Vi har i vores system fravalgt at have et generelt power point system, men overvejer et mere specificeret genopladningssystem, hvor hver mulig kommando har sin egen genopladning. Dette giver os muligheden for at balancere kommandoerne, sådan at de ikke bliver misbrugt. Dette vil vi diskutere nærmere i afsnittet om implementering.

Siftbot

Siftbot er en helt speciel bruger på Videosift. Brugeren er komplet automatiseret og fungerer som en antropomorisering af systemet, der rapporterer systemets handlinger i kommentarer, på samme måde som en almindelig bruger ville kommentere. Kommentarkommandoer bliver læst af systemet og udført, hvorefter Siftbot rapporterer handlingen som en kommentar i det passende indlæg. Denne menneskeliggørelse af systemet er interessant, fordi den giver brugerne et forhold til systemet, som til andre mennesker via det samme interface.

Indkomst til videosift

Videosift er en græsrodsbevægelse i den forstand, at der ikke er en virksomhed bag sitet. Det er almindelige mennesker, som har startet sitet i sin fritid, hvorfor der ikke er en klar forretningsmodel i siden. Der er dog stadig flere former for indtjening. Der er en reklameindtægt, ved at der er to reklamer på alle sider. Den reelle indtægt fra reklamer er dog ikke så stor som de fleste tror, hvorfor Videosift har implementeret andre måder at tjene penge på.

En bruger kan blive privilegeret medlem, hvilket betyder, at brugeren betaler et medlemskabsabonnement for at opnå visse privilegier, forklaret tidligere, som almindelige brugere ikke har. Disse privilegiemedlemskaber kan købes via PayPal med følgende betalingsstørrelser:

20 dages medlemskab	\$10.00
50 dages medlemskab	\$20.00
150 dages medlemskab	\$150.00

Der gives altså mængderabat, hvilket er et klassisk incitament til at få folk til at binde sig længere.

Udover de to indtjeningsmuligheder, kan en bruger også købe a la carte Power Points. Priserne på disse ekstra Power Points er som følger:

5 Power Points	\$10.00
10 Power Points	\$17.00

På samme måde som medlemskab er der her et incitament til at købe mange point, da der er mængderabat. Udover de "rå" Power Points halveres genopladningsperioden også i ligeså mange dage, som brugeren har købt Power Points.

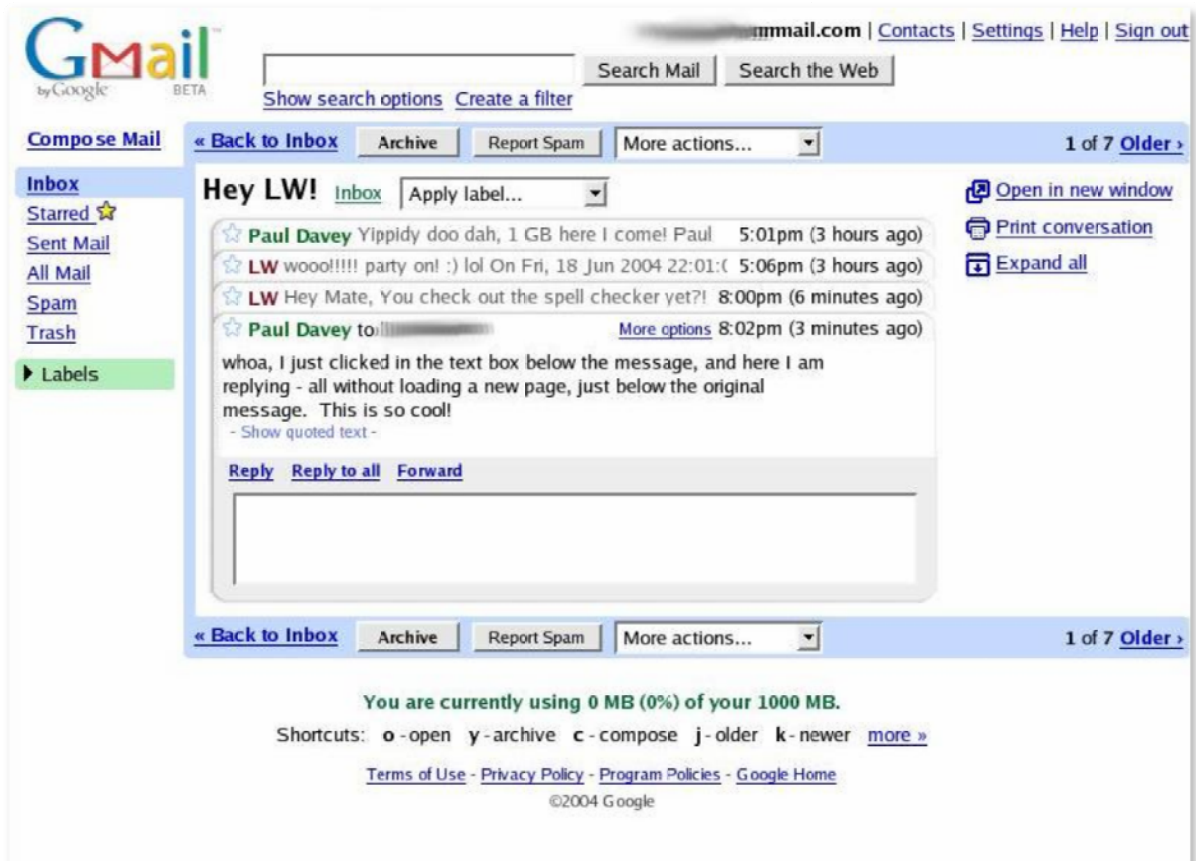
Som den sidste mulighed for indtjening fra brugere, har siden en ren donation, hvor en bruger kan give et beløb, som vedkommende selv bestemmer. Dette beløb kan have hvilken som helst størrelse, men hvis det er over \$10, vil brugeren modtage to Power Point pr. \$1 givet, som kun varer én dag. Dvs. at for \$10 vil en bruger få 20 Power Points, som skal bruges samme dag.

Udseendemæssige overvejelser

En sidste detalje vi også overvejer at implementere på Edb-tidende fra dette site er den grafiske udformning af måden man interagerer med det bagvedliggende system på. Når en besøgende vil oprette sig som bruger, kan han klikke på "sign up", og derved åbnes et vindue-i-vinduet med en registreringsformular, imens resten af sitet bliver dæmpet til en mørkere gråtone ("dimming"). Når en registreret bruger skal logge på kommer et mindre vindue med samme dimming-effekt, og det samme sker med talrige andre former for direkte system-interaktion. Denne tilgang gør det tydeligt hvornår man så at sige "spiller spillet", og hvornår man træder tilbage for at justere forskellige forhold.

Andre sider med web 2.0 features

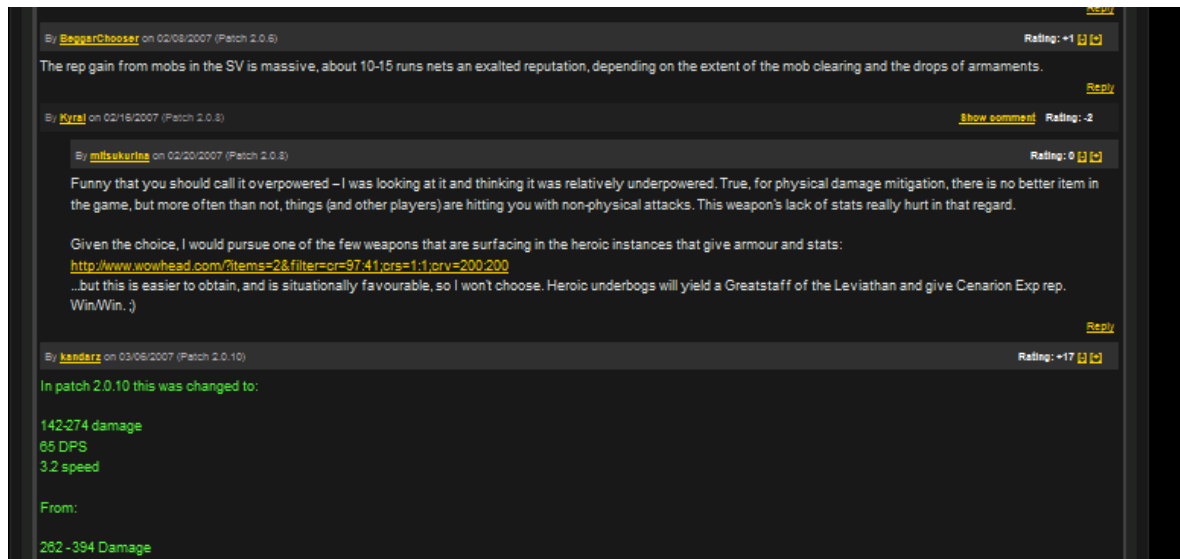
Udover Videosift har vi også fået øje på elementer fra andre sider, og endda computerspil, som vi gerne vil forsøge at implementere i en fremtidig version af Edb-Tidende. En konsekvens af vores diskussion om, hvordan det at bruger skal stemme på de enkelte kommentarer skulle virke, var at vi ville afspejle en given kommentars kvalitet i brugerfællesskabets øjne, i kommentarens layout. Det var klart at en upopulær kommentar skulle trækkes i baggrunden, mens en populær skulle fremhæves, og at dette skulle gøres på en måde, der harmonerede med sidens overordnede udtryk. Vi overvejede at kopiere udseendet fra Gmail, der har en behagelig og effektiv måde at behandle en korrespondance på, hvor tidligere breve i en korrespondance vises over den nyeste, men foldes sammen til en fane for at spare skærmlads når korrespondancen når en vis længde. Vi syntes godt om den effektive udnyttelse af plads, hvor den vigtigste information i tidligere e-mails, titel og tidspunkt, er det eneste der vises på fanen, og der alligevel gives rigelig plads til den aktive del af arbejdsområdet.



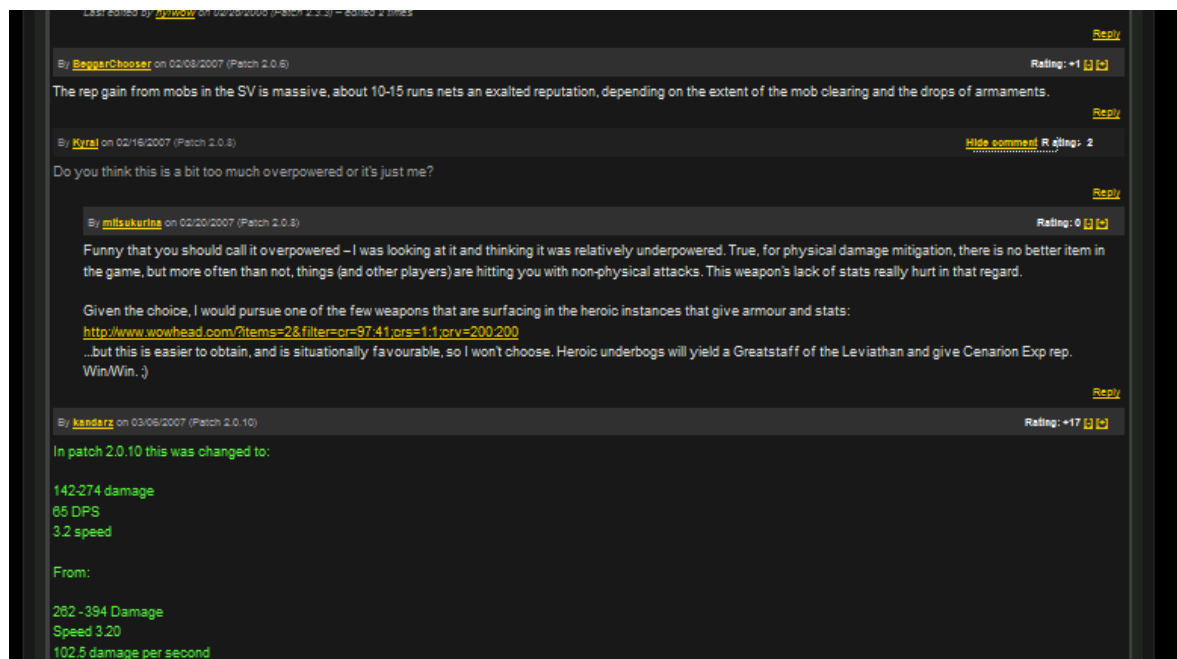
Figur 4 - Gmails sammenklappelige mails

Vi mente dog ikke at layoutet på et email-website nødvendigvis ville kunne overføres med succes til et forum. I vores tænkte scenarie ville det sandsynligvis kun være enkelte kommentarer, der ville være foldet sammen, siden afstemningssystemet gerne skulle opmuntre folk til at holde et højt niveau af kvalitet, da de på den måde ville tjene flere point. Det var altså vigtigere at viderekommunikere dette incitament, end at spare plads på skærmen. Vi diskuterede om et negativt og positivt farvevalg til kommentarer ville være bedre end en ændring i størrelsesforholdet, eller evt. en blanding. Vi fandt efter lidt søgen sitet wowhead.com. Denne side er en database over alle dele af World of Warcraft universet. Dataene er officielle fra Blizzard, men brugerne på Wowhead kan skrive kommentarer ved hvert enkelt objekt, NPC¹¹ eller quest, og give råd eller bare diskutere. Disse kommentarer gør både brug af afstemning af disse kommentarer, sammenfoldning af nedstemte svar samt farveændringer baseret på stemmeantal. Der er således at kvalitetsrangering baseret direkte på brugernes stemmer. Dette er en feature, som vi vil benytte på Edb-Tidende.

¹¹ Non player character.



Figur 5 - her ses hvordan almindelige, populære, og upopulære kommentarer ser ud på Wowhead. Bemærk den dæmpede farve på den upopulære kommentars bjælke, og de diskrete afstemnings-knapper.



Figur 6 - og her ses den upopulære kommentar åbnet. Bemærk at teksten stadig er mørkere end den normale hvide tekst.

Dette var meget tæt på hvad vi havde tænkt os, og gjorde os yderligere opmærksomme på to overvejelser. Nysgerrigheden hos brugere er stor nok til at nedstemte, lukkede kommentarer vil se interessante nok ud til at en bruger næsten altid vil åbne den for at se hvad der er så dårligt ved den (denne impuls havde vi også begge selv oplevet), og at knapperne til at stemme op og ned på en kommentar godt kan være meget diskret. Det resulterede i at vi noterede at en sammenfoldet kommentar på edb-tidende skulle kunne åbnes relativt let, siden mange brugere ville have lyst til dette, og at de store, Videosift-agtige stemmeknapper vi hidtil havde tænkt os, sagtens kunne afløses af ligeså funktionelle diskrete "+" og "-"-knapper i hjørnet af kommentaren.

Under vores søgen efter inspiration til udformning af kommentarsystemet, opdagede vi også websitet www.wow-europe.com, der er et nyhedssite for WoW-brugere. Dette site har også et Web 2.0-baseret dynamisk layout på forsiden, vi har ladet os inspirere af; den nyeste nyhed er altid foldet ud, så man kan læse den, og tidligere nyheder er foldet sammen på samme måde som kommentarerne på wowhead.com. Vi syntes det fungerede udmærket med egentligt indlæg også, så vi vil bruge et lignende layout til artikler og nyheder på Edb-Tidende. Her diskuterede vi, hvorvidt den åbne artikel, så skulle være bestemt af hvor ny den var, eller hvor populær den var, eller begge dele. Vi besluttede os for, at en artikel med mange stemmer skal være foldet ud, så man kan læse et given antal linjer, så indlæg får en nogenlunde ensartet størrelse. Man kan læse en artikel i sin helhed ved at følge et "læs hele artiklen"-link under teksten, eller blot at klikke på indlæggets titel. Dog skal artiklerne stadig ligge i kronologisk rækkefølge. Vi er imidlertid ikke sikre på om dette er den bedste måde, så vi vil se hvordan det bliver modtaget, og eventuelt ændre det i en fremtidig "patch".

Overordnede stil-overvejelser

Designet på siden skal strømlines, så det er så enkelt og så lidt gnidret som muligt. Dette er ud fra den betragtning, at minimalisme er den mest tilgængelige for de fleste mennesker. Hvis vi valgte et formsprog, der holdt en konsekvent stil overalt på siden, der evt. henviste til sidens tema, er det ikke sikkert at særligt mange brugere ville synes at siden var indbydende.

Udover at være enkelt vil vi også sigte efter at gøre det funktionalistisk. Der skal ikke være rent dekorative elementer, men udelukkende elementer, der tjener et konkret formål. Dette er ud fra et ønske om at brugerne skal tage siden alvorligt, og ikke bare sætte den i bås med de mange "poppede" sider, der bruger det stereotypiske "web 2.0 design" med pastelfarver, nuttede, forkerte stavemåder (eksempelvis flickr, digg og del.icio.us), runde hjørner og så videre. Ikke sådan forstået at siden ikke må være pæn, men det skal kunne retfærdiggøres ud fra et nytteperspektiv, for eksempel må vigtige ting som artikel-titler, sidens navn, samt antal stemmer gerne have venlige, klare farver og markant typografi, og vi vil da også gøre op- og ned-knapperne til at stemme på artikler og kommentarer med, store og tydelige. Disse overvejelser sigter imod at gøre sitet mere tilgængelig, så brugernes interaktion bliver så let som mulig.

På nuværende tidspunkt er der flere elementer i de to side-menuer og i toppen, der altid ser ens ud, men stadig har sin egen boks. Dette virker forstyrrende, og vi vil lave en større forskel mellem dynamiske elementer og statiske. Søgefeltet, rss-links og bookmark-linket vil vi integrere i top-linjen med de andre statiske knapper og side-logoet (der fungerer som link til forsiden fra alle undersider).

Pointsystemer

Vi vil på Edb-Tidende indføre flere pointsystemer, som i sidste ende skal give brugere af sitet incitament til at skrive indlæg og opretholde en vis kvalitet i disse. Dette afsnit vil diskutere de

filosofiske overvejelser ved disse systemer og fremvise andre sammenhænge (spil), hvor lignende systemer fungerer med stor succes. "Jagten på point" vil fremstå som et bagvedliggende meta-spil i Edb-Tidende, som giver en bidragende brugere belønninger og succesoplevelser.

XP-point

Inspireret af Star Points fra Videosift, er vi interesserede i at indføre en form for rangering af brugere alt efter brugerens deltagelsesniveau. Derudover vil vi gerne indføre forskellige administrative evner til de brugere, der deltager i sidens indhold. Der er to modstridende intentioner på spil her; den første er at vi gerne vil have sitet til at fungere som et selvoprettende og selvgenoprettende system, således at brugerfællesskabet holder siden i live overfor dette vil vi begrænse de administrative kræfter således at sitet ikke konstant bliver vandaliseret som Wikipedia f.eks. bliver. For at kunne taksonomisere brugere er vi nødt til at indføre et kvantificerbart system, som kan arrangeres automatisk og kan beregne hvordan brugere er placeret i forhold til hinanden og ift. rangeringssystemet. Dette leder os frem til et erfaringssystem baseret på rollespil med *Experience Points* (xp point).

I rollespil bruges xp point til at beregne niveauer ("levels") af spillere, som betyder at spilleren bliver opgraderet når vedkommende passerer visse tærskler for antal xp point og får adgang til nye kræfter og evner. Xp point indtjenes på flere måder i de gængse rollespil, såsom at slå fjendtlige enheder ihjel, gennemføre missioner eller fremskride spillets plot. Idet at en spiller bliver stærkere og stærkere med flere levels, skiftes spillerens fjender ud med stærkere fjender, og fordi de udbetalte xp point oftest udbetales i mængder der korrelerer med fjendens level, betyder det at en spillers indtjeningsrate for xp point stiger eksponentiel, hvorfor spiludviklere typisk fastsætter disse tærskler ift. en eksponentielformel, således at det i sidste ende tager længere og længere tid at få en ny level, jo højere level man har i forvejen. Disse levels vil vi også implementere på Edb-Tidende, men detaljerne gemmes til senere i artiklen.

Vi mener at vi kan bruge dette system i en stærkt ændret form på websitet. Dog, da vi har med et website at gøre, er der dog ingen direkte pendant til at "slå fjender ihjel", men idet sitet skal omhandle artikler, nyheder osv. er der en direkte pendant til at gennemføre missioner. Så snart vi fik ideen om at bruge xp point på Edb-Tidende, lukkede denne mulighed op for mange associationer og konsekvenser, og vi mente derfor at det var værd at bruge tid på at udforske, og sandsynligvis ville være en stærk feature at introducere på et website.

Xp point er meget udbredt i computerspil og er derfor forståelige for stort set alle brugere af sider som Edb-Tidende. Argumentet for at introducere dette er en kombination af afhængigheds-skabelse, for at holde på brugerflokkene, og at gøre introduktionen til sitets mekanismer lettere. På samme måde som man i et rollespil ofte starter med kun at være i stand til at vinde over meget svage modstandere, og kun have adgang til et meget begrænset udvalg af evner, vil vi lade nye brugere på sitet starte på et lavt niveau, og langsomt introducere dem til mere komplicerede

værktøjer, samtidig med at vi forhåbentlig fastholder og forstærker deres nysgerrighed og tilhørsforhold til sitet.

En brugers aktivitet skal resultere i en optjening af point. Pointene skal over tid give adgang til evner til at influere siden efter behov. At finde ud af hvilke evner en bruger skal opnå er et komplekst stykke arbejde og er i realiteten en form for incitamentsstyring, hvis vi antager at vi kan motivere brugerne til at prøve at tjene vores virtuelle point. Vi skal derfor passe godt på ikke at skabe incitamenter til en opførsel vi ikke ønsker fra brugerne. Hvis vi, for eksempel, belønner alle kommentarer med point uden videre, vil det sandsynligvis hurtigt lede til at brugerne *spammer* med ligegyldige kommentarer. For at sikre en høj kvalitet i kommentarerne må vi belønne kvalitetskommentarer med point. Da vi vil have sitet til at være selvstyrende, kan vi således ikke bruge en klassisk redaktion til at vurdere og udvælge kvalitetskommentarer, hvorfor vi vil anvende den såkaldte *long tail*. Vi lader brugerne selv stemme på kommentarer, artikler, nyheder og forumindlæg, hvilket betyder at brugerfællesskabet bestemmer, hvilke indlæg, der er interessante. Dette er direkte inspireret af Videosift og wowhead, som gør dette med stor succes. Grænserne for kvalitetsindlæg vil i første omgang blive fastsat af udviklerne, os, men vil senere blive tweaket i samarbejde med brugerfællesskabet, sådan at det fungerer optimalt.

Kvalitet er naturligvis en god ting at opmuntre til, men simpel kvantitet, der opretholder en vis trafik af indlæg på sitet er også vigtigt, og begge ting i kombination er naturligvis at foretrække, og skal derfor give et ekstra afkast. Dette afkast, eller *bruger karma*, genereres med regulære intervaller og udbetaler et antal xp point relativt til, hvor højt gennemsnitligt stemmetal en brugers indlæg har fået. Vi lod os her inspirere af science fiction rollespillet EVE, der indeholder økonomisk administration på et relativt højt niveau, hvor man kan købe aktiver eller opgraderinger, der giver afkast til ens avatar selvom man ikke er logget på (i modsætning til at andre spil hvor man kun kan tjene virtuelle penge eller xp points ved aktivt at interagere med spillet). Dette passive pointsystem vil blive forklaret nærmere senere i opgaven.

Vi har udviklet flere metoder til at udbetale passende mængder af xp point for kvalitetsindlæg, men disse bliver diskuteret i detaljer senere i nærværende opgave.

Achievements

Vi vil dog stadig ikke afvise en kvantitativ tilgang til skrivning, da mængden af nyt indhold ikke skal kvæles af et alt for lille nåleøje, hvorfor vi vil indføre visse milepæle, eller *achievements*, som vi kalder dem, som en bruger også kan tjene xp point på. Disse kan inkludere at skrive X antal kommentarer, lave 5 nyheder på én dag osv. Tydeligvis vil achievements sortere sig i nogle kategorier; hovedsagligt belønning for kvalitet og kvantitet. Herudover kan man også belønne det at starte dynamiske diskussioner ved at skrive evt. kontroversielle indlæg, og endelig kan man også blive belønnet for første kommentar, artikel eller nyhed, så nye brugere har et incitament til at

deltage i brugerfællesskabet og ikke kun er "lurkers"¹². Disse achievements er defineret ved, at brugeren opnår et vist mål og derfor belønnes med det samme. Der gives en mængde xp point og en form for badge, som brugeren kan vise frem på sin brugerside. Disse achievements arbejder uafhængigt af xp point og levels, men er naturligvis relaterede til, da de giver xp point i belønning. Pointen er, at en given badge kan opnås af hvilken som helst bruger.

Talenter

Hvor achievements er passive, da de opnås ved at man bruger sitet og derefter blot er noget man *har*, så er talenter aktive evner, som en bruger kan opnå ved aktivt at søge dem. Denne feature er inspireret af World of Warcraft, og andre rollespil, hvor en spiller ved leve 10 for udbetalt et enkelt talent point, som skal bruges til at "købe" et talent, som kan være en aktiv besværgelse eller en form for modifikator på andre evner. Nedenstående ses et talenttræ fra World of Warcraft.



Figur 7 - Talenttræ fra World of Warcraft

I ovenstående talenttræ kan man se, hvilke talenter der er valgt og ikke valgt, og man kan se at visse talenter har et afhængighedsforhold. Ideen med disse talenttræer er, at alle brugere ikke har

¹² Forum-slang: en bruger der læser regelmæssigt på forummet, men aldrig skriver indlæg.

adgang til alle talenter på én gang, og de derfor aktivt må vælge hvad de vil, og der er således roller som en given spiller kan indtage alt efter hvilke talenter vedkommende har valgt.

Givet, i vores system er det mere kompliceret at udvikle et fornuftigt talenttræ, da vi ikke har alle de specificeringsmuligheder, som der er i World of Warcraft. Vi har endvidere bestemt ikke at lave nogen level begrænsning, som der er i World of Warcraft, hvilket betyder at givet nok tid, vil alle brugere kunne opnå alle talenter. Vi mener dog, at fordi der er en tidsmæssig overvejelse i at vælge et givent talent før et andet, er der nok begrænsning på dette. Når en bruger har alle evner, har vedkommende også vist en klar entusiasme for sitet.

Talenter kan have flere forskellige effekter, som kan være mere eller mindre seriøse, da vi via disse kan skabe en mere uformel spil-stemning. Hovedsagligt vil disse evner bestå i at visse på forhånd valgte brugerbegrænsninger fjernes en ad gangen. Dette er parallelt med mange rollespil, hvor man starter på en lav level, og lærer spillets mekanik, og i takt med at man arbejder sig op ad indlæringskurven, får adgang til flere og mere komplicerede dele af spillet. På denne måde vil det kun være brugere der har "vist deres værd", der vil få adgang til funktioner eller evner, der ellers ville kunne misbruges af en ondsindet eller tankeløs bruger; eller simpelthen funktioner, der kræver et vist kendskab til sitet at bruge, fordi de er for komplicerede til at kunne være nyttige for nybegyndere. Konkrete talenter vil blive diskuteret senere i opgaven, men overordnet kunne brugerpersonliggørelse gøres til en del af talentsystemet.

Mastery

Mange fora har titler baseret på hvor mange indlæg en given bruger har skrevet. Denne idé har både positive og negative sider, da det opfordrer til at skrive mange indlæg, men ikke siger noget om kvaliteten af de indlæg. Vi vil gerne på Edb-Tidende indføre et belønningssystem for at skrive kvalitetsindlæg både på vores forum, i kommentarer og i nyheder og artikler. Kvalitet skal belønnes på en måde, hvilket vi vil belønne via vores *mastery* system.

Mastery systemet er inspireret af rollespillet The Elder Scrolls IV: Oblivion, hvor en spiller langsomt opnår beherskelse over specifikke våben og evner ved netop at bruge dem. Hvis en spiller hopper meget, bliver vedkommende bedre til at hoppe. Denne metode vil vi benytte til at give brugere "evner" indenfor specifikke områder af sitet. En bruger, der skriver mange artikler vil således opnå kompetence indenfor dette, hvilket vi vil vise ved at give vedkommende en passende titel – master artikelskribent – f.eks. Mastery systemet er opbygget i niveauer, således at en bruger langsomt vil få flere og flere evner eftersom vedkommende skriver flere af de relevante indlæg. Mastery systemet kan også slå igen, da en bruger der laver dårlige indlæg, vil få fratrukket mastery point, som betyder at vedkommende kan falde tilbage på et lavere niveau.

Originalitet?

Mange web 2.0-sider har pointsystemer, men vi har modificeret vores nok til at det kan siges at være et unikt system. Blandt andet koblingen til et rollespils lignende talenttræ, der giver pointene

en konkret (dvs. virtuel) nytteværdi, sammen med koblingen til en webside og dennes brugerprofiler, som om det var et spil, er vi ikke stødt på andre steder; det er hovedsagligt originalt arbejde fra vores side, dog med talrige mindre inspirationer fra forskelligartede nicher. Den konkrete anvendelighed af et website, kombineret med belønningstankegangen fra et spil vil have en feedback-virkning, der øger både anvendeligheden og belønningerne, og vil dermed højne motivationen for at optjene point og deltage i sidens brugerfællesskab. Som diskuteret tidligere er der dog en relativt stor risiko for uforudsete effekter ved at implementere et pointsystem, og vi forudser at vi bliver nødt til at ændre reglerne for, hvordan man optjener point i fremtidige rettelser på Edb-Tidende, for at justere for ting vi simpelthen ikke kan forudse i denne arbejdsproces. Nedenstående er dog trods alt de bagvedliggende regler vi nu har fastlagt, der skal styre pointgivningen i den nærværende designmodel.

Pointsystemer for Edb-Tidende

Vi har flere pointsystemer, som skal sikre at brugere laver indlæg af en vis kvalitet. Alle disse pointsystemer er essensen af et Edb-Tidende metaspil, som vil fungere brugerne imellem, med reelt indhold som spillets bearbejdningmateriale. Følgende pointsystemer skal eksistere på Edb-Tidende:

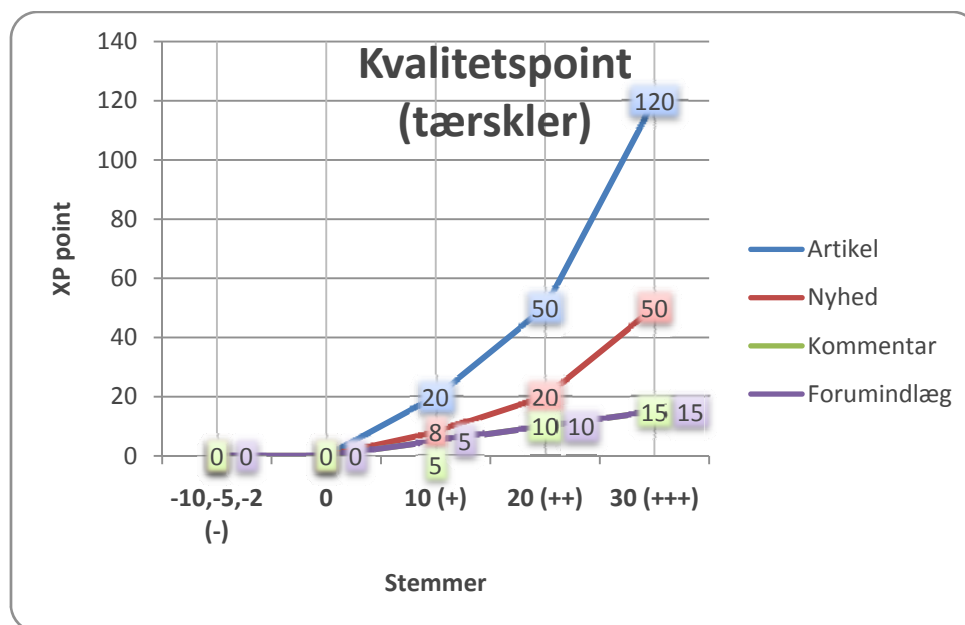
- Xp point
- Talenter
- Mastery

De filosofiske overvejelser vedrørende systemerne er dækket i foregående afsnit, hvorfor vi her vil kigge nærmere på den praktiske og konkrete brug af dem.

Essentielt og basalt for disse pointsystemer er, at brugere stemmer på hinandens indlæg, for derved at indikere kvaliteten af indlægget.

Indtjening af xp point

Vi vil belønne brugere for deres indlæg, hvilket gøres mest tydeligt med xp point. Artikler, nyheder, forumindlæg og kommentarer giver et fast antal point i udbetaling, når de bliver skrevet. Hvert indlæg har nogle faste tærskler, hvor der bliver udbetalt point til, den angivne bruger. Hvis denne tærskel bliver overskredet flere gange pga. negative stemmer, vil der kun blive udbetalt point første gang den overskrides. Disse tærskler er incitament til at lave kvalitetsindlæg på sitet. Foreløbigt er tærsklerne hver tiende positive stemme op til 30 positive stemmer. Der udbetales et fast bonusbeløb alt efter hvilken type indlæg der er tale om, og efter hvor høj kvalitet indlægget er. Se nedenstående figur.



Figur 8 - Tærskler for udbetaling af xp point

Kvalitetsindlæg er her indikeret med (+) og indlæg der bliver håndteret som "dårlige" eller rettere ikke gode nok, er indikeret med (-). Bemærk at de tre negative tal gælder for hhv. artikler, nyheder og kommentarer/forumindlæg.

Kurverne er baseret på hvor hårdt arbejde vi vurderer en bruger ligger i arbejdet; en artikel tager betydelig længere tid at gennemføre, hvorfor en bruger, der gør dette skal belønnes mere end en kommentator. På nuværende tidspunkt følger kommentarer og forumindlæg hinanden, men dette er alt sammen genstand for forandring igennem sitets perpetual betatilstand.

Disse tal skal justeres efter trafikken på siden; hvis brugerne er så få og inaktive, at selv den bedste artikel ikke får de nødvendige 10 stemmer for at give afkast til forfatteren, nytter det ikke noget. Dette skal sandsynligvis justeres med passende tidsmæssigt mellemrum evt. fastsat på forhånd, så brugere ved at ændringen kommer når de venter den, og offentliggøres i en liste af "patch release notes", f.eks. som en nyhed på forsiden eller som en speciel art af nyhed.

Brugerkarma

De ovenstående faste udbetalinger belønner primært folk, der laver mange indlæg, hvorfor vi har udviklet et system, der belønner et højt gennemsnitligt kvalitetsniveau, men ikke nødvendigvis straffer brugere, der laver få, men gode, indlæg. Naturligvis vil en bruger, der udelukkende skriver artikler ikke have samme frekvens, som en nyhedsskribent. Hvis der ikke er en korrelation imellem disse belønninger, ville det betyde at alle skrev nyheder, da brugere vil tjene point på den nemmeste mulige måde.

Vi har udviklet følgende, relativt simple, system til at belønne vedvarende kvalitet, som er baseret på de positive og negative stemmer, som en bruger har fået på sine indlæg. Beregningsformlen foreløbigt ser ud som følger:

$$\text{Niveau} = \frac{\text{Positive stemmer}(\text{type}) + 1}{\text{Negative stemmer}(\text{type}) + 1}$$

De positive og negative stemmer tages fra samme type indlæg, dvs. der beregnes en artikelkarma, en nyhedskarma, en forumkarma og en kommentarkarma. Niveauet vil således altid være et positivt tal, pga. konstanten 1. Der er så en korresponderende tabel, som fortæller et regelmæssigt afkast af karmaen alt efter hvilken type kar

Niveau	Artikel	Nyhed	Kommentar	Forum
<1	0	0	0	0
1-2	3	2	1	1
2-5	6	4	2	2
5<	10	6	4	4

Denne idé er inspireret af Eve Online, hvor en bruger kan træne selvom vedkommende er logget ud af spillet, eller købe aktier og ejendomme, der giver en passiv indtjening. Den er også inspireret af obligationer, som giver afkast, hvor "renten" blot er direkte baseret på kvaliteten af brugerens arbejde på sitet.

Levels

Hver spiller skal som i et rollespil opnå levels, hvilket er rent baseret på xp point. Dette er defineret som nogle tærskler, på samme måde som kvalitetsindlæg, så kan en bruger opnå højere levels ved at samle mange xp point. Disse levels skal ligge på en lineær kurve, da vores indtjening af xp point er lineær. Foreløbigt ser formen således ud:

$$\text{Xp til ny level} = \text{gammel level} * 75 + 25$$

Hvilket betyder en progression som følger:

Level	1	2	3	4	5	6	...
Krævet xp	0	100	175	250	325	400	...

Disse levels har to funktioner, at indikere hvor meget og hvor godt indhold en given bruger har indsendt og udbetale talent point til en bruger, således at vedkommende kan vælge et nyt talent, dvs. en ny evne, som kan bruges på sitet. Vi forestiller os at der udbetales talentpoint hver anden level, startende fra level 2, således at en spiller ikke får alle talenter for hurtigt.

Achievements

Før vi forklarer talenter nærmere, vil vi vise achievements, da disse fungerer som en ekstra bonus af xp point. En achievement er, som tidligere forklaret, en bonus en bruger får, når der udføres en speciel handling. Nedenstående er en liste af mulige achievements

- Første kommentar/artikel/nyhed/forumindlæg for en ny bruger
- X antal kommentar/artikel/nyhed/forumindlæg (100, 1000, osv)
- X antal kvalitetsindlæg
- X antal nyheder i træk.
- Tidsmæssige ting
 - o Hastighed på indlæg ("lynskriver")
 - o Lang tid mellem indlæg ("slow poke")
- Stemmebaseret
- Talentbaseret
 - o Når et talenttræ er blevet låst helt op ("specialist")

Disse achievements skal således give et badge til brugeren på vedkommendes brugerside, som andre kan se. Denne del af sitet kræver videreudvikling, da det er svært at lave mange achievements uden at kende alle de implementeringsmæssige detaljer og hvilke variable vi har at arbejde med. De ovenstående punkter kan udvides betydeligt, da de er meget generelle.

Talenter

Talenter er udtænkt som specielle evner, som en bruger kan opnå, ved at optjene talentpoint. Disse talentpoint skal vedkommende så bruge på at "købe" et talent fra en given pulje. Som tidligere nævnt optjenes talentpoint hver anden gang en bruger får en ny level. Nogle talenter er betinget af level og/eller andre talenter, hvorfor de med fordel kan arrangeres i et træ eller en lignende struktur. Man kan specialisere sig i visse faste retninger, hvor evnerne bliver stærkere.

For eksempel skal man kunne ændre farven og muligvis layoutet på forsiden og de underliggende sider på Edb-Tidende, når man er logget ind. Denne personliggørelse af Edb-Tidende er, ligesom Googles brugertilpassede forside "iGoogle", udtryk for en udnyttelse af The Long Tail. Hvis talrige brugere med vidt forskellig smag og præferencer kan tilpasse et website som de vil, er dette website langt mere rummeligt, og behøver ikke lefle for gennemsnitsbrugeren eller lede efter "hits", og fremmedgør dermed ikke den store skare af brugere der ligger udenfor toppen af standardfordelings-kurven. Jo flere aspekter af siden der kan brugertilpasses, jo mere tilgængelig vil den blive.

Nedenstående kan konkrete forslag til det foreløbige talentkatalog ses.

- Hacker
 - o Ophøj en kommentar til nyhed fra kommentarer, *news
 - o Ophøj en kommentar/forumpost til nyhed, *news

- o Andre kommandoer til systemet
- o Billeder i kommentarer
- o Personliggørelse af forsiden
 - Sorteringsmæssige evner
 - Skjule visse emner
- Ego
 - o Redigere i sin egen kommentar
 - o Ændre farvebaggrund på sine egne kommentarer
 - o Personlig avatar
 - o Css på din egen profilside
- Social
 - o Opret poll
 - o Downvotes
 - o Beskeder på profiler
 - o Private beskeder på profiler
- Andre under overvejelse
 - o Evner med en cooldown (eks. 1 gang om ugen)
 - Kortere cooldown med talenter

Navnene på de tre "klasser" viser deres orientering. Den sociale klasse sigter imod at opmuntre brugeren til at interagere med de andre brugere på siden, og vil eventuelt være anbefalet i starten, så en ny bruger kan indlemmes i fællesskabet. Hacker-klassen sigter imod at stille værktøjer til rådighed, så brugeren kan interagere med siden og beordre systemet til at ændre for eksempel en kommentar der er specielt nyttig til en ny nyhed, eller en kommentar der resulterer i en heftig diskussion kan ophøjes til et forumindlæg via et kald til systemet med en kommando ("nyhed" for eksempel). Ego-klassen giver mulighed for rent dekorative ændringsmuligheder, for eksempel at ændre farven på kommentarer og indlæg, og at få lov til selv at skrive stylesheet'et til sin egen brugerprofil-side, så den kan få et personligt præg

Vi vil sandsynligvis tilføje flere talenter, når der åbner designmuligheder, hvilket vil ske under implementeringen.

Mastery systemet

Det sidste pointsystem vi har udviklet er et Master system, som skal bedømme hvor godt en bruger behersker en type indlæg. Mastery systemet er uafhængigt af xp pointene, og er udelukkende afhængigt af kvantiteten af kvalitetsindlæg. Som i xp systemet er indlæg delt op i fire typer: artikler, nyheder, kommentarer og forumindlæg. Indenfor hver type optjener man mastery point ved at lave kvalitetsindlæg af den type. Kvalitetsindlæg bedømmes endnu en gang på fastsatte tærskler, som betyder at når et indlæg bliver dømt til kvalitet, udbetales både xp point og mastery point. Nedenstående kan ses tabeller over hvordan pointene bliver udbetalt for de forskellige typer indlæg:

Artikel stemmer	-10	0	10	20	30
Niveau	Skidt	Neutral	Kvalitet+	Kvalitet++	Kvalitet+++
XP udbetalt	0	0	20	50	120
Mastery points	-1	0	1	2	4
Andet?	Minimeres grå	Sort	Grøn (uncommon)	Blå (rare)	Lilla (Epic!)

Nyhed stemmer	-5	0	10	20	30
Niveau	Skidt	Neutral	Kvalitet+	Kvalitet++	Kvalitet+++
XP udbetalt	0	0	8	20	50
Mastery points	-1	0	1	2	4
Andet?	Minimeres grå	Sort	Grøn (uncommon)	Blå (rare)	Lilla (Epic!)

Kommentar stemmer	-2	0	10	20	30
Niveau	Skidt	Neutral	Kvalitet+	Kvalitet++	Kvalitet+++
XP udbetalt	0	0	5	10	15
Mastery points	-1	0	1	2	4
Andet?	Minimeres grå	Sort	Grøn (uncommon)	Blå (rare)	Lilla (Epic!)

Forumindlæg stemmer	-2?	0	10	20	30
Niveau	Skidt	Neutral	Kvalitet+	Kvalitet++	Kvalitet+++
XP udbetalt	0	0	5	10	15
Mastery points	-1	0	1	2	4
Andet?	Minimeres grå	Sort	Grøn (uncommon)	Blå (rare)	Lilla (Epic!)

Som det kan ses, udbetales mastery point i samme mængde til alle typer indlæg. Det er vigtigt at understrege at mastery point er bundet til typen, således at der optjenes mastery i artikler for sig, nyheder for sig osv. Når en bruger opnår visse tærskler af mastery får vedkommende en titel indenfor dette emne og der åbnes for relaterede evner indenfor emnet. Den opmærksomme læser vil måske bemærke, at dette system overlapper talentsystemet forklaret ovenfor. De to er adskilt på den måde, at i masterysystemet er der ikke noget aktivt valg af evner, hvorfor vi som udviklere kan give evner, der relaterer sig direkte til den type mastery en bruger har.

Kommentarerne i "andet?" refererer til, at vi formentlig vil fremhæve kvalitetsindlæg med et badge eller en farveændring, hvor de farver indikerer kvalitetsniveauet.¹³

Nedenstående kan de foreløbige tærskler og titler for masteries ses.

	Novice	Apprentice	Journeyman	Expert	Artisan	Master	Grand Master
Kommentarer	<1	1 MP	30 MP	60 MP	100 MP	150 MP	300 MP
Artikler	<1	1 MP	30 MP	60 MP	100 MP	150 MP	300 MP
Nyheder	<1	1 MP	30 MP	60 MP	100 MP	150 MP	300 MP
Forumindlæg	<1	1 MP	30 MP	60 MP	100 MP	150 MP	300 MP

(MP = Mastery points)

Vi har foreløbigt tænkt os, at der ud over titlen åbnes for visse passive og aktive evner. I først omgang vil xp point udbetalingen for indlæg af den passende type stige med 10 % for hvert niveau fra Journeyman og opefter. Dette betyder at en Grand Master nyhedsskribent vil få $x_p * 1,5 = \text{udbetalt } x_p$ for hvert kvalitetsniveau i vedkommendes nyheder.

Hvert niveau af mastery skal også åbne for aktive evner indenfor den relevante type, såsom at gøre et forumindlæg "sticky", hvilket betyder at fastlåse det i toppen af sitet i en given periode. Disse aktive evner kræver yderligere udvikling, da overlappet mellem talenter og masteries ska balanceres passende.

Features vi har overvejet, men forkastet

Her vil vi kort redegøre for en række beslutninger vi tog på baggrund af diskussionerne om hvilke elementer vi ville implementere. Hver beslutning, der er medtaget her i opgaven, er med fordi den førte til en indsigt, som vi brugte i det videre forløb.

Karma-systemet på et andet dansk teknologi-website, Newz.dk, overvejede vi også at implementere. Dette system går fundamentalt set ud på følgende: opnå en positiv status således at dine stemmer gælder for mere. Denne større vægtning, eller gode karma, opnår man ved at give mange gode stemmer til andre. Omvendt får man "dårlig" karma ved overvejende at give negative stemmer til andre. Dette er tydeligvis en positiv feedback effekt, og skaber et uheldigt incitament, nemlig at brugere bare kan stemme positivt på en masse posts uden at mene det, og at dette giver en konkret gevinst. Vi har derimod baseret vores gevinster på, at man kun kan give andre et gode, hvis man synes de har leveret noget af høj kvalitet. Alle gevinster er således,

¹³ Vi har som en popkulturreference brugt de samme farver som i World of Warcraft til at indikere kvalitetsniveau.

næsten, altid indirekte, og man skal spille op imod de andre brugere for at opnå en belønning. På denne måde undgår vi "grinding" eller "farming", to ord for et udbredt fænomen fra rollespil, hvor spillere bruger en lang periode på ensformige, kedelige og alt for lette teknikker, for at opnå en eller anden gevinst. For eksempel er der lange perioder i alle spillene i den japanske rollespilsfranchise Final Fantasy, hvor man bruger timevis på at slå de lette monstre ihjel, for at opnå en høj nok level til at slå en boss ihjel, og komme videre i spillet. I denne periode sidder man reelt fast i spillet, da det er lineært, så det eneste man kan bruge spillet til når man har nået dette stadie er at slå hundredvis af kedelige lette monstre ihjel.

En **talentbutik**. I vores diskussion blev vi hurtigt klare over at det pointsystem vi vil implementere ligner et pengesystem, og vi måtte være klare over de økonomiske effekter af, hvordan pointene skulle fungere. I forbindelse med dette overvejede vi at kalde pointene åbent for penge eller "guld", og at de opgraderinger man skulle kunne få for pointene, skulle kunne købes i en form for butik. Pointenes natur ville i dette tilfælde gøre, at en sådan butik ville tilbyde alle "varer" i frit udbud, så ingen opgraderinger var betinget af andre. Vi syntes dog at dette var uheldigt, da det ville fjerne grundlaget for at have levels. Desuden ville brugere ikke få gevinster for at specialisere sig, eller få adgang til opgraderinger rettet specifikt imod disse (denne opmuntring til specialisering udviklede sig senere til vores mastery system). Vi overvejede kort at gøre levels til en faktor i den daglige udbetaling af guld, så denne ville vokse efterhånden som man steg i levels, men vi ønskede dog ikke at gøre denne daglige udbetaling til en hovedindkomst for brugerne. På baggrund af denne diskussion konkluderede vi følgende: den daglige udbetaling skal holdes på et minimalt niveau, så den reelt kun har en psykologisk effekt, og ikke mindsker virkelysten hos brugere med et højt dagligt afkast.

Værdiløse achievements. Oprindeligt var vi inspirerede til at lave achievements på sitet af det tilsvarende system på Xbox Live. Her har microsoft skabt et brugerfællesskab blandt xbox-brugere, hvor de kan sammenligne achievements fra et bredt udvalg af spil, der alle har integreret dette system. Man kan således se hvilke spil en bruger ejer, og hvor god vedkommende er til disse, og hvor meget tid der er blevet brugt på det. Der er en række achievements der kan blive "unlocked", som er mere eller mindre seriøse. At opnå en achievement har dog ikke andre konsekvenser end at andre brugere kan se ikonet for denne på ejeres profil-side på det sociale Xbox Live netværk. Vi mente ikke at et simpelt ikon og et sjovt navn, fx "Fratricide" achievement'en fra Portal (Valve, 2007) var tilstrækkelig motivation indenfor vores projekt, så vi besluttede at achievements skulle give konkrete gevinster, i form af xp point til brugeren. Denne tanke går igen i alle de forskellige gevinster, brugerne kan opnå. Dog med det forbehold, at opgraderingerne på de højere niveauer bliver "luksus-orienterede" eller dekorative i stigende grad, så bruger på begynder- og mellemniveau ikke bliver frustrerede over ikke at have adgang til nyttige værktøjer som at kunne rette stavfejl i sine kommentarer. Yderligere førte diskussionen til den ide, at opgraderinger der er tilgængelige for begynder-brugere skal være fokuseret på at motivere brugeren til at interagere socialt, for eksempel skal evnen til at kunne nedstemme indlæg være en af de første, og i takt med

at brugeren bliver mere øvet, skal de mere praktisk orienterede opgraderinger blive tilgængelige. Justeringen af level-tærskler med brugernes faktiske kunnen må bero på brugertests og mock-ups, og vil sandsynligvis først finde et optimalt leje i en kommende patch til sitet.

Negative xp point overvejede vi. Vi mente ikke at der var tilstrækkelig afskrækkelse for eventuelle spammere i blot *ikke at indtjene* point for et dårligt indlæg, men at det ville være nødvendigt at straffe et dårligt indlæg ved at fratrække xp point fra forfatterens profil. Dog har dette flere uheldige bivirkninger. Med en sådan ordning kan en bruger risikere at miste lige præcis nok point til at gå ned til forrige xp level, og dermed miste en af sine talenter – og siden disse opgraderinger er valgt frivilligt (indenfor talenttræets rammer), ville disse i implementeringen være nødt til at blive associeret med et bestemt niveau eller tidspunkt, så de senere kunne fjernes. Dette ville være uoverskueligt, og svært at skulle forklare overfor brugerne, hvis sådanne spørgsmål eventuelt skulle opstå. I forbindelse med denne diskussion noterede vi os at brugerne kunne tænkes at kræve en forklaring af, hvordan hele det sindrige spil-lignende system virker, og vi ville være nødt til at forklare det relativt enkelt. Siden de bagvedliggende regler for bl.a. xp point systemet sandsynligvis ville være objekt for brugernes nysgerrighed, besluttede vi ikke at inkludere "kunstige" eller uelegante løsninger, men at basere systemet på de enkle regler, vi redegør for senere i denne opgave. Under den senere diskussion mht. mastery points, valgte vi dog at genintroducere brugen af negative points for dette specifikke system, da det er et fuldstændig ensporet system (som nævnt: en "familie af achievements" og altså ikke et valgbaseret "træ" som talenttræ-systemet).

Opsummering af design-beslutninger

Udseende

Siden skal have et gennemgående minimalistisk udseende, med fokus på at gøre interaktion så let som muligt, og ikke at udelukke brugere ved at vælge en stærkt dekorativ stil. En foreløbig mock-up med forklaring af elementerne er at finde til sidst i dette afsnit.

Stemmer

Vi vil implementere bruger-stemmer i designet således, at det indlæg der har fået flest stemmer vil være foldet ud. Andre indlæg på forsiden vil være kollapsede, så man kun kan se titel, dato og antal stemmer. Disse artikler vil være ordnet i en boks på forsiden, der er dedikeret til artikler. En anden boks vil indeholde nyheder, der skal fungere efter samme princip. Kommentarer skal ikke umiddelbart være synlige på forsiden, men man skal kunne folde en boks ud med et link i hvert indlæg til de 5 eller 10 kommentarer til dette, der har fået flest stemmer.

Når en artikel eller nyhed har fået flest stemmer, ud af de 10-15 nyeste, der vises på forsiden, vil den være åben, men ikke vise al teksten, kun 5-10 linjer, samt et link til at vise hele artiklens fulde tekst. Artiklen åbner dog ikke ved at folde yderligere ud på forsiden, men åbner derimod et nyt vindue med den fulde tekst, alle hidtidige kommentarer, og et kommentar-felt i bunden hvor man

kan indsende sin egen respons. Dette er i tråd med hvad vi har iagttaget på Videosift, og giver et enkelt, minimalistisk layout, der gør forsiden overskuelig, og gør de mest populære artikler let tilgængelige, uden at ofre artiklernes kronologiske rækkefølge. På denne måde fremhæves både artiklernes alder ved at de nyeste er øverst, og dermed deres nyhedsværdi, samt deres popularitet, og dermed deres kvalitet, ved at de "bedste" fylder mest.

Mockup

Her følger en simpel mockup af den endelige designmodel. Logoet beholder sin plads fra det gamle Edb-Tidende; ligeledes gør nogle af menuknapperne. I indlægs-området er en kasse reserveret til de 10 nyeste nyheder hvoraf den der har modtaget flest stemmer er foldet ud som standard. Nedenunder er de 10 nyeste artikel-indlæg, der hver har sin egen kasse; af disse er den med flest stemmer også den eneste der er foldet ud. I sidebjælken holdes der styr på toplisterne over de bedste og nyeste præstationer indenfor "spil"-delen af siden.

Logo	Top menu	Forum	Afstemninger	Statistikker	Om Os	Søgning	Login
							top brugere (xp)

Nyhed (fold ud)			
Nyhed (...)			
Nyhed (...)			
Nyhed (Permalink)	Tekst Tekst Tekst og et link forfatternavn (link) antal kommentarer (permalink)	+ 5	-
Nyhed (...)			
Nyhed (...)			
Nyhed (...)			
Nyhed (...)			

Artikel (fold ud)	+ 0	-
-------------------	-----	---

Artikel (...)	+ 1	-
---------------	-----	---

Artikel (permalink)		
Tekst tekst tekst	Billede	+ 15
		-
forfatternavn (link) antal kommentarer (permalink)		

Artikel (...)	+ 4	-
---------------	-----	---

Nyeste Mastery Ivlup
Top Artikler
Top Nyheder

Eventuelle Problematikker og Fremtidige Ideer

Det fremtidige Edb-Tidende skal være et dynamisk website, der løbende skal justeres, og vi vil i fremtiden forsøge os med nye tiltag, og lytte til brugernes respons. Her følger nogle ideer der muligvis kunne implementeres i fremtiden, når vi får en rigtig brugerbase at arbejde med.

Vi har overvejet at finde en metode at skabe en monetær indkomst til sitet. dette har dog en række problemer, der har gjort at vi ikke vil gøre det foreløbig. For det første har de artikler der har været skrevet til Edb-Tidende tidligere brug af data og IP^{14} , og dette kan godt tillades under "fair use" så længe der ikke er en kommerciel indtjening, men hvis sitet for eksempel introducerede brugerbetaling, skulle alt materiale igennem et clearinghouse, hvilket slet ikke ville være rentabelt for det lille website, selv ikke med en brugerbetaling. Der er dog en gråzone med hensyn til donationer, da disse ikke er forbundet med en reel transaktion af materiale, og eksempelvis "paypal tip jars" til drikkepenge er et udbredt fænomen på blogs, og findes også på videosift. En anden gråzone er, at det på en web 2.0 kollaborativ side er brugerne, der skaber indholdet og ingen central redaktion sidder med redigeringsansvaret overfor en eventuel copyright-anklage. Det store arbejde det ville kræve at justere alle disse ting mener vi ikke ville kunne retfærdiggøre den relativt beskedne profit vi ville kunne indbringe ved for eksempel at implementere brugerbetaling. Sitet henvender sig til et relativt snævert, og dermed lille, publikum, der nok ikke ville tolerere hvis vi satte taksten højt nok til at det var besværet værd.

Vi skal overveje skellen mellem forumindlæg og kommentarer. Forskellen er at efter nyheder og artikler er der kommentarer, der relaterer til nyheden eller artiklen. Ergo er nyheden eller artiklen det "vigtige" i den tosomhed. I forumindlæg, kan den oprindelige post godt være et spørgsmål, som ikke skal give noget særligt, men hvor svaret som kommer i en "kommentar" (et forumindlæg) skal give skribenten en fornuftig udbetaling, derfor vil vi muligvis i en fremtidig justering (per "perpetual beta"-princippet) vægte stemmer på forum posts højere end de er i den nuværende designmodel.

Vi forudser problemer med Mastery-niveauerne. De nuværende skalaer for opgraderinger er kun baseret på en teoretisk vurdering af hvor meget indhold vi tror der bliver skabt, og kan være skæve. Vi vil sandsynligvis ændre dem når siden er kommet op at køre, og vi ser hvor aktive brugerne faktisk er i de forskellige "discipliner". Desuden skal vi muligvis finde en måde at kunne udvide Mastery-niveauerne på, eller lave passende antal niveauer. Evt. skal der et "Masterpiece" til før man kan komme på Master niveau, for at blive i håndværkslaugs-terminologien. Dette kunne foregå ved at en master nominerer en artikel til masterpiece, og andre masters så kan stemme på om den nominerede bruger skal ophøjes til master.

¹⁴ Forkortelse for "Intellectual Property"

Afrunding

Vi har gennemgået et tidligt stadie af en udviklingsproces, som resulterer i en blanding af web- og spildesign. Den grundige granskning af Videosift gav en god indsigt i sidens funktioner, og rig lejlighed til at vurdere, hvilke af de mange web 2.0-orienterede elementer, vi ville efterligne på Edb-Tidende. Vores arbejde med at skabe et spil-lignende system går godt i spænd med web 2.0-tanken om at engagere brugerfællesskabet, og forene dem i en fælles referenceramme, der fungerer som et effektivt værktøj til indholdsskabelse.

Web 2.0 ideens udbredelse på nettet er voksende, og i fald at blogs kan siges at tilhøre web 2.0-sfæren, er gennemtrængningen i nettets totale indhold enorm. Ydermere har kommercielle interesser fået øje på Web 2.0 og på mulighederne for profit, der ligger i at dyrke engagerede brugerfællesskaber, og således er der gode udsigter for at området fortsætter sin hastige udvikling.

Hvor denne opgave har omhandlet de præliminære dele af Edb-Tidendes seneste udvikling, vil det kræve betydeligt teknisk arbejde føre ideerne ud i livet. Dette er næste trin i sitets udvikling, som forhåbentlig gør os i stand til at forholde os dynamisk til brugernes behov og ønsker, i henhold til web 2.0 paradigmet.

Litteraturliste

O'Reilly, Tim: What is Web 2.0?

(<http://www.oreillyn.net/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>)

O'Reilly, Tim: Web 2.0 Compact Definition

(<http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html>)

Angrignon et al: Web 2.0 – Strategies and Lessons for Business Leaders (2005), Changethis.com

Inspirationskilder:

World of Warcraft: Blizzard 2004

Videosift.com

Wowhead.com

Wow-europe.com

Mail.google.com