

Hvad vil du med magasiner på iPad?

# MitMagasin

Det blevet lettere at udvikle, teste og udgive magasiner på iPad og Android tablets. Hvad med indholdet? I et speciale fra AUC analyseres en række eksempler og ender ud i konkrete anvisninger på et nyt design og koncept for iPad-magasiner.

**A**dobes Digital Publishing Suite (DPS), der er integreret i Creative Suite 5.5, er med de seneste opdateringer ved at blive både spændende og nyttig at arbejde med. Jeg medgiver gerne, at det er en lidt uoverskuelig og kompliceret arbejdsangang at producere et magasin i InDesign og få det testet på en iPad. Inden jeg beskriver konkret, hvordan du gør, vil jeg kort gennemgå udviklingen for Adobes Digital Publishing Suite.

Da Adobes DPS løsning i foråret gik fra en beta-version til den nuværende version (CS5.5), var den eneste mulighed for at teste resultatet at kigge på Adobe Content Viewer, der kun simulerer en iPad på skærmen. Hvis du ville have dit magasin testet og distribueret på en iPad skulle du have en DPS Service Subscription-aftale med Adobe. Det ville være billigst(!) at vælge en Professional Edition, hvor du kunne vælge en måned-for-måned model, som koster \$495 pr. måned (+ download fee fra \$2.995 til \$5.495 afhængig af antal downloads). Herfra kunne du via Adobe Viewer (en gratis app, som du installerer på din tablet for at kunne se din app) hente dit magasin og se det på f.eks. en iPad. Og det er jo nok ikke så mange designere, der lige har ca. 30.000 om året til bare at teste om layoutet fungerer på en iPad.

Der er også sådan, at når du installerer en Creative Suite 5.5 (eller installeret en gratis plugin til InDesign CS5), så kan du ikke umiddelbart efter installationen komme til at teste dit magasin på en iPad.

**DE GODE NYHEDER** er, at det med opdateringen af DPS (der er gratis) i starten af september, er blevet muligt at uploade én eller flere magasiner til Acrobat.com. Herefter kan du åbne din konto via Adobe Viewer og se dine egne magasiner på din iPad, Adroid eller BlackBerry Playbook tablet. Det

forudsætter kun, at du opretter en gratis konto hos Adobe. Pointen er, at du altid skal sørge for at din DPS er opdateret. I skrivende stund er den seneste opdatering 1.6.0 fra den 3. oktober 2011.

Dvs. at når du har lavet dit magasin i InDesign, uploader du via Folie Builder (som er en del af DPS pakken) til Adobes server. Det er også fra Folie Builder, at du administrerer dine apps, og du kan desuden nemt dele dine udkast med andre – både andre deltagere i udviklingen og kunder.

**HVAD MED PUBLICERENGEN?** Hvis du ønsker at publicere dit magasin, kan du stadigvæk vælge én af ovennævnte løsninger fra Adobe (til altså min. 30.000 kr.). I starten af oktober introducerede Adobe også en såkaldt "Single Edition of Adobe's Digital Publishing Suite", hvor du kan nøjes med at betale \$395 pr. app (kr. 2.160) – uanset, hvor meget den bliver downloaded. Ønsker du at sælge din app via Android Market eller App Store, skal du også lave en aftale med hhv. Android Marketplace og App Store om distribution mv.

**HVAD MED INDHOLDET?** Teknikken og programmerne er altså ved at komme på plads (dog med plads til forbedringer) i forhold til DPS. Så udfordringen er bl.a. indholdet.

Et par studerende fra Aalborg Universitet har i deres speciale "Sådan skabes gode brugeroplevelser med et magasin til iPad" fra august 2011 (se link til specialet på [www.jensens.dk](http://www.jensens.dk)) analyseret læsernes reaktioner over en periode. De har på basis af analyserne forsøgt at udarbejde en række retningslinjer for, hvordan man på bedst mulig måde kan give brugerne gode oplevelser med magasiner på iPad. Endvidere præsenteres et nyt koncept til et iPad magasin – MitMagasin. Forfatterne til specialet er



Menu for valg af temaer på magasinets startside. Her udvælger brugeren temaer, der svarer til hendes interesser, hvorudfra applikationen genererer et forslag til et magasin. Illustration fra specialet side 187.

Trine Østergaard Thomsen og Mathias Winther Klausen, der fortæller: "Magasinudgiverne har nu i et års tid med mere eller mindre succes forsøgt at digitalisere og overføre det trykte magasinformat til iPad. Foreløbig er det ingen guldgrube. Trines og min afhandling peger på nogle af årsagerne og giver et bud på, hvordan udgivere kan tjene penge på det digitale magasin".

**HVAD VISER UNDERSØGELSEN?** Mange af de magasiner, der kan købes til en iPad, er efter min mening indtil videre bare en digitaliseret udgave og ren kopi af de eksisterende trykte magasiner – måske er der indlagt en video her og der. I specialet undersøgte de brugernes oplevelser af følgende fem magasiner:

- Nordjyske Inside
- Illustreret Videnskab+
- Project
- Zinio/Total Film
- Zite

De udvalgte iPad-magasiner i specialet er valgt ud fra, at de udgør et bredt udsnit af feltet af iPad-magasiner – både på dansk og på engelsk og både rene pdf'er og med masser af interaktive elementer. Derudover er der nogle mere tekniske forskelle f.eks. i måden de downloades. For at kunne vurdere læsernes oplevelser med iPad-magasiner har forfatterne udarbejdet en omfattende teoretisk rammemodel. Undersøgelsen viser, at brugerne generelt er vant til at digitalt indhold og nyheder på nettet er gratis. Magasinernes indhold er den allervigtigste faktor for, om brugerne ønsker at købe og læse dem. Et iPad-magasin uden spændende ekstrainhold, videomateriale, interaktiv grafik og i det

hele taget udnyttelse af den legende og uforpligtende karakter, som iPad indbyder til, er ikke interessant. Et andet resultat af undersøgelsen er, at indholdet skal være relevant (interessebestemt) – gerne på dansk. Så når iPad-magasinet indhold er mere nichebaseret eller customized, hvor brugeren selv kan vælge indhold, er der en større interesse for det. Det gælder specielt hvis det kombineres med relevante videoer og interaktiv formidling, der fremmer oplevelsesværdien på en sjov og ikke skrifttung måde. Men det interaktivt indhold skal ikke anvendes på bekostning af relevante artikler eller være forstyrrende for læsningen af disse. Ud fra undersøgelserne vises, at oplevelsen med et iPad-magasin består af elementerne; kendskab og branding, køb og pris, download, usability, indhold, functionality, sociability og likeability.

**MITMAGASIN.** I sidste afsnit præsenteres et konkret koncept for et iPad-magasin, der bygger på hovedkonklusionen om, at den bedste måde at målrette indholdet i iPad-magasiner, er at overlade sammensætningen af magasinet til læseren. Konceptet indeholder muligheden for, at brugeren kan customize dansk magasinindhold og dermed skabe sit eget magasin med et indhold, som brugeren ikke kan finde gratis andetsteds. MitMagasin er enkelt opbygget med én artikel på hver side, ligesom det er tydeliggjort, hvordan interaktive elementer som oplevelsesfremmende værdiskabere kan inkorporeres i artiklerne. En fleksibel betalingsmodel med betaling pr. artikel giver brugeren en individuel og gennemskuelig pris. Brugeren kan ligeledes selv vælge udgivelsesfrekvens, hvilket øger individualiseringsmulighederne. ●

Hans Jørgen Jensen, direktør  
Jensens Kurser

Jensens Kurser har eksisteret i over 20 år og holder kurser i grafisk design, web løsninger, Office programmerne og Apps udvikling.

Jensens Kurser har afd. i Århus og København. Se mere på [www.jensens.dk](http://www.jensens.dk)