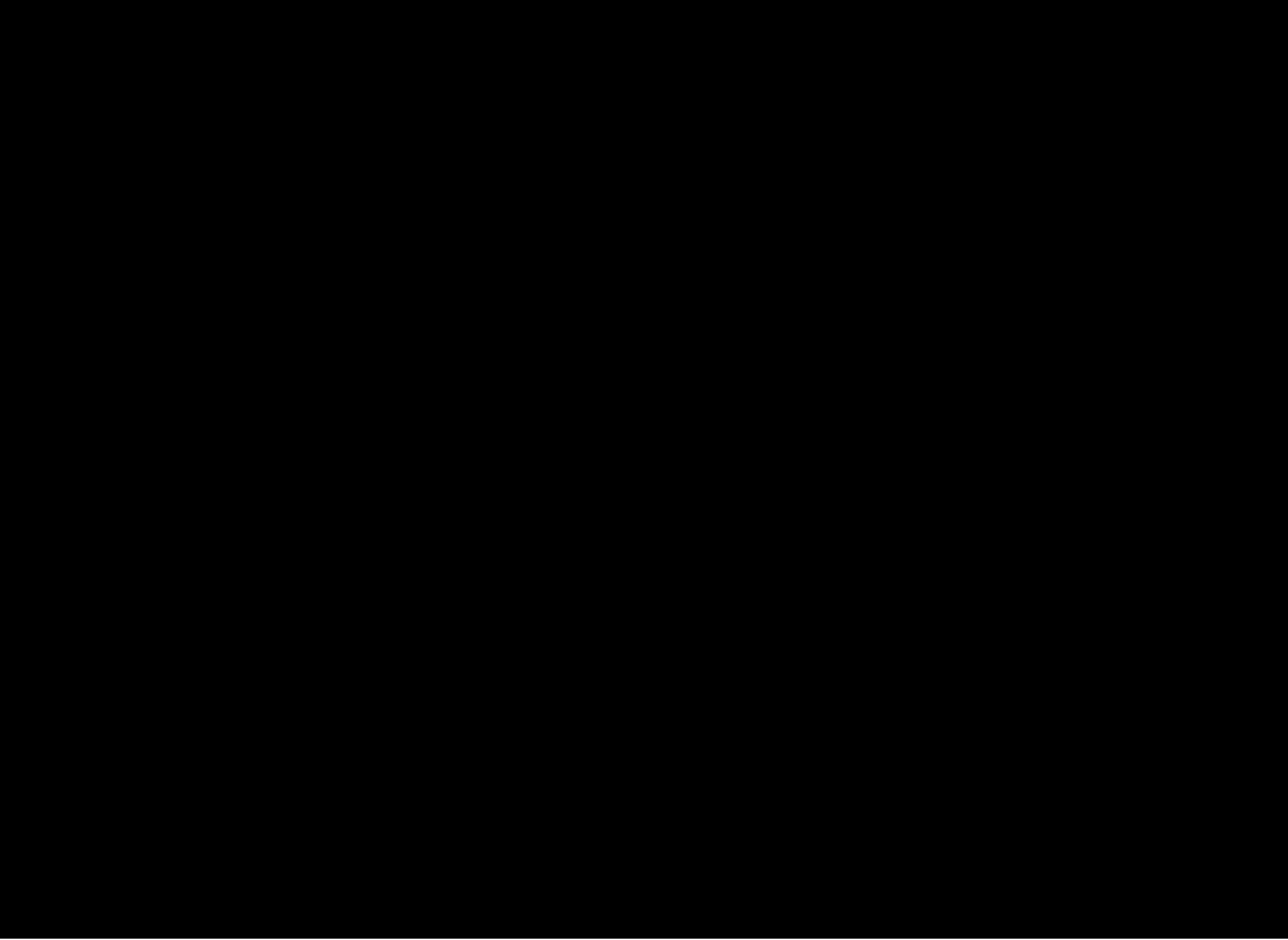


 **artevelde**
hogeschool





<https://www.youtube.com/embed/jUXEhGZ31Tc>



- EAT
- PAY
- LOVE



DESIGN IS



STORYTELLING



ELLEN LUPTON



✓ HERO'S JOURNEY

✓ THE GAZE

Act 1 | Action

<https://www.youtube.com/embed/8bQ5c7Yyp3Q>

THE STORY COASTER



GRANT SNIDER

Speaker notes

Eigenlijk gebruikt een roller coaster wel de elementen van een verhaal.

Roller coaster designers proberen de emotionele intensiteit te verhogen. (tempo, ritme, ... levert suspense op)

In dit onderdeel hebben we het over patronen die onder een story zitten (narratief structuur & the hero's journey)

We ervaren producten, een website, een poster, etc. niet als iets statisch.

We ervaren ze over een bepaalde tijd.

VOORBEELDEN: posters, films, een boek, een schoenenwinkel, een restaurant



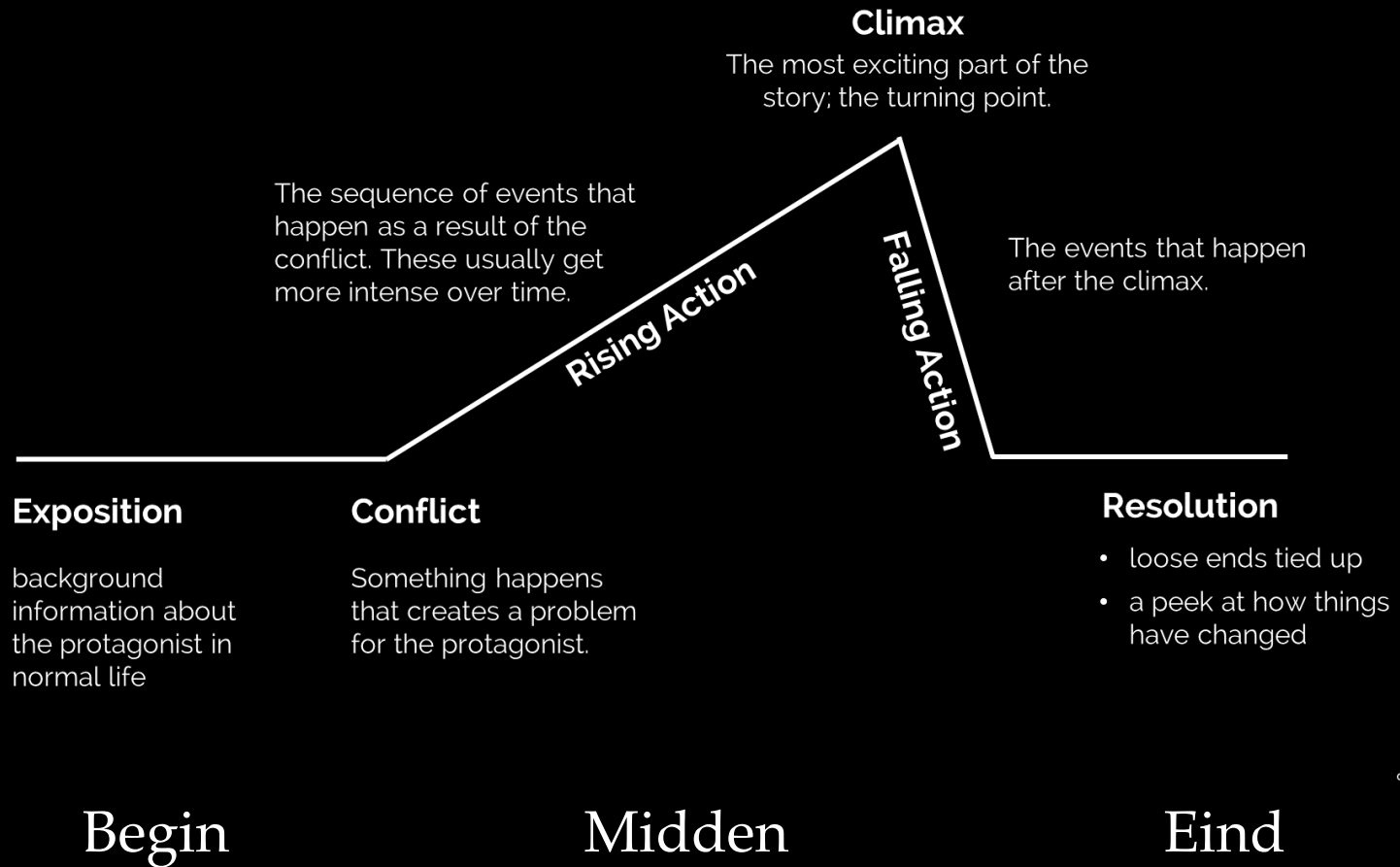
Speaker notes

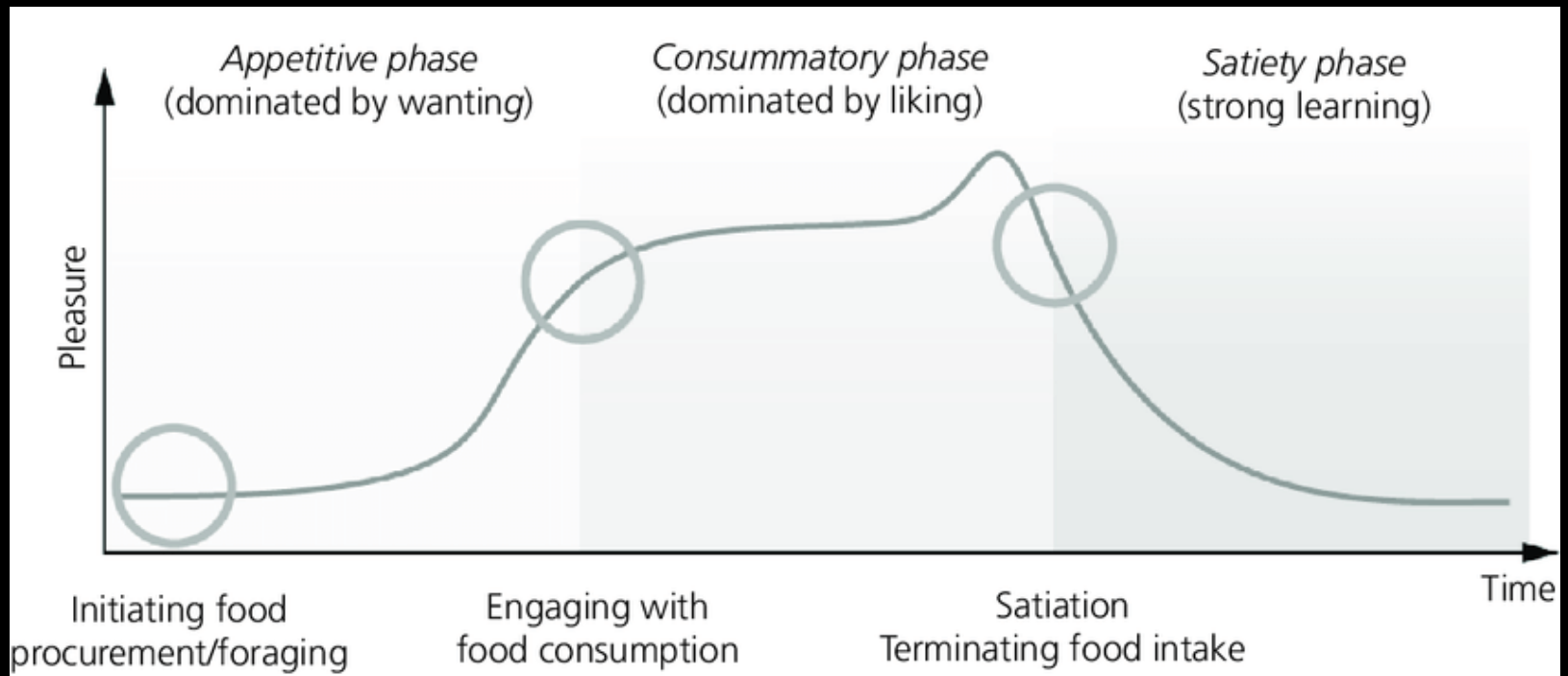
Vanaf hier start het verhaal van de leeuwenkoning, Simba is geboren een nieuwe koning is in de maak.

MUSAFU (vader)/ SCAR(broer) / SIMBA / Rafiki (aap)

1. Scar wil musafa en simba vermoorden
2. Musafa redt Simba, Scar redt Musafa niet maar laat hem vallen
3. Simba denkt dat het zijn schuld is en loopt weg
4. Simba groeit op bij Timon & Pumba
5. Rafiki laat de geest van Musafa zien en zegt "Remember who you are"
6. Simba keert terug
7. Simba vecht met Scar, hier wordt duidelijk dat Scar Musafa heeft laten vallen
8. Simba wint door scar van een rots te duwen, Heyena's keren tegen Scar
9. Alles keert terug, en Simba krijgt een nieuwe welp

STORY ARC





Begin

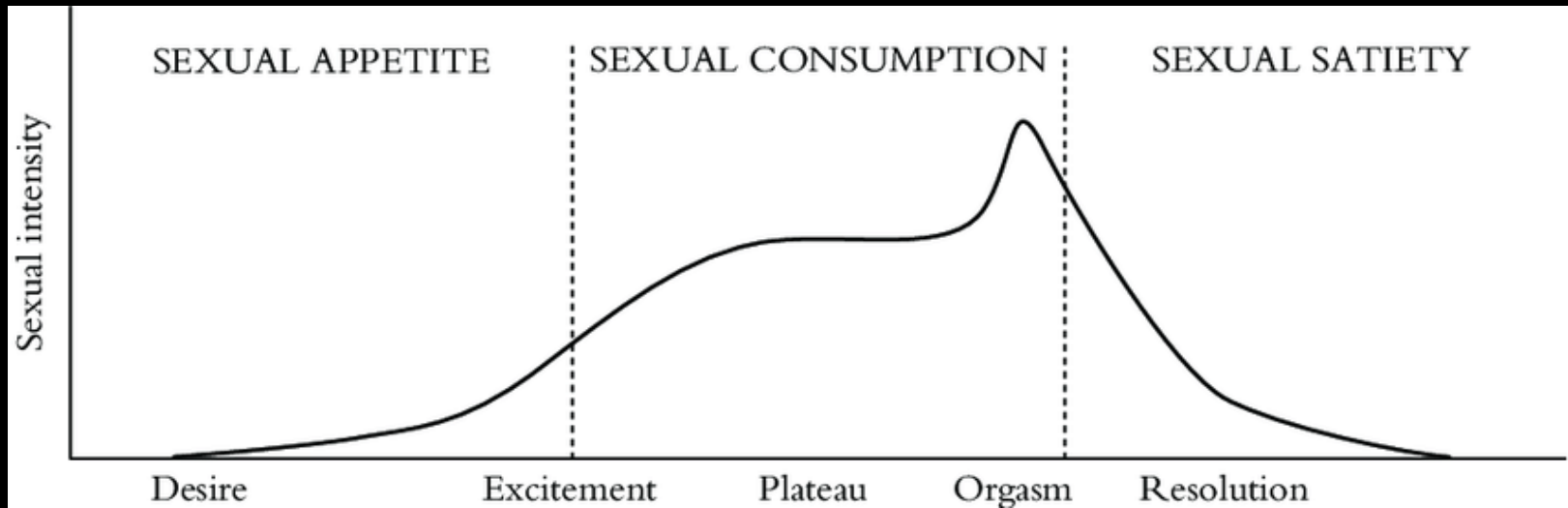
Midden

Eind

Speaker notes

Food happiness cycle

Eating something begins with anticipation; you feel hungry.



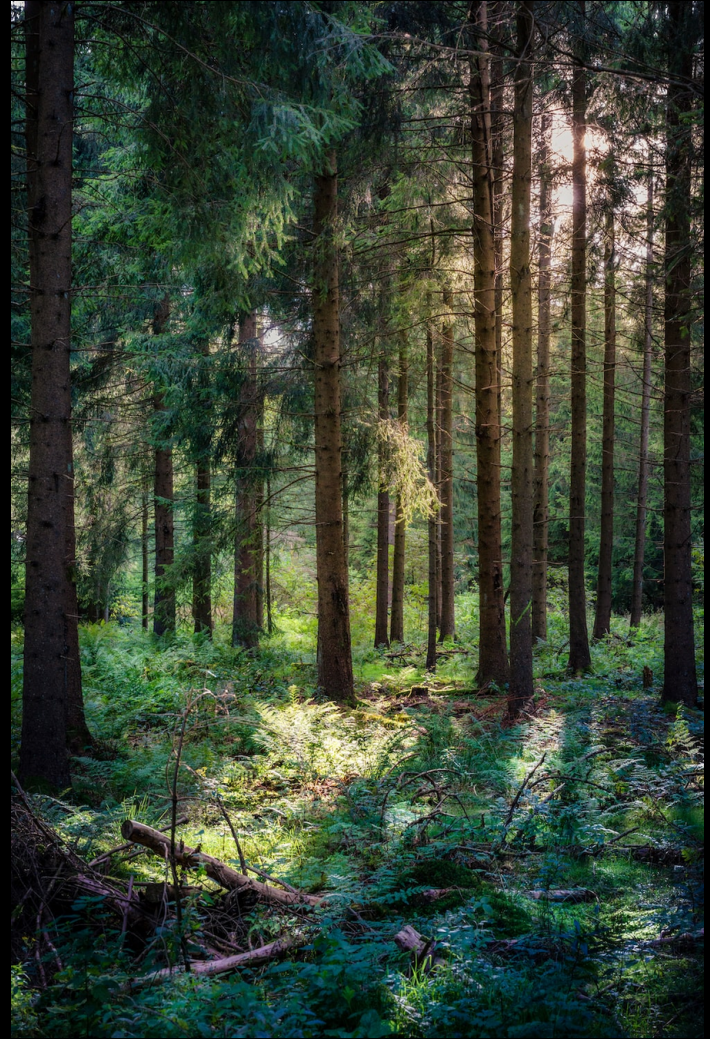
Begin

Midden

Eind

Speaker notes

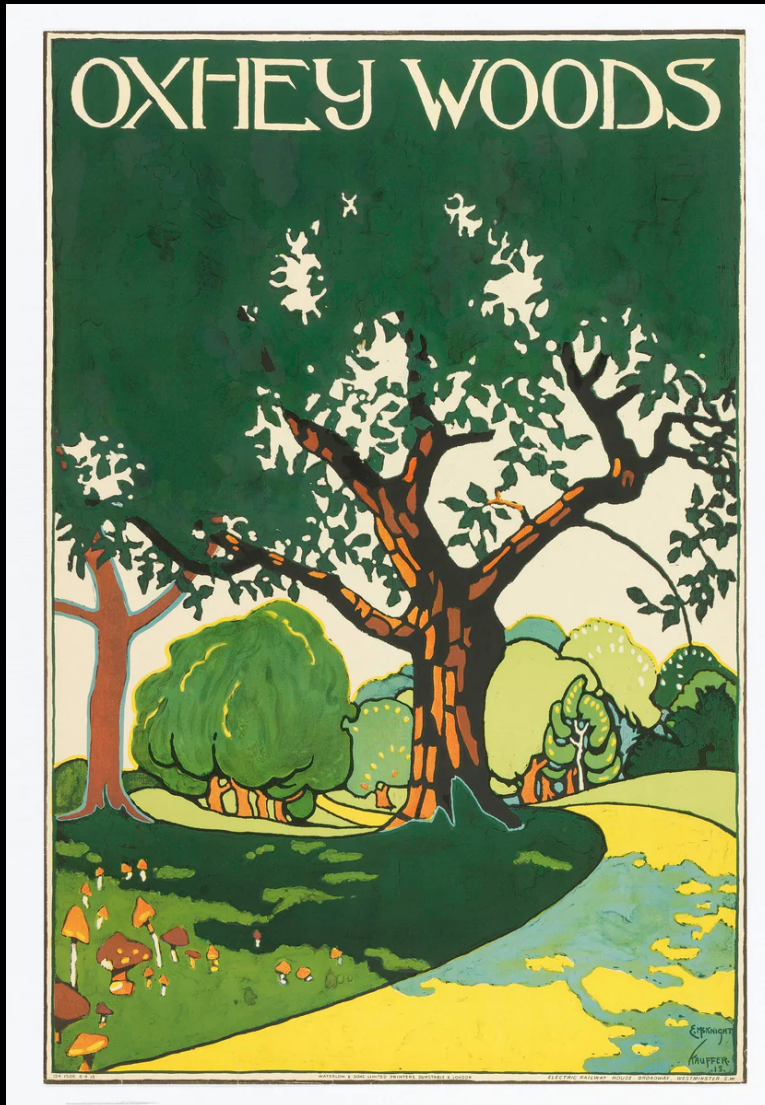
Interactie met een UI is ook een verhaal, je hebt een menu item voor je, je hooft, ...



Speaker notes

Welke afbeelding vertelt hier een sterker verhaal? Waarom?

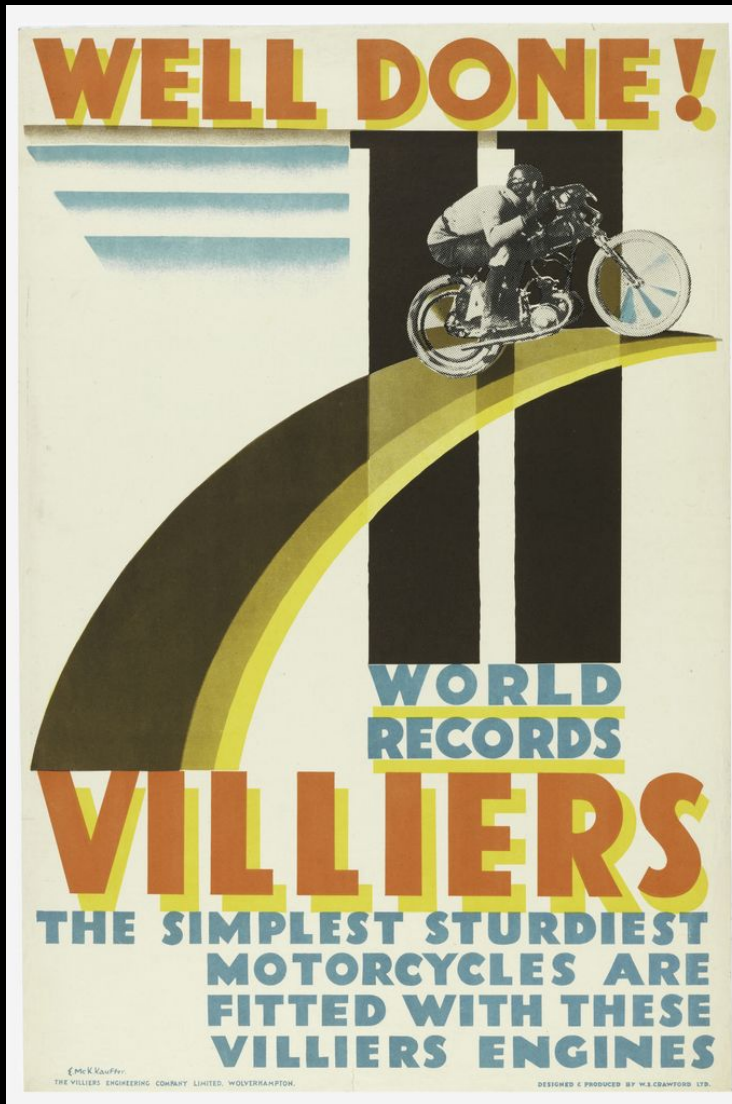
Het inviteert je op een reis.



Edward McKnight
Kauffer, *Oxhey
Woods*

Speaker notes

Kauffer nodigt ons uit om een pad te bewandelen.



Edward McKnight
Kauffer, *Well done!*
World record Villiers

Speaker notes

Een pad dat ons leidt naar de toekomst.



Forrest Gump, Robert Zemeckis



The Wizard Of Oz, Victor Flemming



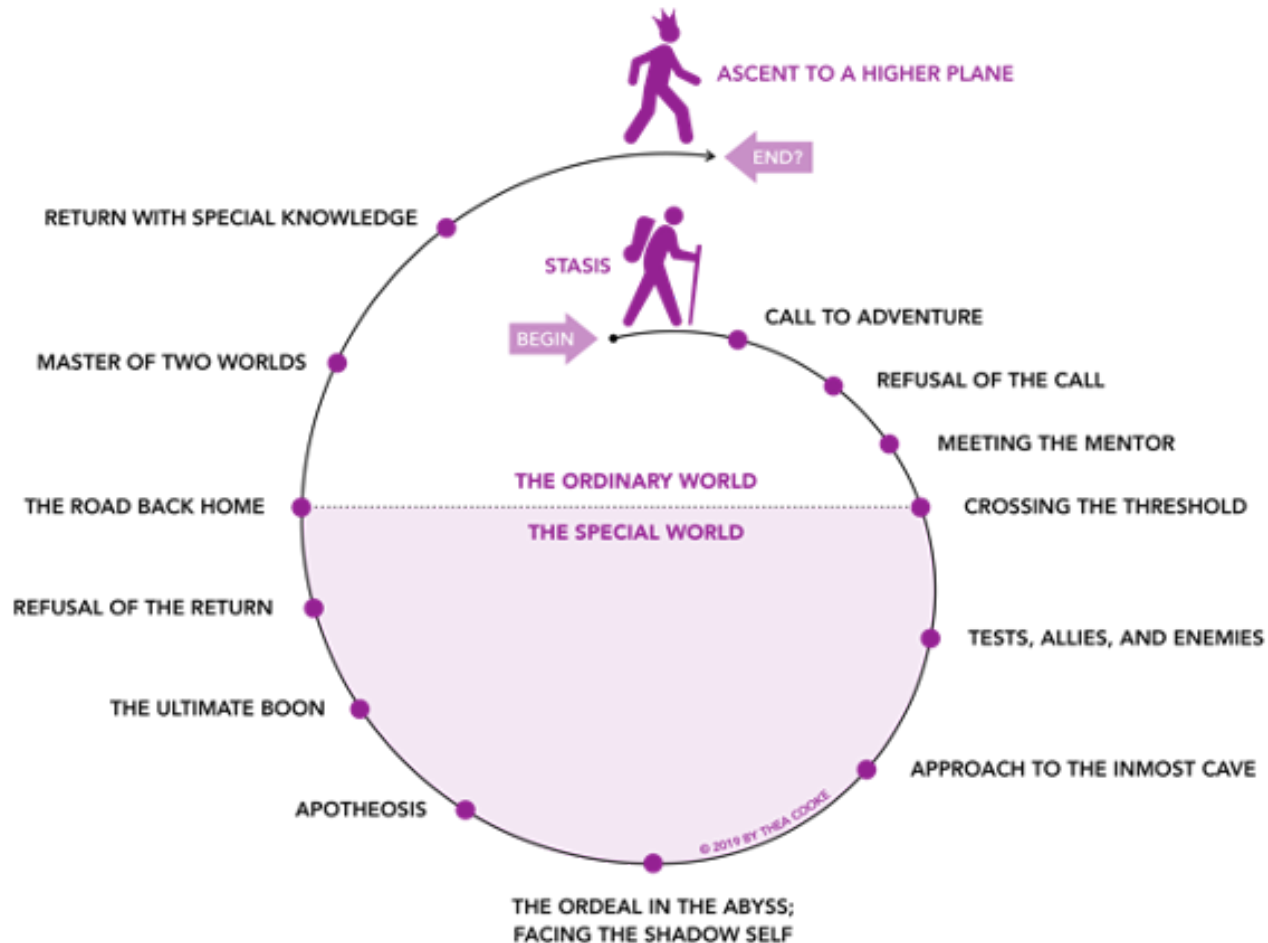
Nomadland, Chloé Zhao

Speaker notes

Frances McDormand

<https://www.youtube.com/embed/FZw-Qs-ziUo>

The Hero's Journey



Speaker notes

Circulair patroon.

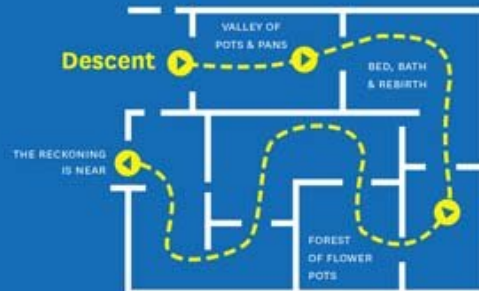
Geholopen door een mento, een wijze gids, de held gaat naar de "speciale wereld" en hervindt daar vernieuwing

<https://www.youtube.com/embed/vhH-Z7Em-yY>

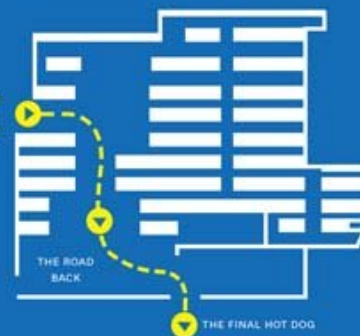
Ordinary World



Descent



Belly of the Warehouse



Speaker notes

BESCHRIJF EEN IKEA ERVARING

Singular immersive, of the store. Ikea is a maze? Er is onderzoek gedaan naar het design van een ikea store. Het is geen doolhof, maar geeft wel de indruk van een doolhof te zijn.

Doolhof is één lang pad. Je reist door vele decors (pijl op de grond).

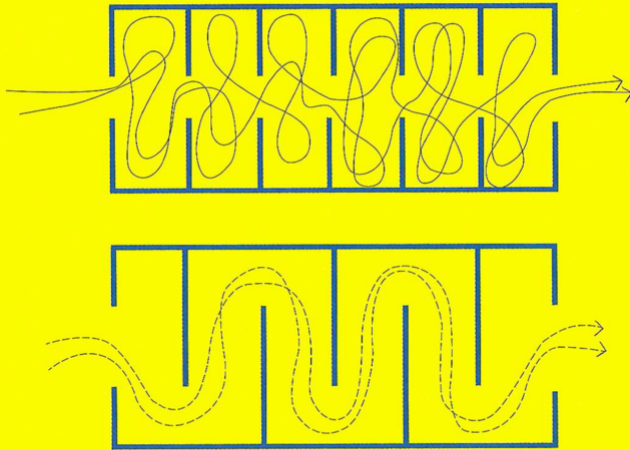
The difference between mazes and labyrinths is that labyrinths have a single continuous path which leads to the centre, and as long as you keep going forward, you will get there eventually. Mazes have multiple paths which branch off and will not necessarily lead to the centre

Secret escape hatch. At the end, there is a hot dog. Hot dog is so cheap, they pay you to eat. Psychological reward, mercy for having survived the journey. The hotdog is live saving.

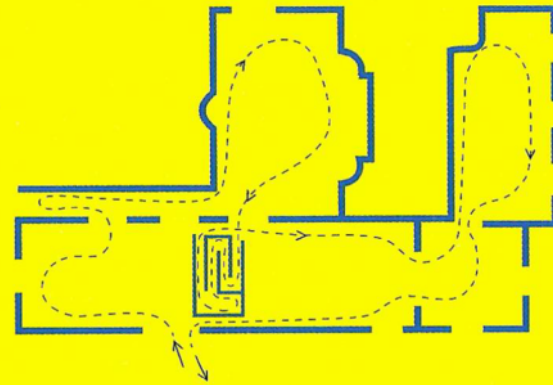




Tentoonstelling Journey

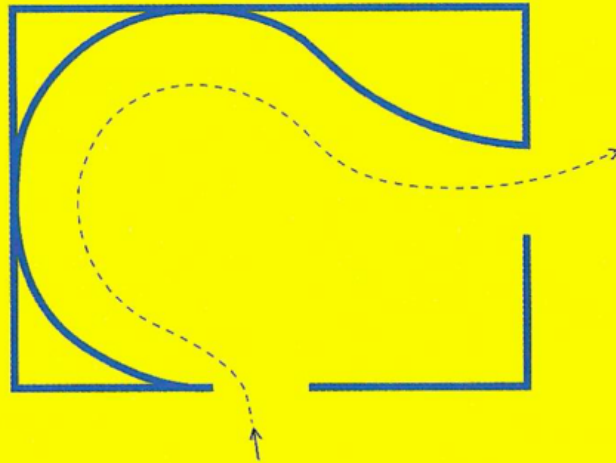


symmetrie vs asymmetrie



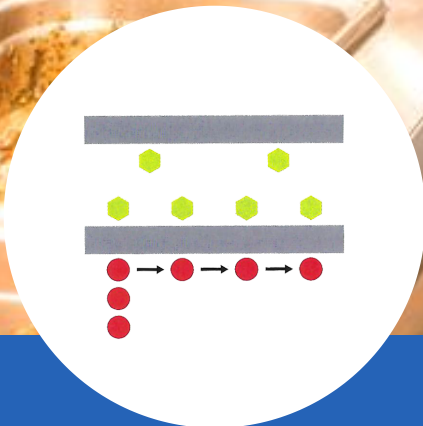
vreemde kamers

Tentoonstelling Journey

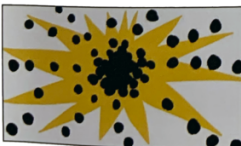
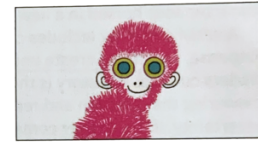
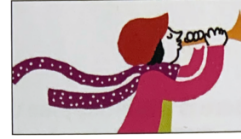


Eén pad, één verhaal





Storyboard



Speaker notes

Een verhaal of een verhaal heeft een bepaald pad. Als het verloop te gemakkelijk is, dan is het verhaal nogal vlak. Woody Allen: "Een man loopt binnen in een een psychiatrisch ziekenhuis en zegt "Dokter, mijn broer is gek. Hij denkt dat hij een kip is". "Waarom geef je hem dan niet aan?". "Dat zou ik doen, maar ik heb de eieren nodig". Storyboards zijn een tool om de transformatieve actie van een verhaal te visualiseren.

Waarom stak de kip de straat over?

Om aan de andere kant te geraken.

Je verwacht een punchline / clou. Maar die krijgen we niet. een aangenaam verhaal bevat een conflict en spanning. Als het antwoord te gemakkelijk komt dan is het verhaal saai of de ervaring saai. Bij veel grappen die worden gemaakt gaan ze het begrip van de initiële situatie gaan omdraaien.

Ingrediënten van een verhaal

Boog het verhaal heeft een begin, midden en
een einde

Verandering het verhaal verandert een
personage of een situatie

Thema een verhaal heeft een grotere
betekenis

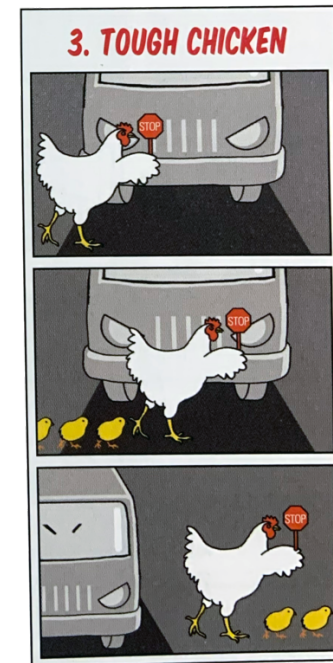
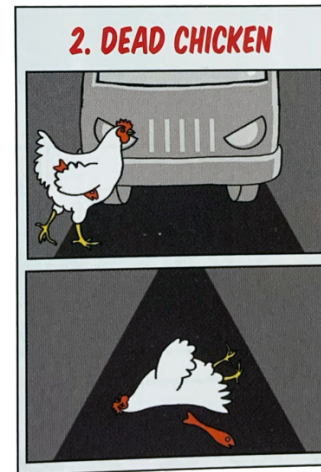
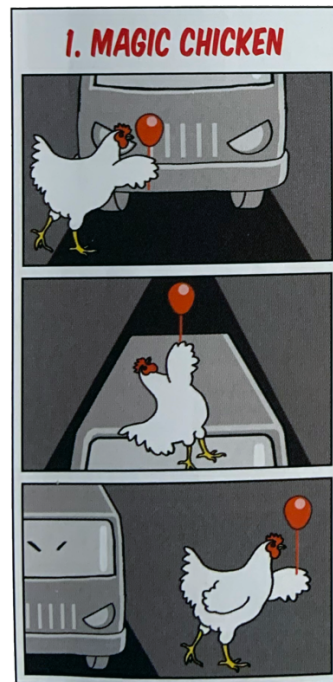
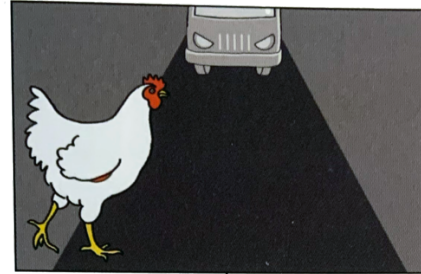
Oefening

Begin van een verhaal

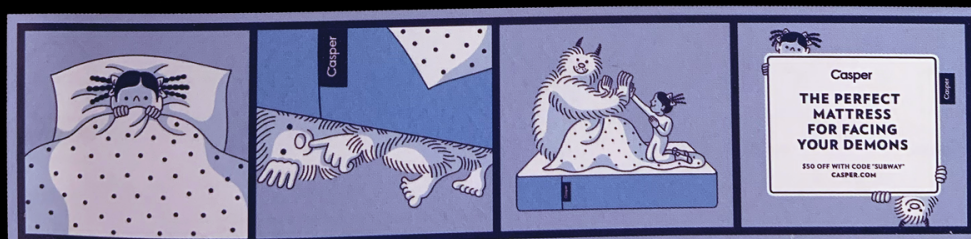
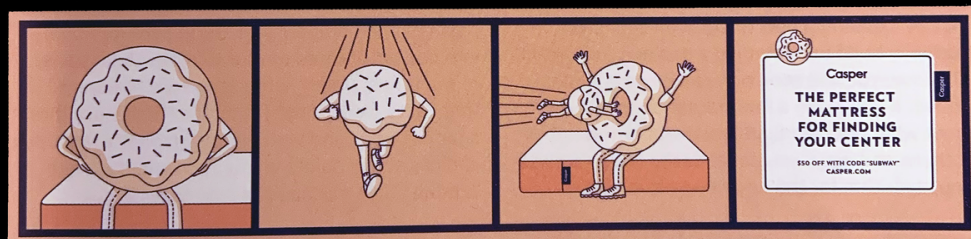
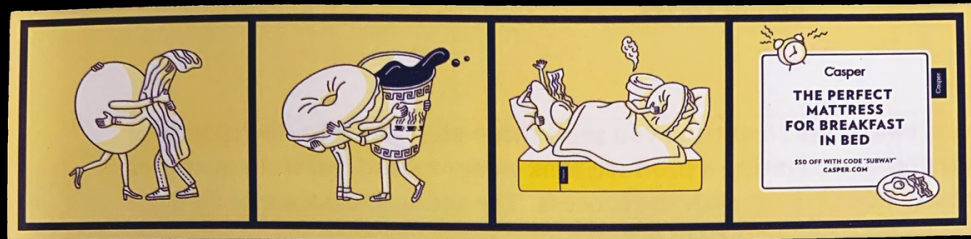
Maak een storyboard

Kip steekt de straat over, een vrachtwagen komt aangereden vanop een afstand.

De kip of het ei



De regel van drie

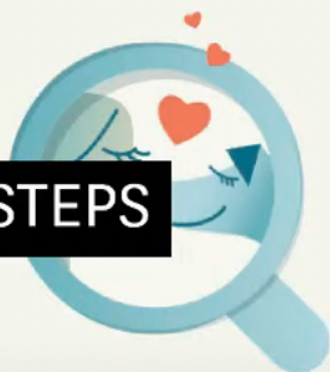


THE RULE OF THREES

A cozy home with a loving sitter

With DogVacay, your pet stays in a sitter's home or yours, whether you're traveling or just out for the day. Here's how it works.

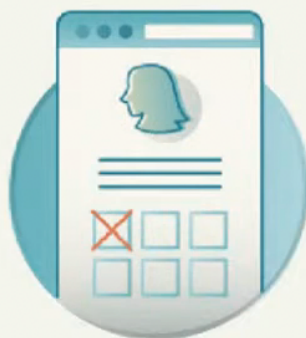
THREE STEPS



1

BROWSE SITTERS

near you



2

BOOK AND PAY

all online



3

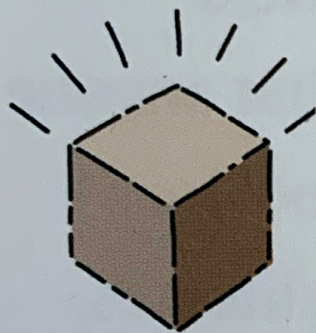
YOUR BEST FRIEND ENJOYS

loving, cage-free care '

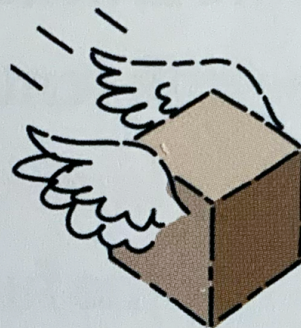
[Learn More](#)



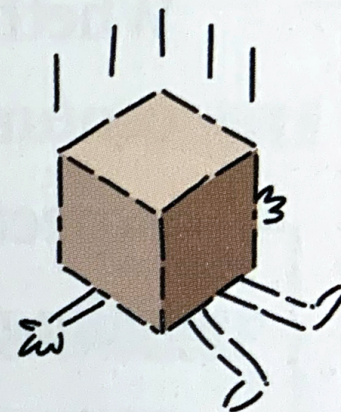
THREE EASY STEPS



ORDER



SHIP



ENJOY

Act 2 | Emotion

Speaker notes

Designen voor emoties, betekent dat we moeten nadenken over hoe gebruikers zullen anticiperen op een ervaring en hoe ze dat achteraf zullen herinneren.

Zullen bezoekers aan een hospitaal zich de warme dekens herinneren, of het zachte licht in de wachtruimte of de geur van ontsmettende middelen.

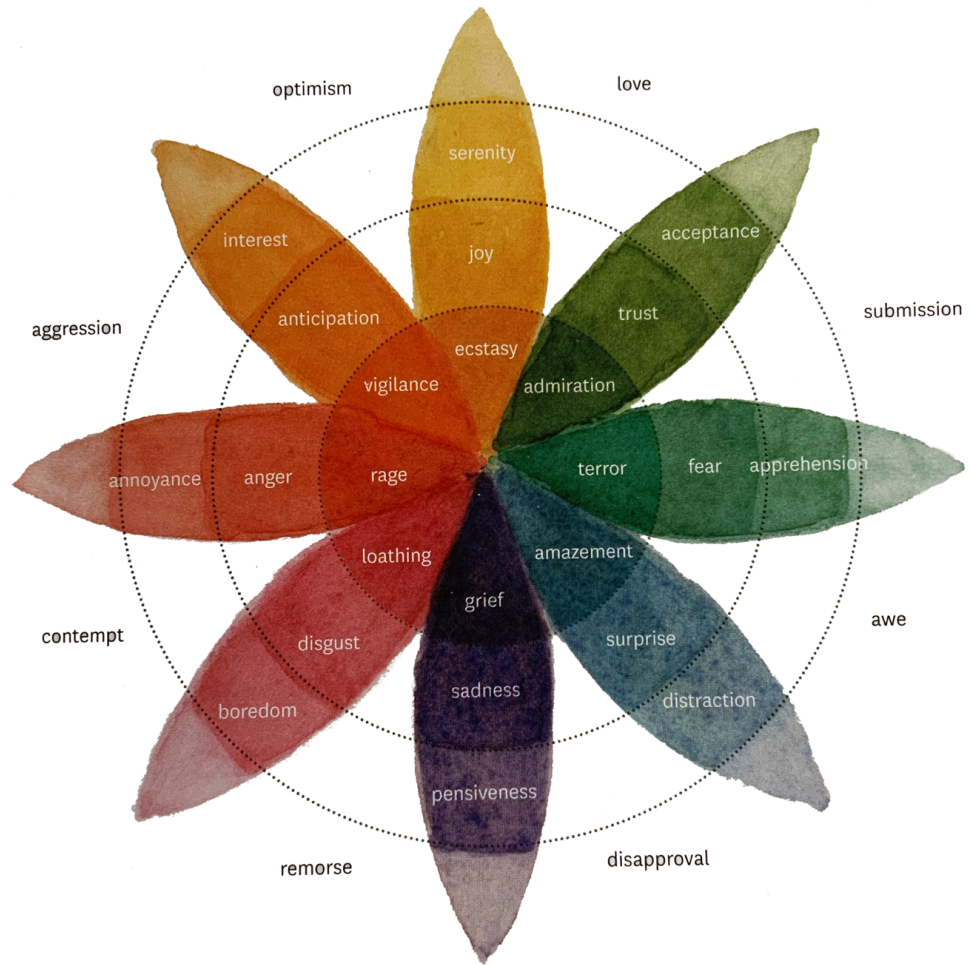
Zullen toeristen die de toeristen app gebruiken zich herinneren hoe makkelijk het is om een trein planning op te zoeken, of moeten ze langs een vervelende login pagina?

Waarom heb je de schoenen gekocht die je nu aan hebt?

emotionele connectie vervagen of dieper worden doorheen tijd

Hoe gaat de gebruiker het product herinneren

The Emotional Journey



Speaker notes

Wanneer we een emotionele reis maken, dan is iets niet "goed" of "slecht". Er zit veel meer nuance in. Iets verenigen tot een banale emotie geeft je niet zoveel ruimte om te ontwerpen.

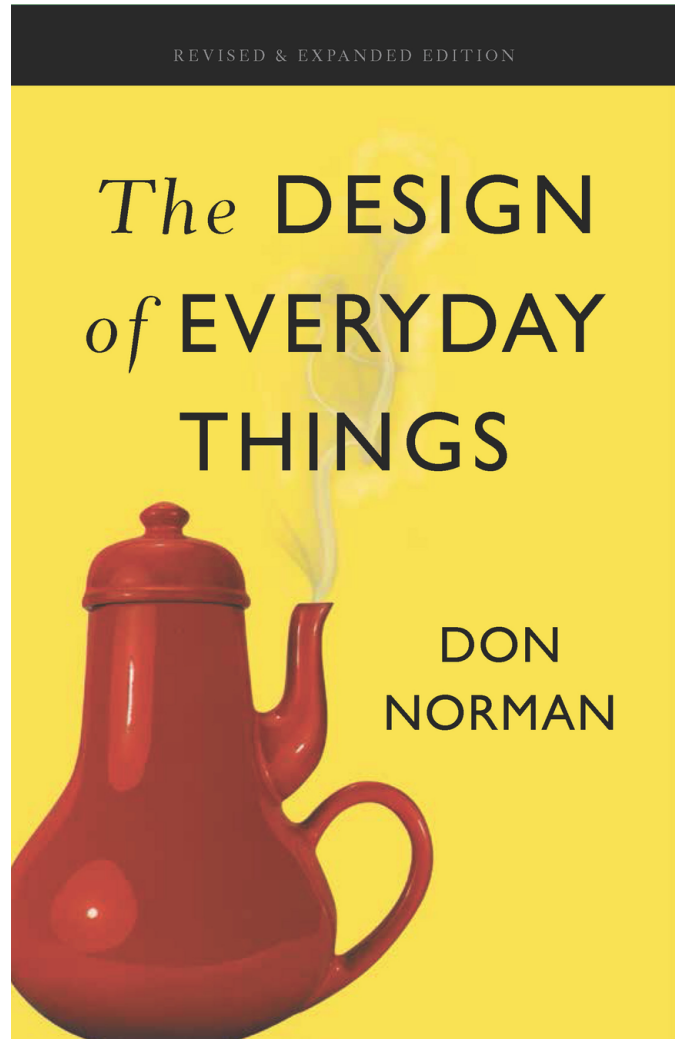
Bijv; je ontwerpt een infographic over een natuurramp... dan kan je je pijn, of zelfs rouwen bevestigen.

Bij een meditatie applicatie staat kalmte centraal.

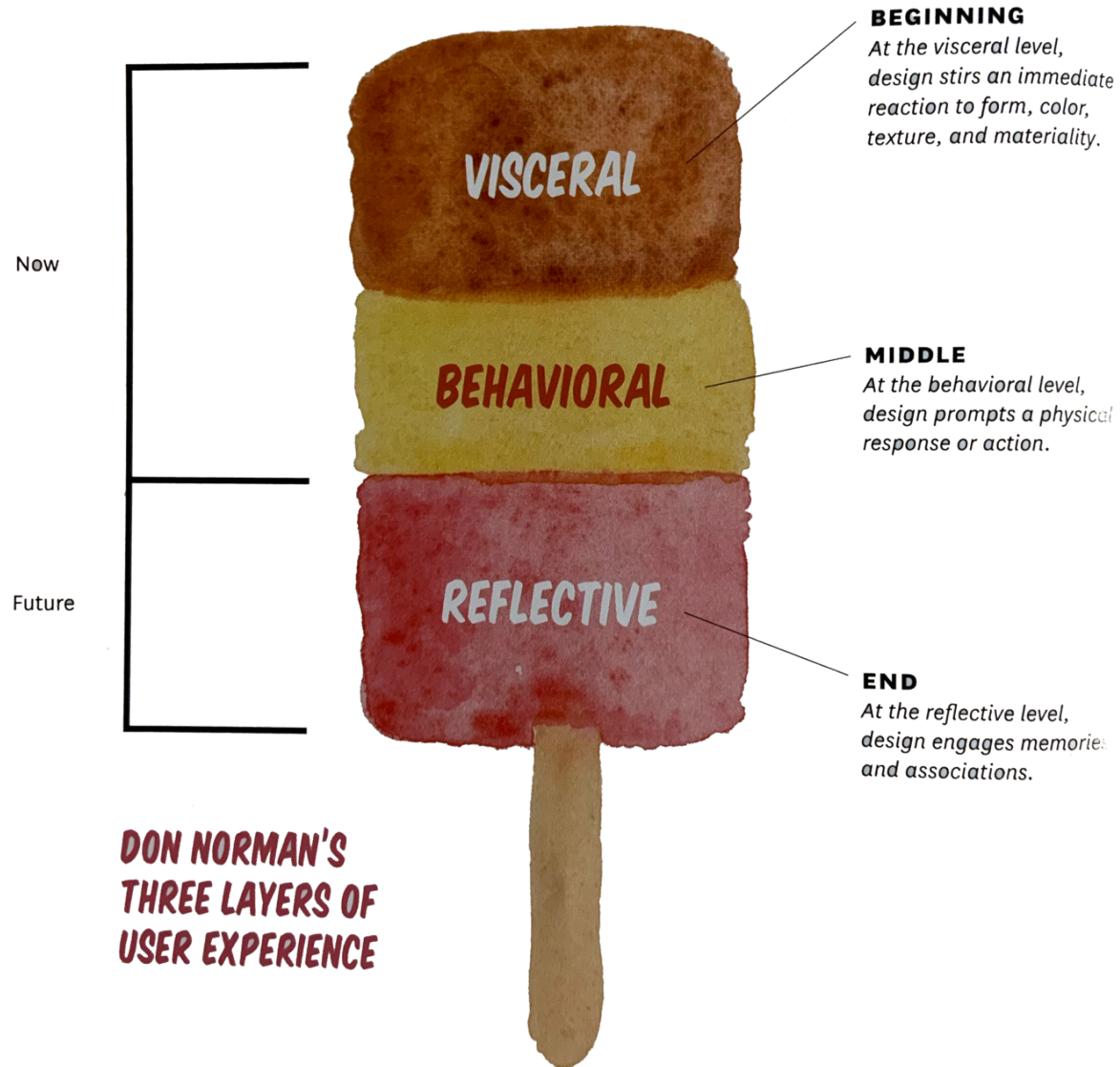
Emoties spelen een belangrijke rol in ETHISCHE oordelen. Ze zijn actief aanwezig wanneer we wandelen over straat, /// of keuze's maken in een app. (elk dier heeft emoties, zelf ééncellige organismes tonen primitieve emoties wanneer ze worden opgejaagd.

Emoties bepalen dus het design van een wireless speaker tot een banking app en zijn bepalende voor het in de jaren 90 geïntroduceerde: INTERACTION DESIGN.

Don Norman



Usability
Expert



**DON NORMAN'S
THREE LAYERS OF
USER EXPERIENCE**

Speaker notes

Norman heeft het over

"Het taktiele": hetgeen we meteen verwerken (kleur, materiaal, vorm, tekstuur)

"Gedrag": het nodigt uit om ons te gedragen (bijv. klikken op een knop)

"Reflective": het geeft ons nieuwe herinneringen en associaties in de toekomst

Enkel op het reflectieve zijn we ons heel erg bewust van hoe we ons voelen en welke emoties daaraan gekoppeld zijn.

Norman spreekt over de drie fas's van storytelling: Begin - Midden - Einde

Emoties drijft mensen om bepaalde producten of een website te gebruiken, en designer gebruikt hiervoor kleur, licht, textuur, etc.

Wat in het verleden is gebeurd zal altijd impact hebben op wat je nu doet.

We gebruiken social media als we nood hebben aan liefde, validatie, interactie.

Verleden en toekomst zijn onderdeel van een heel complexe (en zelfs tijdelijke) ervaring

Eventueel verwijzen naar een MENTAL MODEL (hamburger icon, terug pijl in browser, menu bars, etc.)

DE
ERVARINGS
ECONOMIE

Speaker notes

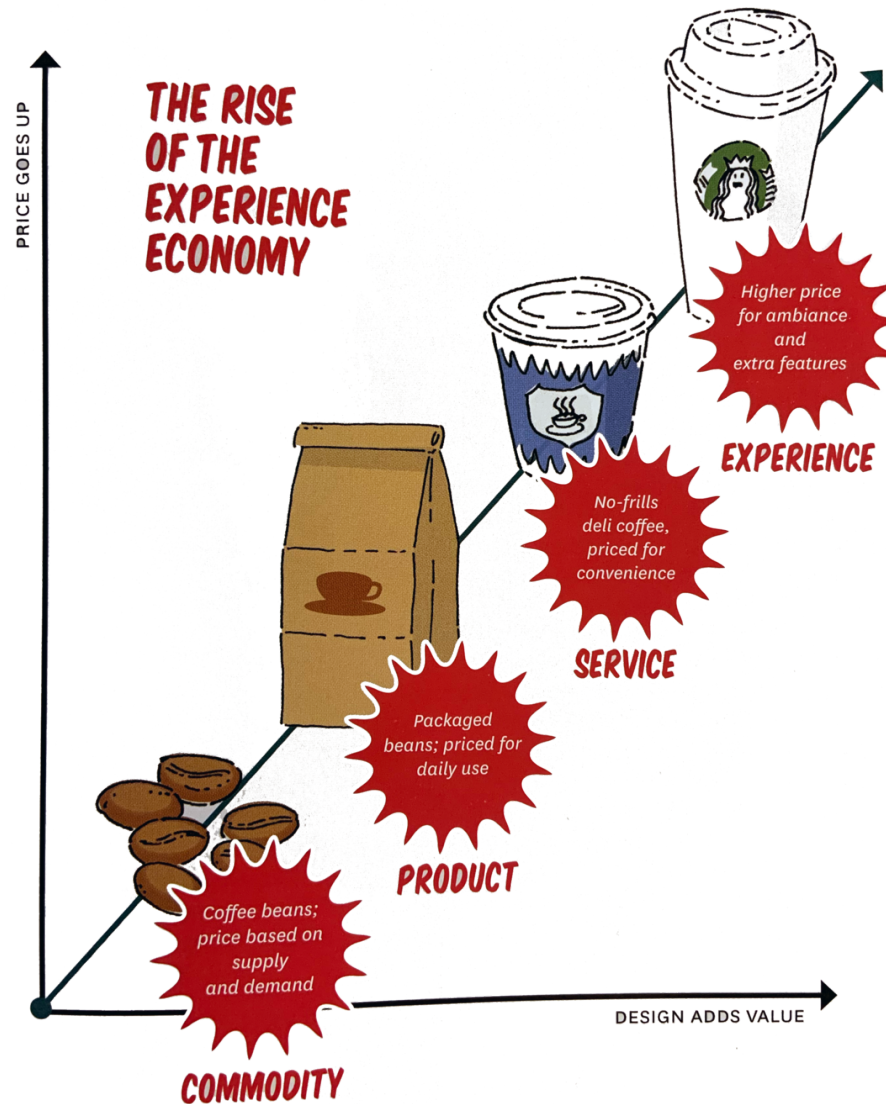
In de jaren 90 kwam een zogenaamde experience economie op. Klanten werden plots spelers in een gescript drama.

We spreken over gemeengoed producten (bijv. koffiebonen)

Een product (bijv. koffie)

Een dienst (de koffiezaak om de hoek)

Een ervaring (bijv. Starbucks)



Speaker notes

Het Starbucks drama begint bij een klant die door de deur van de koffiezaak loopt
geuren kleuren geluid

Overzicht van verschillende smaken en maten, warm of koud

De werknemers schrijven je naam op een beker

De kassamedewerker roept je naam af

Het geluid, de smaken, etc. zorgen ervoor dat je er langer blijft.

Wanneer een acteur performt, dan verbindt die zich aan een publiek. De kassamedewerker, de barista, de klant, ze maken deel uit van het levende en relatistische DRAMA. Action en interactie.

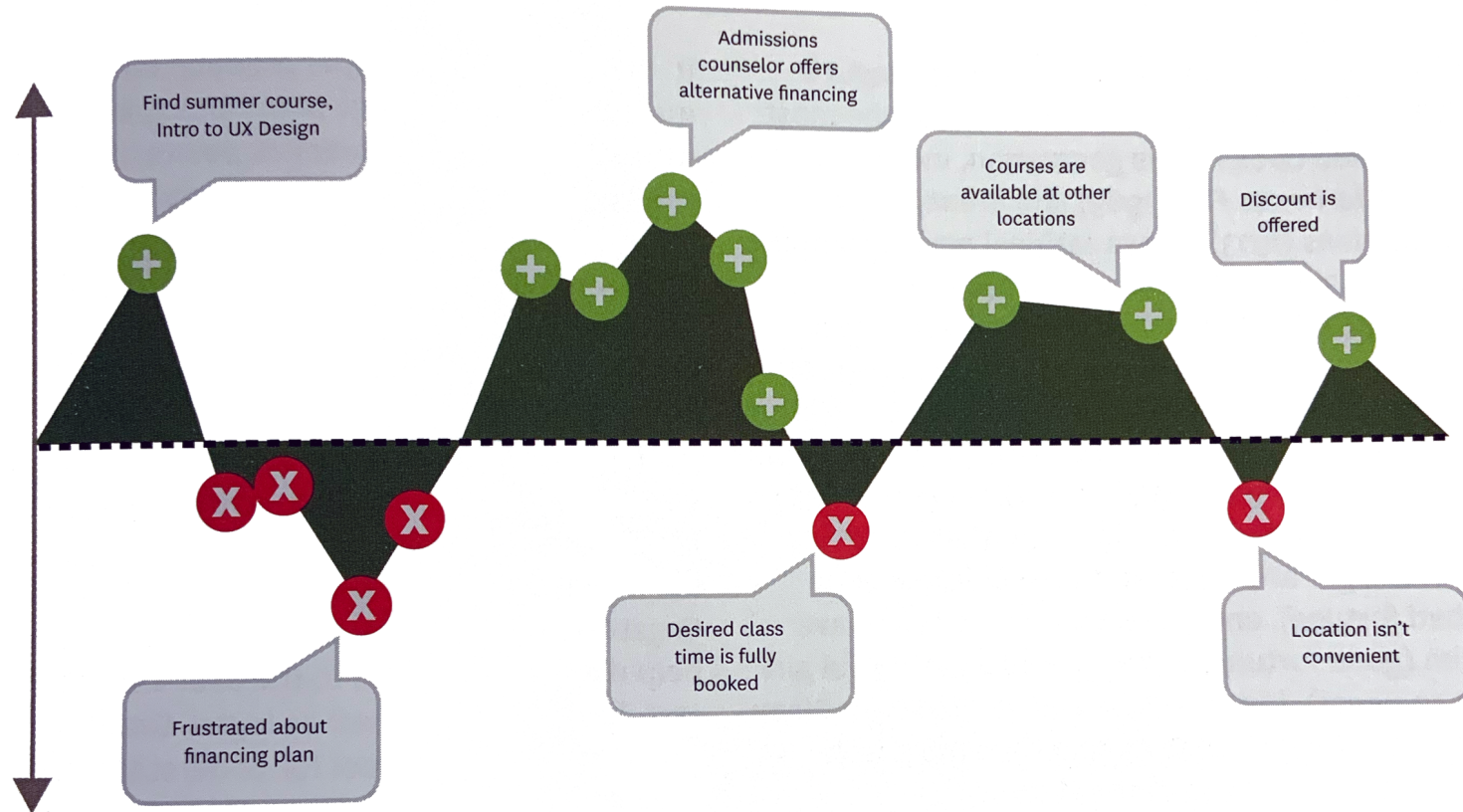
OP DIT MOMENT:

Diensten en ervaringen zijn steeds meer ontkoppeld. Vroeger had je een telefoon, zonder ervaring of emotionele verbinding. Vandaag heb je de smartphone.

Sociale media heeft de klant een platform gegeven om de dienst of een product mee te gaan vormgeven

Vandaag is bijna elke dienst een ervaring.

The Emotional Journey



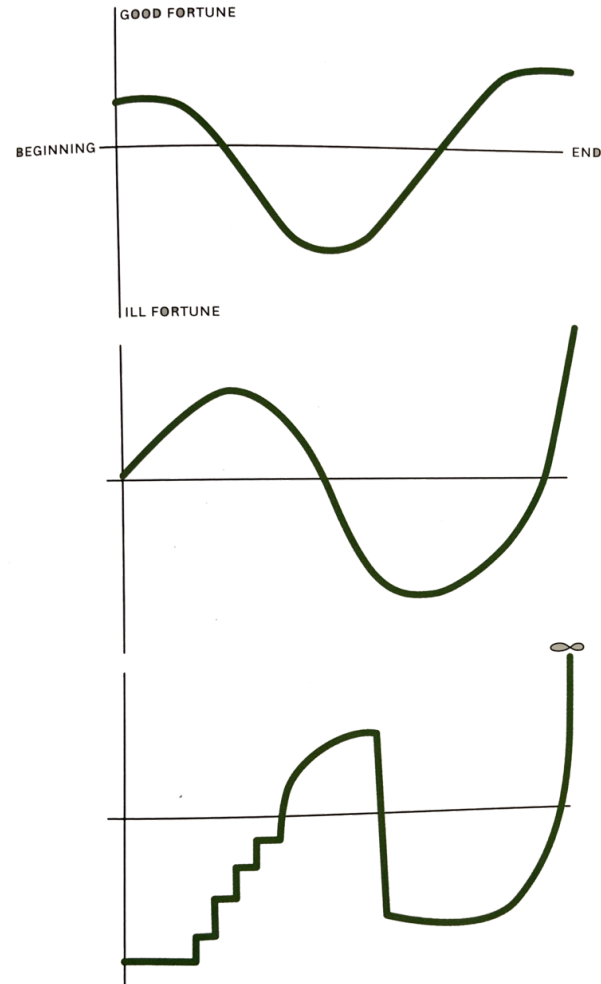
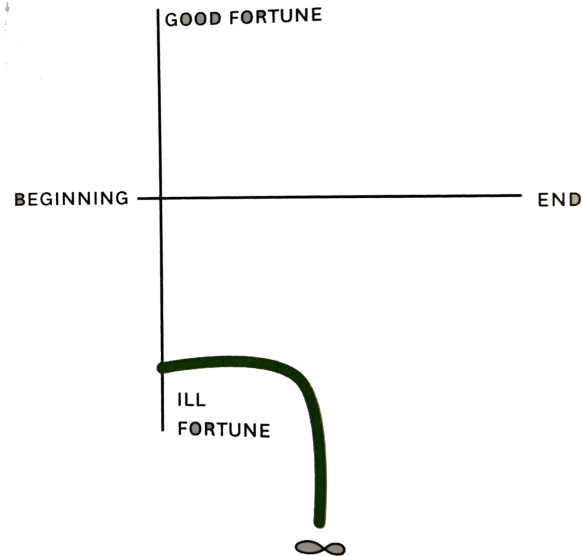
Speaker notes

Bevat alle emoties die gepaard gaan bij bepaalde gebeurtenissen.

Verhalen kennen hoogtes en laagtes (kijk naar Simba); De relatie van een persoon met een product of dienst zal wijzigen over de tijd heen.

Mensen zijn nieuwsgierig, hun behoeften worden bevredigd en zijn gelukkig. Maar er zijn uiteraard ook negatieve gevoelens zoals twijfel, frustratie, angst, gevaar, etc.

The Emotional Journey



KURT VONNEGUT'S EMOTIONAL JOURNEY

MAN IN THE HOLE
*Man falls in the hole.
The people of the
village rescue him.*

BOY MEETS GIRL
*Boy meets girl, loses
her, and gets her back.*

CINDERELLA
*Sad, orphaned girl
can't go to the ball. She
gets help from Fairy
Godmother, attends the
ball, loses her slipper, and
marries the prince.*

Speaker notes

Kafka Metamorphosis

Man in the hole - Man falls in the hole, the people of the village rescue him

Girl meets girl - girl meets girl, loses her and gets her back

Cinderella, Wees meisje kan niet naar het bal, een fee brengt haar naar daar, maar verlies haar schoentje en trouwt uiteindelijk

