

Samu Gråsten

# Verkkokilpailun konseptointi

Case: Pesäpallon Itä–Länsi 2016

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi (ylempi AMK)

Mediatuottamisen koulutusohjelma

Opinnäytetyö

6.5.2016

Tekijä(t) Otsikko	Samu Gråsten Verkkokilpailun konseptointi. Case Itä–Länsi 2016
Sivumäärä Aika	66 sivua + 1 liite 6.5.2016
Tutkinto	Medianomi (ylempi AMK)
Koulutusohjelma	Mediatuottaminen
Suuntautumisvaihtoehto	-
Ohjaaja(t)	Lehtori Tero Marin
<p>Suomalaisen pesäpallon Itä–Länsi-tapahtuma on vuosittainen Suomen parhaiden pesäpalloilijoiden kohtaaminen. Tapahtuma on järjestetty vuodesta 1932 lähtien. Yhden viikonloppun kestävä tapahtuma järjestetään eri kaupungissa vuosittain. Tänä vuonna tapahtuman järjestää Kouvolassa paikallinen Superpesis-seura Kouvolan Pallonlyöjät. Itä–Länsi-tapahtumassa pelataan B-poikien, B-tyttöjen, A-poikien, naisten Superpesiksen ja miesten Superpesiksen Itä–Länsi-ottelut. Itä–Länsi-tapahtuma on yksi seuratuimista urheilutapahtumista Suomessa. Tänä vuonna tapahtumalle odotetaan yli 15 000 katsojaa.</p> <p>Opinnäytetyön prosessi sai alkunsa kun opinnäytteen kirjoittaja kysyi Itä–Länsi-hankeyhtymän projektipäällikkö Harri Liekolalta tarpeita opinnäytetyölle. Alkuperäinen suunnitelma oli koostaa mobiilisovellus tapahtumalle, mutta idea hylättiin Itä–Länsi-hankeyhtymän palaverissa. Koska tarkoitus oli joka tapauksessa toteuttaa opinnäytetyö Itä–Länsi-tapahtumalle, alkuperäistä ideaa muokattiin. Uusi idea tuottaa verkkokilpailun konseptisuunnitelma syntyi helmikuussa 2016, jolloin prosessi lähti kunnolla käyntiin.</p> <p>Kaksiosaisessa verkkokilpailussa pesäpalloa seuraavat voivat äänestää oman 13 pelaajan joukkueen suomalaisten pesäpalloosarjojen pelaajista sekä valita suosikkipelaajiaan todellisista Itä–Länsi-valinnoista. Idea hyväksyttiin, ja kilpailun suunnittelu ja kehittäminen alkoi helmikuun lopussa. Varsinaista kilpailun konseptisuunnitelmaa varten vertailtiin paljon erilaisia ohjelmia ja työkaluja, joilla voi rakentaa verkkolomakkeita. Prosessi sisälsi erilaisten olemassa olevien kilpailujen benchmarkkausta, eli vertailevaa suunnittelua, sekä erilaisten ominaisuuksien testaamista prototyypeillä. Kilpailun päänäkökulmat ovat käytettävyys sekä pelillistäminen, koska kilpailusta halutaan mahdollisimman käytettävä ja pelillisten elementtien lisääminen motivoi käyttäjiä osallistumaan kilpailuun.</p> <p>Suurin osa suunnittelutyöstä tehtiin maaliskuun aikana, ja konseptisuunnitelma koottiin valmiiksi huhtikuussa. Kilpailun koodaaja käyttää konseptisuunnitelmaa valmiin tuotteen rakentamiseen. Kaksiosaisen kilpailun ensimmäinen osa julkaistaan toukokuussa.</p>	
Avainsanat	Pesäpallo, urheilutapahtuma, Itä–Länsi-tapahtuma, konseptisuunnittelu, konseptointi, käyttäjäkeskeinen suunnittelu, käytettävyys, pelillistäminen

Author Title	Samu Gråsten Concepting an online contest. Case: Finnish baseball's East-West 2016
Number of Pages Date	66 pages + 1 appendices 6 May 2016
Degree	Master of Arts
Degree Programme	Media production and management
Specialisation option	-
Instructor(s)	Tero Marin, Senior lecturer
<p>Finnish baseball's East-West-event is an annual meeting of the best Finnish baseball-players. The origins of the event go back to year 1932. The event takes one weekend annually in a different city. This year, the East-West-event will be arranged in Kouvola, by the local team Kouvolan Pallonlyöjät.</p> <p>The East-West-event consists of five All Star -games held between B-girls', B-boys', A-boys', womens' Superleagues' and mens' Superleague teams. In addition to the games, there will be lots of different sideshows and additional events, like musical performances. The East-West-event is one of the most popular sports events during the summer. The expectation for this year's event is over 15.000 spectators.</p> <p>The idea to provide a thesis for the East-West-project started when the writer asked the project leader Harri Liekola if they had a need for digital media research or equivalent. First, the plan was to design a mobile application for the event. That idea got rejected in a meeting with the personnel of East-West-project on February. Because the plan was to make the thesis for the event, the topic of the thesis got modified a little bit. An idea came up to create a concept design of an online competition, where baseball fans could vote their 13-player Dream Team from the players of Finnish baseball leagues. The idea got accepted, and the development of the competition begun in the end of February.</p> <p>For the concept design lots of different options, platforms and software for compiling an online form, were compared. The process involved benchmarking and comparing different options to create game-like competition. The most functional parts and features were added to concept plan. The basis of the competition is similar to online form. Two main perspectives in the design of the competition were user-centered design and gamification since the competition was to be usable and the game-like elements were included to motivate the users. Most of the research was done during March, and concept was compiled on April. The coder of the competition uses the concept to create the functional online contest, which will be published during May.</p>	
Keywords	Finnish Baseball, Sports Event, online competition, East-West-event, concept design, concepting, usability, user-centered design, gamification

## Sisällys

1	Johdanto	1
2	Pesäpallon Itä-Länsi -tapahtuma	2
2.1	Itä-Lännen historia	4
2.2	Itä-Länsi 2016	5
3	Sisällön suunnittelu	7
3.1	Käytettävyyttä käyttäjille	8
3.1.1	Käytettävyys on kaiken alku	8
3.1.2	Käyttäjä on keskiössä	11
3.1.3	Käyttäjätestaus	13
3.2	Pelillistäminen suunnittelun tukena	15
3.2.1	Pelillistämisen periaatteita	17
3.2.2	Pelillisiä elementtejä	20
4	Konseptin suunnittelu	21
4.1	Mitä on konseptisuunnittelu?	21
4.2	Konseptisuunnittelun keinoja	22
5	Unelmajoukkueen suunnitteluprosessi	23
5.1	Erilaisten ratkaisujen benchmarkkaus	24
5.2	Käyttäjälähtöinen suunnittelu nettiäänestyksessä	33
5.3	Sisällön rajaaminen	35
5.3.1	Säännöt	35
5.3.2	Varavaihtoehtoja	37
5.4	Kilpailun elementtien tutkimus	42
5.4.1	Prototyypillä liikkeelle	43
5.4.2	Erilaiset verkkolomake-elementit	46
5.4.3	Pelilliset elementit	48
6	Konseptisuunnitelman koostaminen	50
6.1	Ulkonäkö ja toiminnallisuus	53
6.2	Ollaan yhteydessä	57
7	Oppimisprosessi ja lopulliset ajatukset	59

Liitteet

Liite 1. Unelmajoukkue-konseptisuunnitelma

## 1 Johdanto

Pesäpallon Itä–Länsi-tapahtuma on vuodesta 1932 alkaen järjestetty pesäpallon parhaiden pelaajien kohtaaminen. Itä–Länsi-viikonloppuna pelataan viisi eri ottelua B-tyttöjen ja -poikien, A-poikien sekä naisten ja miesten Superpesiksen tähdistöjoukkueiden välillä. Vuoden 2016 Itä–Länsi-tapahtuman järjestää Kouvolan Pallonlyöjien hanke-työryhmä heinäkuussa. Tapahtumaan liittyy paljon oheistoimintaa varsinaisten ottelujen lisäksi. Se on yksi Suomen seuratuimmista urheilutapahtumista kesäisin.

Ideani tuottaa opinnäytetyö kyseiselle hankkeelle lähti itämään vuoden 2015 marras-kuussa. Otin yhteyttä tapahtumahankkeen johtoryhmään ja kyselin, olisiko heillä tarvetta digitaaliseen viestintään liittyvälle opinnäytetyölle. Vastaus oli positiivinen. Opinnäytetyö kelpasi, joten aloin pohtia aihetta yhdessä hankkeen päällikön Harri Liekolan kanssa marras–joulukuussa 2015. Opinnäytetyön alkuperäistä aihetta mobiilisovelluksen suunnitelmaa Itä–Länsi-tapahtumalle korjattiin hieman, ja helmikuussa 2016 muodostuivat ääriviivat todelliselle aiheelleni. Tein opinnäytteen toiminnalliseksi osaksi konseptisuunnitelman internetsivustolla julkaistavasta Unelmajoukkue-nimisestä kilpailusta. Kilpailun toteutustapa muistuttaa verkkolomaketta, joten lähdin suunnittelemaan kilpailua selvittäen ensin vastaavanlaisia toteutuksia ja tutkien lähdemateriaalin avulla millaisia ominaisuuksia hyvältä verkkokilpailulta vaaditaan. Vertailin työtä varten kymmeniä erilaisia verkkokilpailuja ja muita ratkaisuja, joista pyrin löytämään hyviä ominaisuuksia, jotka ottaisin huomioon omassa konseptisuunnitelmassani. Vertailin erityisesti Wordpress-sisällönhallintajärjestelmälle saatavia lisäosia ja muita vastaavia ratkaisuja, joilla on mahdollista tuottaa itse verkkolomake ja upottaa se internetsivustoon.

Käsittelen opinnäytetyössä verkossa toteutettavan kilpailun suunnitteluprosessia kahdesta tulokulmasta, jotka ovat käytettävyys ja pelillistäminen. Pyrin selvittämään, miten voin tuottaa omaan työhöni käytettävyyttä ja pelillisiä elementtejä, jotta kilpailuun vastaamisesta tulee mahdollisimman nautittava kokemus sen käyttäjille. Avaan käsitteitä ensin kolmannessa luvussa ja sovellan niitä sitten omaan tekemiseeni alkaen viiden-destä luvusta. Koska opinnäyte valmistui verrattain lyhyessä ajassa, tein suurimman osan tutkimustyöstä, prototyypin testaamisen ja lopullisen konseptisuunnitelman koostamisen maalīs–huhtikuussa 2016. Kaksiosaisen kilpailun ensimmäinen osa julkaistaan Itä–Länsi-tapahtuman internet-sivustolla toukokuussa. Toinen osa julkaistaan kesä-kuussa.

Koska valmistumisaikataulu ei sallinut opinnäytetyön pohjalta toteutetun kilpailun vastausten ja tulosten keruun sisällyttämistä työhön, varsinainen valittujen ratkaisujen onnistumisen seuranta rajautui työn ulkopuolelle. Tapahtuman järjestävät tahot keräävät tulokset ja valitsevat palkittavat voittajat. Olen ilmoittautunut vapaaehtoiseksi avustamaan urakassa. Tapahtuman jälkeen kilpailun osallistumismäärät dokumentoidaan, ja Suomen pesäpalloliitto ja ennen kaikkea Itä–Länsi-tapahtumien tulevat järjestäjät voivat hyödyntää tätä opinnäytetyötä, ja kilpailun tuloksia tulevissa tapahtumissa. Konsepti ja sen pohjalta luotava kilpailu ovat käytössä myös tulevaisuuden Itä–Länsi-tapahtumissa. Kilpailua voidaan jatkossa jalostaa jopa niin, että yleisö voi äänestää kaikki tapahtuman pelaajavalinnat, tai osan niistä, kyseisen kilpailun avulla.

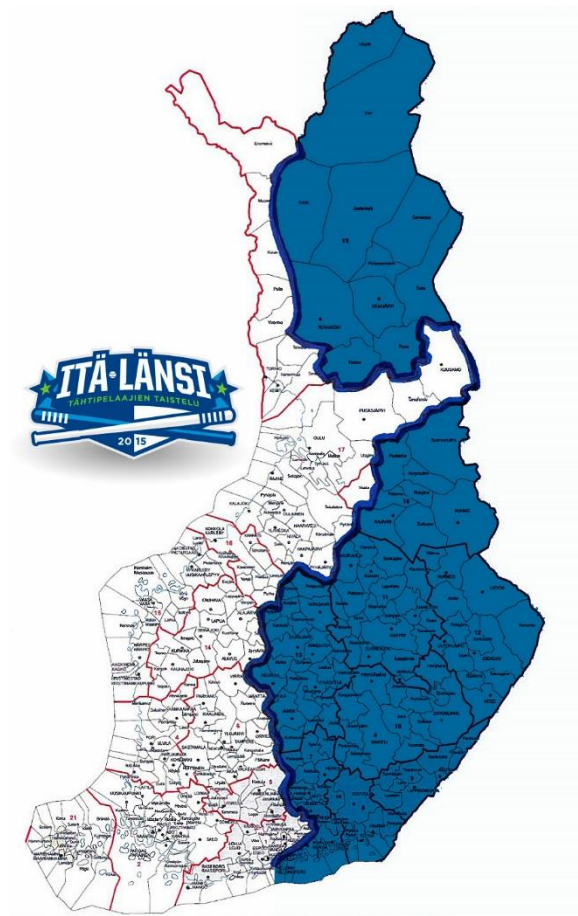
## **2 Pesäpallon Itä–Länsi -tapahtuma**

Itä–Länsi on Suomen kansallislajiksi kutsutun pesäpallon vuosittainen urheilutapahtuma, jossa pelataan viisi ottelua maan parhaiden pesäpalloliijoiden välillä (Itä–Länsi 2015a). Tapahtuman järjestävä taho vaihtuu vuosittain. Vuonna 2016 tapahtuman järjestää Kouvolan Pallonlyöjät, KPL, yhdessä Pesäpalloliiton ja Superpesiksen organisaatioiden kanssa. Tapahtuma pidetään 1–3.7.2016 Kouvolan pesäpallostadionilla ja sen läheisyydessä. Tapahtumaan kuuluu ottelutapahtumien lisäksi oheisohjelmaa, kuten konsertteja. Tapahtumalle odotetaan noin 15 000 katsojaa. (Kouvolan Pallonlyöjät 2015.) Kokonaiskatsojamäärä voi nousta myös suuremmaksi, sillä vuoden 2016 naisten ja miesten Superpesiksen Itä–Länsi-ottelut näytetään suorina lähetyksinä maksuttomalla Nelonen-kanavalla (Pesäpalloliitto 2016a).

Itä–Länsi-tapahtumassa pelataan B-poikien, B-tyttöjen, A-poikien, naisten Superpesiksen ja miesten Superpesiksen Itä–Länsi-ottelut. Joukkueita tapahtumassa pelaa näin ollen yhteensä kymmenen. Otteluiden joukkueet kootaan nimen mukaisesti sekä itäisen että läntisen Suomen joukkueiden pelaajista. Esimerkiksi miesten Superpesiksessä jaottelu menee niin, että 14 joukkueesta Alajärven Ankkurit, Hyvinkään tahko, Kankaanpään Maila, Kempeleen Kiri, Koskenkorvan Urheilijat, Oulun Lippo, Pattijoen Urheilijat (Raahe), Seinäjoen Jymy-Jussit ja Vimpelin Veto kuuluvat läntiseen alueeseen, ja näiden joukkueiden pelaajistosta muodostetaan Lännen joukkue. Maantieteellisesti itäisen Suomen puolelle jäävät joukkueet ovat Joensuun Maila, Jyväskylän Kiri, Kiteen Pallo, Kouvolan Pallonlyöjät sekä Sotkamon Jymy. Näistä joukkueista kootaan miesten Idän joukkue. Yhteen joukkueeseen valitaan 13 pelaajaa. (Itä–Länsi 2015a.)

Kuluvana vuonna Itä–Länsi-jakoa muutettiin hieman, jotta joukkueiden määrä molemilla puolilla tasapainottuisi. Vuoden 2016 Itä–Länsi-tapahtumassa Oulun Lippo ja Kempeleen Kiri siirtyivät Idän puolelle. Näin ollen Idässä ja Lännessä on molemmissa joukkueita seitsemän. Sama muutos tehtiin myös naisten puolella: Kempeleen Kiri siirtyi idän riveihin, jolloin naisten Lännen puolelle tulee kuusi joukkuetta, ja Idälle viisi. (Liekola 2016.)

Pelaajavalinnat etenevät niin, että kaikille kymmenelle joukkueelle nimetään Pesäpalloliiton toimesta valitsija, joka vastaa oman joukkueensa rakentamisesta. Valitsijat ovat normaalisti lajin parissa ansioituneita henkilöitä. Valitsijat valitsevat aluksi joukkueeseensa pelinjohtajan (vastaa pesäpallossa valmentajaa), jonka kanssa he laativat joukkueiden taktiikan ja tekevät pelaajavalinnat. Ainoastaan yhden pelaajan jokaiseen joukkueeseen valitsee yleisö Iltalehden äänestyksessä. (Itä–Länsi 2015b.) Seuraavassa kartassa (Kuvio 1.) näkyy Suomen rajaaminen pesäpallon itäiseen ja läntiseen alueeseen, joilla joukkueet sijaitsevat.



Kuvio 1. Suomen jako Itään ja Länteen pesäpallopaikkakuntien mukaisesti (Itä–Länsi 2015c).



## 2.1 Itä–Lännen historia

Pesäpallon Itä–Länsi-tapahtuman juuret ulottuvat kauas historiaan vuoteen 1931. Pesäpallomestaruuden voittanut Lahden Mailaveikot halusi ottaa kyseisenä vuonna mittaa muun Suomen parhaimmistosta, joka vastasi haasteeseen. Muun Suomen parhaat pelaajat voittivat Lahden joukkueen murskaavin lukemin 17–3. Lahden ja muun Suomen välisestä ottelusta syntyi kipinä ensimmäiselle Itä–Länsi-ottelulle. Pesäpalloliiton vuoden 1931 puheenjohtajana toiminut Viktor Kuusio kehitti ideaa eteenpäin. Pesäpallon suursarjaa pelattiin tuolloin idän ja lännen lohkoissa, joten oli loogista, että tähdistöottelu pelattaisiin näiden joukkueiden parhaimpien pelaajien välillä. Pesäpalloliiton työvaliokunta hyväksyi ajatuksen Itä–Länsi-ottelun pelaamisesta 7.6.1932 ja johtokunta vahvisti asian 14.6.1932. (Itä–Länsi 2015d.)

Kaikkien aikojen ensimmäisen ottelun voitti Lännen joukkue lukemin 4–11. Historiallinen ottelu pelattiin Helsingissä Hesperian kentällä. Siitä lähtien tähdistöottelu on pelattu lähes joka vuosi. Poikkeuksena vuosina 1941–42 ja 1944 ottelu jäi pelaamatta sotien vuoksi. Vuonna 1943 ottelu pelattiin ensimmäistä kertaa pääkaupungin ulkopuolella Seinäjoella. (Itä–Länsi 2015e.) Vuonna 1958 pelattiin miesten ottelun lisäksi ensimmäinen A-poikien Itä–Länsi-ottelu. Tapahtumapaikka oli Harjavalta, ja voittajaksi selviytyi Idän joukkue. Naiset pääsivät ensimmäistä kertaa kentälle vasta vuonna 1961 Kuopiossa. Kaikkien aikojen ensimmäisen naisten Itä–Länsi-ottelun voitti Länsi lukemin 7–2 (Itä–Länsi 2015e). Pesäpallon isänä pidetty Lauri ”Tahko” Pihkala muistetaan vahvasti naisten urheilua vastustaneena persoonana. Myllyahon (2016) kirjoittamassa uutisjutussa Pihkalan kerrotaan ilmoittaneen, että naisten hyväksyminen viiden lajin voimin mukaan olympialaisiin oli viisi naulaa olympialaisten arkkuun.

Perinteistä Itä–Länsi-tapahtumaa testattiin vuonna 1975 kun naisten ottelussa pelattiin kokeiluluonteisesti Etelä–Pohjoinen-ottelu. Naisten puolella tehtiin historiaa myös heti seuraavana vuonna kun Tuula Rantanen teki yhä voimassaolevan ennätyksen pelaten 16:ssa Itä–Länsi-ottelussa. Historian lehtiin kirjattiin uusia sivuja myös vuonna 1977. Tuolloin pelattiin ensimmäistä kertaa B-tyttöjen (Kankaanpäässä) ja B-poikien (Haminassa) Itä–Länsi-ottelut. (Itä–Länsi 2016e.)

Vuonna 1984 miesten Itä–Länsi-ottelulla oli ennätysmäärä yleisöä: 13 500 katsojaa. Ottelu pelattiin Olympiastadionin nurmella. Nurmikolta siirryttiin vähitellen pois hiekkatekonurmikentille. Ensimmäinen naisten Itä–Länsi-ottelu hiekkatekonurmella pelattiin

Ikaalisissa vuonna 1988, kun taas ensimmäinen miesten hiekkatekonurmella pelattu ottelu sai odottaa vuoteen 1992 Seinäjoen Itä–Lännessä. (Itä–Länsi 2015e.) Itä on vuosien saatossa voittanut miesten kohtaamisista 36 ottelua ja Länsi on voittanut 35. Naisissa voitot menevät yhtä tasaisesti 26–25 Lännen hyväksi. (Itä–Länsi 2015a.) Kouvolassa miesten Itä–Länsi on pelattu aiemmin neljä kertaa, ja naisten ottelu kahdesti (Itä–Länsi 2015d).

Itä–Lännessä kohtaavat maailman parhaat pesäpalloilijat. Kuluvana vuonna odotettavissa on tilastojen rikkoutumista, sillä mikäli Sotkamon Jymyssä pelaava Toni Kohonen valitaan Idän joukkueeseen, kyseessä on hänen 20. kertansa miesten Itä–Länsi-edustuksessa. Se on kaikkien aikojen ennätys. Seuraavana tilastossa tulevat vasta 16 kertaa valitut Eino Kaakkolahti ja Mauri Pyhälä. Itä–Lännen alati kohonneesta arvostuksesta kertoo se, että amerikkalaisen baseball-joukkue New York Giantsin kykyjenetsijä Troy Williams seurasi tapahtumaa viime vuonna Hyvinkäällä. (Itä–Länsi 2015d.) Itä–Lännen tähdistöotteluiden pitkä historia päihittää jopa amerikkalaisen baseballin All-Star-pelien historian, joka alkaa vuonna 1933, vain vuotta suomalaisen pesäpallon vastaavaa tapahtumaa myöhemmin (Major League Baseball 2016).

## 2.2 Itä–Länsi 2016

Esittelen seuraavaksi Itä–Länsi-tapahtuman osapuolet. Erottelun osapuolet kolmeen ryhmään: järjestävään tahoon, urheilijoihin ja yleisöön. Käytän tämänlaista erottelua, koska nämä ryhmät ovat oleellisesti liitoksissa opinnäytetyöni. Olin työni suunnittelussa suurimmaksi osin yhteydessä tapahtuman järjestävään organisaatioon, jolta sain suuntalinjoja ja apua kilpailun ideointiin. Urheilijat ovat keskeisessä osassa kilpailua sillä kilpailun käyttäjät valitsevat kilpailua omasta mielestään parhaita urheilijoita. Yleisö on oleellinen ryhmä, sillä se kattaa kaikki ne potentiaaliset käyttäjät, joita suunnitelmani tuotteella tulee olemaan.

### Järjestävä taho

Pesäpalloliitto valitsee vuosittain seuran ja kaupungin, joka pääsee Itä–Länsi-tapahtuman paikallisjärjestelyiden toteuttajaksi. Tapahtuman vastuussa on Itä–Länsiyhtymä, johon kuuluu edustus Pesäpalloliitosta, Superpesiksestä ja paikallisesta seurasta, joka on kuluvan vuoden tapahtumassa Kouvolan Pallonlyöjät. Yhtymä vastaa myös tapahtuman taloudesta. Suuressa osassa tapahtumaa on myös isäntäkaupunki,

joka luo puitteet tapahtuman järjestelyjen onnistumiselle. Itä–Länsi-tapahtuma tuo paikkakunnalle kisavieraita ja lisää kaupungin tunnettavuutta. Kaupungin ja Itä–Länsiyhtymän välille solmitaan yhteistoimintasopimus, jossa määritellään yhteisiä markkinointitoimenpiteitä, kenttä- ja katsomo-olosuhteita ja kaupungille kuuluvia palveluja. Seura vastaa tapahtuman järjestelyistä, kuten kentästä, katsomoista ja muista oheistoista. Seura myös organisoii talkoolaisten järjestelyt. Itä–Länsi-tapahtuman järjestämiseen osallistuu vuosittain noin 150 talkoolaista. (Itä–Länsi 2015f.)

### Urheilijat

Miesten Superpesiksessä pelaa 14 joukkuetta, ja naisten Superpesiksessä 11. Itä–Länsi-otteluissa voi olla pelaajia yhteensä 13 joukkueessa (Itä–Länsi 2015a). Tämän vuoksi miesten Itä–Länsi-ottelussa ei voi pelata pelaajia kaikista joukkueista. Periaatteessa valitsijamiesten valitsema pelinjohtaja voisi valita 12 pelaajan (yksi pelaajista valitaan yleisön äänestyksellä) ryhmän eri joukkueista kun omansa, jolloin joukkueessa olisi osallistujia kaikista miesten Superpesiksen joukkueista. Käytännössä näin ei kuitenkaan tapahdu. Pelaajat, jotka valitaan Itä–Länsi-joukkueisiin, ovat normaalisti menestyneet hyvin omissa joukkueistaan kauden aikana.

### Yleisö

Superpesiksen katsojakeskiarvo oli vuonna 2015 1497 katsojaa ottelua kohden. Kouvolaan katsomoissa yleisöä kävi vuoden 2015 runkosarjaotteluissa 1723 katsojan keskiarvolla, ja pudotuspeleissä luku nousi 2246:een (Pesäpalloliitto 2016b).

Viime vuonna Hyvinkäällä miesten Itä–Länsi-ottelua seurasi paikan päällä 4409 katsojaa. 2000-luvulla on päästy myös yli 6000 katsojan lukemiin. Kouvolan Itä–Länsi-tapahtumalle odotetaan noin 15 000 katselijaa (Kouvolan Pallonlyöjät 2015). Televisiönäkyvyyden vuoksi katsojamäärä nousee vielä suuremmaksi (Pesäpalloliitto 2016a).

Mikko Kemppainen tutkii opinnäytetyössään pesäpallon katsojien arvoja kahden paikkakunnan: Joensuun ja Jyväskylän välillä. Hänen tutkimuksensa perusteella pesäpallon katsojat arvostavat todella paljon perinteisyyttä. Muita pesäpallokatsojille tärkeitä arvoja ovat turvallisuus, lähimmäisestä välittäminen ja ihmisten auttaminen. (Kemppainen 2013, 39–40.) Pyrin ottamaan nämä seikat huomioon oman työni suunnittelussa mikäli mahdollista. Käyn läpi tekemiäni suunnitteluratkaisuja luvussa viisi.

Yleisömääriä ja Itä–Länsi-tapahtuman katsojaodotuksia tutkiskellessa on perusteltua odottaa, että myös Unelmajoukkue-kilpailulle löytyisi paljon osallistujia, kunhan kilpailua markkinoidaan järkevästi oikeissa kanavissa, jotta yleisö löytää kilpailun.

### 3 Sisällön suunnittelu

Opinnäytteeseeni liittyy vahvasti kaksi pääkäsitettä. Varsinainen työni, eli opinnäytteen toiminnallinen osio, on *konseptisuunnitelma* tai *konsepti*. Konseptisuunnitelma luo pohjan ja rajat *kilpailulle*, joka toteutetaan konseptisuunnitelmaa avuksi käyttäen. Kilpailun nimi on Unelmajoukkue. Siinä käyttäjät voivat äänestää suomalaisista pesäpallojoukkueista suosikkipelaajiaan omaan noin 13 pelaajan kentälliseen sekä valita suosikkipelejä todellisista Itä–Länsi-otteluihin valituista pelaajista. Jotta saisin suunniteltua kilpailun konseptista mahdollisimman toimivan, otan suunnitteluprosessissa huomioon kaksi erilaista päänäkökulmaa, jotka ovat käytettävyys sekä pelillisuus. Valitsin käytettävyyden ja pelillisyyden tulokulmat, jotta kilpailuun osallistuminen olisi käyttäjille mahdollisimman miellyttävä ja houkutteleva kokemus.

Käytettävyys on verkossa välttämätön edellytys selviytymiselle. Jos verkkosivua on vaikea käyttää, ihmiset lähtevät pois (Nielsen 2012). Pysin tuomaan kilpailuun pelillisiä elementtejä, jotka lisäisivät käyttäjien motivaatiota osallistua. Pelillistämisen tarkoitus on motivoida käyttäjiä käyttämään eri sovelluksia ja järjestelmiä (Müller, Silveira & Ziesemer 2013, 276–277).

Avaan tässä luvussa keskeisiä käsitteitä ja selvitan miten voin hyötyä niistä oman työni suunnittelussa. Teen luvussa huomioita ja kommentoin lähdemateriaalia, mutta varsinaisen uuden tiedon soveltamisen otan käsittelyyn luvuissa viisi ja kuusi, joissa avaan omaa suunnitteluprosessiani ja tekemiäni valintoja. Etenin suunnitteluprosessissa iteroinnin keinoin. SFS-EN ISO 9241–210 -standardissa (2010, 22) iterointi määritellään vaihejaksojen toistamiseksi, kunnes saadaan haluttu lopputulos. Etenin työssäni niin, että lähdin liikkeelle ideoinnista ja ideoiden jalostamisesta konkreettisiksi vaihtoehtoisiksi. Tein alkuvaiheessa paljon benchmarkkausta eli vertailevaa tutkimusta. Kun olin selvillä siitä, millaisia ratkaisuja on jo olemassa, aloin vertailemaan erilaisia verkkokilpailujen ja lomakkeiden elementtejä, joita lisäisin omaan työhöni. Tämä tapahtui koostamalla prototyyppejä Wordpress-sisällönhallintajärjestelmän lisäosilla sekä erilaisilla muilla ohjelmilla. Lopulta testasin näitä ominaisuuksia testiryhmillä ja tein päätökset siitä millaisia elementtejä halusin konseptisuunnitelmassa esiteltävään kilpailuun sisällyttää.

Tutkimustyön jälkeen koostin lopullisen konseptisuunnitelman (Liite 1.) käyttäen Adobe InDesign-taitto-ohjelmaa.

### 3.1 Käytettävyyttä käyttäjille

Jos verkkosivua on vaikea käyttää, ihmiset lähtevät pois (Nielsen 2012). Jakob Nielsenin määritelmä on yksinkertainen perustelu sille, miksi haluan tutkia käytettävyyttä ja suunnitella kilpailua käytettävyyden kautta. Uskon, että käytettävyys on tärkein yksittäinen elementti, joka tulee ottaa konseptisuunnitelmassa huomioon. Käytettävyys mahdollistaa sen, että kilpailuun pystyy osallistumaan.

#### 3.1.1 Käytettävyys on kaiken alku

Käytettävyystutkimuksen guru Jakob Nielsen (2012) määrittelee käytettävyyden laadun määritteeksi (attribuutti), joka kertoo kuinka helppoa eri käyttöjärjestelmiä on käyttää. Nielsenin mukaan käytettävyyden voi määritellä viiden eri laatutekijän avulla. Nämä tekijät ovat opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virhealttius sekä miellyttävyys. Opittavuus kertoo, kuinka helppoa tuotteella on saavuttaa perusasioita. Tehokkuus määritellään sillä, miten nopeaa tehtävien suorittaminen on. Muistettavuudessa on kyse siitä, kuinka helposti käyttäjä pystyy palaamaan käyttöliittymän tehokkaaseen käyttöön tietyn pituisen tauon jälkeen. Virhealttius osoittaa, kuinka monta virhettä käyttäjät tekevät, kuinka pahoja virheet ovat ja kuinka helposti niistä pystyy selviytymään. Lopulta miellyttävyys kertoo sen, kuinka miellyttävä on tuotteen käyttökokemus.

Wille Kuutti (2003, 13) tiivistää käytettävyyden ominaisuutena, joka kuvaa kuinka sujuvasti käyttäjä käyttää tuotteen toimintoja päästäkseen haluamaansa päämäärään. Eric Reissin (2012, 19) määritelmä käytettävyydelle tukee Kuutin näkemystä. Reiss määrittelee käytettävyyden yksilön kyvyksi suorittaa tiettyjä tehtäviä tai saavuttaa tavoitteita käyttämällä tutkimuksen, parannettavan tai suunnittelun kohteena olevaa tuotetta. Kuutti käyttää käytettävyyden tarkempaan määrittelyyn Nielsenin laatutekijöitä. Oleellista on Kuutin mukaan myös käyttöliittymän intuitiivisuus, jolla hän tarkoittaa yksilön aiemman kokemuksen yhdistämistä uuteen. Esimerkiksi uuden television kaukosäätimen hallinnan oppii todennäköisesti nopeasti, koska meillä on mielikuva kaukosäätimestä, ja kokemuksia aikaisemmista käyttökerroista. Intuitiivisuuden kokemus kuitenkin vaihtelee suuresti yksilöiden välillä. (Kuutti 2003, 13.)

Päätelen tästä, että koska ihmisten kokemukset erilaisista käytettävistä asioista vaihtelevat, myös intuitiivisuus eli aikaisempien käyttökokemusten yhdistäminen uusiin kokemuksiin vaihtelee suuresti. Tästä päätellen käyttäjien kokemus uudesta käytettävästä asiasta ei ole aina välttämättä täsmälleen samanlainen. Uskon, että tämä on erittäin hyvä seikka ottaa huomioon omassa työssäni.

Reiss (2012, 21) mainitsee, että käytettävyys on suoraan verrannollinen käyttäjätyytyväisyyteen. Hän yksinkertaistaa käytettävyyden käsitteen mainitsemalla, että jos tuote toimii, sitä käytetään. Jos tuote ei toimi, sitä ei käytetä, vaikka hänen mukaansa nykypäivänä ihmiset sietävät paljon huonojakin suunnitteluratkaisuja. Rubinin ja Chisnellin (2008, 4) teoksessa *Handbook of Usability Testing* tiivistetään, että se asia, mikä tekee jostain (tuotteesta) käytettävän, on turhautumisen poissaolo. Toisin sanoen käytettävä asia ei tuota turhautumista. Käytettävä tuote on hyödyllinen, tehokas, vaikuttava, tyydyttävä, opittava ja saavutettava (Rubin & Chisnell 2008, 4). Ominaisuudet sivuavat Nielsenin (2012) määritelmiä käytettävyydestä, joten uskon, että minun tulee työssäni pyrkiä saavuttamaan näitä ominaisuuksia. Lopullisen tuotteen käytettävyyden tulee siis olla helposti opittavissa, tehokas käyttää, ja käytön tulee olla ennen kaikkea miellyttävää, niin, että käyttäjän ei tarvitse pinnistellä tietääkseen, mitä hänen pitää tehdä.

Käytettävyysuunnittelija Steve Krug (2014, 11–19) yksinkertaistaa käytettävyyden yhteen lauseeseen: “Älä pakota minua ajattelemaan”. Tällä Krug tarkoittaa, että esimerkiksi internet-sivun pitäisi olla itsestään selvä, ilmeinen ja selkeä yhdellä vilkaisulla. Hän huomauttaa, että ihmiset pitävät arvoituksista silloin kun haluavat viihdettä tai haasteita, mutta eivät pidä arvoituksista paikoissa, joihin ne eivät kuulu. Krugin mukaan nettisivu, jota käyttäessä ei tarvitse ajatella merkityksettömiä asioita, tuntuu vaivattomalta, kun taas turhien asioiden ratkaiseminen vie energiaa, intoa sekä aikaa. (Krug 2014, 15, 19.) Pysin kilpailua suunnitellessani siihen, että käyttäjän ei tarvitsisi ajatella mitään ylimääräistä. Koska haluan, että Krugin sääntö “älä pakota minua ajattelemaan” toteutuu, minun pitää selvittää, mitkä asiat suunnittelemassani verkkolomakkeessa ovat selkeitä ja mitkä voivat tuottaa käyttäjille päänvaivaa. Tämän jälkeen pyrin poistamaan lomakkeesta kaikki tulkintavaikeuksia tai muita ärsykejä aiheuttavat osat tai muuttamaan niitä selkeätulkintaisempaan suuntaan.

Todellinen käytettävyys on näkymätöntä. Rubinin ja Chisnellin mukaan on kiitettävä tavoite päästä eroon suunnitteluongelmista, jotta käyttäjien turhautumisen määrä pysyisi minimissä. He huomauttavat, että se on kuitenkin vaikea saavuttaa jokaisen käyt-

täjän kohdalla. Mittauskäytäntöjen, kuten käytettävyydestauksen, ja iteroivan suunnitteluprosessin avulla tuotteista on kuitenkin mahdollista tehdä hyödyllisiä ja käytettäviä ja mahdollisesti jopa ilahduttavia. (Rubin & Cisnell 2008, 6–7.) Näiden käytettävyyden määritelmien pohjalta minun on helppo selvittää millaisen haluan omasta tuotteestani tehdä. Pyrin kilpailuun, joka on loppukäyttäjille mahdollisimman helppokäyttöinen, tehokas ja aiheuttaa vain vähän, jos yhtään, turhautumisen tunteita. Kilpailuun osallistuvien tulee ymmärtää välittömästi mitä heidän tulee suorittaa, eikä suoritukseen saa kulua liikaa aikaa.

Vaikka internet on kehittyessään mahdollistanut monenlaisen interaktion käyttäjien ja sisällöntuottajien välillä, pysyvät verkkolomaketyyppiset kyselyt yhä yhtenä keskeisenä tapana yhdistää internetsivustojen omistajat ja käyttäjät (Bargas-Avila, Heinz, Opwis & Seckler 2013). Myös Reiss (2012, 36) tiedostaa lomakkeiden tärkeyden, ja kehottaa panostamaan ennen kaikkea niihin sivustolla. Hän mainitsee että rikkiäiset painikkeet internet-sivustolla ovat suuri ongelma. Hän vertaa ongelmia lomakkeissa rikkiäisiin painikkeisiin, koska nämä ongelmat estävät käyttäjiä olemasta yhteydessä sinuun (internetsivun ylläpitäjään). Reiss huomauttaa, että ongelmat lomakkeissa ovat enimmäkseen vaikeampia tunnistaa kuin ongelmat eri painikkeissa, koska lomakkeet toimivat todennäköisesti ainakin yhdellä kohderyhmällä. (Reiss 2012, 34.) Reiss (2012, 37–42) kehottaa ottamaan neljä ydinasiaa huomioon lomakkeiden suunnittelussa. 1) Ihmisten täytyy pystyä tarjoamaan tietoa, mitä vaaditaan. 2) Epäjoustavat tiedon syöttötavat lisäävät epäonnistumisen riskiä. 3) Toisistaan riippuvaisten lomakkeiden ja kirjautumisten tarve lisää myös epäonnistumisen riskiä. 4) Epäselvät ohjeet ovat loistava tapa aiheuttaa turhautumista käyttäjien keskuudessa.

Suunnittelemani kilpailu tulee muistuttamaan suuresti verkkolomaketta, jossa käyttäjä täyttää erilaisia kohtia, tekee valintoja ja lopussa lähettää tiedot eteenpäin. Näiden teesien perusteella osaan suunnitella kilpailun rakenteen sellaiseksi, ettei se tuota ainaakaan tarkoituksellisesti turhautumista. Ratkaisen nämä ongelmat niin, että teen kilpailun valikoista, joissa vaaditaan tietoa, mahdollisimman selkeitä. Yhteystietoja pyydettäessä pidän huolen siitä, ettei käyttäjille tule väärinymmärryksen mahdollisuutta siitä mitä kysytään. Kilpailun yhteystietoihin kysytään nimi, puhelinnumero ja sähköpostiosoite. Nämä kentät ovat tehtävissä tarpeeksi erilaisiksi, jotta käyttäjät osaavat antaa oikeat tiedot. Tiedot pitää voida myös syöttää joustavasti. Kilpailu ei vaadi kirjautumista, jonka myötä epäonnistumisen riski pienenee. Lopuksi kilpailun ohjeistus täytyy olla napakka, mutta tarpeeksi selkeä, jotta erilaiset käyttäjät eivät mene sekaisin.

### 3.1.2 Käyttäjä on keskiössä

Nielsen ja Norman (2016) summaavat käyttäjäkokemuksen niin, että se kattaa kaikki osa-alueet, joissa loppukäyttäjä on yhteydessä yritykseen, sen palveluihin ja tuotteisiin. Käyttäjäkokemus on kirjoittajien mukaan käsitteenä paljon laajempi kuin itse käytettävyys. SFS-EN ISO 9241–210 -standardissa käyttäjäkokemuksen selkeä määritelmä on henkilön ”havainnot ja vasteet, jotka ovat seurausta tuotteen, järjestelmän tai palvelun käytöstä tai ennakoidusta käytöstä.” Standardin määritelmässä mennään kuitenkin vielä syvemmälle, sillä sen mukaan käyttäjäkokemus sisältää käyttäjän tunteet, uskomukset, mieltymykset, fyysiset ja psyykkiset vasteet, käyttäytymiset ja aikaansaannokset, jotka ilmenevät ennen käyttöä, käytön aikana ja käytön jälkeen. Lisäksi käyttäjäkokemus on seurausta tuotemerkin imagosta, ulkonäöstä, toiminnallisuudesta, järjestelmän suorituskyvystä, järjestelmän vuorovaikutuskäyttäytymisestä ja avustavista ominaisuuksista, käyttäjän aiemmasta kokemuksesta johtuvasta sisäisestä ja psyykkisestä tilasta, asenteista, taidoista, persoonallisuudesta sekä käyttötilanteesta. (2010, 16.)

Nielsenin ja Normanin määritelmä sekä ISO-standardin syventävä määrittely vahvistavat omaa mielikuvaani siitä, että käyttäjäkokemus ja käytettävyys ovat subjektiivisia käsitteitä. Vaikka yritykset pyrkisivät tietynlaiseen imagoon, uskon, että samanlaisen vaikutelman luominen kaikille käyttäjille tai asiakkaille on liki mahdoton tehtävä. Kuten Kuutti (2003, 13) mainitsee, käytettävyyteen liittyy intuitiivisuus eli onko käytettävä asia entuudestaan tuttu. Koska intuitiivisuus vaihtelee ihmisten välillä, uskon, että minun tulee suunnittelussa pyrkiä luomaan yksinkertaisia ratkaisuja, jotta käytettävyys olisi mahdollisimman laadukasta mahdollisimman suurelle joukolle ihmisiä. Uskon, että suunnittelussa pystytään luomaan paljon suuntalinjoja, joiden avulla käyttäjäkokemukseen voidaan pyrkiä vaikuttamaan, mutta todellisen käyttäjäkokemuksen ennustaminen on aina mahdoton tehtävä.

Wille Kuutti (2003, 140–141) esittää käyttäjäkeskeiselle suunnittelulle kolme eri vaihetta: 1. Ensimmäisessä vaiheessa varmistetaan, että suunnittelijat ja käyttäjät puhuvat samaa kieltä. Tuotteelle sovitaan tietyt käytettävyystavoitteet. 2. Toisessa vaiheessa käyttöliittymää testataan paperiprototyypinä oikeilla käyttäjillä. 3. Kolmannessa vaiheessa suoritetaan käyttäjätestejä toimivilla prototyypeillä sekä mitataan käytettävyyttä, jotta mahdolliset ongelmat saadaan löydettyä. Kuutti esittää muitakin malleja suunnitteluun, mutta toteaa kyseisen kolmivaiheisen mallin toistuvan erilaisissa käyttäjäkeskeisen suunnittelun menetelmissä.



SFS-EN ISO 9241–210 -standardissa (2010, 14) käytetään termiä Ihmiskeskeinen suunnittelu käyttäjäkeskeisen suunnittelun sijasta, koska standardissa huomioidaan tyypillisesti käyttäjinä pidettyjen lisäksi monien muiden sidosryhmien vaikutus. Termejä käytetään standardissa käytännössä kuitenkin synonyymeinä. Ihmiskeskeinen suunnittelu määritellään ISO-standardissa seuraavasti:

Ihmiskeskeinen suunnittelu on lähestymistapa vuorovaikutteisten järjestelmien kehittämiseen, jonka tavoitteena on tehdä järjestelmät käytettävyydeltään hyväksi ja hyödyllisiksi kohdistamalla huomio käyttäjiin, heidän tarpeisiinsa ja vaatimuksiinsa sekä soveltamalla ergonomia- ja käytettävyyystietoa sekä -tekniikoita. Tällainen lähestymistapa edistää tuloksellisuutta ja tehokkuutta, parantaa inhimillistä hyvinvointia, käyttäjätyytyväisyyttä, esteettömyyttä ja kestäväää kehitystä sekä ehkäisee mahdollisia haittavaikutuksia ihmisen terveyteen, turvallisuuteen ja suorituskykyyn. (SFS-EN ISO 9241–210 -standardi 2010, 14.)

Vaikka määritelmä on erittäin laaja, pystyn hyödyntämään osia lähestymistavassa varmasti omassa suunnitteluprosessissani. Standardi tarjoaa ihmiskeskeisen näkökulman myös itse suunnitteluprosessin vaiheisiin. Standardin (2010, 20–26) mukaan suunnittelun pitäisi noudattaa seuraavia periaatteita:

- 1) käyttäjien, tehtävien ja ympäristöjen selkeä ymmärtäminen,
- 2) käyttäjien mukana pitäminen koko suunnittelun ja kehityksen ajan,
- 3) suunnittelun ohjaus ja tarkentaminen käyttäjäkeskeisen arvioinnin mukaan,
- 4) iteratiivinen eli toistuva prosessi,
- 5) suunnittelun kohdistuminen ennen kaikkea kokonaisvaltaiseen käyttäjäkokemukseen ja
- 6) suunnittelutiimin monialaiset taidot ja näkökulmat.

Vaikka Kuutin (2003, 140–141) määritelmät ovat tehty yli kymmenen vuotta sitten, uskon, että niitä pystyy yhä ainakin osittain soveltamaan käyttäjäkeskeisessä suunnitteluprosessissa siksi, että Kuutin määritelmä sivuavaa ISO-standardin (2010, 20-26) määritelmää käyttäjäkeskeisestä suunnitteluprosessista. Kuutin mukaan käyttäjäkeskeisessä suunnittelussa tulee varmistaa, että käyttäjät ja suunnittelijat puhuvat samaa kieltä. Tämä sopii mielestäni yhteen ISO-standardin periaatteisiin, joissa käyttäjiä, tehtäviä sekä ympäristöjä ymmärretään selkeästi.

Pidän tämän kaltaisia suunnittelun periaatteita selkeinä ohjeina omaan työhöni. Omasa työssäni pystyn ottamaan huomioon ainakin ISO-standardin suunnittelun periaatteiden kohdat 1–5. Lisäksi kohdassa 6. näkökulmaa tuo oman työni ideoinnissa ja proto-

tyypin testaamisessa avustaneiden henkilöiden erilaiset taustat. Avaan seuraavassa kappaleessa käyttäjätestauksen ja prototyypin määritelmiä.

### 3.1.3 Käyttäjätestaus

Iteroivaan suunnitteluun liittyy vahvasti käyttäjätestaus. Testejä käyttäessä ei tarvitse huolehtia täsmälleen oikeasta ajankohdasta. Suunnittelijan tulisi pikemminkin pyrkiä pohtimaan mitä hän haluaa tuotteestaan ymmärtää, ja antaa tavoiteltujen vastausten ajaa testin tavoitteita ja testimetodin valintaa. Suunnittelijan ei pitäisi olla huolissaan edes siitä, että hän ei pysty toteuttamaan monia testejä. Yksi testi on lähes aina parempi kuin ei yhtään, ja on parempi keskittyä siihen mitä voi tehdä, kuin siihen mitä ei voi. (Rubin & Chisnell 2008, 28–29.)

Prototyyppi määritellään SFS-EN ISO 9241–210 -standardissa (2010, 14) tuotteen sen osan malliksi, jota voidaan käyttää analysointiin, suunnitteluun ja arviointiin, vaikka käyttö olisi rajoitettua. Standardi laajentaa prototyypin käsitettä niin, että se voi olla yksinkertainen luonnostelma tai jopa täysin toimiva vuorovaikutuksellinen järjestelmä, jossa on toiminnollisuuksia.

Rubin ja Chisnell (2008, 28) mainitsevat, että erilaiset prototyyppitestauksen menetelmät liittyvät iteratiivisen suunnittelun voimaan. Heidän mukaansa käytettävyyden testaaminen on tehokkainta silloin, kun se on toteutettu iteroivan tuotekehityksen keinoin. He mainitsevat, että suunnittelun, testaamisen ja arvioinnin ja uudelleensuunnittelun syklillä on paras todennäköisyys tuottaa käytettävä lopputuote. Jos oleellisia virheitä tai heikkouksia jää huomaamatta yhdessä testissä, uusi testausyksiö tarjoaa mahdollisuuden tunnistaa nämä ongelmat. Iteratiivinen suunnittelu ja testauskäytäntö tarjoavat myös mahdollisuuden tasaiseen ja nopeaan etenemiseen projektissa, jossa lopputuotetta voi muovata vastaamaan loppukäyttäjien kykyjä, odotuksia ja pätevyyttä. (Rubin & Chisnell 2008, 28.)

Omassa työssäni tämä näkyi niin, että aloin jo heti ensimmäisen rakentamani prototyypin jälkeen pyytämään siitä palautetta. Tavoitteeni oli löytää alkuun ominaisuuksia, joita hyvässä verkkolomakkeessa on. Kun löysin parempia ratkaisuja, joita pystyin testaamaan tein uusia testejä. Päätavoitteena oli kuitenkin selvittää onko testattavilla verkkolomakkeilla ylipäättään mahdollista toteuttaa sitä tehtävää miksi ne on luotu: kerätä kilpailuvastauksia. Pidän iteroivaa suunnittelutapaa erittäin toimivana keinona edetä

omassa prosessissani. Koen, että aikatauluni soveltuu nimenomaan tämän kaltaiselle suunnittelutyylille, jossa tuotetta kehitetään nopeallakin aikavälillä. Tein omat prototyypini Wordpress-lisäosilla ja eri ratkaisuja tarjoavilla ohjelmilla. Kaikilla luomillani prototyypeillä pystyi vuorovaikutuksellisuuteen. Prototyypilomakkeilla pystyi tekemään valintoja, jättämään yhteystietoja ja saamaan jopa vastausviestin jätettyyn sähköposti-osoitteeseen. Käsittelen testausta tarkemmin luvussa viisi.

Chesnut ja Nichols (2014, 219) toteavat, että käyttäjäkokemuksen testaamatta jättäminen on kiistämättä paras yksittäinen tapa epäonnistua käyttäjäkokemuksen ratkaisussa. Toisaalta paras tapa varmistaa menestys on testata ajoissa ja testata usein. Kirjoittajien mukaan hyvä tapa tutkia oman ratkaisun tehoa, on luoda omasta käyttäjäkokemuksen ratkaisusta prototyyppi (221). Kirjoittajat vertaavat prototyypin luomista arkkitehtuurien tekemisiin pienoismalleihin rakennuksista, suurena erona se, että käyttäjäkokemuksen testaamisessa, prototyypit voivat olla monenlaisia. Yleisimpänä esimerkkinä he mainitsevat klikattavan todellista käyttökokemusta muistuttavan mallin. Kirjoittajat huomauttavat, että prototyypin ei tarvitse kuitenkaan olla valmis tekele. Alhaisen resoluution prototyyppi, jonka valmistaa nopeasti, helposti ja halvalla voivat olla todella tehokkaita tiedon keräämisessä suunnitteluprosessin aikana. Otin tämän opin käyttöön omassa työssäni niin, että tein ensimmäisen prototyypini todella yksinkertaiseksi malliksi, jossa ei ollut juurikaan graafisia elementtejä, ja fonttivalinnat oli tehty nopeasti niitä suuremmin perustelematta, koska tarkoitukseni oli tutkia erilaisia valintavaihtoehtoja, eikä sitä miten kauniina käyttäjät prototyypin kokivat.

Sekä Rubin ja Chisnell (2008, 27) että Chesnut ja Nichols (2014, 222–224) tuovat esiin useita testausmetodeja ja strategioita, joiden avulla prototyypillä pyritään hankkimaan tietoa lopputuotteen kehittämistä varten. Tällaisia metodeja ovat muun muassa Chesnutin ja Nicholisin (2014, 222–224) mainitsemat korttien lajittelu, puutestaus, konseptitestaus, lämpökartoitus ja monet muut. Rubin ja Chisnell (2008, 35) mainitsevat, että arvioiva testaaminen on yleisin käytetty testausmetodi. Metodien avulla testataan kuinka hyvin käyttäjät todellisuudessa toteuttavat oikeita tehtäviä, ja samalla tutkitaan millaisia puutteita tuotteen käytettävyydessä on. Testin moderaattorin, eli valvojan, vuorovaikutus on tällaisessa testissä hyvin vähäistä. Testin tulokset ovat pääasiassa kvantitatiivisia. Arvioiva testi antaa selkeästi käyttökelpoisia tuloksia, joita pystyy hyödyntämään suoraan kehitystyöhön. Testi antaa selkeät tulokset onko tuotteen vaatimia tehtäviä ylipäättään mahdollista suorittaa, ja siihen miten käytettävyyttä kannattaa kehittää. Chesnutin ja Nicholisin (2014, 233) teoksessa *UX for Dummies* mainitaan useampia

testausmetodeja, joista käytettävyys ja beta-testaus muistuttavat paljon Rubinin ja Chisnellin (2008, 35) mainitsemaa arvioivaa mallia.

Beta-testauksella tarkoitetaan suljetussa ympäristössä muutamalle kutsutulle käyttäjälle kohdistettua testausta, jolla pyritään saamaan esiin viimeiset ongelmat, kuten tekniset suoritushäiriötä ja loput virheet käytettävyudessa. Hyödynsin itse kirjoittajien mainitsemista testausmetodeista käytettävyydestä (Chesnut & Nichols 2014, 223). Testaus toteutetaan suunnittelun ja rakennusvaiheen aikana. Se on yleisin testaamisen muoto käyttäjäkokemus-prosessissa. Sillä seurataan helppoutta, jolla käyttäjät suorittavat oleellisia tehtäviä käytävästä ratkaisusta. Käytettävyydestä saadaan myös esiin ongelmat, jotka pitäisi korjata ennen projektin julkaisua.

### 3.2 Pelillistäminen suunnittelun tukena

Halusin tuoda pelillistämisen ajatuksen ja pelillisyyttä suunnittelemaani verkkokilpailuun kasvattaakseni käyttäjien motivaatiota vastata kilpailulomakkeeseen ja lisätä viihtyvyyttä vastaamisen aikana. Selvitän tässä kappaleessa mitä pelillisuus ja pelilliset elementit ovat, ja miten niitä voi hyödyntää verkkolomakkeessa. Sovellan myöhemmin oppimaani omassa työssäni luvuissa viisi ja kuusi.

McCarthy, Pitt, Plangger ja Kietzmann (2015, 412) määrittelevät pelillistämisen sellaisina oppeina pelien alueelta, jotka muuttavat käyttäytymistä ei-pelillisissä tilanteissa. Eli toisin sanoen pelillistämällä pyritään saamaan muutosta käyttäytymiseen. Kalle Huh-tala (2015) menee hieman syvemmälle ja määrittelee pelillistämisen innostavaksi ja tiivistähtiseksi vuorovaikutukseksi, joka ohjaa parempaan suoritukseen ja kannustaa yhteistyöhön. Määritelmää tukee Müllerin, Silveiran ja Ziesemerin (2013, 276–277) tutkimus, jossa pelillistämisen tarkoitus on motivoida käyttäjiä käyttämään eri sovelluksia ja järjestelmiä. He tuovat tutkimuksessaan esiin Decin ja Ryanin (2004) itsemääräämisen teorian (Self Determination Theory; SDT), jonka mukaan ihmisiä ohjaa kahdenlaiset motivaatiot: sisäsyntyiset ja ulkosyntyiset. Sisäsyntyinen motivaatio tarkoittaa sitä, että käyttäjät käyttävät järjestelmiä siksi, että se on hauskaa ja hyödyttää heitä itseään. Ulkosyntyinen motivaatio syntyy kun käyttäjät tekevät jotain siksi, että siitä saa palkinnon tai korvauksen. Pidän itsemääräämisen teoriaa mielenkiintoisena aspektina pelillistämässä. Uskon, että minun pitää pyrkiä tekemässäni kilpailussa siihen, että se synnyttäisi kohderyhmässä sisäsyntyisen motivaation osallistua. Muussa kuin kohde-

ryhmässä motivaatio tulisi syntyä ulkosyntyisten motivaatiotekijöiden, kuten palkintojen, kautta.

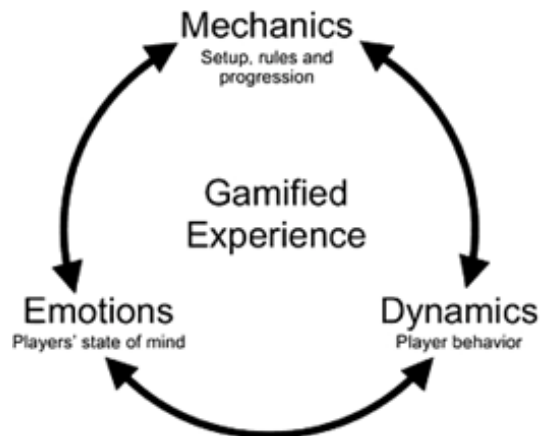
Müller, Silveira ja Ziesemer mainitsevat raportissaan *Gamification aware: users perception about game elements on non-game context* (2013, 279), että käyttäjät eivät välttämättä aina tiedosta pelillisten elementtien olemassaoloa eri sovelluksissa ja järjestelmissä. Heidän mukaansa käyttäjät voivat tietää hyvin mitä pelillistäminen tarkoittaa, mutta he eivät välttämättä tiedosta ovatko heidän käyttämänsä järjestelmät pelillistettyjä vai eivät. Pelitutkimuksen professori Frans Mäyrä mainitsee Paavolan (2011) artikkelissa, että pelit eivät välttämättä edellytä teknologiaa, vaan oleellista on pelillisen ja leikillisen asenteen omaksuminen. Mäyrä mainitsee, että pelilliseen asenteeseen kuuluu aktiivinen toimijuus, oma aloitekyky ja vastuu omista tekemisistä. Kuten Müller, Silveira ja Ziesemer, myös Mäyrä vannoo pelien motivoivaan voimaan. Uskon, että suurin yksittäinen syy yrittää liittää pelillisiä elementtejä omaan verkkokilpailuuni on se, että se lisää motivaatiota osallistua ja täyttää kilpailulomake. Uskon, että erityisen suuri vaikutus pelillistämällä on niille käyttäjille, jotka eivät ole kilpailun varsinaista kohde-ryhmää.

Scott Nicholson (2015, 1) yhdistää pelillistämisen palkitsemiseen Reisenerin ja Woodsin kokoomateoksessa *Gamification in Education and Business*. Hän kertoo, että useimmat pelillistetyt järjestelmät keskittyvät pisteiden lisäämiseen, tasoihin, johtajataulukoihin, saavutuksiin tai kunniamerkkeihin houkutelakseen ihmisiä ansaitsemaan näitä palkintoja. Nicholson viittaa Skinnerin (1938) tutkimukseen, joka osoittaa, että palkintojen ajoittaminen voi tuottaa käyttäytymistä, vaikka palkitseminen otettaisiin pois. Tätä kutsutaan ehdollistumiseksi. Nicholsonin mukaan kasinot ja opettavaisten pelien suunnittelijat ovat käyttäneet ehdollistamista houkutelakseen pelaajia jatkamaan peliä palkitsematta pelaajia joka kerta. Tätä on käytetty myös pelillistämässä. Nicholson (2015, 1) tiivistää, että vaikka palkitseminen päättyy, käyttäytyminen päättyy myös todennäköisesti, elleivät käyttäjät ole löytäneet muuta syytä (kuin palkinnot) jatkaa käyttäytymistään. Pidän ehdollistumisen teoriaa mielenkiintoisena, ja käyttökelpoisena tietona oman tuotteeni suunnitteluun. Koska käyttäjät valitsevat suunnittelemani verkkokilpailussa vain yhden joukkueen, eikä kyseessä ole varsinaisesti peli, minun kannattaa keskittyä motivaation lisäämiseen pelillistämisen kautta niin, että palkitsen käyttäjiä heidän tekemistään valinnoista jollain tavalla. Myös Nicholson (2015, 3) viittaa Decin ja Ryanin (2004) itsemääräämisen teoriaan. Hän mainitsee, että toinen tapa rohkaista käytöstä (osallistumista) on luoda sisäsyntyistä motivaatiota. Palkintojen jakamisen

sijaan, suunnittelijat voivat luoda järjestelmiä, jotka auttavat käyttäjiä löytämään omia syitä osallistua. Sisäsyntyinen motivaatio syntyy kolmen psykologisen tarpeen yhdistelmänä. Tarpeet ovat pätevyys, itsenäisyys ja yhteydessäolon tunteminen. Päteminen syntyy, kun osallistuja tuntee osaavansa jotain. Itsenäisyys tulee siitä, että käyttäjän tekemät toiminnot vastaavat heidän omaa käsitystä itsestään, kun he tekevät päätöksiä itse. Yhteisöllisyys perustuu käyttäjien välisiin yhteyksiin. (Deci & Ryan 2004.) Sen sijaan, että käytetään pelillisiä elementtejä kasvattamaan ulkosyntyistä motivaatiota osallistua palkintojen kautta, suunnittelijat voivat käyttää pelisuunnittelun elementtejä lisäämään sisäsyntyistä motivaatiota. Nicholson kutsuu tätä tarkoitukselliseksi pelillistämiseksi. (Nicholson 2015, 4.) Paneudu omassa työssäsi ulkosyntyiseen motivaatioon. Uskon, että osa kilpailuun osallistujista vastaa lomakkeeseen todennäköisesti siksi, että heillä on suuri sisäsyntyinen motivaatio osallistua. Tällaiset käyttäjät ovat mitä todennäköisimmin pesäpalloa seuraavia ihmisiä, jotka saavat vastinetta pätevyyden ja itsenäisyyden tarpeisiin osallistuessaan kilpailuun. Heillä on todennäköisesti paljon taustatietoa pesäpallon sarjoista ja pelaajista, ja he saavat onnistumisen tunnetta saadessaan purkaa tätä tietoa kilpailulomakkeessa.

### 3.2.1 Pelillistämisen periaatteita

McCarthy, Pitt, Plangger ja Kietzmann (2015, 413) esittelevät pelillistämiseen kolme peruseriaa: mekaniikan, dynamiikan ja tunteen (MDE=mechanics, dynamics, emotion) Hunicken, LeBlancin ja Zubekin (2004) mallin mukaan. MDE-malli helpottaa ymmärtämään kuinka pelillistämisen eri tekijät tulkitsevat pelillistetyt kokemukset eri tavoin. Mekaniikalla tarkoitetaan päätöksiä, jotka suunnittelijat ovat tehneet määrittelykseen pelillistetyn kokemuksen tavoitteet, säännöt, asetukset, kontekstin, interaktion ja rajat. Kirjoittajat huomauttavat, että pelillistämisen mekaniikat ovat tiedossa ennen pelikokemuksen alkua ja ne pysyvät vakiona, eli eivät vaihtele pelaajien välillä. Pelillistämisen dynamiikat ovat pelaajien käyttäytymistä, jotka tulevat esiin kun pelaajat ottavat osaa kokemukseen. Toisin kuin mekaniikat, dynamiikat tulevat siitä kuinka pelaajat noudattavat suunnittelijoiden valitsemia mekaniikkoja. Kirjoittajien mukaan dynamiikkoja on hankala ennustaa, ja ne voivat johtaa yleensä odottamattomaan käyttäytymiseen ja tulokseen, jotka voivat olla joko positiivisia tai negatiivisia. Suunnittelun suuri haaste onkin ennustaa syntyviä dynamiikkoja, ja kehittää mekaniikkaa odotusten mukaisesti. (McCarthy, Pitt, Plangger & Kietzmann 2015, 414–415.)



Kuvio 2. MDE-mallin pelillistetty kokemus (McCarthy, Pitt, Plangger & Kietzmann 2015)

McCarthy, Pitt, Plangger ja Kietzmann (2015, 416) määrittävät pelillistämisen tunteeksi, joka herää pelaajissa, kun he osallistuvat pelillistettyyn käyttäjäkokemukseen. Tunteet ovat tuote, joka syntyy kun pelaajat noudattavat mekaniikkaa ja synnyttävät dynamiikkaa. Pelillistetyissä kokemuksissa tunteiden tulisi kirjoittajien mukaan olla aina hauskoja ja houkuttelevia, olettaen, että pelaajat eivät jatka pelaamista, jos he eivät nauti siitä. Nautinnon tuottamisen pitäisi olla pelillistämisen tärkein tavoite. Kalle Huhtala (2015) tuo esiin myös epäonnistumisen tärkeyden peleissä. Hänen mukaansa pelin selkeillä säännöillä yksinkertaistetaan toimintaympäristöä, jotta pelaajan olisi helpompi keskittyä tavoitteeseen, yrittää, onnistua ja epäonnistua. Huhtalan mukaan taitava pelillistäjä osaa laatia selkeät säännöt ja tavoitteet. Vasta kun pelaaja tietää mikä ei toimi, hän voi tietää mikä toimii. Huhtala lisää, että pelillistämisen kaksi vaikeinta asiaa ovat hauskuus ja vapaaehtoisuus.

McCarthy, Pitt, Plangger ja Kietzmann tiivistävät (2015, 418–419) pelillistämisen viiteen ohjenuoraan: 1) Mikä on pelin tavoite (maali). Tämä on tärkeää määrittää, jotta pelillistämistä ei tehtäisi vain pelillistämisen vuoksi. Tavoitteen tulisi ajaa pelillistämistä. Tavoitteita tulisi olla vain yksi, jotta monimutkaisuus vähenisi ja varmistettaisiin, että pelillistetyn tuotteen mekaniikat, dynamiikat ja tunteet eivät ole ristiriidassa keskenään. 2) Kaikkien eri roolien tunnistaminen. Monet pelillistämisen esimerkit keskittyvät suunnittelijan ja pelaajien väliseen yhteyteen. On myös tärkeää ymmärtää, milloin voidaan ottaa mukaan katselijoita, ja miten heidän osallistumisensa vaikuttaa erilaisiin käyttäytymiseen ja tuloksiin. 3) Pelin tekeminen peliksi. Ihmiset haluavat yrittää huijata pelillistä prosessia. Mukaan tulee jossain vaiheessa pelaajia, ja katselijoita, jotka yrittävät rikkoa pelin sääntöjä. Tämä voi luoda dynamiikkaa, joka johtaa epätoivottuihin tunte-

muksiin, jotka voivat työntää muita pelaajia syrjään. Tällainen käyttäytyminen voi myös johtaa positiivisiin asioihin, kuten esimerkiksi pelimekaniikan muuttamiseen paremmaksi. 4) Kokemuksen säätäminen ja siirtäminen. Pelillistettyä kokemusta tulee valvoa jatkuvasti sisäisesti ja ulkoisesti. Pelin mekaniikkaa pitää muokata tarpeen vaatiessa niin, että pelaajat pysyvät kiinnostuneina pelistä. 5) Mikä on pelin lopputulos. Pelillinen kokemus tulee päätökseensä lopulta. Pelin valvojien pitäisi tunnistaa merkit, kun peli alkaa menettää kiinnostuksensa käyttäjien silmissä. Suunnittelijoiden tulee tunnistaa tämä vaihe, ja projekti tulee olla päätettävissä, niin että eri osapuolet haluavat palata jatkossa uuden pelillistetyn kokemuksen pariin.

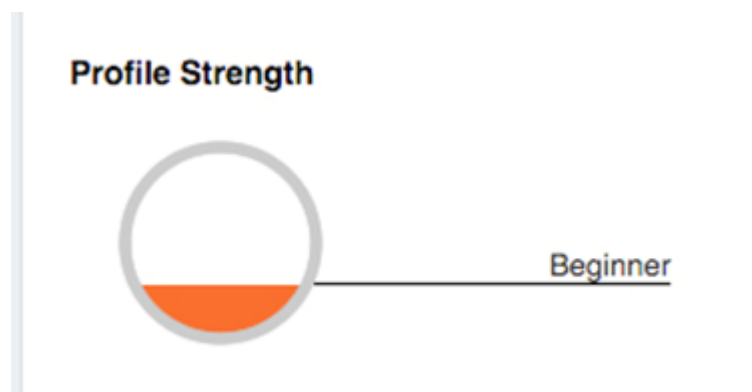
Tarkoitukseni ei ole omassa työssäni luoda peliä, vaan lisätä verkkolomakkeeseen yksinkertaisia pelillisiä elementtejä, jotta käyttäjät motivoituisivat käyttämään sitä. Uskon, että pystyn kuitenkin hyödyntämään McCarthyn, Pittin, Planggerin ja Kietzmännin teesejä pelillistämisestä. Minun tulee määrittää pelillistetylle tuotteelle tarkka tavoite, jota käyttäjät havittelevat. Oman kilpailuni roolit ovat pelaajan eli käyttäjän lisäksi suunnittelija, joka tarkkailee kuinka hyvin tai heikosti lomakkeen saa oikeasti suoritettua. Suunnittelija on tavallaan tarkkailijan roolissa, sillä jos näyttää, että kilpailu ei toimi, sitä pitää suunnitella uudelleen nopealla aikavälillä. Tarkkailijan roolissa ovat ne, jotka eivät ole täyttäneet kilpailulomaketta, mutta ovat tietoisia siitä. Huijaaminen kilpailussa on todella epätodennäköistä, koska voittaja ratkaistaan sen perusteella, miten Itä–Länsijoukkueisiin valitaan pelaajia. Toki myös tämä mahdollisuus on otettava huomioon. Esimerkiksi taitava hakkeri saattaa lisätä oman vastauksensa kilpailun jo päätyttyä. Kilpailun mekaniikkaa tulee seurata jatkuvasti, ja mahdolliset ongelmat tulee korjata heti kun ne havaitaan. Kilpailun päättäminen on helppoa, koska kilpailu otetaan pois käytöstä ennalta sovitun ajan jälkeen.

Codish ja Ravid (2014, 609) puhuvat leikkisyyden saavuttamisesta. Heidän mukaansa pelielementtien lisääminen järjestelmään ja leikkisyyden odote tuloksena on kuitenkin naiivia. Heidän mukaansa tulosten saavuttamiseksi on oleellista, että ymmärretään, miten mekaniikat toimivat yhdessä, jotta saavutetaan leikillisyyttä. Lisäksi pitää ymmärtää, kuinka eri mekaniikat toimivat yhdessä erilaisille yksilöille. Lopulta, kuten McCarthy, Pitt, Plangger ja Kietzmann (2015, 418–419) toteavat, myös Codish ja Ravid (2014, 609) peräänkuuluttavat eri vaikutusten seuraamista, ja reagointia vaikutusten perusteella.



### 3.2.2 Pelillisiä elementtejä

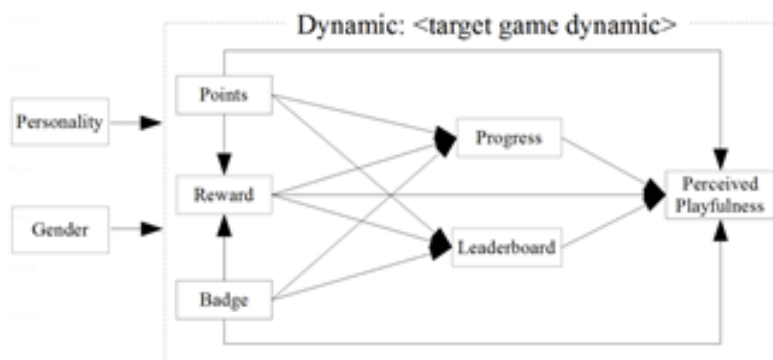
Mainitsin aikaisemmin Nicholsonin (2015, 1) luettelemaa pelillisiä elementtejä, joita ovat muiden muassa pisteet, johtajataulukko (leaderboard), saavutukset (achievements) ja kunniamerkit (badges). Müller, Silveira ja Ziesemer esittelevät tutkimuksessaan pelillisiä ratkaisuja erilaisissa yhteyksissä. Esimerkiksi verkkoyhteisöpalvelu LinkedIn näyttää käyttäjille visualisoinnin, joka kertoo profiilin vahvuuden.



Kuvio 3. LinkedIn-palvelussa profiilin edistymistä kuvaa pallomainen visualisointi. (LinkedIn 2016)

Tällainen profiilin vahvuus -visualisaatio viittaa profiilin valmiina olemiseen, ja se täyttyy sitä mukaa kun käyttäjä lisää profiiliin tietoa (Müller, Silveira ja Ziesemer 2013, 277). Kirjoittajat mainitsevat muista esimerkeistä muun muassa Livemochan, kielten opiskeluyhteisön, joka jakaa käyttäjille pisteitä sen mukaan kuinka aktiivisia he ovat. Toinen esimerkki on paikantamisovellus Foursquare, joka jakaa käyttäjille ansiomerkkejä motivoidakseen käyttäjiä. (Müller, Silveira ja Ziesemer 2013, 278.) Ganit Richter, Daphne R. Raban ja Sheizaf Rafaeli (2015, 91) paljastavat Reisenerin ja Woodsin kokoomateoksessa *Gamification in Education and Business*, että pisteet ja ansiomerkit operoivat eri tasoilla. Siinä missä pisteet luovat suoraa kilpailua, ansiomerkit luovat epäsuoria suhteita. Ansiomerkit ovat paljon henkilökohtaisempia kuin pisteet, koska niitä ei voi vaihtaa mitenkään. Pisteitä käytetään yleensä vaihtamisen valuuttana ostamalla pelissä jotain arvokasta, konkreettista tai virtuaalisia tavaroita.

Codish ja Ravid (2014, 609) tuovat esiin mallin, jossa erilaiset pisteet (points), rewards (palkkiot) ja ansiomerkit (badges) toimivat välittömänä palautteena ja edistymispalkin (progress bar) sekä johtajalistat (leaderboard), jotka toimivat vertailevana palautteena:



Kuvio 4. Codishin ja Ravidin malli, jossa henkilön taustat vaikuttavat leikillisyyteen (Codish & Ravid 2014).

Codish ja Ravid (2014, 610), huomauttavat että hauskuus, joka syntyy mallin mukaisesta mekaniikasta, jos se perustuu dynamiikkaan, joka noudattaa sääntöjä. Esimerkiksi johtajalistat, jossa pelaaja vertaillaan menestyksen mukaan, merkitsevät käyttäjälle eri asioita riippuen siitä ovatko ne mukana kilpailullisessa vai ei-kilpailullisessa ympäristössä. Päätelen tästä, että leikillisyyttä ei voi välttämättä luoda tarkoituksellisesti, koska käyttäjän taustat voivat vaikuttaa vahvasti sen syntymiseen.

## 4 Konseptin suunnittelu

Opinnäytetyön toiminnallinen osio on konseptisuunnitelma internetsivustolla julkaistavasta kilpailusta. Avaan tässä kappaleessa hieman konseptisuunnittelun käsitteitä ja niitä ominaisuuksia, joita hyvältä konseptisuunnitelmalta vaaditaan.

### 4.1 Mitä on konseptisuunnittelu?

Konseptisuunnittelu on tarkan kuvauksen luomista kehitettävän tuotteen teknisistä, toiminnallisista ja esteettisistä muodoista. Konseptisuunnitelmassa suunnittelija pyrkii tuomaan esiin lyhyen kuvauksen siitä kuinka tuote tyydyttää asiakkaan tarpeet käyttäen piirroksia, malleja ja kuvauksia. Konseptin laatu määrittelee paljolti tason, jolla tuote tyydyttää asiakasta ja pystytään siten onnistuneesti kaupallistamaan. Kirjoittajat lisäävät, että vaikka hyvä konsepti voidaan toteuttaa huonosti, huonon konseptin avulla pystytään harvoin luomaan hyvää tuotetta. (Milton & Rodgers 2011, 78.)

Konseptisuunnittelu yhdistää tuotesuunnittelun käytäntöjä lisäten luovuutta, käyttäjäkeskeistä suunnittelua, laaja-alaisia tutkimuksia ja suunnittelua, käyttäen kuvia ja konk-

reettisiä malleja. Keinonen ja Takala erottavat tuotesuunnittelun ja konseptisuunnittelun toisistaan. He kertovat, että konseptoinnin odotukset ovat korkeammat luovuudessa, vapaudessa ja vaatimuksissa innovoida ja tutkia. Heidän mukaansa ideaali konseptuaalisen suunnittelun prosessi antaa lahjakkaiden, koulutettujen, motivoituneiden ja ahkerien ihmisten tutkia suunnittelun aluetta. (Keinonen & Takala 2006, 16)

Vermeijin (2011) määritelmä konseptien luomisesta on, että niissä pyritään löytämään tapoja tehdä mahdoton näyttämään todennäköiseltä. Hänen mukaansa konsepti on tarina, jossa on kaksi pääosiota: sisältö, eli mitä kerrotaan, ja muoto, eli miten kerrotaan.

#### 4.2 Konseptisuunnittelun keinoja

Milton ja Rodgers esittelevät useita metodeja edetä konseptisuunnittelussa. Heidän mukaansa menestyksekkäimmät konseptinluomisen metodit ovat harkittuja ajatteluprosesseja, jotka on suunniteltu auttamaan suunnittelijoita löytämään inspiraatiota rakentamaan tutkimusta ja luomaan uusia ideoita ja tuoreita näkökulmia. Heidän esittämänsä metodit ovat brainstorming, ominaisuuksien listaus, analoginen ajattelu, tarkistuslista, sääntöjen rikkominen, sivuajattelu (lateral thinking) ja mind map. Brainstorming on metodi, jossa luodaan lyhyessä ajassa paljon ideoita niitä karsimatta. Tätä metodologiaa käytetään kirjoittajien mukaan parhaiten pienissä ryhmissä. Ominaisuuksien listauksessa tunnistetaan tuotteen pääominaisuuksia, ja muokataan niitä. Analogisen ajattelun metodissa viedään idea kontekstista toiseen. Metodissa vertaillaan myös mitä muut ovat tehneet ja mitä voitaisiin tehdä toisin. Tarkistuslistat ovat suunnittelun työkaluja, joilla voidaan ratkaista ongelmia tiettyjen kysymysten avulla. Sääntöjen rikkomisessa mietitään kaikki mahdolliset säännöt, jotka koskevat suunnittelussa olevaa asiaa, ja kyseenalaistetaan ne. Myös sivuajattelun metodissa kyseenalaistetaan eri tavoin idean perusluonnetta eri tekniikoilla. Mind Map on miellekartta, johon merkitään kaikki ne asiat, jotka tulevat suunnittelun kohteesta mieleen, ja tehdään yhteyksiä näiden asioiden välille. (Milton & Rodgers 2011, 79–82.)

Vermeij (2011) tuo esiin journalismissa paljolti käytetyn viiden W:n ja yhden H:n teorian. Teoriassa pyritään löytämään vastaus kysymyksiin who, what, when, where, why sekä how, eli suomennettuna kuka, mitä, milloin, missä, miksi ja kuinka. Konseptisuunnitteluun hän soveltaa teoriaa seuraavasti: kuka määrittelee kohderyhmän, eli tarkasti kenelle konsepti tehdään, mitä kertoo ydinasian, jota konsepti käsittelee, milloin määrit-

tää ajan milloin konseptia käytetään, missä määrittelee, missä on paras paikka, että konsepti saavuttaa yleisönsä, miten kertoo mitä tarvitaan, että viesti tavoittaa yleisön ja miksi kertoo konseptin tarkoituksen.

Uskon, että pystyn omassa työssäni nojaamaan viiden W:n ja yhden H:n teoriaan. Uskon, että näillä ohjeilla pystyn määrittelemään selkeästi konseptisuunnitelman tarkoituksen, hyödyt ja edesauttamaan sitä, että sen pohjalta tehtävässä toteutuksessa on otettu asioita laajasti huomioon. Konsepti tehdään ennen kaikkea sen koodaajalle, mutta myös Itä–Länsi-hankkeen henkilöstölle, joka tekee päätöksen konseptin toteuttamisesta. Konseptin sisältö on tarkka suunnitelma Itä–Länsi-tapahtuman taustoista, ja siitä kuinka suunnitelma toteutetaan. Ydinasia on kilpailu sääntöineen ja rautalankamallineen. Konseptia tarvitaan kilpailun toteuttamisen pohtimiseen sekä ennen kaikkea koodin toteuttamiseen. Missä määrittelee internet-sivuston, jolle lopullinen kilpailu sijoitetaan, yleisö määritellään pesäpallokannattajan stereotyyppin avulla, ja miten kertoo sen mitkä asiat tekevät kilpailusta käytettävän ja pelillistetyn, jotta sen käyttäminen on yleisölle mahdollisimman helppoa. Lopulta kilpailu tehdään siksi, että se lisää tapahtuman arvoa. Miltonin ja Rodgersin (2011, 79) mallista käytin mind mappia jäsenelläkseni konseptisuunnitelman eri osia sekä tarkistuslistaa varmistaakseni, että olen ottanut sisältöön liittyvät asiat kattavasti huomioon. Käyn listan asiat tarkemmin lävitse luvussa kuusi.

## **5 Unelmajoukkueen suunnitteluprosessi**

Opinnäytetyö kävi läpi perinteisen ideointiprosessin ideavaiheesta ideoiden uudelleen arvioinnin (iterointi, SFS-EN ISO 9241–210 -standardi (2010, 16)) kautta idean jalostamiseen uudenlaiseksi aiheeksi. Alun perin tarkoitukseni oli koostaa Itä–Länsi-tapahtumalle suunnitelma mobiilisovelluksesta, jossa julkaistaisiin samoja tietoja kuin tapahtuman internet-sivustolla. Lisäarvoa sovellukseen, ja ylipäätään syyn sen julkaisuun, olisi tuonut jokin erityinen koukku, kuten peli, kilpailu tai muunlainen houkutin, joka kannustaisi lataamaan sovelluksen. Mobiilisovellusidea päätettiin hylätä kun vastaan tuli hankaluuksia itse toteuttamisen kanssa eli koodaamisessa ja sovelluksen saattamisessa sovelluskauppoihin. Koodaajaa oli hankala löytää ja koodin teettäminen alan yrityksillä olisi kustannuksiltaan liikaa tapahtuman budjettiin. Minä ja Itä–Länsi-tapahtuman hanketyöryhmä tulimme lopputulokseen, että internetsivusto palvelee tois- taiseksi tapahtuman kävijöitä paremmin. Mobiilisovellus saattaa tulla kysymykseen tulevaisuudessa, mikäli sille pystytään perustelemaan selkeä tarve.

Koska halusin tehdä opinnäytetyön, joka liittyisi Itä–Länsi-tapahtumaan, pidin itselleni tärkeänä, että opinnäytetyö tulisi aiheesta, joka otetaan todelliseen käyttöön ja vielä samana vuonna kun työ valmistuu. Muokkasin aihevalintaa sellaiseksi, joka olisi opettavainen kokemus digitaalisesta sisällöntuotannosta ja samalla tukisi kuluvan vuoden Itä–Länsi-tapahtuman pesäpalloa rakastavaa yleisöä. Uusi aihe muotoutui ideasta, joka oli muhinut jo mobiilisovelluksen raameja pohdittaessa. Sovellukseen oli tarkoitus upottaa varjokilpailu, jossa käyttäjät valitsevat Superpesiksen ja naisten Superpesiksen suosikkipelaajiaan omiin suosikkijoukkueisiinsa tai suosikkikentällisiin. Omat joukkueet voisi mahdollisesti jakaa sosiaalisen median kautta ja parhaan joukkueen valinnut ratkottaisiin Itä–Länsi-otteluiden oikeiden tilastojen mukaan. Voittaja tietysti palkittaisiin, jotta motivaatiota osallistua koko kilpailuun riittäisi muillekin kuin pesäpalloa tiiviisti seuraaville.

Tarjosin tilaajalle uudeksi aiheeksi Itä–Länsi-tapahtuman internetsivuilla julkaistavaa kilpailua. Koska tiesin, että Itä–Lännen sivut oli tehty Wordpress-sisällöntuotantojärjestelmällä, voisi kilpailun luoda tarvittaessa ilman erityistä koodaamistaitoa. Esimerkiksi plug-in-tyylisen lisäosan upottaminen sivustolle ei vaadi erityistä ammattitaitoa, ja lisäosa toimisi varmasti sivustolla, koska sen koodi on tehty nimenomaan Wordpressille. Lisäksi Wordpressiin on mahdollista upottaa laajasti myös muilla kuin Wordpressin omilla työkaluilla tuotettua sisältöä, koska se on maailman suosituin julkaisujärjestelmä (Wordpress 2016).

Olin rakentanut jo joulukuussa 2015 aikataulun mobiilisovelluksen suunnittelulle. Koska aikataulu oli mielestäni looginen ja toteutettavissa myös toisenlaiselle suunnittelutyölle, otin sen suoraan käyttöön internetkilpailun suunnittelutyöhön. Aiheen vaihto tapahtui prosessin kannalta verrattain myöhään. Hanketyöryhmän palaveri, jossa aihetta pohdittiin, pidettiin 24. helmikuuta. Koska uuden aiheen suunnitteluprosessi oli samankaltainen kuin alkuperäisen aiheen, ei minulla ollut ongelmia aloittaa prosessia kunnolla.

### 5.1 Erilaisten ratkaisujen benchmarkkaus

Alkuvaiheessa helmikuussa aloin tehdä benchmarkkausta eli vertailukehittämistä. Etsin hyviä malleja eri internetkilpailuista ja sovelluksista, joissa vastaavanlainen kilpailumahdollisuus on olemassa. Vertailin aluksi erilaisia urheilumaailman sovelluksia NBA-koripallosarjan All Stars -ottelun äänestyksestä Uefa Champions Leaguen eli jalkapallon Mestarien liigan fantasiapeliin ja jääkiekon kotimaisen Liigan Ilta-Sanomat Liiga-

pörssiin. Löysin urheilun piiristä kymmeniä erilaisia fantasialiigoja ja tähdistöotteluäänestyksiä. Käytin vertailussa myös muuhun kuin urheiluun keskittyviä kilpailuja ja sivustoja. Pohdin vertailllessani eri kilpailujen ja kyselyiden käytettävyyttä ja koukuttavuutta omalla kohdallani. Selvisi, että osallistun eri kampanjoiden kilpailuihin pääasiassa palkintojen vuoksi. Motivaationi muodostuu siitä, että tiedän minulla olevan mahdollisuus voittaa palkintoja, joita pidän hyvinä. Toinen motivaatiotekijä on se, että pidän osallistumisesta itselleni tärkeänä. Esimerkiksi NBA:n All Stars -äänestyksessä ei voita mitään, mutta koska pidän lajia ja liigaa itselleni tärkeänä, koen osallistumisen hauskana tapana vaikuttaa. NBA:n äänestyksessä osallistujia on miljoonia.

Motivaatiotekijöissäni yhdistyy aikaisemmin mainitsemani Decin ja Ryanin (2004) itsemääräämisen teoria. Osaan benchmarkkaamistani kilpailuista osallistun puhtaasti ulkosyntyisen motivaation ajamana. Esimerkiksi juuri silloin, kun haluan osallistumisella voittaa palkintoja, enkä muuten välttämättä viitsisi täyttää lomaketta. Sisäsyntyiset motivaatiotekijät ajavat minua sellaisissa äänestyksissä ja kilpailuissa, joita pidän valmiiksi erityisen tärkeinä. Tällaisia ovat monet urheiluun ja viihdemaailmaan liittyvät kilpailut.



Kuvio 5. Koripallosarja NBA:n avausviisikkojen äänestyslomakkeen koantisivu (Schulman 2016).

Kilpailuissa, joihin osallistun sisäsyntyisen motivaation ajamana, en pidä yhtä tärkeänä kilpailun ulkoasua tai graafisia elementtejä kuin niissä kilpailuissa, joihin haluan osallistua vain palkinnon tähden. Uskon, että kilpailun helppo käytettävyys kuitenkin tukee entisestään haluani osallistua. Esimerkiksi NBA:n All Stars -joukkueen äänestyslomak-

keessa käyttäjä valitsee Idän ja Lännen avausviisikot haluamassaan järjestyksessä pudotusvalikosta. NBA.com -sivuilla ennen tähdistööttelua julkaistussa äänestyksessä sai valita pudotusvalikosta viisi parhaaksi kokemaansa pelaajaa Idän ja Lännen avauskentällisiin. Äänestys oli rajattu vain NBA.comiin kirjautuneille käyttäjille. Valintojen teon jälkeen, valintoja voi vielä muokata. Käyttöliittymä on melko helppo. Valinnat saa vaihdettua käyttämällä poista-toimintoa valinnan ohessa. Kun käyttäjä on varma valinnoistaan, hän klikkaa submit (lähetä) -valintaa ja äänestys on tehty. Äänestyksestä huokuu Rubinin ja Chisnellin (2008, 4) esiin tuoma turhautumisen poissaolo. Äänestysjärjestelmä on tehty niin yksinkertaiseksi, että epäonnistumisen tai väärinkäsityksen mahdollisuus jää todella pieneksi.

Toinen käyttämäni internetissä toteutettu kilpailu oli Uefa Champion's Leaguen eli jalkapallon Mestareiden liigan fantasiaaliigapeli Fantasy Football (2016). Peliä varten tulee kirjautua Uefan internetsivuille.



Kuvio 6. Kuvakaappaus Uefa Champion's Leaguen fantasiajoukkue-pelin www-versiosta (Uefa Champion's League 2016).

Pelissä valitaan oma suosikkijoukkue Mestarien liigaan osallistuvien joukkueiden todellisista pelaajista. Pelissä valitaan jalkapalloilijoita todellisista joukkueista eri pelipaikoille. Alussa pelaaja valitsee joukkueen, jota varten hänellä on tietty budjetti. Paremmiin rankatut pelaajat maksavat enemmän pelikrediittejä kuin heikommin rankatut. Kun pelaaja on valinnut 11 kenttäpelaajaa ja 4 vaihtopelaajaa, hän voi julkaista joukkueensa ja osallistua eri liigoihin. Kuka tahansa pelaaja voi luoda liigan, johon hän voi kutsua ystäviään. Pelaajan joukkue kerää pisteitä pelaajien todellisen menestyksen mukaan. Esimerkiksi maalin oikeassa ottelussa tehnyt hyökkääjä saa 4 pistettä. Mikäli maalin tekee puolustaja tai peräti maalivahti, pisteitä tulee 6. Pisteet summataan jokaisen ottelukierroksen jälkeen ja pelaajan joukkueen sijoitus liigan asteikossa nousee tai putoaa sen mukaan kuinka paljon hänellä on pisteitä. Kierrosten jälkeen oman joukkueen pelaajia voi vaihtaa olemassa olevan budjetin mukaan. Pelaajien hinnat nousevat, tai jopa laskevat, heidän todellisen menestyksensä otteluissa mukaan.

Mestarien liigan fantasialiigapeli on ilmainen, mutta kaikkein parhaiten menestyneet voivat voittaa siinä palkintoja muun muassa Sonyltä. Omalla kohdallani suurin motivaatiotekijä kilpailuun osallistumisessa on kisaaminen ystäviäni vastaan. Olen osallistunut muutamaan eri liigaan eri kaveriporukoita vastaan, ja onnistumisen elämyksiä tuo oman joukkueen pärjääminen muita vastaan. Peli myös kannustaa seuraamaan liigaa ja eri joukkueita, jotta tietäisin kenet kannattaa vaihtaa joukkueeseen missäkin vaiheessa. McCarthy, Pitt, Plangger ja Kietzmann (2015, 416) toteavat, että pelillistetyissä kokemuksissa tunteiden tulisi olla aina hauskoja ja houkuttelevia, olettaen, että pelaajat eivät jatka pelaamista, jos he eivät nauti siitä. Vaikka oma joukkueeni ei pärjäisi muita vastaan yhdessä liigassa, voin silti kokea nautintoa, jos joukkue pärjää jossain toisessa liigassa.

UCL Fantasy football -peli on NBA All Star -äänestyksen tavoin äärimmäisen yksinkertaisesti toteutettu. Yksinkertaisuuden vuoksi pelin käytettävyyks on todella hyvää. Vaikka en ole pelannut vastaavanlaisia fantasialiigoja aikaisemmin, minun oli äärimmäisen helppo ottaa pelin käyttöjärjestelmä haltuun. Käytin peliin pääasiassa desktop-tietokonetta, jolloin www-sivun ulkoasu oli mielestäni selkein ja valintojen teko helppoa.

Kolmas vertailemani urheilusovellus oli kotimaisen jääkiekon IS-liigapörssi (IS Liigapörssi 2016). Koska peliin osallistuminen maksaa, enkä kokenut olevani itse niin sisällä Liiga-jääkiekossa, että jaksaisin peliä pelata, testasin vain sovelluksen ilmaisversiota.



Kuvio 7. IS Liigapörssissä valitaan yksi kentällinen (lisää kentällisiä saa maksamalla). Hallintapaneeli on melko yksinkertainen. Kilpailun tilastointi on monipuolinen. (IS Liigapörssi 2016.)

Liigapörssin hallintapaneeli oli nopeasti opittavissa. Joukkueen pelaajavalinta oli helppoa ja yksinkertaista. Koska ilmaisversio oli selkeästi vain tutustumistarkoitukseen, todellinen perehtyminen liigapörssiin jäi melko vähäiseksi. Huomasin lisäksi, että motivaatitani liigapörssiin osallistumisessa laski paljolti se, että tein ilmaisjoukkueen Liigan pudotuspelien jo alettua, jolloin mahdollisuuteni hankkia pisteitä olivat melko pienet. Lisäksi ilmaisversiossa on melko vähän mahdollisuuksia edetä, koska ilmaisjoukkueella saa osallistua kilpailuun vain neljän päivän ajan. Koska en ole seurannut kuluvalle kaudella jääkiekon pääsarjaa juurikaan, olin lisäksi melkoisen pihalla ketä pelaajia joukkueeseen kannattaa valita. Kilpailun sosiaalinen aspekti jäi myös vähälle, koska kaveripiirissäni ei ole ketään, kuka Liigapörssiä pelaisi.

Urheilusovellusten lisäksi muita vertailemiani ratkaisuja olivat lähes kaikenlaiset internetin verkkolomakkeet ja kyselyt, joissa klikataan valintoja, tai lähetetään omia tietoja. Olin aikaisemmin löytänyt RadioSuomiPop-radiokanavan kilpailusivut (2016), jossa on esillä useita eri sponsoreiden internet-kilpailuja. Useissa näissä kilpailuissa pitää tehdä jokin tietty valinta, tai antaa vastaus kysymykseen. Osallistumisen houkuttimiksi tarjotaan mahdollisuus voittaa erilaisia palkintoja. Normaalisti kyseessä on kilpailun järjestävän sponsorin tuotepalkinnot. Itse osallistuin Suomipopin sivuilla Lakeudelle-sivuston kilpailuun. Lakeudelle-sivustolla (2016) yhdistellään erilaisia Etelä-Pohjanmaan matkai-

lukohteita, tarjotaan tietoa niistä sekä järjestetään kilpailuja. Osallistuin Suomipopin sivujen kautta Voita villi loma Lakeudelle -kilpailuun (Lakeudelle Suomipop-kisa 2016), jossa kilpailijan pitää valita kaksi viidestä eri lomakohteesta, jonne voi voittaa erilaisia palkintoja. Palkinnot lisäsivät mielestäni motivaatiota, koska kyseessä ei ollut aivan pieni houkutin, vaan jos valitsi esimerkiksi Duudsonit Activity Park -kohteen, sen saa käyttökseen itselle ja peräti sadalle kaverille.

Voita villi loma Lakeudelle!

**Jätä yhteystietosi niin osallistut valitsemasi palkinnon arvontaan!**  
Tämä on valinnainen

**Etunimi**  
Kirjoita vastauksesi tähän...

---

**Sukunimi**  
Kirjoita vastauksesi tähän...

---

**E-mail**  
Kirjoita vastauksesi tähän...

---

**Puhelinnumero**  
Kirjoita vastauksesi tähän...


---



**Ikä**  
Kirjoita vastauksesi tähän...


---

Haluan saada lisätietoa tarjouksista ja matkasuosituksista uutiskirjeen muodossa

LÄHETÄ JA KATSO PALKINNOT


TALLENNA



Kuvio 8. Lakeuden Suomipop-kilpailun yhteystietosivu. Eteenpäin pääsee antamatta yhteystietoja. (Lakeudelle Suomipop-kisa 2016.)

Osallistumislomake oli rakennettu niin, että ennen varsinaista osallistumista pystyi lukemaan erillisestä linkistä sekä kilpailun säännöt, rekisteriselosteen että tarkistamaan millaisia palkintoja kilpailussa voi voittaa. Yhteystiedot, eli nimi, sähköpostiosoite, puhelinnumero ja ikä jätettiin vasta varsinaisen vastaamisen jälkeen. Lisäksi lomakkeessa oli valintalaatikko, jonka ruksaamalla pääsi Lakeuden -palvelun postituslistalle. Kilpailulomakkeessa oli ainoastaan yksi kohta, jossa klikkaaminen oli estetty. Valittaessa lomakohteita selitystekstinä luki, että valintoja voi tehdä maksimissaan kaksi. Tämä piti

paikkansa, koska kolmannen kohteen valinta oli mahdotonta. Mielestäni tämä aiheutti lomakkeessa hämmennystä. Tämän jälkeen yhteystieto-sivulla oli merkintä, jossa sanottiin osion olevan valinnainen. Lomakkeessa pystyy siis etenemään antamatta välttämättä yhtään yhteystietoja. Tämä estää tietysti voittajaksi valitsemisen, mutta aiheuttaa myös hämmennystä. Miksi tekisin valinnan palkinnoista, jos en yrittäisi voittaa niitä? Lisäksi vastaamisen jälkeen en saanut sähköpostiini tai kilpailun loppuun minkäänlaista vastausviestiä tai kiitos-tekstiä. Sain ainoastaan listan valittavissa olevista lomakohteista kuvineen, sekä mahdollisuuden jakaa niitä sosiaalisessa mediassa (Facebook, sähköposti, Twitter, WhatsApp).

Lakeuden Suomipop-kisassa löytyi alaosasta tallenna-valinta, jossa saisin sähköpostiini linkin, jonka avulla voisin palata vastauksiini myöhemmin. Mikäli jättäisin sähköpostiosoitteen, hyväksyisin tarkemmat ehdot. Nämä ehdot oli upotettu linkkiin, joka vei ZEF-ohjelmiston sivulle. Tässä vaiheessa koin tilanteen jo niin hämmentäväksi, että päätin olla antamatta sähköpostiosoitettani muuhun kuin jo annettuun lomakkeeseen.

Toinen Suomipopin kilpailusivun kautta löytämäni kilpailu oli Nelosen The Voice Of Finland -televisiosarjan kilpailijaäänestys (2016), jossa äänestetään omaa suosikkiesiintyjää. Testasin kilpailua sekä desktop-versiona kannettavalla tietokoneella että mobiilikokoisena älypuhelimella. Responsiivisuuden vuoksi käytettävyys oli suunnilleen samaa tasoa. Vaikka kilpailun palkinto ei minua juuri houkuttanut (lippupaketteja Casino Helsingin The Voice of Finland -valovoimaisin laulaja-iltaan), osallistuminen motivoi minua, koska olen seurannut kilpailua ja haluan äänestää suosikkilaulajalleni keikan Casino Helsingissä. The Voice of Finland -kilpailun äänestyskilpailu on tehty todella helpoksi käyttäjälle. Testasin kilpailusta sekä desktop- että mobiiliversiota, koska halusin selvittää muuttuuko käytettävyys paljonkin päätelaitteesta riippuen. Kilpailusivusto on erittäin hyvin tehty. Responsiivisen suunnittelun myötä käyttökokemus ei vaihtelee paljoa riippuen laitteesta. TVOF-kilpailu on suunniteltu äärimmäisen yksinkertaiseksi. Sivun yläosassa on lyhyt seloste kilpailusta, tämän jälkeen voi valita suosikkilaulajansa valitsemalla vasemmalle tai oikealle osoittavista nuolista. Kun suosikki on valittu, voi lomakkeelle antaa yhteystiedot, ja lähettää tiedot. Tietojen lähetyksen jälkeen, lomakkeelle tuli tietoruutu, jossa kiitettiin osallistumisesta. Tämäkään kilpailu ei lähettänyt osallistumisesta vahvistusta sähköpostiosoitteeseen. Kaiken kaikkiaan TVOF-kilpailusta huokui helppokäyttöisyys, selkeys ja vaivattomuus. Kilpailuun osallistuminen vei vain muutaman minuutin aikaa, ja suurin osa ajasta kului yhteystietojen syöttämi-

seen. Uskon, että kilpailun suunnittelijat ovat panostaneet kunnolla sen käytettävyyteen ja yksinkertaisuuteen ja onnistuneet tehtävässään.

Kuvio 9. Nelosen ja Casino Helsingin The Voice of Finland -kilpailu on yksinkertaisesti toteutettu. Mobiililaitteella alaspäin vierittämällä pääsee valitsemaan suosikkinsa ja kirjamaan yhteystiedot. (Ruutu Kampanjat 2016.)

Täytin benchmarkkaus-vaiheen aikana myös muita vastaavia internetin kyselylomakkeita, kuten paneeleja, galluppeja ja kyselytutkimuksia, mutta niiden pääasiallinen tarkoitus, oli kerätä asiakastietoa erilaisia tutkimuksia varten. Tällaisia lomakkeita käyttää esimerkiksi Finnkinon Elokuvapaneeli (2016), joka lähettää sähköpostiini muutaman kerran kuukaudessa kutsun osallistua kyselyyn. Kyselyt eivät ole aina Finnkinon omia, vaan niissä saatetaan kysyä mielipiteitä myös muista yrityksistä. En käy tällaisia lomakkeita tarkemmin läpi, koska ne ovat tarkoitettu kyselytutkimuksiin, eikä kilpailuihin.

Selvittäessäni erilaisia käytössä olevia verkkolomakkeita ja kilpailuja minulle selvisi, että ne voi jakaa karkeasti kahteen eri kategoriaan: 1) sellaisiin, joihin vastaaminen on vaivatonta ja mukavaa, ja 2) sellaisiin, jotka aiheuttavat turhautumisen tunteita. Vaivat-

tomia ovat sellaiset ratkaisut, joissa kaikki ajattelu on tehty puolestani. Esimerkiksi NBA:n All Star -äänestyksessä tiesin yhdellä vilkaisulla mitä minun piti tehdä. Sain valita kaksi kentällistä: yhden Idän ja yhden Lännen joukkueelle. Pelaajat valitsin pudotusvalikosta, tai kirjoittamalla etsintäkenttään heidän nimensä ensimmäisiä kirjaimia. Myös IS Liigapörssissä pelaajien valitseminen oli helppoa, ja yksinkertaista. Vaikka Liigapörssissä on monia erilaisia vaihtoehtoja ja tilastointeja, itse kentällisen valitseminen oli nopeaa ja vaivatonta. Turhautumisen tunteita koin muutamissa lomakkeissa, joissa tekniikka ei täysin toiminut. Esimerkiksi Lakeuden Suomipop-kilpailussa oli ainoastaan yksi rajoite, joka koski haluamani palkinnon valintaa. Muut kohdat, kuten yhteystietosivun kentät, pystyi jättämään tyhjiksi halutessaan, mikä aiheutti hämmennystä, koska jos en jättäisi yhteystietojani, ei minua voisi myöskään valita voittajaksi. Halusin, että yhteystiedot olisi ollut merkittynä jotenkin pakollisiksi.

Eniten pelillisiä elementtejä sisälsivät odotetusti testaamani urheilupelit. Uefa Champions League Fantasy Football on itsessään peli, joten se sisältää paljon erilaisia elementtejä, jotka kuuluvat pelien alueelle. Tällaisia ovat kerätyt pisteet, pelaajasiirrot ja niihin käytettävissä olevat pisteet, erilaiset tilastot ja tilastojen muodostuminen todellisten tapahtumien perusteella. IS Liigapörssissä pelilliset elementit muodostuvat lähes samoista ominaisuuksista. Liigapörssissä on varmasti enemmänkin ulottuvuuksia, mutta en niitä testannut pelin maksullisuuden vuoksi.

NBA:n All Star -äänestyksessä pelillistäminen on vähäistä. Koska itse vastasin kyseiseen äänestykseen sisäsyntyisen motivaation ajamana, en ajatellut suuremmin edes sen koukuttavuutta. Olisin todennäköisesti vastannut kyselyyn, vaikka se olisi ollut heikosti toteutettu. Pelillisiä elementtejä oli kuitenkin mukana. Tällaisia olivat ylipäätään omien suosikkien valintamahdollisuus kaikista sarjan pelaajista, virheilmoitukset jos ei ollut valinnut pelaajia kaikille pelipaikoille, ja kiitos vastaamisesta -viesti, joka tuli näyttöön vastaamisen jälkeen.

Muissa testaamissani internet-lomakkeissa oli pelillisiä elementtejä suhteellisen vähän. Mainitsemisani kilpailuissa sai ruutuun kiitos vastaamisesta -viestin yhteystietojen lähettämisen jälkeen, mutta en pitänyt niitä varsinaisina ansiomerkkeinä. Finnkinon elokuvapaneelissa (2016) on useimmissa kyselyissä mukana edistymispalkki, joka kertoo kuinka monta prosenttia kyselystä on suoritettu. Tämä on mielestäni hyvä pelillinen elementti pitkässä lomakkeessa, koska se lisää motivaatiota vastata rehellisesti kun tietää paljonko vastauksia on vielä annettava.

## 5.2 Käyttäjälähtöinen suunnittelu nettiäänestyksessä

Kun uusi aihe, ja aikataulu olivat selvillä, aloin suunnitella itse kilpailua ja sen sääntöjä. Tiesin, että lopulliset säännöt kilpailulle tulisi hyväksyttävä Itä–Länsi-hankkeen työryhmällä, mutta se ei rajoittanut ideointia. Suunnittelin alun perin tekeväni kilpailusta niin sanotun fantasiapelin, jossa käyttäjä voi valita Superpesiksen ja naisten Superpesiksen pelaajista oman 13 pelaajan suosikkijoukkueensa. Tämän jälkeen seurataan kyseisten pelaajien todellisia suorituksia sarjoissa, ja kilpailun päättyessä juuri ennen Itä–Länsi-valintoja, katsotaan kenen joukkueella on parhaat tilastot. Tämä idea ei kantanut, koska sen aiheuttama työmäärä olisi valtaisa. Lisäksi fantasiasarjoissa on tapana saada vaihtaa pelaajia eri kierrosten välillä, ja tämä olisi vaatinut jo melkein varsinaisen pelimoottorin kehittämistä kilpailua varten. Kilpailu olisi todennäköisesti vaatinut myös oman erillisen sivuston, ja vähintäänkin kirjautumismahdollisuuden oman joukkueen muokkaamiseksi.

Yksinkertaistin ideointia pohtien äänestyksen mekaniikkaa. Äänestyksessä osallistuja valitsee omasta mielestään parhaan tai parhaimmat vaihtoehdot, ja valinnoilla mennään kilpailun loppuun saakka. Kerran tehty äänestys on yksinkertainen ja sen toteuttaminen ei vaadi hurjasti resursseja. Lisäksi kilpailuun on mahdollista saada mukaan paljonkin käytettävyyttä ja pelillisyyttä kun suunnittelee sen ulkoasun ja mekaniikan tarkasti. Ennen kuin lähdin edes pohtimaan kilpailun varsinaista toteuttamistapaa, aloin pohtimaan sille tietynlaisia raameja ja vaatimuksia.

Ensimmäinen ajatus oli, että kilpailuun osallistuminen tulisi olla vaivaton kokemus. Kilpailulomake ei saisi sisältää liian monimutkaisia kysymyksiä, tai valintoja, eikä sitä saisi suunnata pelkästään sellaisille käyttäjille, joiden tietämys pesäpallosta ja Superpesiksestä on korkea. Toiseksi, kilpailussa tulisi olla jokin motivoiva tekijä. Pelillisessä suunnittelussa viitataan tutkimissani lähteissä usein Decin ja Ryanin (2004) itsemääräämisen teoriaan. Pohdin miten saisin kilpailuun sellaisia tekijöitä, jotka motivoisivat käyttäjiä osallistumaan kilpailuun laajasti. Hyvä tavoite on omasta ja Itä–Länsi-hankkeen johdoryhmän mielestä, jos kilpailuun osallistuu erilaisia ihmisiä mahdollisimman laajasti. Odotuksena on, että kilpailulomakkeen täyttäisivät muutkin kuin pesäpallosta hyvin perillä olevat urheilukannattajat.

Tätä motivaatiota varten tuli pohtia millaisilla elementeillä lomakkeessa pyrittäisiin aktivoimaan sekä sisä- että ulkosyntyisiä motivaatiotekijöitä. Koska kilpailussa on mahdol-

lista valita yksi tai useampi voittaja, motivaatiotekijät voivat syntyä kahta eri reittiä. Ensimmäinen motivaatiotekijä on ulkosyntyinen. Hyvä palkinto houkuttelee käyttäjiä vastaamaan lomakkeeseen. Ja jos palkintoja jaetaan useampi, mahdollisuus voittaa kasvaa; kilpailussa voi voittaa palkinnon, vaikka oma vastaus ei olisikaan täysin oikein. Toinen motivaatiotekijä on sisäsyntyinen. Koska kilpailussa valitaan superpesiksen pelaajia omaan suosikkijoukkueeseen, osallistuminen motivoi niitä, jotka tietävät tai olettavat tietävänsä, ketkä ovat suomalaisen pesäpallon parhaat pelaajat. Nämä käyttäjät ovat kilpailun pääkohderyhmää. Tavoite on, että mahdollisimman moni Itä-Länsi-tapahtumaan saapuva tai vähintäänkin otteluita seuraava osallistuisi myös Unelmajoukkue-kilpailuun. Lisäksi pelillisillä elementeillä pyritään saamaan sisäsyntyiset motivaatiotekijät vahvasti esiin. Jos pelillisuus on tuotu kilpailussa tarpeeksi hyvin esiin, se motivoi ihmisiä osallistumaan.

Pyrin saavuttamaan verkkolomakkeeseen Jakob Nielsenin (2012) viisi käytettävyystekijää: opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virhealttius, miellyttävyys. Opittavuus syntyy siitä, että perusasioiden toteuttaminen lomakkeessa tulee olla täysin selkeitä. Pysin tekemään kilpailusta sellaisen, että kuka tahansa, joka on ikinä vastannut internetissä mihinkään kyselyyn osaa sitä käyttää, ilman erillistä ohjeistusta. Tehokkuus tarkoittaa omassa tuotteessani sitä, että kilpailuvastausten jättämiseen ei saa kulua paljoa aikaa. Omien vastausten jättäminen pitäisi onnistua mahdollisimman nopeasti ennen kuin lomakkeen täyttäminen alkaa tuntua raskaalta. Muistettavuus liittyy paljolti opittavuuteen. Vastausten jättäminen pitäisi onnistua yhtä tehokkaasti samalla lomakkeella sekä nyt että vuoden päästä, mikäli kilpailu järjestetään samanlaisena. Virhealttius on tärkeä tekijä, joka pitää ottaa huomioon etenkin kun kilpailussa on monta eri vaihtoehtoa. Lomakkeeseen pitää saada mukaan jonkinlainen rajoitus vastausten antamiseen. Tällä pyritään vähentämään virheiden määrää lomakkeessa. Virheilmoituksen tulee olla noin yhden lauseen mittainen ja täysin selkeä, ettei käyttäjälle jää epävarmuutta siitä, missä virhe on tapahtunut. Lopputuloksen tulee olla miellyttävä kokemus, niin että kilpailua voi suositella myös ystävilleen todennäköisesti sosiaalisessa mediassa.

Halusin, että käyttäjä kävisi kilpailulomakkeen läpi seuraavan skenaarion mukaisesti. Käyttäjä tulee kilpailusivulle mitä tahansa kautta, joka voi olla linkki sosiaalisesta mediasta, QR-koodin skannaus, suoraan tapahtuman sivuilta, tai muuta reittiä. Käyttäjä tietää sekunneissa mitä kilpailussa vaaditaan, ja miten siinä pitää edetä. Käyttäjä valitsee joukkueensa, ja mikäli hän tekee virheitä, kuten valitsee liikaa tai liian vähän pelaajia, järjestelmä antaa palautetta asiasta, jonka jälkeen käyttäjä tietää heti mitä on tehnyt

väärin, ja osaa korjata tietoja. Kun käyttäjä on antanut vastauksensa, hän antaa lomakkeeseen vielä yhteystietonsa (nimi, puhelinnumero ja sähköpostiosoite), jonka jälkeen hän voi lähettää lomakkeen, eli osallistua kilpailuun. Vastaamisen jälkeen käyttäjälle tarjotaan mahdollisuus jakaa valitsemansa pelaajavalinnat sosiaalisessa mediassa.

### 5.3 Sisällön rajaaminen

Kun olin hahmottanut esimerkkien perusteella millaisia internetissä julkaistavat kilpailut voivat olla sekä selvittänyt millaista käytettävyyttä halusin tavoitella, aloin rakentamaan omaa konseptisuunnitelmaani. Rajasin alkuun kilpailusta pois kaikki sellaiset vaihtoehdot, jotka vaatisivat käyttäjän kirjautumista palveluun. Pyrin poistamaan kaikki sellaiset ideat, jotka vaatisivat ylimääräisiä ponnisteluja käyttäjältä. Hylkäsin kaikki suoraan fantasiapeleihin ja muihin kirjautumista vaativiin kilpailuihin viittaavat vaihtoehdot, ja keskityin ratkaisuihin, joissa äänestetään joukkue vain yhden kerran. Tämän rajauksen jälkeen oli helppoa lähteä pohtimaan ensin äänestyksen sääntöjä ja sen kautta sitä, miten sisältö tuodaan kilpailussa esiin.

Koska tarkoitukseni oli koostaa konseptisuunnitelma, jonka avulla koodaaja pystyisi luomaan varsinaisen kilpailulomakkeen, aloin tekemään muistiinpanoja ja tutkimaan erilaisia vaihtoehtoja, mikäli sopivaa koodaajaa ei löytyisi, tai Itä–Länsi-hankkeen resurssit eivät riittäisi koodaajan palkkaamiseen. Opinnäytteeni varsinainen tuote on konseptisuunnitelma. Suunnittelin työtä varten kuitenkin myös varavaihtoehdon, mikäli konseptini mukainen verkkokilpailu hylättäisiin jossain vaiheessa prosessia.

#### 5.3.1 Säännöt

Pohdimme kilpailun sääntöjä alkuun yhdessä Itä–Länsi-hankkeen projektipäällikkö Harri Liekolan kanssa. Koska kyseessä on fantasiapeliä muistuttava joukkueen ilmoittamiskilpailu, käyttäjät saisivat valita 13 pelaajan joukkueen. Itä–Länsi-otteluita on Itä–Länsi-tapahtumassa yhteensä viisi: B-poikien, B-tyttöjen, A-poikien, naisten Superpesiksen ja miesten Superpesiksen pelit jaettuna kolmelle päivälle. Pohdimme alkuun pitäisikö kilpailuun sisällyttää kaikkien sarjojen joukkueet. Pöydällä oli ideoinnin alkuvaiheessa sellainen idea, että käyttäjä voisi kasata yhden unelmien joukkueensa kaikkien Itä–Länsi-ottelujen joukkueiden pelaajista. Tämä olisi tarkoittanut sitä, että käyttäjä olisi valinnut 13 pelaajaa 10 joukkueesta. Idea hylättiin nopeasti, koska rajaus oli aivan



liian laaja. Tässä mallissa käyttäjän olisi pitänyt voida selata satoja pelaajia. Pelkästään miesten Superpesiksessä on 14 joukkuetta, ja pelaajia on noin parisataa. Jo näistä 13 pelaajan valitseminen on suhteellisen laaja urakka, joten otantaa tuli rajoittaa mahdollisimman suppeaksi.

Tulimme maaliskuussa palaverissa sellaiseen lopputulokseen, että kilpailu järjestetään kahdessa osassa. Ensimmäisessä osassa käyttäjät voivat valita miesten tai naisten Superpesis-joukkueista 13 hengen Unelmajoukkueen. Yhteensä pelaajia valitaan siis 13, mutta käyttäjä saa valita valitseeko hän miesten vai naisten joukkueen. Tämä oli mielestäni hyvä rajaus, koska valintaurakka ei tule käyttäjälle liian suureksi. Lisäksi naisten Superpesis-joukkueiden mukaan ottaminen palvelee tasa-arvoa, ja antaa myös naisten liigaa ensisijaisesti seuraaville mahdollisuuden voittaa palkintoja. Kilpailun ensimmäinen osa päätettiin rajata ajallisesti miesten ja naisten Superpesis-liigojen kauden alkuun, ja päättää kilpailu juuri ennen kuin Itä-Länsi-ottelujen viralliset pelaajavalinnat julkaistaan.

Kilpailun ensimmäinen osa rajattiin siis alkavaksi toukokuun alussa 2.5.2016 ja päättyväksi 3.6.2016 juuri ennen pelaajavalintojen julkaisua. Näin voittajat pystytään palkitsemaan hyvissä ajoin (noin kuukautta) ennen tapahtumaa. Voittajien valinta tehtäisiin todellisten Itä-Länsi-pelaajien valintojen perusteella. Se käyttäjä, jonka Unelmajoukkueessa pelaa eniten virallisia Itä-Länsi-joukkueisiin valittuja pelaajia, voittaisi palkinnon. Palkinto jaettaisiin erikseen miesten ja naisten Superpesiksestä pelaajia valinneille käyttäjille. Palkittavia käyttäjiä on näin ollen vähintään kaksi.

Kilpailun toisessa osassa käyttäjät saisivat valita virallisten Itä-Länsi-joukkueiden pelaajalistoilta kolme omasta mielestään parasta valintaa. Pelaajat pitää valita kolmesta ottelusta: A-poikien, naisten ja miesten Itä-Länsi-peleistä. Yhteensä pelaajia saa valita siis yhdeksän. Jokaisessa oikeassa Itä-Länsi-ottelussa palkitaan kentän paras ja lisäksi yksi pelaaja kummastakin joukkueesta. Kilpailun toisessa osassa voittaja on se, kuka arvasi eniten oikeita palkittuja pelaajia. Itä-Länsi-hankkeen johto tekee lopulliset päätökset kilpailujen palkinnoista, mutta pohdinnoissamme palkinnot olivat ensimmäisessä osassa lippupaketteja Itä-Länsi-tapahtumaan ja toisessa osassa joko tuotepalkintoja, sponsoripalkintoja tai lippupaketteja ensi vuoden Itä-Länsi-tapahtumaan. Uskon, että tällaiset palkinnot tuovat motivaatiota osallistua kilpailuun sen lisäksi, että motivaatiota tuo veikkaajan näkökulma: positiivinen tunne siitä, että osaa veikata oikeita pelaajia joukkueeseen.

Koska kilpailua varten ei tarvitse kirjautua, käyttäjät voivat periaatteessa lähettää niin monta kilpailuvastausta kuin mahdollista. Jotta kilpailu olisi reilu, sääntöihin lisätään kohta, jossa mainitaan, että yhdeltä käyttäjältä hyväksytään vain yksi Unelmajoukkue miesten tai naisten sarjasta. Kilpailija voi siis lähettää kaksi joukkuetta, eli yhden miehistä ja yhden naisista. Jos kilpailija lähettää useampia joukkueita, niistä hyväksytään ainoastaan viimeiseksi lähetetty. Näin valintoja pystyy myös korjaamaan, jos kokee ne tehneensä virheen. Kilpailun toisessa osassa hyväksytään vain yksi lähetetty vastaus, jossa käyttäjä on valinnut yhteensä yhdeksän pelaajaa kolmesta ottelusta.

### 5.3.2 Varavaihtoehtoja

Koska en itse osaa koodata konseptisuunnitelmani mukaista kilpailua, selvitin erilaisia mahdollisuuksia luoda kilpailu kolmannen osapuolen ohjelmalla. Pohdin jo ennen kun koodaaja oli löytynyt vaihtoehtoisia tapoja tehdä kilpailu Wordpress-julkaisujärjestelmän lisäosalla (plug-in), tai muulla työkalulla. Koska kilpailua ei ollut varsinaisesti budjetoitu Itä-Länsi-tapahtuman budjettiin, hain ensisijaisesti ilmaisia tai halpoja ratkaisuja rakentaa verkkolomaketyylinen kilpailu.

Ominaisuudet, jotka verkkolomakkeen rakennustyökalulla tuli vähintään olla, olivat edullisuus tai maksuttomuus, mahdollisuus muokata lomakkeen ulkoasua, mahdollisuus lisätä paljon tietoja listoina (pelaajaluettelot) ilman rajoituksia ja jonkinlainen kätevä tapa kerätä tietoa käyttäjiltä. Lisäksi olit tärkeää, että lomakkeella pystyi olemaan yhteydessä käyttäjiin vastausviestillä tai palautteella heti lomakkeeseen vastaamisen jälkeen. Lisäksi lomakkeeseen piti olla lisättävissä pelillisiä elementtejä kuten etenemisen seurantapalkki, erilaiset palautemuodot valinnoista, ja mahdollisesti jonkinlainen pistejärjestelmä tai ainakin mahdollisuus lisätä kuvia ansiomerkeiksi. Lopputuloksen tuli olla käytettävyydeltään korkealuokkainen, ja käyttäjäkokemuksen ilahduttava.

Aloin selvittämään aluksi minkälaisia mahdollisuuksia on luoda kyseinen kilpailu Wordpressin lisäosilla. Lisäosat ovat Wordpressin sisällönhallintajärjestelmään integroitavia ohjelmia ja ohjelmistoja, joilla pystyy luomaan erilaista sisältöä. Etsin ennen kaikkea lisäosia, joihin pystyisi lisäämään kuvia tai muita elementtejä, joilla ulkoasuun saisi persoonallisuutta. Päävaatimukseni oli kuitenkin se, että Nielsenin (2012) käytettävyystekijät täytyisivät edes osittain. Kilpailu ei voinut olla vaikeaselkoinen. Sen piti olla nopeasti täytettävissä. Siihen tuli saada lisättyä virheilmoituksia, mikäli käyttäjä tekisi jotain väärin. Vaikka perusosiltaan verkkolomakkeen tuli olla yksinkertainen, halusin että

siitä oli mahdollista tehdä persoonallinen, vaikka käyttäjät olisivatkin käyttäneet vastaavalla ohjelmalla luotuja lomakkeita aikaisemmin.

Testasin alkuun maksuttomia Wordpressin lisäosia, kuten Form Maker, Contact Form 7 ja Ninja Forms. Kaikissa lisäosissa oli helposti tutustuttava käyttöliittymä, mutta valmiisiin lomakkeisiin ei ollut mahdollista lisätä juuri pelielementtejä, tai parantaa itse käytettävyyttä. Form Maker, Ninja Forms ja Contact Forms 7 -ohjelmistoihin oli mahdollisuus lisätä CSS-tyylejä, ja näin muokata ulkoasua, mutta oma HTML/CSS -osaamiseni on melko suppeaa, joten en hyötynyt näistä ulkoasun muokkaamisen mahdollisuuksista. Kävin ohjelmistot läpi yksi kerrallaan ja tein niistä muistiinpanoja.



Kuvio 10. Sivun muistiinpanoista. Erilaisten web form -työkalujen vertailua. Kirjoittajan kuva.

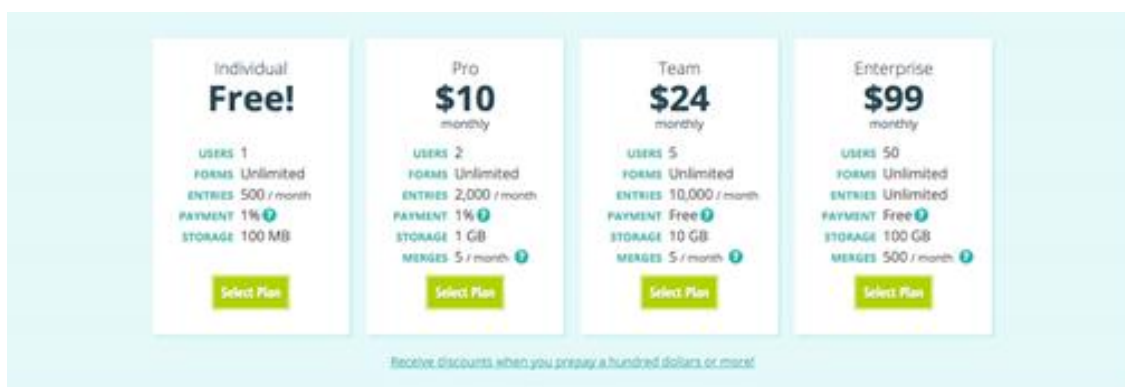
Hylkäsin Form Maker -lisäosan sen kankeuden ja heikohkon käyttöliittymän vuoksi. Vaikka lomakkeeseen oli mahdollista lisätä erilaisia monipuolisia elementtejä, pidin tietojen syöttämistä lomakkeeseen hitaana. En saanut lisättyä Form Maker:lla tehtyyn lomakkeeseen rajoituksia valintoihin. Form Maker -lisäosasta oli tarjolla myös maksullinen versio, jolla lomakkeen kokoaminen olisi voinut olla jouhevampaa. Koska olin päättänyt jättää maksulliset versiot vertailun ulkopuolelle, en selvittänyt mitä hyötyjä maksullinen versio olisi tarjonnut.

Tutkin seuraavaksi Ninja Forms -nimisen ohjelman ominaisuuksia. Toisin kuin Form Makerissa, käyttöliittymä oli melko nopeakäyttöinen ja helppo opetella. Lisäksi lomakkeeseen oli mahdollista lisätä matemaattisia yhtälöitä, joiden avulla valintojen laskeminen olisi ollut helppoa. Tein testilomakkeeseen kentän, jossa näkyy valintojen määrä, joka käyttäjällä on jäljellä. Varsinaista 13 pelaajan rajoitusta ei voinut tehdä. En saanut myöskään Contact Form 7 -ohjelmalla luotua kunnollisia kilpailulomakkeita samoista syistä: lomakkeisiin oli hankala lisätä rajoituksia valinnoille, eikä ulkoasua voinut muokata helposti niin, että lomakkeesta olisi saanut persoonallista. Contact Form 7 -ohjelman etu on täysi maksuttomuus. Lisäksi ohjelmaan on saatavana lisäosia, joilla esimerkiksi kilpailuvastausten ja ulkoasun muokkaus on tehty käteväksi. Ohjelman ydinongelma on kuitenkin siinä, että siitä puuttuu oleelliset ominaisuudet, joita tarvitsin kilpailua varten. Lisäksi ohjelma käyttää omaa koodikieltään, jonka vuoksi sen opettelu vei alkuun aikaa. Erinomainen ominaisuus oli se, että ohjelman lähettämään sähköpostiin käyttäjälle oli mahdollisuus sisällyttää käyttäjän lomakkeessa tekemät valinnat. Näin käyttäjä pystyisi tarkastelemaan valintojaan kootusti vielä osallistumisen jälkeen.

Koska en löytänyt kunnollista Wordpressin lisäosaa, jolla olisin voinut luoda varavaihtoehtoon, aloin tutkimaan erilaisia selainpohjaisia ratkaisuja. Kaikki tällaiset ratkaisut vaativat luomaan tilin palveluihin. Testasin tällaisia palveluja noin kymmentä, joista vain muutama oli käyttökelpoinen. Cognito Forms on itsenäinen ohjelma, josta on saatavana myös lisäosa Wordpressiin. Kilpailulomakkeen luominen oli ohjelmalla jouhevaa, mutta käyttö kaatui samoihin ongelmiin kuin edellä mainitsemisissä ohjelmissa: ulkoasusta ei saa tarpeeksi persoonallista, eikä valintojen rajaaminen onnistu. Tämä tuntui olevan perisynti lähes kaikissa vastaavanlaisissa ohjelmissa. Uskon, että syy on siinä, että kaikki ohjelmat on tehty siihen tarkoitukseen, että käyttäjät pystyvät suorittamaan yksinkertaisia valintoja ja olemaan yhteydessä lomakkeentarjoajaan, mutta varsinaista kilpailukäyttöä ohjelmat eivät tarjoa.

Askel parempaan suuntaan oli Jotform-niminen selainpohjainen ohjelma, jolla pystyin luomaan nopeasti erilaisia malleja kilpailulomakkeesta. Jotformin käyttö oli sulavaa ja tehokasta. Lomakkeisiin pystyi laittamaan hyvin rajoituksia, ja virheilmoituksia. Erityisen hyvin Jotform tarjosi sähköpostivastauksia ja palautteita käyttäjän toiminnoista. Verkkolomake oli mahdollisuus myös sivuttaa useisiin osioihin, jonka myötä sillä pystyi toteuttamaan joko miesten tai naisten Superpesis-sarjoista koostetun Unelmajoukkueen helposti.

Jotformin kuten muidenkin Wordpressin ulkopuolisten ohjelmien suurin käyttöeste on maksullisuus. Ohjelmat tarjoavat ilmaisversioita, mutta niiden käyttö on rajoitettua, koska ohjelmien tarjoajat pyrkivät siihen, että käyttäjät ostaisivat maksullisia versioita. Useassa palvelussa kuten Ninja Forms, Cognito Forms, Typeform, Wufoo ja Jotform oli tarjolla maksullinen kuukausittainen tilaus eri kategorioissa. Esimerkiksi Cognito Formsin ilmaisversiossa pystyy tekemään rajattomasti lomakkeita, mutta käyttäjät voivat täyttää niitä vain 500 kuukaudessa. En pystynyt käyttämään tällaista palvelua, koska en osaa ennalta arvioida monta ihmistä kilpailuun osallistuu. Luku voi olla melkein mitä vaan yhden ja reilun 14 000 väliltä. Hinnoittelu oli samankaltainen eri ohjelmissa. Ilmaissella versiolla pääsi tutustumaan ohjelmaan ja sen ominaisuuksiin, ja sitä pystyi käyttämään pieneen kyselyyn, mutta isompi kilpailu vaati jo maksullista versiota. Kuukausittaiset hinnat eivät olleet eri vaihtoehdoissa päätähuimaavia, mutta omaan käyttöni olisin tarvinnut useassa palvelussa kaikista kalleimman version. Vaikka hinnoittelu oli kuukausittaista, osassa palveluita tuli maksaa koko vuosi ennakoon.



Kuvio 11. Cognito Forms -ohjelman hinnoitteluvaihtoehdot (Cognito Forms 2016).

Koska löysin vain muutamia käyttökelpoisia ratkaisuja, ja niiden suurempi jatkotutkimus kariutui usein maksullisuuteen, aloin selvittämään pelkästään ilmaisia palveluita. Maksuttoman ja käyttökelpoisen yhtälö oli kuitenkin vaikea ratkaista. Ilmaiset verkkolomakkeen rakentamiseen tarkoitetut ohjelmat ovat usein suppeita tai niistä puuttuu ominaisuuksia, joita maksullisuudella pystytään tarjoamaan.

En ollut kokeillut Googlen omaa verkkolomake-ohjelmaa Google Formsia ennen kuin aloin selvittämään erilaisia mahdollisuuksia luoda kyselyitä. Koska kyseessä on kuitenkin maksuton ohjelma käytännössä samaan tarpeeseen, kuin mitä olin etsinyt, aloin kokeilla millaisia lomakkeita Google Formsilla saisi luotua. Sain vahvistusta käsitykselleni Google Formsin käytettävyydestä kun huomasin, että Yle Urheilu käyttää ohjelmaa

omissa kilpailuissaan. Ylen urheilusivustolla on ollut kuluvana keväänä avausmaali-veikkaus ennen jalkapallon Mestarien liigan otteluita. Yle julkaisee veikkaukilpailun normaalisti pelipäivän aamuna, ja ilmoittaa voittajan ottelun jälkeen. Palkinnoksi voittajalle lähetetään virallinen pelipallo.

Olen osallistunut Yle Urheilun avausmaali-veikkaukseen useasti sekä desktop-tietokoneella, että mobiililaitteilla. Pidän siitä miten helppo sekä miellyttävä kokemus kilpailuun vastaaminen on. Kilpailun säännöt on selostettu lyhyesti ennen varsinaisen verkkolomake-osan alkua. Kilpailija valitsee ensin pudotusvalikosta maalin syntyajan. Vaihtoehtoina on jokainen minuutti jalkapallo-ottelun pituudesta, eli 90 minuutista. Tämän jälkeen valitaan maalintekijä pudotusvalikosta ja annetaan yhteystiedot. Koska kyseessä on oikeastaan arvaamiskilpailu, lomake on täytetty noin minuutissa. En ole koskaan jäänyt pohtimaan arvausta pitkäksi aikaa. Korkeintaan aikaa menee pohties- sa, kuka on avausviisikon hyökkääjä, ja voisi olla mahdollinen avausmaalin tekijä.

Kuvio 12. Yle Urheilun Google Formsilla koostettu Mestarien liiga-kilpailu (Yle Urheilu 2016).

Mielestäni Google Forms on erinomainen alusta tämänlaiselle lyhytikäiselle kilpailulle. Aloin selvittämään tässä vaiheessa olisiko Google Formsista myös Unelmajoukkuekilpailun varavaihtoehdoksi. Vaikka Google Formsiin saa asetettua huomautuksen, mikäli käyttäjä valitsee enemmän kuin 13 pelaajaa, on tiedon asettelu tehty hieman hankalaksi. Google Formsissa on erinomaista lomakkeen käyttäjätietojen kerääminen. Ohjelma kerää kaikki vastaukset yhdeksi Googlen Sheets-taulukkolaskentaohjelman tiedostoksi. Lisäksi Google tarjoaa erilaista tilastografiikkaa vastauksista, joista on

helppoa seurata miten eri käyttäjät ovat kyselyyn vastanneet. Google Formsiin on saatavana lisäksi erilaisia lisäosia, joilla voi lähettää esimerkiksi vahvistussähköpostin käyttäjän ilmoittamaan osoitteeseen.

Kun olin tutkinut erilaisten Wordpress-lisäosien sekä muiden ohjelmien käytettävyyttä Itä–Länsi-kilpailua varten, aloin tekemään rajausta siitä, millä ohjelmalla kilpailu toteutettaisiin, mikäli alkuperäistä konseptisuunnitelman mukaista kilpailua ei pystyttäisi toteuttamaan. Koska mikään selvittämistäni ratkaisuista ei ollut suunniteltu tarkoitukseeni, eli 13 hengen joukkueen valintaan, muokkasin kilpailun sääntöjä hieman varavaihtoehtoa varten. Valitsin varavaihtoehdon alustaksi Google Formsin, koska Googlen työkaluna se toimii varmasti tällaiseen tarkoitukseen, sitä käytetään laajalti, ja siitä on tehtävissä joustavasti käytettävä, hieman pelillistetty ja miellyttävä kokemus käyttäjille.

Muokkasin alkuperäisen kilpailun sääntöjä varavaihtoehtoon. Sen sijaan, että käyttäjä valitsisi miesten 14 joukkueen tai naisten 11 joukkueen pelaajistoista yhden 13 hengen Unelmajoukkueen, hän voi valita Unelmajoukkueeseensa yhden suosikkipelaajansa jokaisesta joukkueesta. Tämä siksi, koska kilpailu toteutettavissa näin Google Formsilla paljon paremmin. Näin miesten Superpesiksen joukkueen koko on 14 pelaajaa ja naisten 11. Pääpiirteissään säännöt pysyvät samoina kuin konseptisuunnitelmassa. Voittajat valitaan yhä sen perusteella kenellä on joukkueessaan eniten todellisia Itä–Länsi-valintoja. Kilpailun toisessa osassa valitaan myös Google Formsilla kolme pelaajaa jokaisesta ottelusta.

#### 5.4 Kilpailun elementtien tutkimus

Etenin suunnitteluprosessissa seuraavaksi niin, että kun olin selvittänyt erilaisia vaihtoehtoja luoda verkkolomakkeita, aloin valitsemaan ja tutkimaan niistä elementtejä, joita halusin lisätä oman konseptisuunnitelmani kilpailuun. Tein aluksi muutamalla ilmaisella ohjelmalla prototyypiversion, ja testautin sitä testiryhmällä, jonka jäsenet olivat urheilutoimittajia tai muuten pesäpallosta perillä olevia henkilöitä. Halusin ennen kaikkea selvittää, miten testaajat haluavat käyttää erilaisia elementtejä, kuten valintaruutuja ja pudotusvalikkoja. Lisäksi hain testeissä vastauksia siihen, kuinka nopeasti testaajat vastaavan lomakkeen täyttävät. Käyttäjätestauksen perusteella aloin ottamaan erilaisia elementtejä mukaan konseptisuunnitelmaan. Koska toteutin testit yksinkertaisilla Wordpressin lisäosilla ja muilla ohjelmilla, en pystynyt testaamaan juurikaan pelillisyyttä tai pelillisten elementtien tehoa kilpailussa. Nopea testauskierto liittyy iteroivaan suun-

nitteluun. Rubinin ja Chisnellin (2008, 28) mallin mukaan pyrin etenemään nopeasti, ja löytämään tarvitsemi ominaisuudet lyhyellä testausvälillä.

#### 5.4.1 Prototyypillä liikkeelle

Koostin erilaisia prototyyppejä neljällä erilaisella ohjelmalla. Käytin prototyyppien luomiseen Wordpressin Contact Form 7 ja Ninja Forms -lisäosia sekä Jotform ja Google Forms -ohjelmia, joiden lomakkeet upotin omassa webhotellissani sijaitsevalle sivustolle, jonka sisällönhallintajärjestelmä on Wordpress. Ensimmäisen testin tein niin, että testattavat täyttivät kilpailulomakkeen itsenäisesti omalla ajallaan. Lähetin testilomakkeen testaajille linkkinä, ja he suorittivat sen itsenäisesti. Sain testin vastaukset itselleni sähköpostilla. Tässä vaiheessa minulla oli mukana neljä testaajaa. Pyrin ensimmäisissä testeissä selvittämään lähinnä, että missä muodossa testaajat pitävät tiedon esittelystä. Koska Unelmajoukkue-kilpailussa valitaan pelaajia useiden kymmenien pelaajien joukosta, tieto pitää olla jäsennehtynä järkevällä tavalla. Tein ensimmäisen testilomakkeen yksinkertaisena Contact Form 7 -lisäosalla. Laitoin lomakkeeseen miesten Superpesiksen joukkueet listaksi allekkain niin, että pelaajat sai valittua valintalaatikoiden avulla. Valintalaatikoilla tarkoitan valinnan vieressä olevia laatikoita, joihin tulee väri tai muu merkintä, kun kyseinen valinta on tehty (Kuvio 13). Valintojen jälkeen pyysin palautetta valintamuodon käytettävyydestä. Pyysin antamaan tekstipalautetta ja arvioimaan kuinka helppoa valintoja on tehdä asteikolla 1-5. Sain testaajien tekemät valinnat ja palautteen suoraan sähköpostiini. Ensimmäisen testin perusteella voin päätellä, että valintalaatikoita (checkbox) pidetään käteväenä tapana tehdä valintoja sekä desktop-näytöllä, että mobiililaitteella. Suurin palaute tuli siitä, etteivät käyttäjät tienneet kuinka monta valintaa he olivat jo tehneet. En selvittänyt ensimmäisessä testauksessa kuinka kauan aikaa testaajilla kului testin tekemiseen.

Seuraavaksi testasin Ninja Forms -ohjelmaa. Pelaajavalinnat tehtiin yhä valintalaatikoista, mutta tällä kertaa olin laittanut mukaan laatikon, joka laskee käyttäjän jäljellä olevat valinnat. Tässä vaiheessa tein testausta paikan päällä samassa tilassa testaajien kanssa. Tämän metodin malli oli arvioiva testaaminen (Rubin & Chisnell 2008, 35). Ninja Formsin valintalaatikoita pidettiin lähes yhtä käytettävänä kuin Contact Form 7:ssa. Valintojen laskemista pidettiin suurena parannuksena. Testaajien mukaan kilpailussa on oleellista tietää, monta valintaa on vielä jäljellä. Sekä ensimmäinen Contact Form 7 -testi että Ninja Formsilla luotu testauslomake olivat käyttäjien mielestä siitä hankalia, että kaikki tieto oli jäsennehty yhdelle sivulle. Tämä vaatii erityisesti mobiilissa



paljon ylös- ja alaspäin rullaamista, mitä pidettiin hieman ärsyttävänä. Pyrin poistamaan tällaisen ominaisuuden sekä konseptisuunnitelmasta että varavaihtoehdosta. Valmiiseen tuotteeseen saattaa tulla jonkin verran rullaamista, mutta pyrin pitämään sen minimissä.

The image shows two versions of a contact form for 'ITÄ-LÄNSI UNELMAJOUKKUE!'. The left version is a standard web form with a white background and blue accents. It features a logo at the top, a title, and instructions to select up to 13 players. The form includes input fields for name, phone number, and email, and a list of player names under the heading 'MIESTEN SUPERPESIS Alajärvi'. A 'LÄHETÄ' button is at the bottom. The right version is a mobile-optimized form with a solid blue background and white text. It has a similar title and instructions, but the player selection is done via a grid of radio buttons. It also includes a 'LÄHETÄ' button.

Kuvio 13. Contact Form 7:n (vasemmalla) ja Ninja Forms -lisäosien vertailua. Kirjoittajan ruutu-kaappaus.

Kolmannen testauksen tein viiden hengen ryhmälle, jotka testasivat Google Forms ja Jotform -ohjelmilla luotuja kaavakkeita. Metodini oli käytettävyydestä. Pyrin selvittämään kuinka helppokäyttöistä kyseisiä lomakkeita oli täyttää. (Chesnut & Nichols 2014, 223.) Google Forms -lomakkeeseen olin tehnyt joukkueet niin, että pelaajat valittiin pudotusvalikoista, ja pelaajia valittiin vain yksi joukkuetta kohden. Jotform-ohjelmassa kaikki pelaajat olivat edelleen listoina valittavissa valintalaatikoista, mutta sain lomakkeeseen mukaan rajoituksen, jolla pelaajia pystyi valitsemaan täsmälleen 13 pelaajaa. Tässä testauksessa olin jaotellut valinnat usealle sivulle. Avaussivulla käyttäjät antoivat yhteystietonsa, ja tekivät päätöksen äänestäkö miesten vai naisten Superpesiksen pelaajia joukkueeseen. Valinnan perusteella käyttäjät saivat valita seuraavaksi pela-

jat. Jotformissa kaikki pelaajat olivat yhtenä listana (valintalaatikot). Google Formsissa olin jakanut myös valinnat kahdelle sivulle (pudotusvalikot). Ensin valinnat tehtiin lännen joukkueista, ja seuraavalla sivulla idän joukkueista. Lopulta valinnat lähetettiin eteenpäin, ja käyttäjä sai palautteen osallistumisestaan. Palauteteksti oli ”Olemme vastaanottaneet Unelmajoukkueenne! Paljon kiitoksia osallistumisesta”. Enemmistö testaajista piti pudotusvalikkoa parempana tapana valita pelaajia kuin valintalaatikkoja. Etenkin mobiilissa tämä valintamuoto koettiin paljon parempana.

Kuvio 14 näyttää kahden eri lomakkeen, jotka on jaettu usealle tasolle. Vasemmalla on Jotform-lomake, jossa on otsikko 'Unelmajoukkue!' ja teksti 'Valitse oma Unelmajoukkueesi miesten TAI naisten Superpesiksestä ja voita liput Itä-Länteen!'. Lomakkeella on kentät nimen, sähköpostin ja puhelinnumeron täyttämiseksi. Oikealla on Google Forms-lomake, jossa on otsikko 'ITÄ-LÄNSI UNELMAJOUKKUE' ja teksti 'KASAA OMA UNELMAJOUKKUEESI MIESTEN TAI NAISTEN SUPERPESIKSEN PELEJÄSTÄ, JA VOITA LIPUT KOUVOLAN ITÄ-LÄNSI -TÄHTIYKSEKSI!'. Lomakkeella on kentät nimen, numeron ja sähköpostin täyttämiseksi. Molemmilla lomakkeilla on valintalaatikot ja pudotusvalikot.

Kuvio 14. Jotformin ja Google Formsin testausta. Lomakkeet on jaettu usealle tasolle. Kirjoittajan ruutukaappaus.

Käyttäjätestauksen perusteella selvisi, että pudotusvalikko, josta pystyisi valitsemaan valintalaatikoiden tapaan useita pelaajia kerralla, olisi paras vaihtoehto Unelmajoukkue-kilpailuun. Lomakkeessa näkyvissä olevaa listaa pelaajista pidettiin hyvänä tapana valita pelaajia, mutta paras ratkaisu olisi selkeästi, jos lista ei olisi automaattisesti näkyvissä, vaan sen saisi esiin valitsemalla pudotusvalikko-symbolia. Joukkueiden logoja toivottiin joukkueiden yhteyteen. Se lisäisi selkeyttä valitsemiseen.

Tärkeäksi koettiin myös jäljellä olevien valintojen määrä. Kun testaaja tiesi monta valintaa oli jäljellä, hänen ei tarvinnut ajatella sitä jatkuvasti. Jotform-lomakkeessa jäljellä olevien valintojen määrä ei ollut esillä, vaan lomake herjasi mikäli käyttäjä oli valinnut liikaa tai liian vähän pelaajia. Google Formsilla luodussa lomakkeessa valittiin vain yksi

pelaaja jokaisesta joukkueesta. Palauteviesti tuli, mikäli testaaja yritti siirtyä seuraavalle sivulle ilman, että oli tehnyt valintaa jostain joukkueesta. Palauteviesti näkyi punaisella tekstillä kyseisen pudotusvalikon alapuolelle. Tätä pidettiin paljon selkeämpänä keinona ilmoittaa puuttuvista valinnoista, kuin Jotformissa ja muissa testattavissa ohjelmissa.

Käyttäjät arvostivat myös eri tasoille jaettua lomaketta, koska tämän vuoksi lomaketta ei tarvinnut rullata alaspäin paljoakaan. Eri tasoille jaettu lomake tuo mukaan myös pelillisiä elementtejä, koska käyttäjän tulee tehdä valinnat ensin yhdeltä sivulta päästäkseen seuraavalle. Google Forms:ssa on mukana automaattisesti etenemispalkki, joka kertoo kuinka monta prosenttia lomakkeesta on suoritettu. Tätä pidettiin hyvänä lisänä, koska testaajan ei tarvinnut arvata kuinka pitkällä hän on vastaamisessa. Ominaisuudet, joita käyttäjät toivoivat kilpailuun, olivat jakamisen mahdollisuus sosiaalisessa mediassa sekä mahdollinen kooste, josta näkisi mitä muut ovat valinneet joukkueisiinsa.

Testaaminen antoi minulle vahvistusta siitä, millaisia valinta-elementtejä halusin tuoda konseptisuunnitelmaani. Varmistuin myös siitä, että minun kannattaa luoda kilpailun varavaihtoehto Google Forms -ohjelmalla. Käyn seuraavassa läpi elementtejä, jotka aion ottaa mukaan konseptisuunnitelmassani. Seuraavassa luvussa käyn läpi konseptisuunnitelman suunnitteluprosessin.

#### 5.4.2 Erilaiset verkkolomake-elementit

Käyttäjätestauksen perusteella minulle vahvistui kuva siitä, että erilaiset valintalaatikat tai pudotusvalikko on kätevä ja tunnistettava tapa tehdä valintoja internet-sivustolla. Tällaiset elementit ovat nopeasti tunnistettavissa, tai opittavissa jos aikaisempaa kokemusta vastaavista elementeistä ei ole. Vaikka tarkoitukseni on tehdä kilpailusta enemmän pelinomainen pelkän pelaajien valitsemisen sisään, uskon, että tietynlaiset tutut elementit täytyy pitää mukana suunnittelussa. Jos alan miettimään uudenlaisia tapoja tehdä valintoja, väärinkäsityksen riski saattaa kasvaa ja kilpailusta voi tulla jopa äärimmäisen epäkäytettävä, jolloin yksilön kyky suorittaa tehtäviä kärsii (Reiss 2012, 19).

Selvitin erilaisia valintamahdollisuuksia valintalaatikoista radiopainikkeisiin ja pudotusvalikoihin. Koska pelaajat on tuotava esiin joukkueittain listoina, on kenties käyttäjille helpointa, jos jokaisen joukkueen logon tai nimen alta avautuisi pudotusvalikko, jossa

voi tehdä yhden tai useamman valinnan. Jakob Nielsen (2004) opastaa, että radiopainikkeita tulisi käyttää vain, jos haluaa, että käyttäjä tekee yhden valinnan. Koska missään osassa omaa kilpailuani ei ole pakollista tehdä vain yhtä valintaa, hylkäsin radiopainikkeen käytön. Valintalaatikolla käyttäjä voi valita nolla, yhden tai useamman valinnan, joten tällainen elementti toimii mielestäni erityisesti pelaajien valinnassa.

Varavaihtoehdossani Google Formsissa käyttäjät tekevät yhden valinnan jokaisesta joukkueesta. En kuitenkaan ottanut huomioon radiopainikkeen käyttöä, koska silloin pelaajat pitäisi esitellä listana, joka tekisi lomakesivusta rullattavan, mikä lisää ärsyttävyyttä. Tein konseptisuunnitelmaani valintalaatikkoa ja pudotusvalikkoa yhdistelevän ratkaisun. Valinnassa käyttäjä valitsee ensin pudotusvalikko-painikkeesta tai vastaavasta listan auki. Tämän jälkeen käyttäjä valitsee haluamansa pelaajat valintalaatikko-tyyliin. Listan saa suljettua valitsemalla sen alaosassa olevasta valinnasta ”valmis” (Kuvio 18). Muut verkkolomakkeista tutut elementit ovat tekstilaatikot, joissa käyttäjät antavat yhteystietonsa. Erilaisia versioita selaillessani, tulin siihen johtopäätökseen, että kaikista parhaat yhteystietolaatikot ovat sellaisia, joissa on maininta siitä missä muodossa yhteystiedot tulee antaa. Tällöin käyttäjän ei tarvitse pohtia pitääkö yhteystietoihin antaa etunimi ensin, ja sitten vasta sukunimi. Lisäksi käyttäjä voi miettiä pitääkö puhelinnumero antaa kansainvälisessä muodossa +358 vai riittääkö pelkkä nolla suuntanumeroksi. Lisäsin omaan lomakkeeseeni yhteystietolaatikoiden ylle pääotsikon, ja alapuolelle tai laatikon sisään niin sanotuksi haamutekstiksi selosteen. Nimeä kysyttäessä seloste on: etunimi, sukunimi. Puhelinnumeralaatikossa se on numeron suomalainen suuntanumero (+358). Sähköpostilaatikossa selostetta ei välttämättä tarvita, koska ihmisten sähköpostiosoitteet ovat erilaisia. Ne eivät esimerkiksi ole aina muotoa etunimi.sukunimi@sähköposti.fi.

Lomakkeista tuttu elementti, ja yksi tärkeimmistä on submit eli lähetä-painike. Koska tämä painike lopettaa käyttökokemuksen, sen täytyy olla erityisen selkeästi esillä. Käskymuoto ”Lähetä” on normaalisti lähettämispainikkeiden tekstinä vastaavanlaisissa kilpailuissa. Lisäksi lähetä-painike kannattaa muotoilla eri tavalla kuin muut sivun mahdolliset painikkeet. Tämä vähentää riskiä siitä, että käyttäjillä jäisi arvailun varaan mitä painikkeen valitseminen tarkoittaa.

Harkitsin lähetä-painikkeen viereen myös mahdollista tyhjennä kentät (clear) -valintaa, jolla käyttäjän tekemät valinnat ja tiedot nollattaisiin. En usko, että tämä on pakollinen koska, normaalisti sivun uudelleenpäivitys ilman lähetä-painikkeen valitsemista tekee

vastaavan asian. Halusin myös, että kilpailuun tulee mahdollisuus vaihtaa valittuja pelaajia kesken kilpailulomakkeen täyttämisen. Mikään valinta ei saisi olla lopullinen ennen kuin pelaaja on valinnut tietojen lähettämisen eteenpäin.

#### 5.4.3 Pelilliset elementit

Minulle alkoi muotoutua vähitellen prosessin edetessä kuva siitä millaisia pelillisiä elementtejä halusin tuoda mukaan kilpailuun. Koska kilpailusta ei ollut tarkoitus tehdä varsinaista peliä, aloin listaamaan peleistä tuttuja elementtejä, joita olin lähteiden avulla tarkastellut kappaleessa 3.2. Sain ohjaajaltani Tero Marinilta vinkin tehdä kilpailusta niin sanottu karttapeli, jossa käyttäjä etenisi pitkin Superpesis-paikkakuntia valiten pelaajia, ja lopulta kasassa olisi Unelmajoukkue. Aloin pohtimaan tämän ehdotuksen pohjalta tietynlaista tasojäsen sisältävää peliä, jossa edettäisiin yhdestä paikasta seuraavaan.

*Unelmajoukkue!*

Valitse miesten tai naisten Superpesiksen joukkueita oma 11 pelaajan UNELMAJOUKKUEESI ja voita liput Korvoon! Itä-Länsi-otteluhin 1.3.7.2016

■ LÄNSI  
■ ITÄ

UNELMAJOUKKUEENI

Etunimi, sukunimi

Puhelinnumero

Sähköpostiosoite

LÄHETÄ

Kuvio 15. Unelmajoukkueen varhaisen vaiheen Suomen kartta -version luonnos. Kirjoittajan ruutukaappaus.

Aloin tutkimaan aluksi Suomen karttaa ja sitä, miten joukkueet olisi mahdollista sijoittaa kartalle. Koska suurin osa joukkueista sijaitsee Suomen keskivälin eteläpuolella, tuli kartalle melko ahdasta. Päätin luopua tästä ideasta, kun selvisi vielä, että pari selkeästi lännen puolella pelaavaa joukkuetta (Kempele ja Oulu) siirrettiin tulevan kesän Itä-Länsi -koitoksissa Idän puolelle, jotta molemmille puolille saataisiin entistä tasaisempi määrä joukkueita (Liekola 2016).

Aloin pohtia kilpailua entistä enemmän fantasiapelien kaavalla. Edellä mainitsemani esimerkki Uefan Mestarien liigan fantasiapelistä toimii mielestäni hyvin. Jalkapallokentälle valitaan listalta pelaajia, ja valittu pelaaja näkyy kentällä seuran värisenä pelipaitana, jonka alapuolella on pelaajan nimi. Tästä sain seuraavan ideani. Ideoin, että kilpailun keskiössä voisi olla pesäpallokenttä, jonne pelaajia valittaisiin kentän vierestä idän ja lännen puolelta. Kentällä olisi aluksi 13 tyhjää paikkaa pelaajille. Kentälle valitut pelaajat näkyisivät kentällä niin, että keskiössä olisi seuran logo jonkinlaisessa laatikossa tai paidassa. Logon alapuolella lukisi valitun pelaajan nimi. Uskon, että tämänkaltainen pesäpallokenttäpohja toimii, koska kentän muoto on aina ollut samanlainen. Siinä on perinteikkyyttä, jota pesäpalloyleisö arvostaa (Kemppainen 2013, 39–40). Varsinaista pisteytysjärjestelmää kilpailuun ei kannata tuoda, koska kyseessä on enemmänkin äänestys kuin varsinainen fantasiapeli. Lisäksi eri pelaajia ei kannata pisteyttää, koska se asettaisi pelaajat eriarvoiseen asemaan pelissä ja ohjaisi varmasti käyttäjien valintoja.

Kun käyttäjä saisi pelaajavalinnat selkeiksi, kilpailu antaisi hänelle palautetta. Palautteessa olisi ansiomerkki, kuten pesäpallossa pelinjohtajan käyttämä viuhka. Mukana olisi teksti, jossa otetaan huomioon se onko käyttäjä valinnut enemmän pelaajia idän vai lännen puolelta. Mukana olisi maininta, jossa käyttäjää puhutellaan pelinjohtajana.

Lisäksi palautetta tulisi, jos käyttäjä yrittäisi valita yli 13 pelaajaa tai lähettää lomaketta ennen kuin 13 pelaajaa oli valittu. Pelikenttä toimii tavallaan etenemismittarina, koska siitä näkee välittömästi, montako pelaajaa kentälle on valittu ja montako on yhä valitsematta. Vaikka nämä pelilliset elementit olivat harkittuja, käyttäjät eivät välttämättä pidä niitä pelielementteinä (Müller, Silveira & Ziesemer 2013, 279).

Uskon, että Unelmajoukkue-kilpailua pystyy markkinoimaan erinomaisesti sosiaalisessa mediassa. Yksi pelillinen elementti on myös oman Unelmajoukkueen jakomahdollisuus somessa. Esimerkiksi jos käyttäjä huomaa kilpailun ensimmäistä kertaa Face-

book-seinällään, kun hänen ystävänsä on jakanut oman joukkueensa, se voi toimia houkuttimena koostaa oma joukkue kilpailussa. Pohdin tässä vaiheessa myös mahdollisuutta nimetä oma Unelmajoukkue. Päätin hylätä tämän idean, koska mukaan saattaisi tulla alatyylisiä ja kenties jopa laittomia nimiehdotuksia. Tuore esimerkki siitä, miksi internetissä ei kannata järjestää nimikilpailua on brittiläisen ympäristöntutkimusalueen internetissä järjestetty nimikilpailu (Guardian 2016). Eniten ääniä saanut nimiehdotus Boaty McBoatface ei miellyttänyt kilpailun järjestäjiä.

Pohdin tarkemmat tekstit, sääntöjen esiintuomisen ja muut opasteet, kun olin saanut kilpailun mekaniikan ja toiminnallisuuden suunniteltua.

Kun olin selvittänyt elementtejä, joita kilpailuun tulisi aloin koostaa konseptisuunnitelmaa. Olin pohtinut erilaisia ulkonäkövaihtoehtoja ja äänestyksen toiminnallisuutta. Käyn seuraavaksi läpi seikat, jotka otin suunnittelussa huomioon, ja miten lopputulos: konseptisuunnitelma muotoutui.

## **6 Konseptisuunnitelman koostaminen**

Aloin koostaa konseptisuunnitelmaa Adobe InDesign -ohjelmalla huhtikuussa. Olin tähän mennessä selvittänyt, mitä erilaisia lomake-elementtejä halusin tuoda kilpailuun, millaista käytettävyyteen pyrin ja millaisia pelillisiä elementtejä kilpailu tulisi sisältämään. Kun nämä tiedot olivat selvillä, aloin koostamaan itse konseptisuunnitelmaa.

Pyrin konseptisuunnitelmassa tuomaan esiin tarkan kuvauksen siitä, millainen Itä-Länsi-tapahtuman Unelmajoukkue-kilpailu pitäisi olla. Haluan, että kilpailun koodaaja saa konseptisuunnitelmalta hyvät lähtökohdat ja suuntaviivat lähteä rakentamaan teknistä toteutusta. Konseptisuunnitelma ottaa huomioon myös kilpailun käytettävyyden ja pelilliset elementit, joita kilpailu sisältää. Graafisen suunnittelun lopulliset ratkaisut jäävät koodaajan päätettäväksi koska koodaajalla on vahva graafisen suunnittelun tausta, ja oma osaamiseni sillä alalla ei ole yhtä laajaa. Pyrin tekemään hyvän konseptisuunnitelman, jonka voi pohjalta voi rakentaa hyvän toteutuksen. Rajaan konseptisuunnitelman niin, että vaikka se sisältääkin kilpailun vaatimat graafiset elementit, painikkeet ja pelilliset osat, se ei sisällä tarkkoja teknisiä mittoja, kaikkia teknisiä vaatimuksia tai tarkkaa responsiivisen suunnittelun mallia. Tämä rajaus on käytössä siksi, että uskon, että koodaaja pystyy tekemään paljon parempaa työtä, kun hänen työnsä ei ole asetettu liikaa teknisiä rajoitteita. En myöskään itse koe omaavani tarpeeksi sellaista am-

mattitaitoa tai tietoa teknisistä osista, että pystyisin niitä tarkasti konseptisuunnitelmas-  
sa määrittelemään.

Tein konseptisuunnitelman kokoamisen alussa listan siitä kaikesta tiedosta, mitä halu-  
sin sen sisältävän. Halusin toteuttaa suunnitelman niin, että kuka tahansa koodaaja  
taustasta riippumatta pystyisi sen perusteella luomaan koodin Unelmajoukkue-  
kilpailulle. Tein alkuun tarkistuslistan Miltonin ja Rodgersin (2011, 79–82) mallin mu-  
kaan. Tarkistuslista toimi tavallaan konseptisuunnitelman sisällysluettelona. Listasin  
kaikki ne asiat, jotka ajattelin olevan oleellisia konseptisuunnitelmassa. Vaikka lista  
vaikutti alkuun suurelta, siitä pystyi lopulta karsimaan epäolennaisia asioita pois. Halu-  
sin myös pitää konseptisuunnitelman selkeänä ja napakkana kuvauksena siitä, millai-  
nen lopullinen kilpailu tulee olemaan.

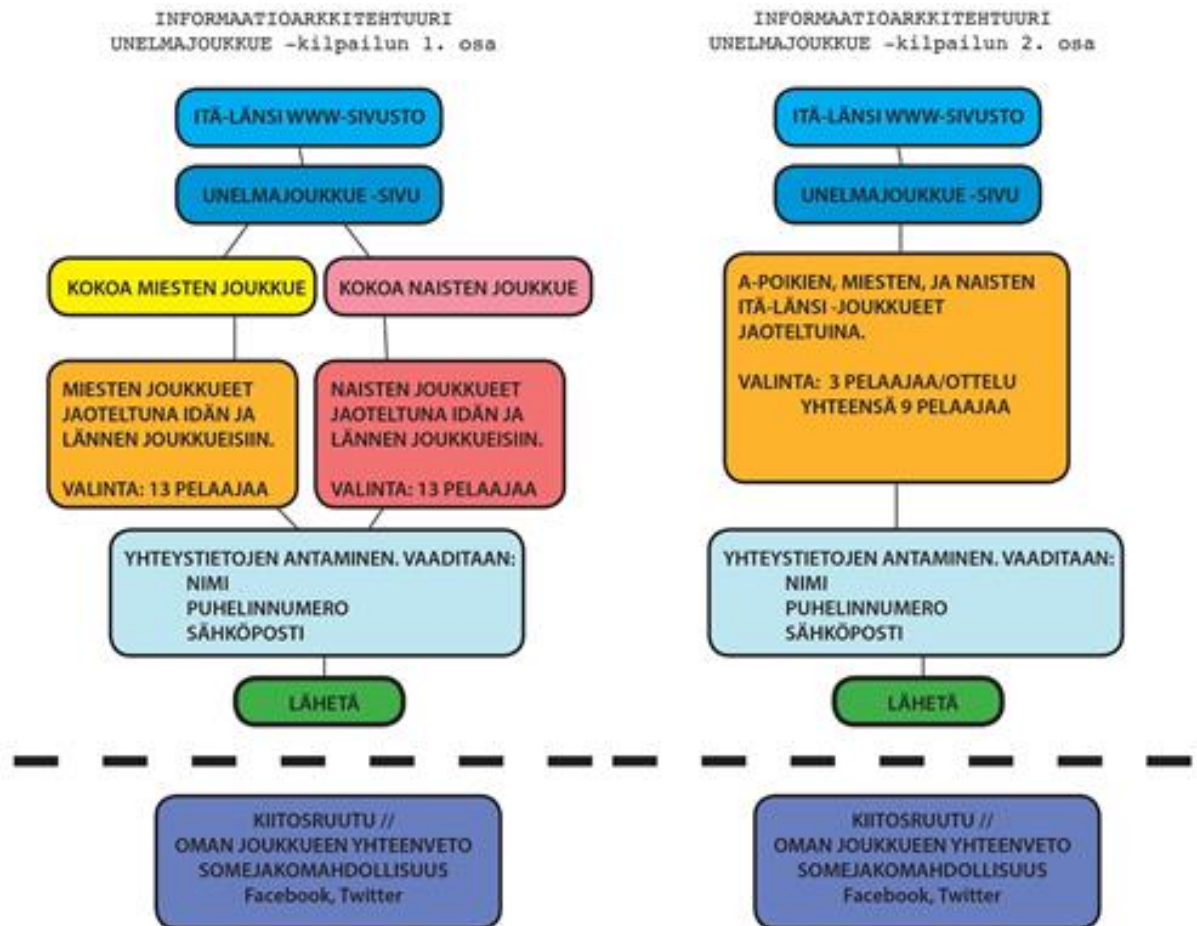
Listasin tarkistuslistalle:

1. Perustiedot Itä–Länsi-tapahtumasta ja joukkueet, joiden pelaajia kilpailussa vali-  
taan.
2. Kilpailun luomisen periaatteet ja miellekartan projektista.
3. Kilpailun eri osien informaatioarkkitehtuurin, eli kaaviot kuinka kilpailussa ede-  
tään.
4. Kilpailuun haluamani käytettävyyssperiaatteet.
5. Kilpailuun haluamani pelillisyyssperiaatteet ja elementit.
6. Kilpailun raudat, eli ulkoasun rautalankamallin.
7. Tarkan luonnoksen pelin ulkoasusta.
8. Idean siitä, kuinka kilpailu käyttäytyy responsiivisesti pienemmässä näytössä.
9. Tiedot, jotka kerätään käyttäjiltä ja jotka annetaan käyttäjille, sekä tiedot, jotka kil-  
pailun ylläpitäjä kerää käyttäjiltä.
10. Sosiaalisen median jakomahdollisuudet.
11. Analyysin kilpailun kohderyhmästä.
12. Loppuun esimerkkimalleja kilpailun eri osista ja elementeistä sekä tekstejä, jotka  
tulevat kilpailulomakkeeseen.

Taustoihin lisäsin perustiedot Itä–Länsi-tapahtumasta. Samoja tietoja olen listannut  
lukuun 2. Kilpailun periaatteina mainitsin käytettävyyden ja pelilliset elementit, joita kä-  
sittelen luvussa 3. Informaatioarkkitehtuurin rakensin jo kilpailun sääntöjen määrittäy-  
ssä maaliskuussa. Informaatioarkkitehtuuri noudattaa yksinkertaista kaavaa kaksiosai-  
sen kilpailun molemmissa osissa. Ensimmäisessä osassa käyttäjä tulee kilpailusivulle,



valitsee kokoako joukkueensa miesten vai naisten Superpesiksestä, kokoaa joukkueen, antaa yhteystietonsa ja lähettää tiedot eteenpäin. Tämän jälkeen käyttäjä voi vielä jakaa valintansa sosiaalisessa mediassa.



Kuvio 16. Kilpailun 1. ja 2. osan informaatioarkkitehtuuri. Kirjoittajan ruutukaappaus.

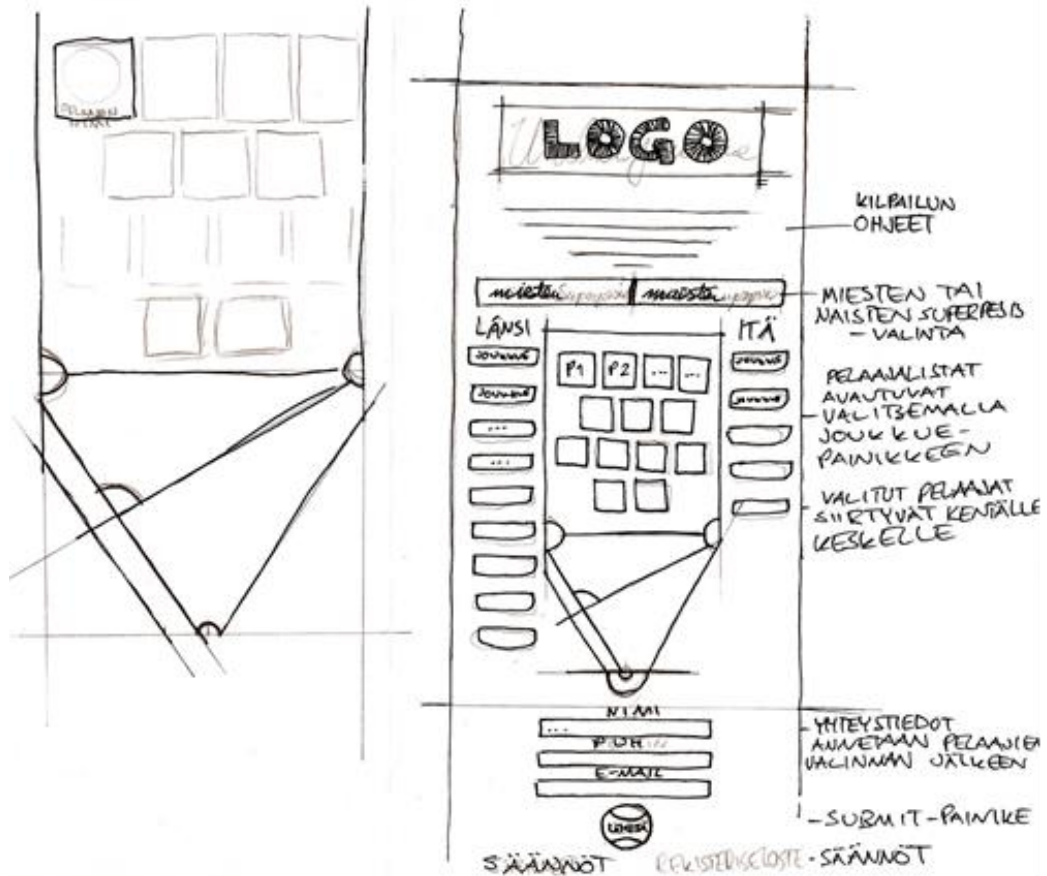
Kilpailun toisessa osassa käyttäjä toimii samalla tavalla, mutta sen sijaan, että valitsisi 13 pelaajan joukkueen, hän valitsee 3 omasta mielestään parasta pelaajaa A-poikien, naisten ja miesten Itä–Länsi-ottelujen kokoonpanoista. Yhteensä pelaajavalintoja tulee kilpailun toisessa osassa 9 (3+3+3). Jokaisessa oikeassa Itä–Länsi-ottelussa palkitaan kentän paras sekä kaksi muuta pelaajaa. Kilpailun voittaa se, kenen yhdeksän pelaajan listassa on eniten näitä todellisia palkittuja pelaajia.

## 6.1 Ulkonäkö ja toiminnallisuus

Alkaessani hiomaan ideaani kilpailua mallipiirroksista kohti valmista konseptisuunnitelmaa piirsin ensin paperille summittaisen mallin kilpailulomakkeesta. Näin pystyin pohtimaan, miten eri elementit sijoittuisivat kilpailulomakkeeseen. Olin alusta asti ollut sitä mieltä, että sivun yläosassa tulee olla joko Itä–Länsi-tapahtuman logo tai kilpailulle tehty oma logo. Tämän alle kannattaa sijoittaa muutaman rivin mittainen ohjeteksti siitä, miten kilpailulomake täytetään. Seuraavaksi sijoitetaan ensimmäinen valinta, eli se haluaako käyttäjä valita Unelmajoukkueensa miesten vai naisten Superpesisjoukkueista. Kun valinta on tehty, edetään pelikentälle, joka on aluksi tyhjä. Kentän vasemmalle puolelle sijoitetaan lännen joukkueet (koska länsi on ilmansuunnassa vasemmalla puolella). Idän joukkueet sijoitetaan samaan tapaan oikealle puolelle. Joukkueiden oheen tulevat seurojen logot ja jonkinlaiset pudotusvalikot, joista pelaajat on helppo valita. Pudotusvalikon tulee muistuttaa jotain verkkolomakkeissa yleisesti käytettyä pudotusvalikkovalintaa, koska haluan, että käyttäjät ymmärtävät heti mistä on kyse.

Kun käyttäjä valitsee pudotusvalikosta pelaajan tai useampia pelaajia, pelaajat siirtyvät kentälle niin, että laatikkoon tulee seuran logo ja sen alapuolelle pelaajan nimi. Kun käyttäjä on valinnut 13 pelaajaa, hänen Unelmajoukkueensa on valmis, ja hän voi antaa yhteystietonsa. Yhteystiedot sijoitetaan tekstilaatikoihin pesäpallokentän alapuolelle. Kun yhteystiedot on kirjoitettu, käyttäjä voi lähettää lomakkeen lähetä-painikkeella. Tämän jälkeen ruutuun tulee vielä yhteenveto pelaajan valitsemasta joukkueesta, jonka hän voi jakaa halutessaan sosiaalisessa mediassa eli ainakin Facebookissa ja Twitterissä.

Kilpailun säännöt tulee sijoittaa selkeään paikkaan niin, että käyttäjä voi halutessaan tutustua niihin ennen lopullisen kilpailulomakkeen lähettämistä. Olen sijoittanut säännöt omassa mallissani lähetä-painikkeen alapuolelle, mutta kuitenkin niin selkeään paikkaan, että ne on sieltä löydettävissä ja luettavissa ennen kuin tiedot lähetetään lopullisesti eteenpäin. Säännöt voi mielestäni myös kirjoittaa suoraan kilpailulomakkeen alapuolelle, kunhan asettelu on tehty siivosti. Normaalisti mukana on tarvittaessa rekisteriseloste, mutta tämä voi olla mielestäni pelkkä linkki Superpesiksen, Itä–Länsi-tapahtuman tai Kouvolan Pallonlyöjien rekisteriselosteeseen.

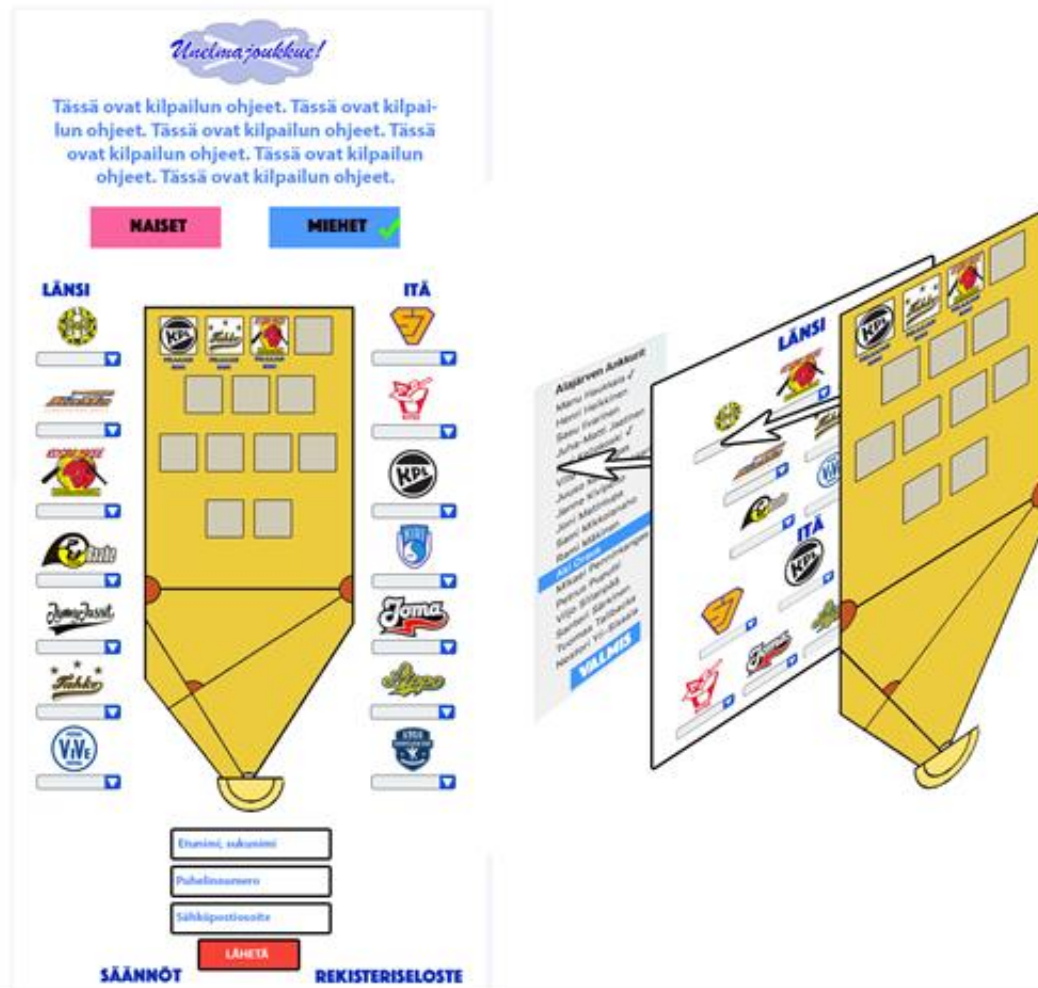


Kuvio 17. Varhainen luonnos pesäpallokenttä-mallisesta Unelmajoukkue-kilpailusta. Kirjoittajan piirros.

Kuvassa 15. näkyy rautalankamalli Unelmajoukkue-kilpailun piirrosversiosta. Malli on tehty desktop-näyttöä ajatellen sillä joukkueet sijaitsivat kentän molemmin puolin. Uskon, että mobiiliversioon joukkueet tulee siirtää joko kentän yläpuolelle tai muulla tavoin. Pesäpallokentän mitat on tehty piirroksessa summittaisesti. Kenttää kilpailuun piirtäessä ei täydy pohtia tarkkoja kentän mittoja, sillä pesäpallokenttä on tunnistettavissa summittaisellakin luonnostelulla. Pelaajat voi jakaa kentälle riveihin 4-3-4-2 -tyylillä, tai 4-4-4-1 niin, että yhdelle riville tulee maksimissaan neljä pelaajaa. Tällä asetelulla ei ole niin väliä, koska toisin kuin jalkapallossa, pelaajat eivät muodosta pesäpallokentällä muodostelmia.

Kun olin luonnostellut kilpailun summittaisen version, aloin koostamaan Adobe Photoshopilla tarkempaa versiota kilpailun ulkonäöstä. Halusin pitää kilpailun värimaailman suhteellisen yksinkertaisena. Koska minulla ei ole paljon graafikkotaustaa, halusin jättää osan tämänlaisista päätöksistä web-graafiikan hallitsevalle koodaajalle. Tein tarkkaan versioon väriratkaisut niin, että ne erottaisivat tietyt elementit selkeästi. Esimer-

kiksi valinta, jossa käyttäjä valitsee joko miesten tai naisten Superpesiksen joukkueita, on tehty yksinkertaisilla syaani - magenta -väreillä. Pesäpallokentän halusin erottuvan kunnolla, ja olevan niin tunnistettava, että kuka tahansa on koskaan nähnyt piirroksia pesäpallokentästä tunnistaa kentän sekunneissa.



Kuvio 18. Unelmajoukkue-kilpailun raudat, sekä ehdotus responsiiviselle toteutukselle. Kirjoittajan tekemä malli.

Kuviossa 18. näkyy luonnostelmani kilpailulomakkeen rautalankamalli Photoshopilla koostettuna. Joukkueet sijoittuvat pesäpallokentän viereen kuten alkuperäisessä piirroksessani (Kuvio 16.). Kilpailun logon tein luonnosteluvaiheessa, mutta uskon, että varsinaista logoa kilpailu ei tarvitse, vaan siinä voi käyttää Itä–Länsi-tapahtuman logoa. Joukkueet on aseteltu kentän sivuille, ja niiden ohessa ovat pudotusvalikot, joista varsinainen pelaajien valinta toteutetaan. Kuvan toisessa mallissa on toisenlainen ulkoasuehdotus, joka tukisi ennen kaikkea kilpailun responsiivista suunnittelua.

Responsiivisuus tarkoittaa mukautuvuutta, jossa sivusto tunnistaa käytettävän laitteen, ja sisältö, ulkoasu ja erilaiset toiminnallisuudet mukautuvat automaattisesti laitteelle sopiviksi (Poutapilvi 2016).

Koska näyttökoko pienenee huomattavasti internet-sivua mobiililaitteella selatessa, tein konseptisuunnitelmaan ehdotuksen mallista, jossa käyttäjä valitsisi ensin tyhjän valinnan. Tämän alta löytyisivät Superpesis-joukkueet, ja niiden alta lista pelaajista, joita voisi valita kentälle. Tämä aiheuttaisi kuitenkin paljon edestakaista valitsemista, joka saattaisi ärsyttää käyttäjää 13 pelaajan valinnan aikana. Helpompi malli suunnitella kilpailu responsiivisesti on sijoittaa joukkueet ja pelaajavalinnat pesäpallokentän yläpuolelle tai kaikki pelkästään oikealle puolelle kenttää, josta joukkueet on helppo valita. Responsiivisuuden myötä joukkuiden logojen tai pudotusvalikkojen koot voivat muuttua ulkoasun myötä.

Lomakkeessa on monenlaista toiminnallisuutta. Alussa käyttäjä valitsee miesten tai naisten Superpesiksen, jonka jälkeen valitun liigan joukkueet sijoittuvat pesäpallokentän molemmille puolille. Tämän jälkeen käyttäjä alkaa tehdä valintoja kentälle. Hän valitsee pudotusvalikon, josta aukeaa pelaajalista. Listalta käyttäjä voi tehdä useampia valintoja, kunnes sulkee listan valitsemalla pohjalta "valmis". Kun käyttäjä on valinnut kaikki 13 pelaajaa, hän saa palautteena ansiomerkin, ja tekstin, joka ottaa käyttäjän tekemät valinnat huomioon. Tekstissä käyttäjää puhutellaan pelinjohtajana.

Mikäli käyttäjä yrittää tehdä valintoja vielä kun 13 pelaajaa on valittu, hän saa huomautuksen, jossa mainitaan, että kentällä on jo tarpeeksi pelaajia. Mikäli käyttäjä yrittää lähettää joukkueen ilman, että hän on valinnut 13 pelaajaa, hän saa huomautuksen, että pelaajia on liian vähän. Kun kenttä on täynnä, pelaaja voi lähettää joukkueensa eteenpäin, ja tämän jälkeen jakaa joukkueensa sosiaalisessa mediassa. Vastaavat toiminnallisuudet ovat käytössä kilpailun molemmissa osioissa. Kilpailun toisessa osassa ei tarvitse tehdä alussa valintaa miesten tai naisten liigojen väliltä, vaan joukkueet kentän laidolle ovat A-poikien, miesten ja naisten Itä–Länsi-joukkueet. Muilta osin toiminnallisuudet ovat samoja.

## 6.2 Ollaan yhteydessä

Kilpailulomake on käyttäjään yhteydessä monella eri tasolla. Ensimmäinen taso on kilpailuun sisältyvät tekstit, jotka käyttäjän on tarkoitus lukea. Nämä tekstit ovat ohjeita, sääntöjä ja palautteita. Koska kilpailulomake ei ole kovin monimutkainen, myöskään siihen sisältyvät tekstit eivät voi olla monimutkaisia. Suunnitellessani tekstejä yritin pitäytyä mahdollisimman vähässä merkkimäärässä. Periaatteeni oli tekstejä tehtäessä, että ohjeet ja muut lyhyet tekstit, joita kilpailussa luetaan, eivät saa olla paljoa pidempiä kuin yksi Twitter-palvelussa lähetettävä pikaviesti eli tweetti. Twitter-viestin pituus on 140 merkkiä. Siihen mahtuu ytimekkäästi ilmaistu virke, jonka voi jakaa vielä useaan lauseeseen. Aloin pohtia tekstejä heti kun kilpailun ulkoasu ja toiminnallisuudet olivat selvillä, koska niiden pohjalta minun oli helppo tehdä ohjeita ja palautteita käyttäjille. Aloin kirjoittamaan kilpailun sääntöjä heti kun olimme saaneet pohdittua ne yhdessä Itä-Lännen järjestäjien kanssa.

Ensimmäinen teksti, jonka käyttäjä kilpailulomakkeessa kohtaa on lomakkeen yläosassa oleva ohje. Ohjeessa tulee mainita lyhyesti, miten kilpailu toimii, ja vihjata palkinnosta. Koska kilpailulomake on itsessään nopeasti opittava, ei ohjeessa tarvitse suuremmin jaaritella. Suunnittelemani ohjeteksti muotoutui lopulta kolmeen virkkeeseen: “Kokoa oma Itä-Länsi Unelmajoukkueesi, ja voita liput Itä-Länsi-viikonloppuun Kouvolaan! Valitse 13 pelaajan kentällinen miesten tai naisten Superpesiksen joukkueista!”

Seuraava teksti, johon käyttäjä törmää tulee esiin, kun käyttäjä on valinnut 13 pelaajaa kentälle. Palaute vaihtelee sen mukaan onko pelaajan joukkueessa enemmän Idän vai Lännen valintoja. Otsikkona tässä tekstissä on “Hyvää työtä pelinjohtaja!”. Otsikon alapuolelle sijoitettava teksti on seuraavanlainen: “Hyvännäköinen joukkue. Taidat olla tänä vuonna Idän/Lännen kannattaja. Idän/Lännen tykin odotetaankin olevan erityislaulingissa Kouvolassa”. Kilpailun toisessa osassa saa samanlaisen palautteen, mutta koska tässä osassa ei enää valita kentällisiä, vaan arvotaan parhaita pelaajia, myös palaute on erilaista. Palauteteksti on toisessa osassa seuraava: “Hyvin veikattu! Näissä pelaajissa on paljon potentiaalia. Nyt vain jännitetään millaisella tuuletuksella he pokaavat palkinnot!”

Mikäli pelaaja yrittää valita enemmän kuin 13 pelaajaa, hän saa kentän alaosaan seuraavanlaisen huomautuksen: “Pesät täynnä! Olet valinnut jo 13 pelaajaa. Et voi tehdä enempää pelaajavalintoja, ellet poista jo valittuja pelaajia, ja valitse uusia tilalle.”

Mikäli pelaaja yrittää lähettää lomakkeen ilman, että hän on valinnut 13 pelaajaa kentälle, hän saa seuraavanlaisen huomautuksen: “Pesiä tyhjänä! Täytä koko 13 pelaajan kokoonpano, ennen kuin lähetät joukkueen!”. Kilpailun toisessa osassa huomautukset ovat muuten samoja, mutta 13 pelaajan sijasta, mainitaan 9 pelaajaa.

Kilpailun säännöt kirjoitetaan joko lomakkeen alle, tai erilliseen linkkiin, josta ne ovat nähtävissä ja suljettavissa kätevästi. Säännöt kirjoitetaan seuraavasti: “Kilpailun järjestää Pesäpallon Itä–Länsi -hankeyhtymä. Kilpailu on voimassa XX-XX. Voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti. Palkintoja ei voi vaihtaa tai muuttaa rahaksi. Kilpailun järjestäjän tai pesäpallon Itä–Länsi-tapahtuman pelaajien valitsijat eivät saa osallistua kilpailuun. Kilpailuun pitää osallistua omalla nimellä ja oikeilla yhteystiedoilla. Yhdeltä henkilöltä hyväksytään vain yksi vastaus. Mikäli henkilö lähettää kilpailuun useampia vastauksia, vain viimeisimpänä lähetetty vastaus hyväksytään kilpailuun. Kilpailun voittaja valitaan valittujen joukkueiden mukaan. Se henkilö, kenen kilpailuvastauksessa on eniten samoja pelaajia kuin todellisissa Itä–Länsi-joukkueissa, valitaan voittajaksi. Mikäli tällaisia henkilöitä on enemmän kuin yksi, voidaan palkita useampi voittaja. Voittajat voidaan tällaisessa tapauksessa myös suorittaa arpomalla. Järjestäjä pidättää oikeuden muutoksiin kilpailun säännöissä.”

Säännöt ovat pääpiirteissään samat myös kilpailun 2. osassa. Voittajat ovat tässä osassa niitä, joiden kokoonpanoissa on eniten otteluissa palkittuja henkilöitä.

Lomakkeen täyttämisen aikana ilmenneiden opaste-, palaute- ja sääntötekstien lisäksi lomakkeen loppuun tulee valintojen lähettämisen jälkeen erillinen palauteteksti. Tekstin yläosaan tulee ensimmäisessä osassa palauteteksti: “Hyvin valittu! Nyt vain jännittämään oikeita Itä–Länsi -valintoja!”. Toisessa osassa palauteteksti on seuraavanlainen: “Hienosti valittu! Nyt vain jännittämään ketkä ratkaisevat ottelut!”. Tekstien jälkeen tulee listattuna käyttäjien tekemät pelaajavalinnat. Tämän jälkeen valinnat voi jakaa sosiaalisessa mediassa. Some-jakoon eli päivitykseen tulevat seuraavat asiat: linkki kilpailusivulle, käyttäjän valitsema pelaajat, saateteksti: “Tässä minun Unelmajoukkueeni. Tee omasi osoitteessa: URL”.

Kilpailulomake ei lähetä erillistä viestiä sähköpostilla käyttäjälle. Sähköpostiosoite kysytään siksi, että voittajaan voidaan olla yhteydessä, mikäli häntä ei saada puhelimitse kiinni. Käyttäjän valitsema joukkue, ja annetut yhteystiedot lähetetään jokaisen lomakkeen täyttämisen jälkeen sähköpostilla kilpailun ylläpitäjän, eli Itä–Länsi hankkeen

päättämään sähköpostiosoitteeseen. Käyttäjälle tätä osoitetta ei näytetä lainkaan, koska tarkoituksena ei ole, että käyttäjät olisivat siihen suoraan yhteydessä. Osoite on olemassa kilpailuvastausten keräämistä varten, ja se voi olla luotu pelkästään kilpailua varten. Lopullisen kilpailulomakkeen alaosaan muotoillaan kysymys, voiko käyttäjän tietoja käyttää pesäpalloon liittyvään markkinointiin. Kysymys sijoittuu yhteystietolaatikoiden alapuolelle juuri ennen lähetä-valintaa. Tämä toteutetaan valintalaatikolla.

## **7 Oppimisprosessi ja lopulliset ajatukset**

Aikatauluni mukaan kilpailun pääosien suunnittelulle oli varattu aikaa pääasiassa helmikuusta maaliskuulle, mutta koska suunnitteluprosessi oli iteroiva, tarkistin ideoita aika ajoin sekä omien päätöksieni, että Itä–Länsi -hankeyhtymän kanssa käymieni palaverien pohjalta. Aloin kirjoittamaan opinnäytetyötä jo hyvissä ajoin helmikuussa, kun olin vaihtanut aiheen rajauksen mobiilisovelluksesta verkkokilpailuun. Tein benchmarkausta eli vertailututkimusta vastaavanlaisista kilpailuista helmikuussa. Aloin tekemään ensimmäisiä prototyyppejä omalle työlleni maaliskuussa, ja testasin niitä kohderyhmällä (urheilutoimittajia ja pesäpalloa seuraavia kannattajia) viikoilla 12–14. Kun olin selvittänyt käytettävyyss- ja pelillisyyssnäkökulmia, aloin kokoamaan varsinaista konseptisuunnitelmaa viikolla 14. Tein suunnittelun tueksi paljon muistiinpanoja erilaisista valmiista ratkaisuista, joilla pystyisi luomaan verkkolomake-tyyppisen kilpailun.

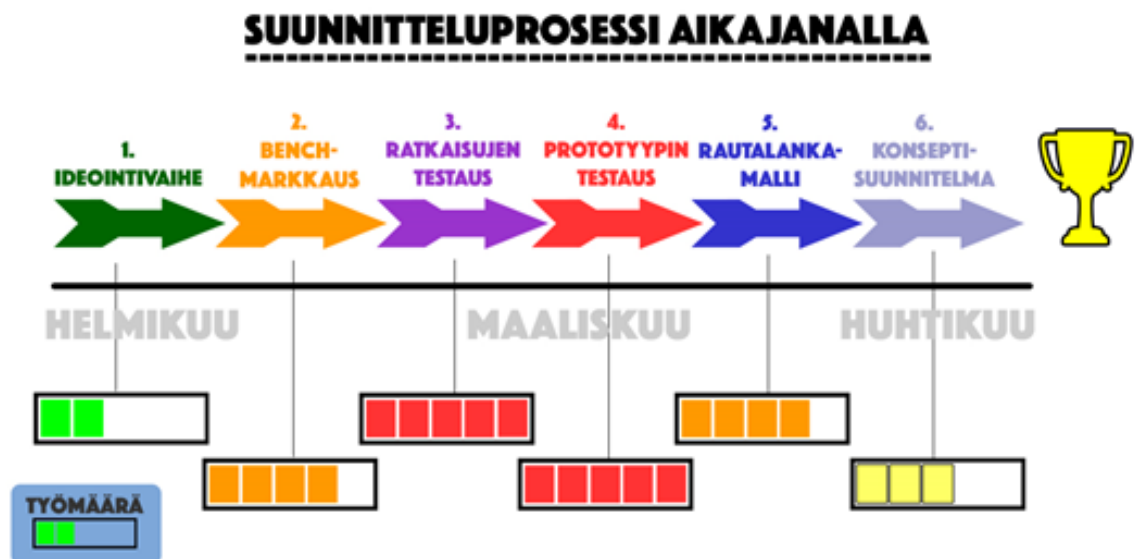
Alkuperäinen tavoitteeni oli luoda kilpailulomake itse jollakin tehtävään tarkoitettulla ohjelmalla tai Wordpress-plug-inilla. Sain kuitenkin huhtikuun alussa Metropolia ammattikorkeakoulun opiskelijakollektiivi Valovirran yhteystiedot opiskelijatoveriltani Teemu Malvalta. Kysyin Valovirran henkilöstöltä olisiko heillä mahdollisesti sopivaa koodaajaa kilpailuani varten. Valovirran design-osaston päällikkö Tuomas Aatola vinkkasi minulle Timo Bontenbalin, johon yhteyttä otettuani saimme sovittua kilpailun koodaamisesta hänen kanssaan. Lähetin Bontenbalille heti tarkat tiedot ideoimastani kilpailulomakkeesta, ja sovimme tarkemmin millainen kilpailusta tulisi.

Tässä vaiheessa kilpailun teettäminen ulkopuolisella koodaajalla piti vielä varmistaa pesäpallon Itä–Länsi-hankeyhtymällä, koska koodaamisesta tuli maksaa sopiva korvaus. Kilpailu sai hankkeelta hyvän vastaanoton. Erityisesti hankkeen johtohenkilöt arvostivat sitä, että kilpailun koodin saa niin sanotusti omaksi, eli kilpailu on toistettavissa myös tulevana vuosina. Prosessi sai lopullisen hyväksyntänsä huhtikuun puolen välin jälkeen 26.4., jolloin kilpailun koodaamiseen jäi enää reilu viikko aikaa. Aikataulua



pystyttiin kuitenkin muokkaamaan hieman, ja kilpailu saadaan ulos hyvin pesäpallokauden alkuun mennessä. Sain konseptisuunnitelman valmiiksi huhtikuussa, jolloin opinnäytteen palauttamiseen oli aikaa noin kaksi viikkoa.

Kokosin suunnitteluprosessini aikajanelle, johon lisäsin graafisina elementteinä eri vaiheiden työmäärät. Vaikka muun muassa erilaisten lisäosionja verkkolomakkeiden luontiohjelmien käyttö tuotti ajoittain harmaita hiuksia, etenin omasta mielestäni koko suunnitteluprosessissa johdonmukaisesti aiheesta seuraavaan. Vaikka valmistumisaikataulu ja konseptisuunnitelman valmistuminen ajoissa toivat työhön paineita, uskon selvinneeni niistä hyvin, sillä ainakin oma osuuteni työstä valmistui aikataulussa.



Kuvio 19. Opinnäytetyön suunnitteluprosessi jaettuna aikajanelle. Grafiikkana eri vaiheiden vaatimat työmäärät. Kirjoittajan tekemä malli.

Kaikkein kevyin vaihe oli erilaisten ideoiden listaaminen. Koska minulla oli kokemusta erilaisista fantasiapeleistä ja vastaavista ratkaisuista, minulla oli alusta alkaen mielesäni eräänlainen idea siitä, millaista lopputulosta lähdin hakemaan. Ideoiden jalostaminen jatkui pitkälle maaliskuuhun, kunnes 15.3. Kouvolan Pallonlyöjien toimistolla käymässäni palaverissa päätimme yhdessä hankepäällikkö Harri Liekolan kanssa kilpailulle lopulliset säännöt. Aloin tekemään jo helmikuun aikana vertailututkimusta eli benchmarkkausta erilaisista ratkaisuista. Tämä oli itsessään opettavaista, ja aloin erilaisia verkkokilpailuratkaisuja analysoidessani tekemään jo muistiinpanoja, siitä millaisia elementtejä halusin kilpailun sisältävän. Varsinaisia ratkaisuja aloin testaamaan omilla internet-sivuillani maaliskuun aikana. Tämä työvaihe oli kaikista raskain, sillä

pyrin samalla löytämään varavaihtoehdon, jolla kilpailun voisi toteuttaa, jos työlle ei olisi löytynyt koodaajaa. Selvitin kymmeniä erilaisia ratkaisuja ja ohjelmia, ja tutkin niissä verkkolomakkeen erilaisia ominaisuuksia. Testasin muutamia ratkaisuja maaliskuun puolessa välissä.

Testien pohjalta aloin luomaan rautalankamallia piirtämällä varsinaiselle kilpailulle. Tämä vaihe oli paljon helpompi kuin erilaisten ratkaisujen etsiminen, koska tiesin jo mil-laista loputulemaa halusin. Piirrosten pohjalta aloin työstämään varsinaisen ulkoasun rautalankamallia Adobe Photoshopilla. Varsinaisen konseptisuunnitelman kokosin yh-teen muistiinpanojeni, piirrosten, kuvien ja muiden tekemiäni mallien pohjalta huhtikuun puolessa välissä. Kun konseptisuunnitelma oli valmis, lähetin sen tarkastettavaksi Itä-Länsi -hankeyhtymälle, ja lopullisen työn lähetin koodaaja Timo Bontenbalille.

Aloin kirjoittamaan opinnäytetyötä maaliskuussa, kun oli suunnilleen valmista, millainen työni lopputulos olisi. Selvitin ensin lähdeaineiston perusteella käytettävyyden eri osa-alueita, ja miten erilaisia käytettävyyden käsitteitä ja ohjeita olisi mahdollista hyödyntää työssäni. Käytettävyyden tutkimisen ohessa aloin selvittämään erilaisia pelillisiä ele-menttejä. En halunnut tutkia varsinaisesti pelejä, koska en ollut tekemässä peliä, vaan pelillistettyä verkkokilpailulomaketta. Tein pelillisten elementtien tutkiskelun ohessa benchmarkkausta, josta sain paljon ideoita erilaisista pelielementeistä.

Ennen konseptin koostamista kirjoitin luvun konseptin suunnittelusta, jonka pohjalta loin oman konseptisuunnitelmani. Koko opinnäytetyö oli pääpiirteissään järjestelmälli-sesti etenevä ja muutamista aikatauluista myöhästymisistä huolimatta looginen prosessi. Minulle ei tullut varsinaisen kiire missään vaiheessa prosessia, mutta opin, että aika-tilutukseen kannattaa jättää aina hieman pelivaraa, etenkin kun prosessissa on muita ihmisiä mukana. Opinnäytteestä rajautui pois kilpailun tulosten mittaaminen, sillä aika-tilun vuoksi tätä oli mahdoton sisällyttää työhön. Uskon, että Itä-Länsi-tapahtuman hankeyhtymä pystyy kuitenkin arvioimaan jollakin mittareilla, miten hyvin kilpailu tukee tapahtumaa. Tästä voi löytyä jopa oma erillinen aihe tulevaisuuden opinnäytetöille.

Opinnäytetyön tekeminen kuten koko ylemmän amk:n tutkintokoulutus ovat olleet ää-rimmäisen opettavainen prosessi. Olen saanut paljon lisää kokemusta erilaisista me-dia-alan projekteista, ja työtavoista, ja uskon, että tämän jälkeen pystyisin tuottamaan vastaavanlaisia sisältöjä ammattimaisiin julkaisuihin. Osaan opinnäytetyön tehtyäni ottaa entistä paremmin huomioon erilaiset suunnittelun osaset, kuten iteroinnin, proto-

tyyppitestauksen ja käytettävyyden eri osa-alueet. Vaikka minulta puuttuukin koodaus-osaaminen, pystyn mediatuottajan tutkinnolla tuottamaan ja suunnittelemaan eri sisältöjä, joiden koodaaminen kuuluu seuraavan henkilön osaamisalueeseen.

Uskon, että onnistuin selvittämään itselleni hyvin sekä käytettävyyden että pelillistämisen ideat. Koen, että pystyin tuomaan nämä näkökulmat hyvin konseptisuunnitelmaan, niin, että ne toteutuvat varsinaisessa kilpailussa. Uskon, että kilpailusta tulee erittäin käytettävä, ja siinä on tarpeeksi pelillisiä ominaisuuksia, jotka tekevät siihen osallistumisesta motivoivaa.

Odotan innolla, millaisen vastaanoton Unelmajoukkue-kilpailu tulee pesäpalloa seuraavan yleisön parissa saamaan. Koska kilpailusta voi tehdä helposti vuosittain toistuvan ja Suomen Pesäpalloliitto voi käyttää sitä muihinkin tarkoituksiin kuin Itä–Länsi-tapahtumaan, toivon, että pääsen osallistumaan itse kilpailuun myös tulevana vuosina. Uskon, että työ tuo Itä–Länsi-tapahtumalle paljon lisäarvoa ja houkuttelee katsomot täyteen Kouvolassa heinäkuussa.

## LÄHTEET:

Bargas-Avila, Javier A. Heinz, Silvia, Opwis, Klaus & Seckler, Mirjam 2013. Empirical evaluation of 20 web form optimization guidelines. Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '13). New York, USA: 1893-1898.

Chesnut, Donald & Nichols, Kevin P. 2014. UX for Dummies. Somerset, GB: Wiley

Codish, David & Ravid, Gilad 2014. Adaptive Approach for Gamification Optimization. Proceedings of the 2014 IEEE/ACM 7th International Conference on utility and Cloud Computing (UCC '14). Washington DC, Yhdysvallat: 609-610.

Cognito Forms 2016. Pricing. <<https://www.cognitoforms.com/pricing>> (luettu 23.4.2016)

Deci, Edward L & Ryan, Richard 2004. Self-Determination Theory. SDT. <<http://selfdeterminationtheory.org/>> (luettu 27.3.2016)

Dzodom, Gabriel S. & Shipman, Frank M. 2014. Data-driven web entertainment: the data collection and analysis practises of fantasy sports players. Proceedings of the 2014 ACM conference on Web science (WebSci '14). New York, USA: 293–294.

Ellis-Petersen, Hannah 2016. Boaty McBoatface wins poll to name polar research vessel. TheGuardian. <[http://www.theguardian.com/environment/2016/apr/17/boaty-mcboatface-wins-poll-to-name-polar-research-vessel?CMP=Share\\_iOSApp\\_Other](http://www.theguardian.com/environment/2016/apr/17/boaty-mcboatface-wins-poll-to-name-polar-research-vessel?CMP=Share_iOSApp_Other)> (luettu 22.4.2016)

Finnkino 2016. Finnkino Elokuvapaneeli. <<http://www.finnkino.fi/elokuvapaneeli>> (luettu 2.4.2016)

Huhtala, Kalle 2015. Pelillistämisen aakkoset. Markkinointi ja Mainonta. <[http://www.marmai.fi/kumppaniblogit/nordic\\_morning/pelillistamisen-aakkoset-6295363](http://www.marmai.fi/kumppaniblogit/nordic_morning/pelillistamisen-aakkoset-6295363)> (luettu 4.4.2016)

IS Liigapörssi 2016. Liigapörssi.fi <https://www.liigaporssi.fi/> <<https://www.liigaporssi.fi/>> (luettu 27.3.2016)

Itä-Länsi 2015a. Mikä ihmeen Itä-Länsi? Ita-lansi.fi <<http://www.ita-lansi.fi/ita-lansi/>> (luettu 8.4.2016)

Itä-Länsi 2015b. Valitsijat mukana kaikessa. Ita-lansi.fi <<http://www.ita-lansi.fi/kummalla-puolella-olet/valitsijat/>> (luettu 8.4.2016)

Itä-Länsi 2015c. Kummalla puolella olet?. Ita-lansi.fi <<http://www.ita-lansi.fi/kummalla-puolella-olet/>> (luettu 8.4.2016)

Itä-Länsi 2015d. Itä-Länsi – Suomen suosituin tähdistöottelu vuodesta 1932. Ita-lansi.fi <<http://www.ita-lansi.fi/ita-lansi/historia/>> (luettu 8.4.2016)

Itä-Länsi 2015e. Itä-Länsi-historiaa. Ita-lansi.fi <<http://www.ita-lansi.fi/ita-lansi/ita-lansi-historiaa/>> (luettu 31.3.2016)

Itä–Länsi 2015f. Itä–Länsi-yhtymä. Ita-lansi.fi <<http://www.ita-lansi.fi/info/ita-lansi-yhtymae/>> (luettu 8.4.2016)

Keinonen, Turkka, Takala, Roope 2006. Product Concept Design. A Review of the Conceptual Design of Products in Industry. Saksa: Springer Science+ Business Media.

Kouvolan Pallonlyöjät 2015. Itä–Länsi sopii mainiosti Kouvolan profiiliin urheilukaupun- kina. Kouvolanpallonlyojat.fi <<http://www.kouvolanpallonlyojat.fi/ita-lansi-2016/ita-lansi-kouvolaan>> (luettu 8.4.201)

Krug, Steve 2014. Don't Make Me Think. A Common Sense Approach to Web and Mobile Usability. Yhdysvallat: Peachpit.

Kuutti, Wille 2003. Käytettävyys, suunnittelu ja arviointi. Helsinki: Talentum.

Lakeudelle Suomipop-kisa 2016. Lakeudelle. <http://www.lakeudelle.com> <<http://www.lakeudelle.fi/suomipop-kisa.html>> (luettu 27.3.2016)

Liekola, Harri 2016. Itä–Länsi jaot. Sähköpostiviesti: 19.4.2016. Tekijän hallussa.

Linked In 2016. LinkedIn.com < <https://www.linkedin.com/>> (luettu 27.4.2016)

McCarthy, Ian, Pitt, Leyland, Plangger, Kirk, Kietzmann, Jan H. 2015. Is it all a game? Understanding the principles of gamification. Artikkele. Business Horizons. Numero 58. S. 411-420.

Major League Baseball 2016. All-Star Results. MLB.com <[http://mlb.mlb.com/mlb/history/all\\_star.jsp](http://mlb.mlb.com/mlb/history/all_star.jsp)> (Luettu 8.4.2016)

Müller, Luana, Silveira, Milene & Ziesemer, Angelina 2013. Gamification aware: users perception about game elements on non-game context. Proceedings of the 12th Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems (IHC '13). Porto Alegre, Brazil: ACM, 276-279.

Milton, Alex & Rodgers, Paul 2011. Product Design. Iso-Britannia: Laurence King Publishing.

Myllyaho, Manu 2016. "Naiset lojuivat kentällä kuin aktin jälkeen" - urheilussa riittää muureja murrettavana. Urheilu.beta.yle.fi <<http://urheilu.beta.yle.fi/urheilu/3-8771959>> (luettu 6.4.2016)

NBA All Star Voting 2016 Presented by Verizon Begins Today. NBA.com. <http://www.nba.com/> <<http://www.nba.com/2015/news/12/10/2016-all-star-ballot-official-release/>> (luettu 27.3.2016)

Nielsen, Jakob 2012. Usability 101: Introduction to Usability. Nngroup.com <<https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>> (luettu 31.3.2016)

Nielsen, Jakob 2004. Checkboxes vs. Radio Buttons. Nngroup.com <<https://www.nngroup.com/articles/checkboxes-vs-radio-buttons/>> (luettu 20.4.2016)

Nielsen, Jakob & Norman, Don 2012. The Definition of User Experience. Nngroup.com <<https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>> (luettu 1.4.2016)

Paavola, Juho-Matti 2011. Elämä pelissä, peli elämässä. Tampereen ylioppilaslehti Aviisi. 04/2011. Luettavissa osoitteessa <<http://arkisto.aviisi.fi/artikkeli/?num=04/2011&id=8c12f9d>> (Luettu 25.3.2016)

Pesäpalloliitto 2016a. Itä-Länsi näkyy maksuttomalla kanavalla 2016 ja 2017. Pesis.fi <<http://www.pesis.fi/superpesis/uutiset/?x14703946=20830577>> (Luettu 8.4.2016)

Pesäpalloliitto 2016b. Itä-Länsi. Pesis.fi <<http://www.pesis.fi/pesapalloliitto/historia/italansi/>> (Luettu 8.4.2016)

Radio Suomipop 2016. Radio SuomiPop kilpailut. <<http://www.radiosuomipop.fi/#!/kilpailu>> (Luettu 27.3.2016)

Reiners, Torsten & Woods, Lincoln C. 2015. Gamification in Education and Business. Sveitsi: Springer International.

Reiss, Eric 2012. Usable Usability. Hoboken, US: Wiley.

Rubin, Jeffrey & Chisnell, Dana 2008. Handbook of Usability Testing. Hoboken, US: Wiley.

Schulman, Jonathan 2016. Vote the Knicks into the All Star-game. SB Nation Posting and Toasting. <<http://www.postingandtoasting.com/2015/12/10/9888174/vote-the-knicks-into-the-all-star-game>> (luettu 27.3.2016)

SFS-EN ISO 9241-210 Ihmisen ja järjestelmän vuorovaikutuksen ergonomia. Osa 210: Vuorovaikutteisten järjestelmien käyttäjakeskeinen suunnittelu. Helsinki: Suomen standardoimisliitto, 2010. 67 s.

Poutapilvi 2016. Mitä on responsiivisuus? <<http://www.responsiivisuus.info/responsiivisuus.html>> (luettu 23.4.2016)

Ruutu Kampanjat 2016. The Voice of Finland - Kenestä valovoimaisin laulaja 2016. Kampanjat.ruutu.fi <<http://kampanjat.ruutu.fi/casinoshow>> (luettu 29.3.2016)

Uefa Champion´s League 2016. Uefa Champion´s league Fantasy Football 2016. Uefa.com/uefachampionsleague < <http://en.uclfantasy.uefa.com/championsleague/> (luettu 27.3.2016)

Vermeij, Vincent 2011. How to create a concept. Slideshare.net <<http://www.slideshare.net/chungkong/how-to-create-a-basic-concept>> (luettu 25.4.2016)

Wordpress 2016. Wordpress About Us 2016. Wordpress.com <<https://fi.wordpress.com/about/>> (luettu 25.3.2016)

Yle Urheilu 2016. Osallistu avausmaaliveikkaukseen ja voita mestarien liigan virallinen pelipallo.  
<[http://yle.fi/urheilu/osallistu\\_avausmaaliveikkaukseen\\_ja\\_voita\\_mestarien\\_liigan\\_virallinen\\_pelipallo/8786897](http://yle.fi/urheilu/osallistu_avausmaaliveikkaukseen_ja_voita_mestarien_liigan_virallinen_pelipallo/8786897)> (luettu 5.4.2016)



# **PESÄPALLON ITÄ-LÄNSI UNELMAJOUKKUE VERKKOKILPAILUN KONSEPTISUUNNITELMA**

---

Samu Gråsten  
Metropolia amk  
2016



# KANSALLISLAJIN ALL STAR VIIKONLOPPU

Pesäpallon Itä-Länsi on vuosittain järjestettävä pesäpallon parhaimmat pelaajat yhteen kokoava useasta otte-  
lusta ja oheistapahtumista koostuva  
urheilutapahtuma. Itä-Lännessä pela-  
taan B-poikien, B-tyttöjen, A-poikien,  
naisten Superpesiksen ja miesten  
Superpesiksen Itä-Länsi -ottelut.

Itä-Länsi-joukkueiden pelaajat va-  
litaan eri puolella Suomea olevien  
joukkueiden parhaimmistosta. Yhdes-  
sä joukkueessa on 13 pelaajaa. Yhden  
pelaajista valitsee yleisö Iltalehden ää-  
nestyksessä. Loput 12 pelaajaa valit-  
see Pesäpalloliiton nimennyt valitsija.

Miesten Superpesiksessä on 14 jouk-  
kuetta. Naisten Superpesiksessä on 11  
joukkuetta.

Vuoden 2016 Itä-Länsi-tapahtuma  
järjestetään Kouvolassa 1-3.7.2016.

## JOUKKUEET 2016

### MIESTEN SUPERPESIS, LÄNSI

Alajärven Ankkurit, Hyvinkään  
Tahko, Kankaanpään Maila, Kos-  
kenkorvan Urheilijat, Pattijoen  
Urheilijat (Raahel), Seinäjoen  
Jymy-Jussit, Vimpelin Veto



### MIESTEN SUPERPESIS, ITÄ

Joensuun Maila, Jyväskylän Kiri,  
Kiteen Pallo, Kouvolan Pallon-  
lyöjät, Sotkamon Jymy, Oulun  
Lippo, Kempeleen Kiri,



### NAISTEN SUPERPESIS, LÄNSI

Lapuan Virkiä, Mansen Räpsä  
Tampere, Porin Pesäkarhut, Rau-  
man Lukko, Seinäjoen Maila-Jus-  
sit, Vihdin Pallo



### NAISTEN SUPERPESIS, ITÄ

Kajaanin Pallokerho, Kirittäret  
Jyväskylä, Lappeenrannan  
Pesäyrit, Viininjärven urheilijat,  
Kempeleen Kiri



# KILPAILU VERKKOON?

Tämä konseptisuunnitelma toimii opinnäytetyön toiminnallisena osana. Suunnitelmassa käydään läpi verkko-kilpailun **taustat, säännöt, suunnitelun periaatteet**, ja lopulta luodaan **puitteet** toimivan kilpailun luomiselle.

Päätuote on kaksi erillistä kilpailua, jotka julkaistaan Itä-Länsi-tapahtuman internet-sivustolla [www.ita-lansi.fi](http://www.ita-lansi.fi)

Kilpailussa palkitaan useampi vastauksen jättänyt käyttäjä. Käyttäjän tulee jättää kilpailulomakkeeseen yhteystiedoiksi nimen, puhelinnumeron sekä sähköpostiosoitteen voittajan palkitsemista.

## Palkinnot

- Tapahtuman hanketyöryhmä päättää kilpailun palkinnot ja palkitsee voittajat

## Markkinointi

- Tapahtuman markkinointi hoitaa myös kilpailun markkinoinnin omissa kanavissaan.



# UNELMA JOUKKUE? OSA 1.

Itä-Länsi Unelmajoukkue on Itä-Länsi-tapahtuman verkkosivuille upotettava kaksiosainen kilpailu, jossa käyttäjät valitsevat suomalaisen pesäpallon pääsarjojen pelaajia omaan unelmien kokoonpanoonsa.

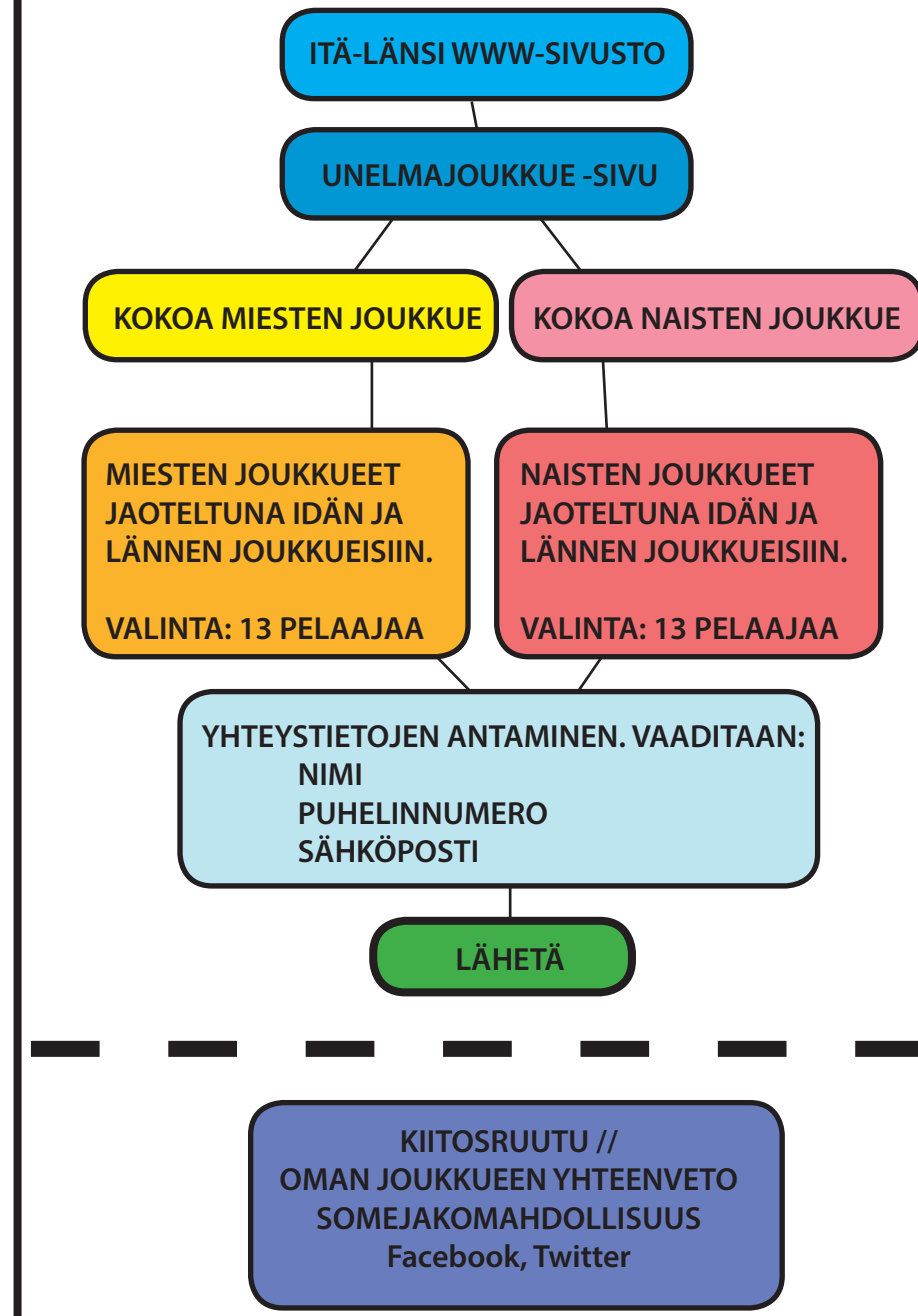
1. Osassa käyttäjä valitsee joko miesten Superpesiksen tai naisten Superpesiksen joukkueista oman 13 hengen unelma-kokoonpanon.

Unelmajoukkueessa voi olla pelaajia yhdestä tai useammasta joukkueesta. Miesten joukkuetta ei voi koota käyttämällä kaikkia miesten Superpesiksen joukkueita, koska joukkueita on 14.

Naisten joukkueen voi koota käyttämällä kaikkia naisten Superpesiksen joukkueita, koska joukkueita on 11.

Parhaan miesten sekä parhaan naisten joukkueen valinnut käyttäjä palkitaan.

## INFORMAATIOARKKITEHTUURI UNELMAJOUKKUE -kilpailun 1. osa



Unelmajoukkue-kilpailun 1. osan informaatioarkkitehtuuri.

Kilpailun eteneminen sujuu niin, että

1. Käyttäjä tulee Itä-Länsi -sivustossa sijaitsevalle kilpailusivulle.
2. Hän kootaan joko miesten tai naisten Superpesiksen pelaajistosta oman 13 hengen unelmajoukkueensa.
3. Kun käyttäjä on tyytyväinen valintoihinsa, hän antaa yhteystietonsa (nimi, puhelinnumero, sähköpostiosoite) ja
4. Lähettää tiedot eteenpäin.

5. Tietojen lähettämisen jälkeen käyttäjä saa palautteen (kiitoksen) osallistumisesta, hän voi vielä tarkastella tekemiään valintoja ja

6. Jakaa valintansa sosiaalisen median kanavissa ystävilleen.

Kilpailun 1. osan julkaisu on 2.5. - 3.6.2016

# UNELMA JOUKKUE? OSA 2.

Itä-Länsi-unelmajoukkueen toisessa osassa ei valita enää 13 pelaajan suosikkijoukkuetta, vaan valinnat kohdistuvat todellisiin Itä-Länsi -joukkueiden pelaajavalintoihin.

2. osassa käyttäjät valitsevat pelaajia A-poikien joukkueista naisten joukkueista miesten joukkueista

Yhteensä pelaajia valitaan 3 ottelusta, eli yhteensä 9 (3+3+3).

Jokaisessa oikeassa ottelussa palkitaan kentän paras ja 1 pelaaja/joukkue. Kilpailun 2. osan voittaja ratkeaa sen perusteella kenellä on valinnoissaan eniten oikeita palkittuja pelaajia.

## INFORMAATIOARKKITEHTUURI UNELMAJOUKKUE -kilpailun 2. osa

ITÄ-LÄNSI WWW-SIVUSTO

UNELMAJOUKKUE -SIVU

A-POIKIEN, MIESTEN, JA NAISTEN  
ITÄ-LÄNSI -JOUKKUEET  
JAOTELTUINA.

VALINTA: 3 PELAAJAA/OTTELU  
YHTEENSÄ 9 PELAAJAA

YHTEYSTIETOJEN ANTAMINEN. VAADITAAN:  
NIMI  
PUHELINNUMERO  
SÄHKÖPOSTI

LÄHETÄ

KIITOSRUUTU //  
OMAN JOUKKUEEN YHTEENVETO  
SOMEJAKOMAHDOLLISUUS  
Facebook, Twitter

Unelmajoukkue-kilpailun 2. osan informaatioarkkitehtuuri.

Kilpailun eteneminen sujuu niin, että

1. Käyttäjä tulee Itä-Länsi -sivustossa sijaitsevalle kilpailusivulle.
2. Hän valitsee A-poikien, naisten ja miesten Idän ja Lännen joukkueista 3 suosikkipelaajansa.
3. Kun käyttäjä on tyytyväinen valintoihinsa, hän antaa yhteystietonsa (nimi, puhelinnumero, sähköpostiosoite) ja
4. Lähettää tiedot eteenpäin.
5. Tietojen lähettämisen jälkeen käyttäjä saa palautteen (kiitoksen) osallistumisesta, hän voi vielä tarkastella tekemiään valintoja ja
6. jakaa valintansa sosiaalisen median kanavissa ystävilleen.

Kilpailun 2. osan julkaisu on 18.6. - 1.7.2016.

# SUUNNITTELUN PERIAATTEITA KÄYTETTÄVYYS

Itä-Länsi Unelmajoukkue -kilpailun suunnittelun pääperiaatteet ovat käytettävyys ja pelillistäminen. Kilpailusta on mahdollista luoda sellainen, että siihen osallistuminen on käyttäjälle mahdollisimman huoleton kokemus.

KÄYTETTÄVYYS = Opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virhealttius, miellyttävyys (Jakob Nielsen)

- Opittavuus = Perusasiat selkeitä, tunnistettavia
- Tehokkuus = Kilpailuun osallistuminen onnistuu noin viidessä minuutissa.
- Muistettavuus = Vastaaminen onnistuu yhtä helposti 1. ja 2. osassa.
- Virhealttius = Mahdollisten virheiden vähentäminen, virheilmoitus virheiden varalle.
- Miellyttävyys = Osallistumisesta jää hyvä olo. Kilpailua voi suositella muille



## OPITTAVUUS

Kilpailuvastauksen antamisen oppii muutamissa sekunneissa.



## TEHOKKUUS

Kilpailuun osallistumiseen kuluu lyhyt aika, noin 5 minuuttia.



## MUISTETTAVUUS

Jos samaa lomakepohjaa käytetään myös vuonna 2017, käyttäjät muistavat miten se toimii



## VIRHEALTTIUS

Jos käyttäjät tekevät vastausta antaessa virheitä, siitä huomautetaan selkeästi, ja ohjataan vastaamaan oikein.



## MIELLYTTÄVYYS

Käyttökokemus on miellyttävä, jonka myötä kilpailua voidaan suositella myös muille sosiaalisessa mediassa.

# SUUNNITTELUN PERIAATTEITA

## PELILLISTÄMINEN

Pelillistämisen tavoitteena on tehdä Itä-Länsi Unelmajoukkue -kilpailuun osallistumisesta houkuttelevaa ja motivoivaa.

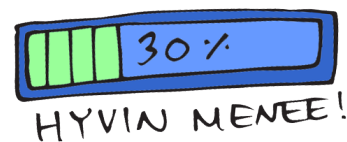
PELILLISTÄMINEN = Pelillisten elementtien tuominen normaalisti ei-pelilliseen ympäristöön.

Pelillisiä elementtejä

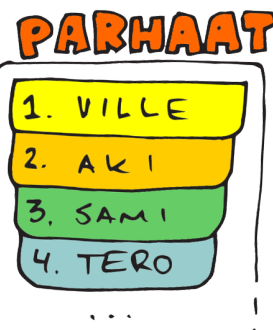
- Ansiomerkit (Badges) = Käyttäjän palkitseminen valinnoista. Välitön palaute.
- Etenemismittari = Kertoo kuinka pitkällä käyttäjä on kilpailuun vastaamisessa.
- Pisteet = Käyttäjä saa pisteitä valinnoistaan. Pisteitä voi mahdollisesti käyttää pelissä ostoksiin
- Johtajataulukko = Kertoo kuka käyttäjä tai pelaaja johtaa kyseistä peliä tai pelillistettyä kokemusta.
- Tasot = Erilaiset kentät, joille pääsee tekemällä tehtäviä.

Vaikuttavat motivaation.

## PELIELEMENTTEJÄ



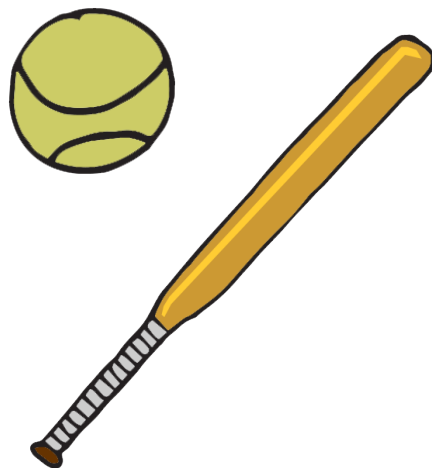
60  
POINTS



LEVEL  
★ 13 ★

## PELIELEMENTTEJÄ

### UNELMAJOUKKUE-KILPAILUUN



# KILPAILUN RAUDAT

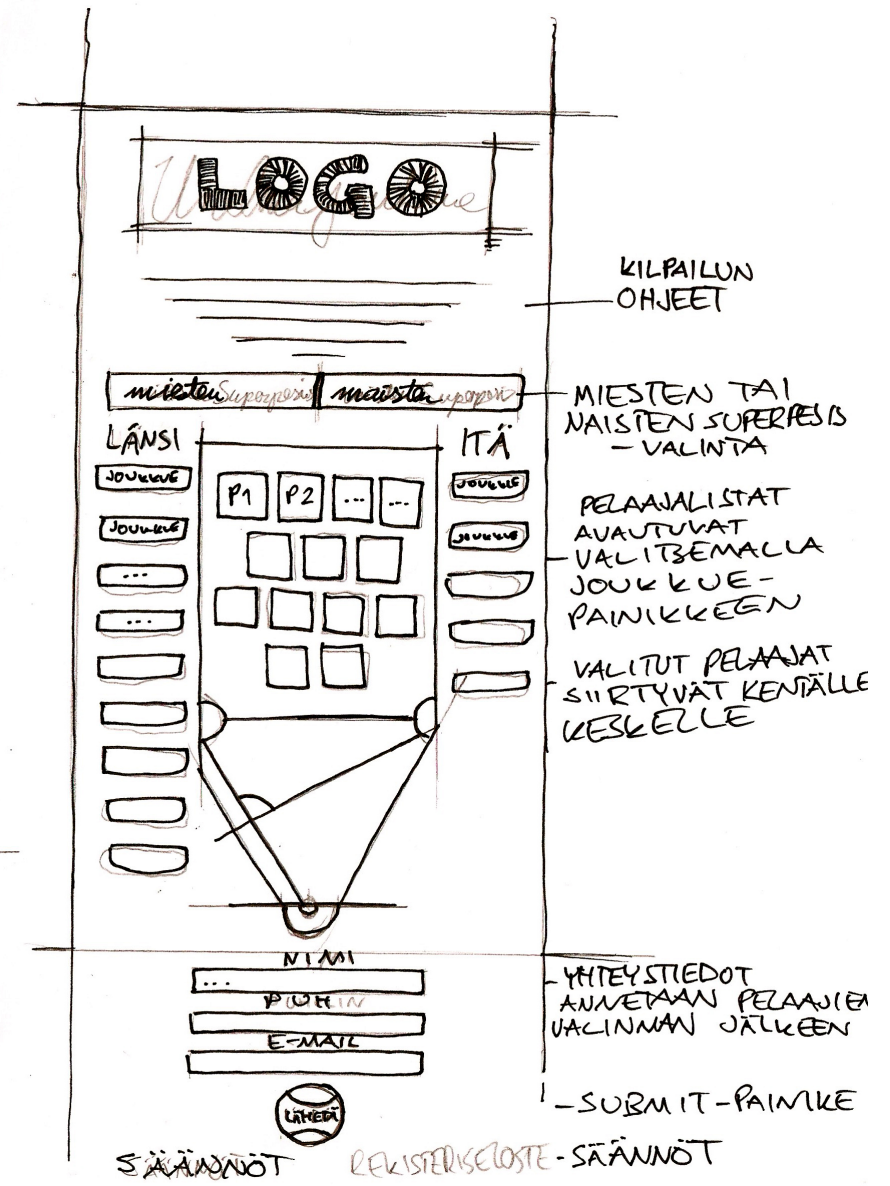
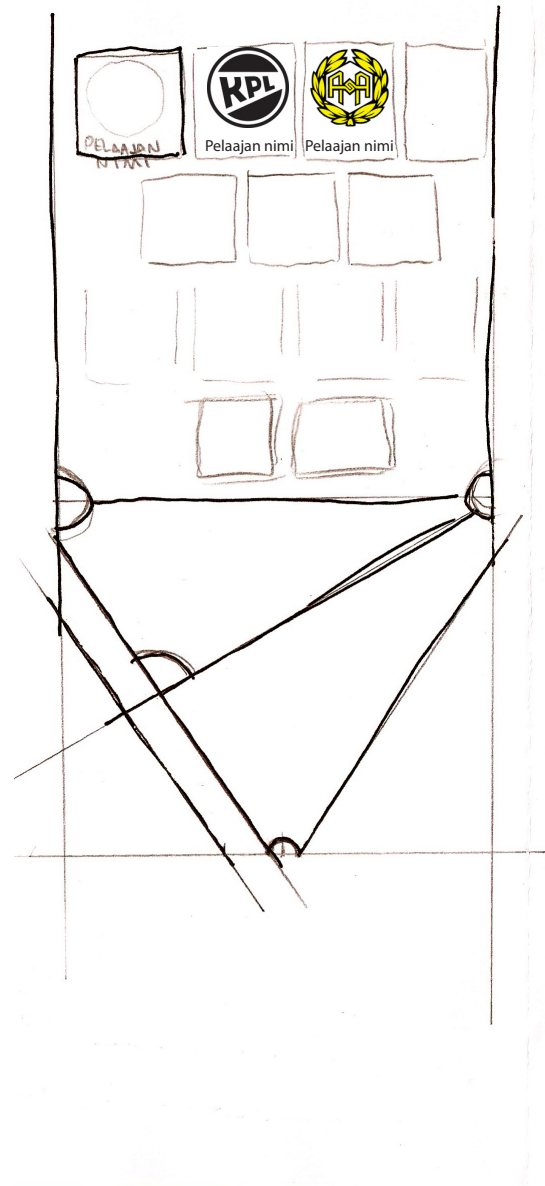
Itä-Länsi Unelmajoukkueen ulkoasun suunnittelu kävi läpi iteroivan prosessin, jossa ratkaisuja arvioitiin jatkuvasti ja viilattiin parempaan suuntaan.

Lopulliseksi ideaksi tuli rakentaa kilpailu pesäpallokentän muotoon, niin, että kentällä on 13 paikkaa 13 pelaajalle.

Aluksi käyttäjä valitsee haluaako hän valita miesten vai naisten Superpesiksen joukkueita. Tämän jälkeen käyttäjä alkaa valita pelaajia yksi kerrallaan, kunnes kentän 13 paikkaa ovat täynnä.

Käyttäjä voi vielä muokata tekemiään valintoja halutessaan.

Kun pelaajat on valittu, käyttäjän tulee antaa yhteystietonsa ja lähettää tiedot eteenpäin.



Kilpailulomakkeen keskiössä on pesäpallokenttä, johon pelaaja valitsee 13 pelaajan kentällisen. Pelaajat valitaan vasemmalta (Lännen pelaajat) ja oikealta (Idän pelaajat). Pelaajavalinnat avautuvat pudotusvalikkoon, josta voi valita useamman pelaajan kerrallaan joukkueeseen.

# PELILLISYYS KILPAILUSSA.

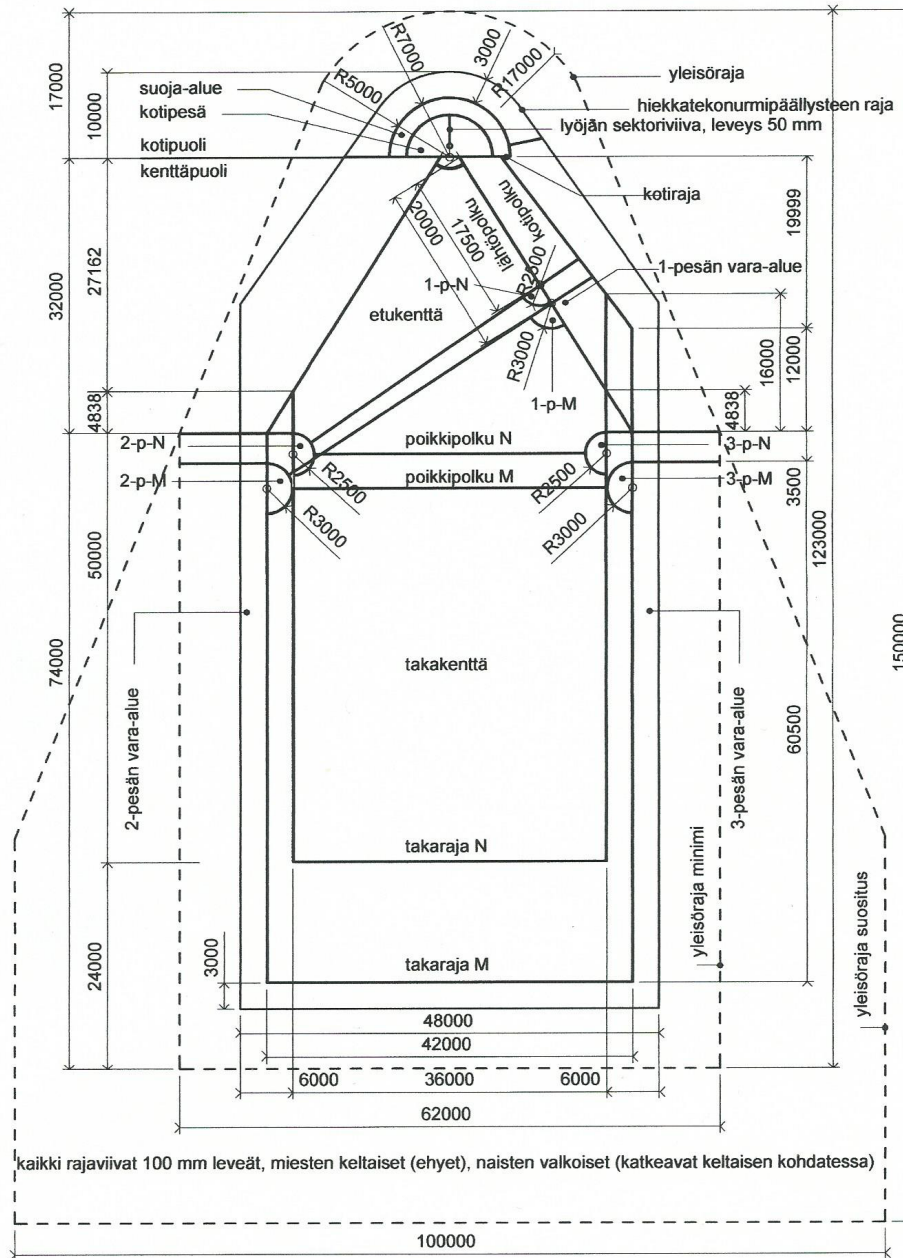
Alue, johon pelaajat valitaan voi muistuttaa suurelta oikeita pesäpallokentän mittoja, mutta voi olla kuitenkin hie- man sovellettu luonnostelma oikeista kentän rajoista.

Tarkoituksena on luoda mielikuva pe- säpallokentästä, ei noudattaa yksityis- kohtaisesti pesäpallokentän mittoja.

Kun pelaajat on valittu, käyttäjä saa palautteen, joka on **ansiomerkki**. An- siomerkin muoto voi olla esimerkiksi pesäpallon pelinjohtajan viuhka. Ansiomerkin ohessa on palauteteksti, jossa otetaan huomioon pelaajan tekemät valinnat.

Pelillisenä elementtinä toimivat myös kentälle sijoitettavat pelaajien valin- talaatikot. Laatikot toimivat etenemis- mittarin tapaan. Kun pelaajalla on 13 pelaajan miehistö täynnä, ei valintoja voi enää tehdä, ellei poista pelaajia listalta.

YHDISTETTY MIESTEN / NAISTEN KENTÄ

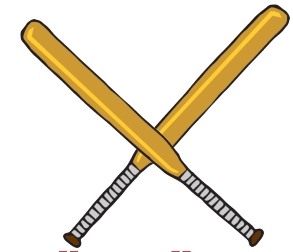


Arkitehtitoimisto Osmo Honkanen Oy 30.11.2002



## HYVÄÄ TYÖTÄ PELINJOHTAJA!

*Hyväntuuloinen joukkue. Taidat olla tänä vuonna IDÄN kannattaja. Idän tykin odotetaan olevan erityislatingissa Kouvolassa.*



**PESÄT TÄYNNÄ!**  
Olet valinnut jo 13 pelaajaa.  
Et voi tehdä enempää pe-  
laajavalintoja, ellei poista jo  
valittuja pelaajia ja valitse  
uusia tilalle.



**POISTA**



# UPOTUS VERKKOSIVUSTOLLE

Itä-Länsi-Unelmajoukkue-kilpailu upotetaan Itä-Länsi-tapahtuman internet-sivustolle. Responsiivisena se muokkautuu käyttäjän päätelaitteen mukaan.

Keskeinen elementti on pesäpallo-kenttä, jossa on 13 paikkaa pelaajavainnoille.

Joukkueiden logon alle sijoitetaan valintalaatikot, jotka ovat tunnistettavia. Valintalaatikosta aukeaa lista pelaajista, jotka valitsemalla ne saa siirrettyä keskelle pesäpallokentälle.

Kun käyttäjä on tyytyväinen yhden joukkueen valintoihinsa, hän valitsee valmis. Tämän jälkeen hän voi valita seuraavan pelaajan.

Pelaajan voi poistaa joukkueestaan halutessaan avaamalla uudestaan pudotusvalikon ja valitsemalla pelaajan tai kätevämmmin pesäpallokentältä klikkaamalla pelaajan yläpuolella olevaa poista-valintaa.

www.ita-lansi.fi

ETUSIVU | AIKATAULU | LIPUT | KOUVOLA | INFO | IN ENGLISH | UNELMAJOUKKUE

Unelmajoukkue!

Tässä ovat kilpailun ohjeet. Tässä ovat kilpailun ohjeet. Tässä ovat kilpailun ohjeet. Tässä ovat kilpailun ohjeet. Tässä ovat kilpailun ohjeet.

NAISET | MIEHET

**LÄNSI**

- KPL
- KOUVOLA
- KOSKINISKEE
- P. Heikkilä
- ZymyJussit
- Fakko
- VIVE

**ITÄ**

- KITEE
- KPL
- KIRI
- Joma
- Lippo
- 1915

Alajärven Ankkurit

- Manu Haukkala ✓
- Henri Heikkinen
- Sasu Iivarinen
- Juha-Matti Jaatinen
- Kari Kellokoski ✓
- Ville Keltikangas
- Juuso Keski-Koukkari
- Janne Kivipelto
- Joni Matintupa
- Sami Mikkolanaho
- Rami Mäkinen
- Aki Orava**
- Mikael Penninkangas
- Petrus Puputti
- Viljo Sillanpää
- Santeri Särkinen
- Tuomas Tallbacka
- Nestori Yli-Sissala

VALMIS

Etunimi, sukunimi

Puhelinnumero

Sähköpostiosoite

LÄHETÄ

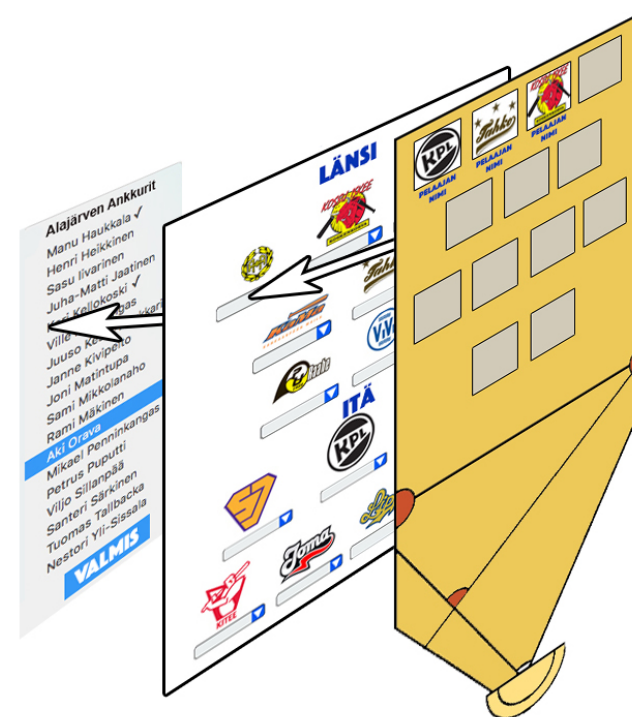
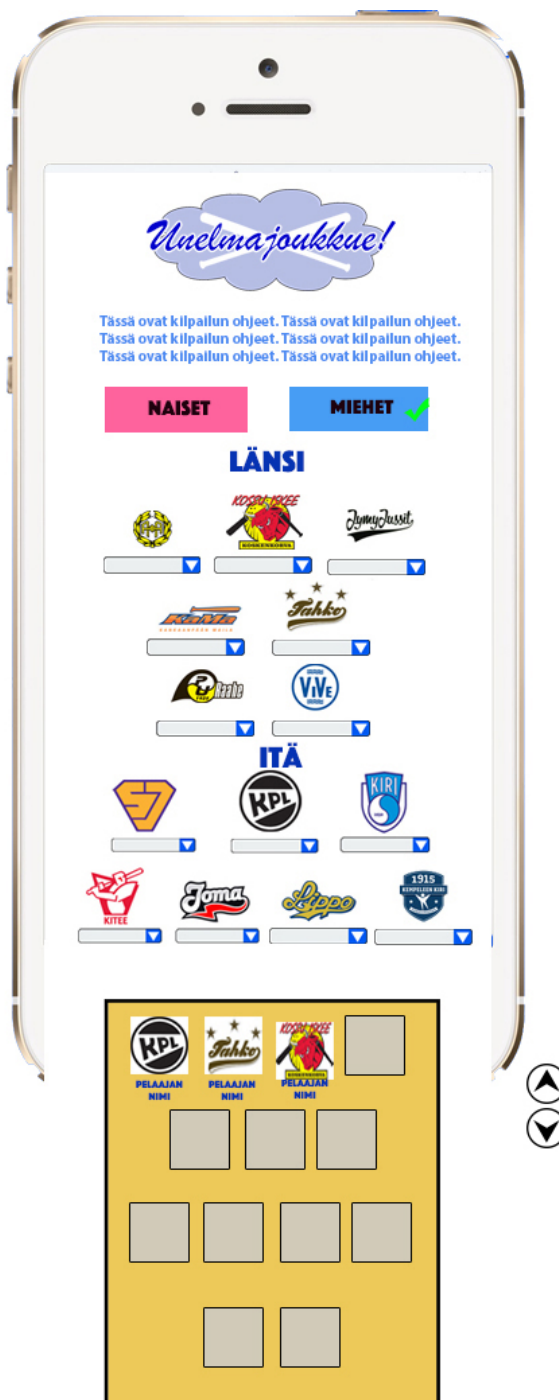
SÄÄNNÖT | REKISTERISELOSTE

# RESPONSIIVINEN SUUNNITTELU

Responsiivisessa suunnittelussa sisältö suunnitellaan niin, että se sopii hyvin eri päätelaitteille (desktop-näytöt, tabletit, mobiililaitteet).

Unelmajoukkue kilpailu toteutetaan responsiivisena niin, että sen sisältö on selkeästi käytettävissä sekä suurella näytöllä (laptop-tietokoneet, desktop-näytöt, tabletit) sekä pienellä näyttökoolta (älypuhelimet, mobiililaitteet).

Kilpailusivun mobiiliversio näyttää pääpiirteissään samalta kuin suuren näytön versiokin, mutta joukkuevalinnat tulee asettaa tiiviimmin, joko niin, että kaikki joukkueet valitaan ylhäältä ja valintoja voi tarkastella ja poistaa kentältä valintojen alapuolelta.



Valitsemisen voisi ajatella myös niin, että pesäpallokentältä valitaan tyhjä ruutu, jonka valitsemalla avautuu uusi valikko, josta voi valita pelaajan mistä tahansa joukkueesta. Kun pelaaja tai pelaajat on valittu, valitaan valmis, ja pelaajavalinnat tulevat kentälle.

Tämä voi aiheuttaa kuitenkin hämmennystä käyttäjissä, mikäli vastaavanlainen valitsemistapa ei ole entuudeltaan yhtään tuttu. Perinteinen pudotusvalikko on paljon tunnistettavampi elementti tehdä valintoja.

# KÄYTTÄJÄT // OSALLISTUJAT

Itä-Länsi Unelmajoukkueen todennäköiset osallistujat ovat samoja, jotka aikovat tulla paikan päälle Itä-Länsi -tapahtumaan, ja muut, jotka seuraavat aktiivisesti pesäpalloa.

## Kilpailun

### pääkohderyhmää ovat:

- Pesäpallokannattajat ja -fanit
- Itä-Länsi -tapahtumaa seuraavat ja/tai osallistuvat henkilöt

### Kilpailun sekondääristä kohderyhmää ovat

- Pesäpalloa satunnaisesti seuraavat ihmiset
- Urheilua laajasti seuraavat

### Kilpailun muuta kohderyhmää ovat

- Itä-Länsi -tapahtumasta kiinnostuneet ihmiset
- Ne, ketä houkuttelee voittaa kilpailun palkinto
- Vedonlyöjät
- Satunnaiset osallistujat
- Konseptin suunnittelijan ystävät ja tutut

## ESIMERKKIKÄYTTÄJÄ

Nuori, tai keski-ikäinen mies. Asuu Superpesis-paikkakunnalla

Kannattaa jotain joukkuetta, tai pelaajia. Omistaa fanituotteita.

+ Sisäinen motivaatio osallistua kilpailuun  
+ Jakaa kilpailua todennäköisesti sosiaalisessa mediassa = houkuttelee muitakin osallistumaan



Omistaa älypuhelimien, tai muun mobiililaitteen, jota pitää yleensä mukana.

Aktiivinen sosiaalisessa mediassa. Seuraa useista palveluista pelejä ja kommentoi itse niitä.

Harrastaa lajia, tai seuraa sitä sekä paikan päällä, TV:n välityksellä että sosiaalisen median kanavista.

# TIETOJEN KERUU?

Oleellinen osa kilpailua on kerätä tietoja osallistujista, jotta voittaja pystytään palkitsemaan.

Kilpailussa kysytään käyttäjiltä

- Koko nimi
- Puhelinnumero
- Sähköpostiosoite

Lisäksi kilpailuun voidaan laittaa kysymys, saako tietoja käyttää pesäpalloon liittyvään markkinointiin.

Nämä tiedot pitäisi saada kootusti kilpailun ylläpitäjälle, jotta voittajan palkitseminen onnistuisi. Hyvä keino tietojen keruuseen on saada jokaisen kilpailulomakkeen täytön jälkeen yhteenveto vastauksesta järjestäjän valitsemaan sähköpostiosoitteeseen sellaisessa muodossa, että ne voi viedä excel-taulukkoon, tai muuhun ohjelmaan, josta niitä on helppoa käsitellä.

Sähköpostista pystyy tarkastelemaan aikaa, jolloin käyttäjä on osallistunut kilpailuun.

# PALAUTE KÄYTTÄJÄLLE

Käyttäjä saa kilpailulomakkeen täyttämisen jälkeen palautteen valintoistaan sen mukaan kumman puolen pelaajia hänellä on joukkueessaan enemmän. Palaute on aina positiivinen. Lisänä on tietynlainen ansiomerkki (badge).

Käyttäjä voi vielä tarkistella tekemiään pelaajavalintoja lähettämisen jälkeen, mutta niiden muokkaaminen ei jälkeenpäin enää onnistu.

Käyttäjä voi kuitenkin jakaa Unelmajoukkueensa sosiaalisessa mediassa vastaamisen jälkeen.

Yksi käyttäjä voi osallistua useammalla Unelmajoukkueella, mutta vain yksi joukkue (viimeisin) otetaan huomioon, koska kilpailu ei vaadi kirjautumista.



# SOSIAALINEN MEDIA

Kun käyttäjä on tehnyt pelaajavalinnat Unelmajoukkueensa kokoonpanoon, antanut yhteystietonsa ja lähettänyt lomakkeen (viesti ylläpidolle), hän voi jakaa joukkueensa sosiaalisessa mediassa. Some-alustat ovat Facebook ja Twitter sekä mahdollisesti muita palveluja.

Some-jakoon tulee seuraavat asiat:

- Linkki kilpailusivulle
- Käyttäjän valitsemat pelaajat
  - (mahdollisesti pesiskentällä)
  - Asettelu selkeä
- Saateteksti: Tässä minun Unelmajoukkueeni.. Tee omasi osoitteessa ita-lansi.fi / URL?

Luo näkyvyyttä ja toimii kilpailun markkinoinnin osana.



# GRAAFISIA ELEMENTTEJÄ



Logo\_Kouvola



Logo



Pelaaja\_paitavalinta\_mv



Somejako-ruutu



Ansiomerkki/palaute valinnoista



Pelaaja\_paitavalinta\_keltainen

## KILPAILUN 1. OSAN SÄÄNNÖT

Kilpailun järjestää Pesäpallon Itä-Länsi -hankeyhtymä.

Kilpailu on voimassa XX-XX. Voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti. Palkintoja ei voi vaihtaa tai muuttaa rahaksi. Kilpailun järjestäjän tai pesäpallon Itä-Länsi-tapahtuman pelaajien valitsijat eivät saa osallistua kilpailuun.

Kilpailuun pitää osallistua omalla nimellä ja oikeilla yhteystiedoilla. Yhdeltä henkilöltä hyväksytään vain yksi vastaus. Mikäli henkilö lähettää kilpailuun useampia vastauksia, vain viimeisimpänä lähetetty vastaus hyväksytään kilpailuun.

Kilpailun voittaja valitaan valittujen joukkueiden mukaan. Se henkilö, kenen kilpailuvastauksessa on eniten samoja pelaajia kuin todellisissa Itä-Länsi-joukkueissa, valitaan voittajaksi.

Mikäli tällaisia henkilöitä on enemmän kuin yksi, voidaan palkita useampi voittaja. Voittajat voidaan tällaisessa tapauksessa myös suorittaa arpomalla.

Järjestäjä pidättää oikeuden muuttaa kilpailun sääntöjä.

## KILPAILUN 1. OSAN OHJEET

“Kokoa oma Itä-Länsi Unelmajoukkueesi, ja voita liput Itä-Länsi-viikonloppuun Kouvolaan! Valitse 13 pelaajan kentällinen miesten tai naisten Superpesiksen joukkueista!”

## KILPAILUN 2. OSAN OHJEET

“Arvaa A-poikien, naisten ja miesten Itä-Länsi -otteluiden parhaat pelaajat! Valitse jokaisesta ottelusta kolme suosikkiasi ja voita huikeita palkintoja!”

## KILPAILUN 2. OSAN PALAUTE

“Hyvin veikattu! Näissä pelaajissa on paljon potentiaalia. Nyt vain jännitetään millaisella tuuletuksella pallokinnot pokataan!”

**HUOMAUTUS,  
jos pelaajia ei  
ole tarpeeksi**

“Pesät täynnä! Olet valinnut jo 13 pelaajaa. Et voi tehdä enempää pelaajavaihtoja, ellet poista jo valittuja pelaajia, ja valitse uusia tilalle.”

**HUOMAUTUS  
jos pelaajia  
on liikaa**

“Pesiä tyhjänä! Täytä koko 13 pelaajan kokoonpano, ennen kuin lähetät joukkueen!”

# UNELMAJOUKKUE-KILPAILUN ROOLIT

## **Kilpailun konseptisuunnittelija - Samu Gråsten, Metropolia ammattikorkeakoulu**

Kilpailun suunnittelu

Konseptin koostaminen koodaajalle ja Itä-Länsi-hankeyhtymälle

Yhteydenpito koodaajan ja Itä-Länsi-hankeyhtymän kanssa

Kilpailun järjestämisessä avustaminen

## **Kilpailun tilaaja - Itä-Länsi-hankeyhtymä (Harri Liekola)**

Kilpailun suunnittelussa avustaminen

Kilpailun järjestäminen (julkaisu, voittajien palkitseminen)

Tietojen tarjoaja (pelaajat, logot, muut tiedot)

## **Kilpailun koodaaja - Timo Bontenbal, Valovirta, Metropolia ammattikorkeakoulu**

Kilpailun koodin luominen

Päätökset kilpailun graafisesta ulkoasusta

Kilpailun ensisijainen tekninen tuki