

Käyttöliittymän kehittäminen lapsiystävälliseksi

Case C More Juniori

Tanja Pulkstén



Tekijä Tanja Pulkstén	
Koulutusohjelma Tietojenkäsittely	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Käyttöliittymän kehittäminen lapsiystävälliseksi Case C More Juniori	Sivu- ja liitesivumäärä 49 + 16
<p>Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi MTV Oy, ja sen tavoitteena oli selvittää lasten median käyttöä ja tutustua lasten palveluiden käyttöliittymäkehitykseen. Kehityksen kohteena oli C More -palvelun lapsille suunnattu Juniori-osio. Työ käsitteli ainoastaan palvelun tekniistä kehitystä Juniori-osiossa ja Juniori-profiilissa, eikä työssä puututtu palvelun sisältöön. Kerättyjen tietojen perusteella tehtiin ratkaisuehdotuksena prototyyppejä Juniori-osion käyttöliittymästä. Työtä ja sen tuloksia oli tarkoitus hyödyntää C More -palvelun jatkokehityksessä. Kehittämällä lapsille suunnattuja osioita lapsiystävällisimmiksi voidaan osoittaa vastuullisuutta ja sitouttaa asiakkaita.</p> <p>Opinnäytetyön alussa kerättiin lasten median, digilaitteiden ja videopalveluiden käyttöön liittyvää tietoa muista tutkimuksista ja tilastoista. Tietoa etsittiin myös lapsille suunnatusta käyttöliittymäsuunnittelusta yleisesti. Lisäksi tehtiin kilpailijavertailua benchmarking-menetelmän keinoin sekä C Moren nykyasiakkaiden Juniori-osioon liittyvää käyttötottumuskartoitusta kyselyllä. Kerätyn tiedon perusteella voitiin suunnitella uusia ominaisuuksia käyttäjätarpeen mukaan.</p> <p>Kaikki taustatutkimuksen opit kerättiin yhteen ja niistä tehtiin päätelmiä ja kirjallisia ratkaisuehdotuksia C Morelle. Yhteenvetoa käytettiin myös suunnitelmana opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa, jotta prototyyppiin sisällytetyt ratkaisut palvelivat sekä C Morea että C Moren asiakkaita mahdollisimman hyvin.</p> <p>Opinnäytetyön toiminnallisessa osassa syntyi useita käyttöliittymäsuunnitelmia ja mahdollisia uusia ominaisuuksia C Morelle. Suunnitelmia arvioitiin C Moren asiakkaille lähetetyllä kuvavertailukyselyllä. Kyselyn tuloksien perusteella valittiin parhaat ominaisuudet ja ulkoasuseikat yhteen lopulliseen prototyyppiin. Valmis prototyyppi esitti yhtä mahdollista ratkaisua C Moren Juniori-osion kehittämiseksi.</p>	
Asiasanat Käyttökokemus, käyttöliittymä, käyttöliittymäsuunnittelu, lapset, lapsiystävällisyys, suoratoistopalvelu	

Sisällysluettelo

1	Johdanto	1
2	Lapset median käyttäjinä.....	3
2.1	TV-palveluiden ja digilaitteiden käyttö	4
2.2	Lapsille suunnattu käyttöliittymäkehitys.....	7
2.3	Yhteenveto.....	9
3	Kilpailijavertailu Benchmarking-menetelmällä.....	10
3.1	C More	11
3.2	Ruutu / Ruutu+.....	12
3.3	Viaplay	13
3.4	Netflix.....	14
3.5	HBO Nordic.....	15
3.6	Amazon Prime Video	17
3.7	Disney+.....	18
3.8	Yle Lasten Areena.....	19
3.9	YouTube Kids	20
3.10	Yhteenveto.....	22
4	Alkukartoitus kyselytutkimuksella	26
4.1	Tutkimusongelma.....	26
4.2	Tulokset	27
4.3	Yhteenveto.....	31
5	Taustatutkimuksen johtopäätökset	32
6	Prototyyppi	34
6.1	Suunnitteluvaihe	34
6.2	Ensimmäinen versio.....	36
6.3	Toinen versio	37
6.4	Käyttäjätestaus	40
6.5	Viimeinen versio.....	44
6.6	Jatkokehitys	46
7	Pohdinta.....	48
	Lähteet	50
	Liitteet.....	54
	Liite 1. Opinnäytetyön rakenne.....	54
	Liite 2. Alkukartoituksen kyselylomake	56
	Liite 3. Prototyyppi, toinen versio.....	58
	Liite 4. Käyttäjätestauksen kyselylomake	61
	Liite 5. Valmis prototyyppi.....	67

1 Johdanto

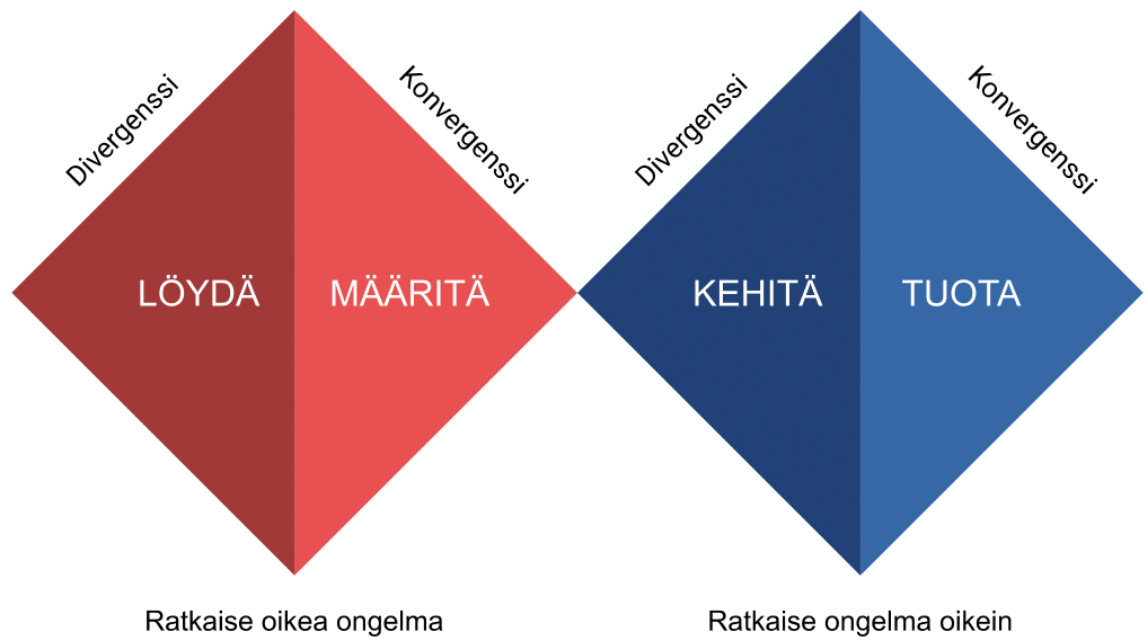
Suoratoistopalveluiden suosio kasvaa jatkuvasti, ja myös lapset alkavat käyttää videopalveluita entistä nuorempina. Kilpailu asiakkaiden ajasta on kovaa, ja maksullisten palveluiden tulee ottaa kaikki käyttäjäryhmät huomioon pysyäkseen kuluttajien suosiossa. Lapset eivät yksin ole maksavia asiakkaita, mutta tyytyväinen lapsi voi olla ratkaiseva tekijä tilauksen jatkamisessa.

Opinnäytetyön toimeksiantaja oli MTV Oy ja sen tarkoituksena oli kehittää kotimaisen C More -suoratoistopalvelun lapsille suunnattuja ominaisuuksia. C More on vuonna 2017 julkaistu palvelu, joka sisältää MTV Oy:n maksulliset verkkosisällöt (MTV Uutiset 2017). Opinnäytetyössä tehtiin pohjatyö C Moren Juniori-osion käyttökokemuksen kehittämiseksi ja kartoitettiin myös C Moren asiakkaiden tarpeita ja mielipiteitä kyselyllä. Opinnäytetyö esitteli ajankohtaisen selonteon lasten käyttäytymisestä suoratoistopalveluissa ja tutki benchmarking-menetelmän kautta, millaisia ratkaisuja alan muut yritykset ovat tehneet. Tutkimuksen perusteella koostettiin C Morea hyödyttävät opit ja lopputuloksena esitettiin konkreettisia prototyyppisiä C Morelle räätälöitynä.

Opinnäytetyön tavoitteena oli helpottaa C Moren palvelunkehitystiimin toimintaa ja tarjota ajankohtaista tietoa lapsista median käyttäjinä sekä käyttöliittymäsuunnittelusta lapsille suunnatusti. C Moren Juniori-osion kehittämisen oli tarkoitus lisätä käyttömukavuutta, joka on mitattavissa mm. lastenohjelmien katselun määränä (esimerkiksi minutteja päivässä) sekä lastenohjelmia katsovien käyttäjien määränä. Kaiken taustalla oli tavoite asiakkaiden sitouttamisesta, eli opinnäytetyön tuloksilla voitaisiin vaikuttaa myös tilauksensa peruuttavien asiakkaiden määrään. Asiakaslähtöisiin tuloksiin päästiin suorittamalla kyselyitä C Moren asiakkaille.

Opinnäytetyössä käsiteltiin ainoastaan Juniori-osiota sen käyttämisen kannalta, eikä esimerkiksi tutkittu tai verrattu C Morea ja sen kilpailijoita muilta osin. Tarkoituksena ei myöskään ollut ottaa kantaa lastenohjelmien määrään tai laatuun C Moressa tai sen kilpailijoiden palveluissa. Opinnäytetyön tuloksena tehtiin prototyyppisiä.

Opinnäytetyö eteni palvelumuotoilussa käytetyn kaksoistimantti-työkalun mukaan (kuva 1). Palvelumuotoilun avulla projekti eteni analyttisesti mutta luovasti, asiakastarpeen huomioon ottaen. Kaksoistimantti esittää prosessin kulkua, ja siinä edetään vasemmalta oikealle. Kummankin timantin vasen puolisko on divergentti, eli kattavasti uusia vaihtoehtoja etsivä. Oikea puoli on konvergentti, eli vaihtoehtoja rajaava ja ratkaisuun keskittyvä. (Koivisto, Syrjäkangas & Forsberg 2019, 42-43.)



Kuva 1 Kaksoistimantti (mukaillen Koivisto ym. 2019, 43.)

Tässä opinnäytetyössä (liite 1) ratkaistava ylätasoinen ongelma oli jo tiedossa, eli Juniori-osion käyttöliittymä kaipaisi lapsiystävällisyyttä. Aluksi tietoa kerättiin laaja-alaisesti avoimin mielin, jotta löydettiin juuri oikeat kehityskohdat ja niihin sopivat ratkaisut (löydä). Tietoa kerättiin siitä, miten lapset ja media kohtaavat toisensa nyky maailmassa ja miten lapsille suunnitellaan käyttöliittymiä. Työn tueksi etsittiin myös tilastotietoja lasten tv-palveluiden käytöstä sekä lapsiperheiden laitteista ja suoratoistopalveluista. Lisäksi tutkittiin kilpailijoiden toimintaa sekä C Moren asiakkaiden tarpeita ja toiveita.

Taustatutkimuksen jälkeen tulokset analysoitiin ja rajattiin aiheeseen sopiviksi (määritä). Kerätyistä tiedoista koostettiin erilliset johtopäätökset, joissa rajattiin mitä asioita C Moren kannattaa ottaa huomioon Juniori-osion kehityksessä. Samaa rajattua yhteenvetoa hyödynnettiin myös opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa, eli prototyypin rakentamisessa.

Prototyypin suunnittelussa luotiin aluksi useita erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja parhaan lopputuloksen varmistamiseksi (kehitä). Prototyyppien rakentamisessa hyödynnettiin C Moren brändiä, jotta ratkaisut ovat toimeksiantajalle mahdollisimman helpot hyödyntää. Lopullisten ominaisuuksien ja ratkaisujen valitsemisessa otettiin avuksi käyttäjättestaus, jotta viimeistelty lopputuote oli rajattu juuri asiakastarpeen mukaan (tuota).

2 Lapset median käyttäjinä

Tässä luvussa tutustutaan mediaan, tv-palveluihin, digilaitteisiin ja käyttöliittymäsuunniteluun lasten näkökulmasta. Tietoa on kerätty muun muassa erilaisista tutkimuksista ja tilastoista. Erilaiset mediat ovat nykyaikana vahvasti osa ihmisten elämää jo nuoresta iästä lähtien. Myös suoratoistopalvelut ovat mediaa, ja niiden käyttämisessä tulee harjoittaa medialukutaitoja. Lapset ovat alttiita vaikutteille, mutta palvelut voit omalla toiminnallaan edesauttaa oppimista ja luoda palveluita, joita lasten on helppo ja turvallista käyttää. Monelle vanhemmalle palvelun lapsiystävällisyys voi olla ratkaiseva tekijä palvelun hankkimisen ja käyttämisen kannalta.

Lasten mediankäyttöön vaikuttaa vahvasti se, miten muu perhe käyttää mediaa, ja vanhemmat tai huoltajat ovatkin lapsen tärkeimpiä mediakasvattajia. Lapsi ottaa esimerkkiä muista ja vanhempien mediankäytöllä sekä näkemyksillä on suuri vaikutus siihen, oppiiko lapsi käyttämään mediaa vastuullisesti, tietoisesti ja kunnioittavasti. Vanhemman läsnäolo ja myönteinen kiinnostus lapsen mediankäyttöön ovat ratkaisevassa roolissa lapsen mediataitojen kehittymisessä. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2020a.)

Tutkimukset ovat osoittaneet, että mediasisällöt vaikuttavat suuresti lasten ja nuorten kehitykseen niin tunne-elämän, identiteetin kuin sosiaalisuudenkin kannalta. Tietoisen suunnittelun avulla mediaa voidaan käyttää myös kasvatuksessa motivoivana oppimisympäristönä. Lapsen ikäryhmälle oikein kohdennettuna mediasisällöillä voidaan harjoitella muun muassa tunteiden hallintaa. Mediasta voi saada myös ideoita leikkeihin ja sosiaaliseen verkostoitumiseen. Suurimpina median riskeinä ovat ikäryhmälle soveltumattomat sisällöt, joista erityisesti on mainittava väkivalta, seksi ja porno. (Salokoski & Mustonen 2007, 8.)

3–4-vuotias lapsi etsii mediasta tarinoita, jolloin vanhemman tulee huolehtia, ettei lapsi vietä liikaa aikaa median parissa, ja että käytössä olevat mediasisällöt ovat lapsen iälle sopivia. Yhdessä vietetty media-aika on tärkeää. Lapsi haluaa ja tarvitsee vanhemman läsnäoloa, ja aikuisen mediankäyttämisen näkeminen on hyödyllistä pienen lapsen mediankäytön oppimisen kannalta. Vanhemman läsnäolo myös mahdollistaa sen, että lapsi voi kysyä asioista, eikä hänen tarvitse käsitellä mediasisältöjen herättämiä ajatuksia yksin. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2020b.)

5–6-vuotiaat ymmärtävät jo paremmin mediasisällöissä toden ja tarun eron. Lapsi myös ymmärtää paremmin mitä mistäkin voi seurata, joka voi aiheuttaa enemmän pelkotiloja. Tässä iässä lapsi eläytyy tarinoihin voimakkaasti ja vertaa median tuomia elämyksiä

omaan elämäänsä. Itsenäisyyden kasvaessa lapsi haluaa toimia myös mediassa omatoimisesti, mutta vanhemman on yhä tärkeää olla läsnä ja olla kiinnostunut lapsen tekemisistä. Media tuo lapsen elämään sellaisia asioita, joita siinä ei muuten välttämättä olisi, jolloin aikuisen tulee auttaa lasta käsittelemään mediasisältöjen aiheuttamia tunteita ja kysymyksiä. Mediataitojen kehittäminen on tärkeää etenkin kouluikää lähestyttäessä, jolloin lapsen itsenäinen mediankäyttö lisääntyy eikä vanhempi ole aina lähellä ohjeistamassa. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2020c.)

7–9-vuotiaana lapsi on kouluikäinen ja saattaa jo viettää aikaa kotonaan ilman vanhempien läsnäoloa. Perheessä yhteisesti sovitut mediankäytön säännöt ovat tärkeitä. Vuorovaikutustaitoja tulee harjoitella myös sosiaalisen median kannalta ja vanhemman tulee yhä osoittaa kiinnostusta lapsen mediankäyttöä kohtaan. Media voi herättää lapsessa kysymyksiä myös vaikeista asioista, ja on hyvä rohkaista lasta puhumaan niistä aikuisen kanssa. Mediankäytön paljoutta tulee rajoittaa, jotta leikeille, ystäville ja perheen yhdessäololle jää aikaa jokaisena päivänä. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2020d.)

Suomessa lapsilla on usein jo koulunaloitussiässä oma älypuhelin, vaikka digiosaaminen ei välttämättä vielä ole tarpeeksi kehittynyt laitteen vastuullista käyttöä ajatellen. Henkilökohtaisen laitteen avulla lapsella on yksityisyyttä ja mahdollisuus aloittaa digitaalisen identiteetin rakentaminen jo varhain. Lapset siirtyvät ikärajasuosituksista huolimatta samoihin sosiaalisen median palveluihin kuin aikuiset, joka mahdollisesti altistaa heidät soveltumattomille sisällöille. Palveluissa myös kerätään tietoa käyttäjistä, ja tietoja voidaan luovuttaa mm. mainostuskäyttöön. Tietojenluovutus päätöksien tekeminen voi olla haastavaa aikuisillekin, ja pahimmassa tapauksessa lapsi voi vaarantaa yksityisyytensä. Lisäksi monet lapset eivät ole mediassa vain kuluttajia, vaan myös sisällöntuottajia, joka entisestään vaatii lapsia kehittymään ja aikuistumaan nopeammin. (Tuorila 2020, 7–8, 14.)

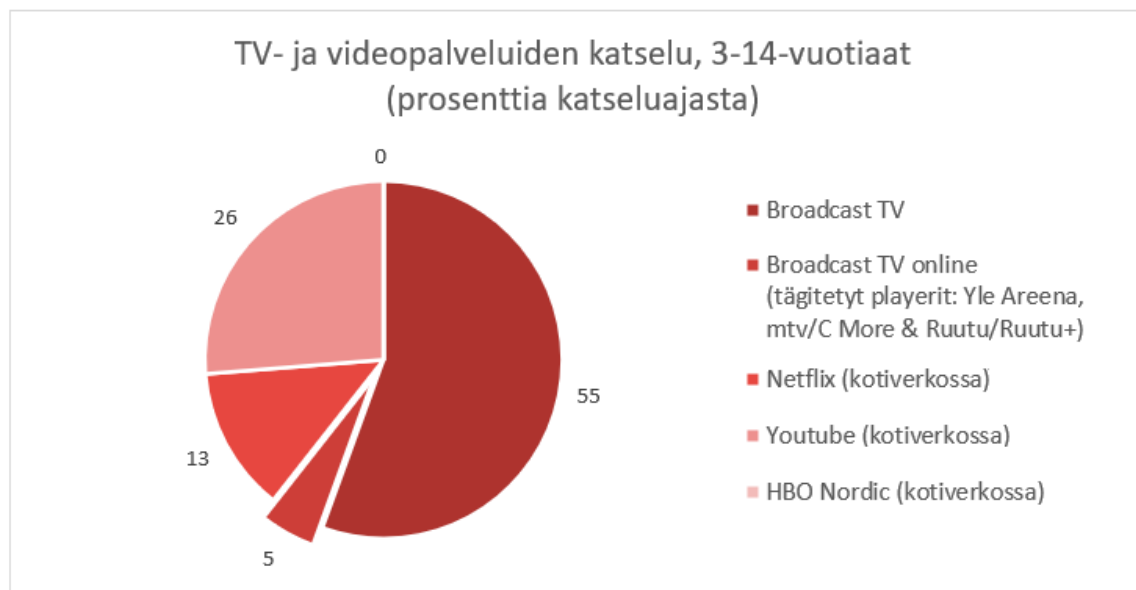
2.1 TV-palveluiden ja digilaitteiden käyttö

Lasten median ja tv-palveluiden käyttöä ei ole Suomessa kovin laajasti tutkittu. Yleistyksien ja kattavien päätelmien tekeminen saatavilla olevasta tutkimustiedosta ei välttämättä ole luotettavaa, vaan asiasta tarvittaisiin lisätietoa ja uusia säännöllisiä tutkimuksia (Suonenen 2014, 6; Tuorila 2020, 5). Monessa tutkimuksessa lapset käsitellään vain yhtenä käyttäjäryhmänä, vaikka esimerkiksi 3-vuotiaalla ja 12-vuotiaalla on palveluiden suhteen hyvin erilaiset tavat ja tarpeet.

Vanhempien käsityksen mukaan heidän lapsensa käyttävät internetissä ollessaan eniten videopalveluita, kuten YouTubea ja Yle Areenaa. Lähes puolet vanhemmista arvioivat lapsen käyttävän suoratoistopalveluita päivittäin. TV-palveluiden käyttö on lapsille tuttua, vaikka se ei ihan jokapäiväistä olisikaan, suoratoistopalveluita on jollain tasolla käyttänyt 75 prosenttia alle 15-vuotiaista lapsista. (Tuorila 2020, 21–22.)

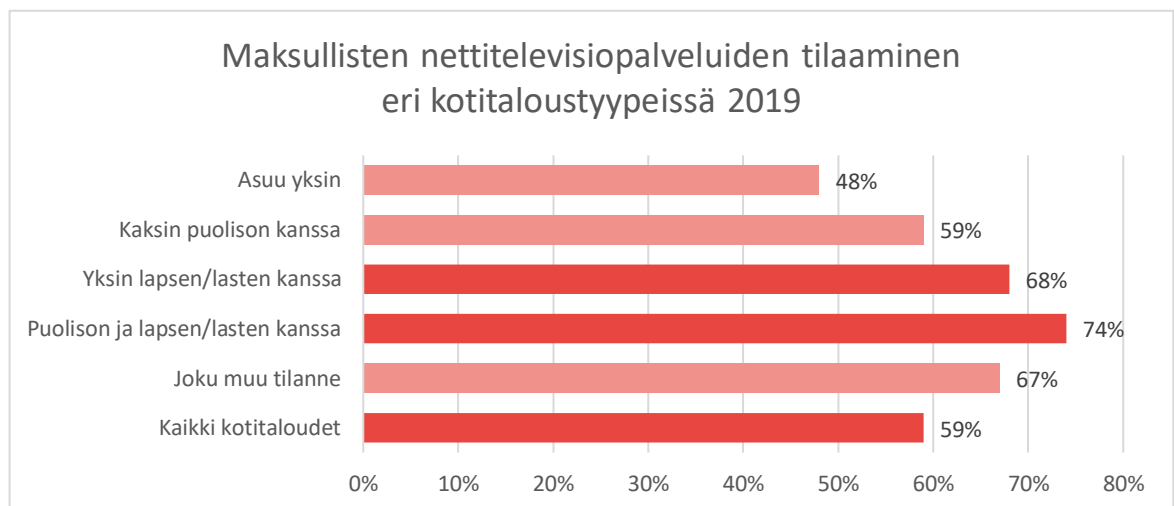
Myös jo vuoden 2013 Lasten mediabarometri -tutkimus osoittaa, että lastenohjelmien katselu on suosittua ajanvietettä lähes kaikenikäisillä lapsilla. Tuolloin puolet kohderyhmästä katseli lastenohjelmia vähintään kerran päivässä ja ainakin kerran viikossa lastenohjelmia katseli jo 81 prosenttia lapsista. Suosituin katselutapa tutkimuksen aikaan oli katsoa ohjelmaa perinteisestä televisiosta ohjelman lähetysaikana, sillä jopa 80 prosenttia 0–8-vuotiaasta oli ruudun äärellä lähetysaikaan viikoittain tai useammin. Tuolloin maksullisien tilausohjelmien kautta lastenohjelmia katsoi viikoittain vain viisi prosenttia kyselyyn vastanneista. Tutkimuksen analyysit on tehty kyselyyn vastanneiden 917 kotitalouden perustella. (Suoninen 2014, 7,16–17.)

Finnpanelin (2020) mukaan vuonna 2019 3–14-vuotiaiden katselusta 55 prosenttia tapahtui televisiosta lähetysaikaan, ja edelleen vain viisi prosenttia ikäryhmän mitatuista katseluista tapahtui tv-yhtiöiden suoratoistopalveluiden (broadcast TV online) kautta (kuvio 1). Mikäli tv-yhtiöiden lisäksi lasketaan myös mittauksissa mukana olleet Netflix ja HBO Nordic, 18 prosenttia 3–14-vuotiaiden katseluajasta kului suoratoistopalveluihin, eli mahdollisuus katsoa ohjelmia netissä lisää merkittävästi ikäryhmän katselumäärää (Finnpanel 2020, 9, 20).



Kuvio 1 TV- ja videopalveluiden katselu, prosentteja 3–14-vuotiaiden katseluajasta (mukaillen Finnpanel 2020, 20.)

Maksullisten suoratoistopalveluiden käyttö on kuitenkin yleisesti lisääntynyt vuosi vuodelta. Elisan tilaaman tutkimuksen mukaan vuonna 2019 suomalaisissa talouksissa jo 68 prosentilla on vähintään yksi maksullinen suoratoistopalvelu ja jopa 40 prosentilla kaksi. Samana vuonna Tilastokeskuksen Jakamistaloustutkimuksessa suoratoistopalveluiden tilausprosentti oli hieman vähemmän, 59 prosenttia. Jakamistaloustutkimuksen tulokset oli kuitenkin eroteltu taloustyyppin mukaan (kuvio 2) ja lapsiperheissä maksullisia suoratoistopalveluita oli tilattuna 68-74 prosentilla. (Alkula 2020; Suomen virallinen tilasto (SVT) 2019a.)



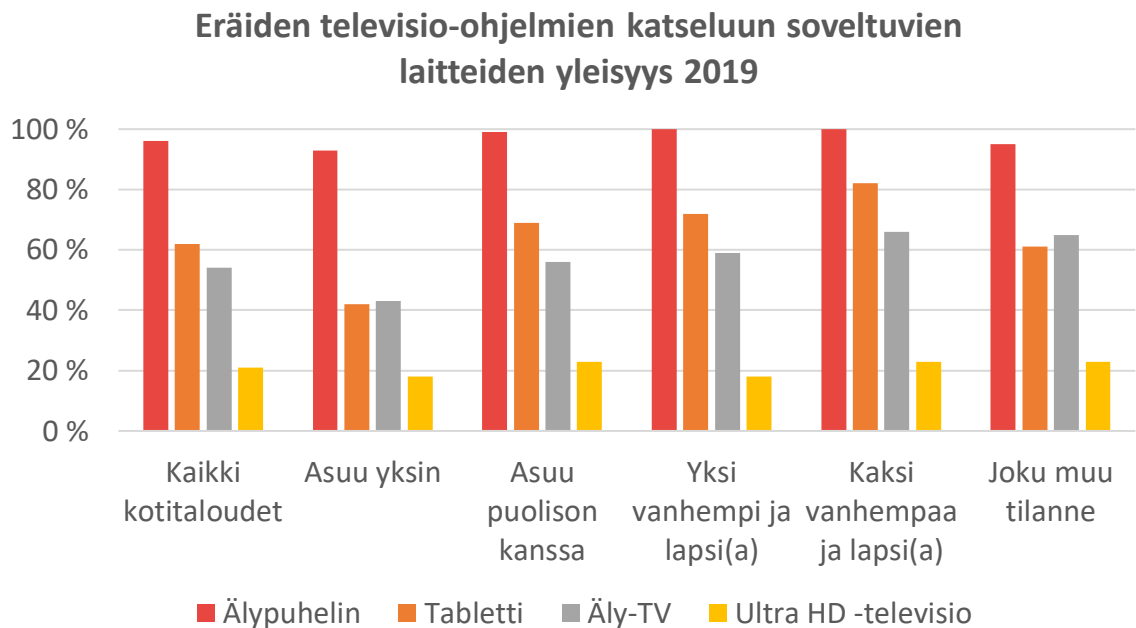
Kuvio 2 Maksullisten nettitelevisiopalveluiden tilaaminen kotitaloustyyppin mukaan (mukailen Suomen virallinen tilasto (SVT) 2019a.)

Ruotsissakin suoratoistopalveluiden käyttö on ollut viime vuosien aikana vahvassa kasvussa kaikissa ikäryhmissä ja 9–14-vuotiaista 58 prosenttia katsoi netti-tv:tä päivittäin vuonna 2020. Samaan aikaan 64 prosentilla yli 16 vuotiaista tutkimukseen osallistuneista oli yksi tai useampi suoratoistopalvelu tilattuna. (Stoll, J. 2020a; Stoll, J. 2020b.)

Koko Suomen väestöä tarkastellessa TV-palveluiden (Yle Areena, mtv/C More ja Ruutu/Ruutu+) katselu tapahtuu Finnpanelin (2020) tutkimuksen mukaan pääasiassa TV-laitteilla (37 %), toiseksi eniten tableteilla (28 %) ja kolmanneksi eniten tietokoneen välityksellä (26 %). Vain yhdeksän prosenttia katselusta tapahtuu puhelimilla (Finnpanel 2020, 21). Käytännössä siis isommat ruudut ovat suosituimpia tv-ohjelmien katseluun.

Tilastokeskuksen tutkimuksessa talouksissa, joissa on lapsi(a), on käytössä useita laitteita, joilla suoratoistopalveluiden käyttö onnistuu (kuvio 3). 100 prosentilla on älypuhelin,

jopa yli 72 prosentilla on tabletti ja yli 59 prosentilla on käytössä älytelevisio. Tässä selvityksessä ei kuitenkaan tutkittu, käytetäänkö laitteita suoratoistopalveluiden katseluun ja missä suhteessa. (Suomen virallinen tilasto (SVT), 2019b.)



Kuvio 3 Eräiden televisio-ohjelmien katseluun soveltuvien laitteiden yleisyys kotitaloustyyppin mukaan (mukaillen Suomen virallinen tilasto (SVT), 2019b.)

Euroopan Unionin teettämän 21 maata kattavan tutkimuksen mukaan alle 8-vuotiaat lapset käyttävät digitaalisia laitteita rentoutumiseen ja viihteeseen. Suosituin tapa viihtyä on katsella videoita tai lastenohjelmia. Lapset eivät kuitenkaan kiinnitä erityistä huomiota siihen, katsotaanko videoita puhelimesta, tablettilta vai televisiosta. Tutkimuksessa 6-vuotiaat lapset olivat jo käyttäneet monia eri laitteita, mutta suosivat enemmän mukana kulkevia kosketusnäyttöisiä laitteita. Vaikka lapset eivät itse televisioista paljon puhuneet, oli sellainen lähes kaikissa talouksissa ja TV onkin keskeinen laite lasten suosikkimedioiden kulutuksessa. Eniten lasten suosiossa oli kuitenkin tabletti, jolta katsotaan enenevässä määrin lastenohjelmia, samalla kun TV:n suosio laskee. Tabletti soveltuu hyvin myös pelaamiseen, piirtämiseen ja muihin lasten suosimiin aktiviteetteihin, joka osaltaan selittää sen suosiota. (Chaudron, Di Gioia & Gemo 2018, 33–34)

2.2 Lapsille suunnattu käyttöliittymäkehitys

Lapsille osoitetuissa palveluissa nähdään usein värejä, kuvia ja isoja painikkeita. Lasten digilaitteiden käyttö on kasvanut ja on entistä tärkeämpää tarjota palveluita myös lasten käyttöön sopiviksi. Lapsista tulee laitteiden ja palveluiden käyttäjiä jo varhain, joskus jopa

ennen kuin puhuminen, lukeminen tai muistaminen ovat kunnolla kehittyneet. (Kosa 2018.)

Toisin kuin aikuisilla, lasten kanssa kannattaa käyttää värejä ohjaamaan tekemistä. Fonttikokoa tulisi myös kasvattaa lapsia varten, ja tekstissä tulee käyttää ymmärrettäviä ja yksinkertaisia sanavalintoja. Lapset nauttivat animoiduista ominaisuuksista ja ääniefektistä, jotka monia aikuisia häiritsevät. Käyttäjän kosketukseen reagoivat äänet ovat mainio tapa kiinnittää lapsen huomio. Navigoinnissakin voidaan hyödyntää isoja animoituja painikkeita, jotka ovat lapselle esimerkiksi hakutoimintoa helpompia käsitellä. (Kosa 2018.)

Etenkin pienet lapset eivät vielä ymmärrä abstrakteja konsepteja, vaan kaiken tulee olla kirjaimellista. Esimerkiksi hampurilaisikoni merkitsee lapselle oikeita hampurilaisia. Yksinkertaiset kuvat ja tosimaailmaa jäljittelevät kuvat ovat parhaita vaihtoehtoja, sillä lapset tunnistavat ne ja muistavat niiden merkityksen. (Molnár 2018.)

Pitää myös muistaa, että värien ja animaatioiden hyödyntäminen ei tarkoita, että käyttöliittymän tulisi olla täynnä erilaisia kuvia ja ääniä lapsen huomion ylläpitämiseksi. Päinvas- toin sivujen kannattaa olla selkeitä ja pysyä asiassaan, liiallinen värikkyys ja täyteen pakattu käyttöliittymä voivat hämmentää lasta ja johtaa kiinnostuksen lopahtamiseen. Johdonmukainen suunnittelu on tehokkaampaa ja kiinnostavampaa, niin lasten kuin aikuistenkin kohdalla. (McGowan s.a.)

Kosketusnäyttöisillä laitteilla tulee myös huomioida, että lapsilla usein laitetta pitelevän käden sormet osuvat huomaamatta näyttöön samaan aikaan, kun toisen käden sormilla yritetään esimerkiksi käyttää painikkeita. Niin kutsuttu ”multi-touch” on siis tärkeä ominaisuus, jotta lapsi onnistuu tekemisissään kahden käden taktiikallakin. (Kosa 2018.)

Kun suunnitellaan palveluita ja sovelluksia lapsille, on hyvä muistaa, että lapsen huomion pitäminen on haastavaa. Lapsi voi menettää motivaation nopeasti, mutta haasteilla ja saavutuksilla pystytään osallistamaan lasta ja pitämään heidän huomiostaan kiinni. Sovelluksien tulee myös antaa jatkuvaa palautetta käyttäjän toiminnasta. Jokaisesta painikkeesta ja linkistä tulee siis tapahtua jotain ja sen tulee näkyä lapselle heti jollain tavalla, vaikka itse toiminnon suorittamisessa kestäisikin hetki. Vuorovaikutus palvelun kanssa ylläpitää lapsen mielenkiintoa. (Brown 2019 & Molnár 2018.)

Lapset eivät ole kohderyhmänä samanlaisia kuin aikuiset. Lapsissa kymmenen vuoden ikähaarukkaan mahtuu paljon muutoksia ja hyvin erilaisia tarpeita ja haluja, eikä kolmevuotiaalle ja seitsemänvuotiaalle voida kehittää samoja palveluita. Aikuisia ajatellessa 33-

vuotias ja 37-vuotias taas toimivat palvelun käyttäjinä samalla tavalla. Yleensä lapset jaetaan kolmeen kohderyhmään: pieniin lapsiin, koulun aloittajiin ja isompiin lapsiin. Palveluiden käyttäjiksi lapset alkavat aikaisintaan kaksi- tai kolmevuotiaana. Ensimmäinen ryhmä voisi siten olla noin 3–5-vuotiaat, seuraavassa ryhmä olisi noin 6–8-vuotiaat ja viimeinen ryhmä olisi 9–12-vuotiaat. Palvelua suunniteltaessa tulee siis selvittää mille ikäryhmälle palvelu on tarkoitettu ja valita käyttöliittymän elementit sen mukaan. Esimerkiksi 9–12-vuotiaiden palveluissa voidaan jo käyttää tekstejä tai abstraktimpia kuvakkeita. (Osborne 2020.)

2.3 Yhteenveto

Mediasisällöt ovat osa lapsen elämää jo varhaisesta iästä asti. Päävastuu lapsen mediankäytöstä on vanhemmilla, mutta myös yritykset voivat osoittaa kiinnostusta ja vastuullisuutta omalla toiminnallaan muun muassa käyttöliittymäsuunnittelussa sekä käyttäjätietojen keräyksessä ja luovuttamisessa. Median suurimmat riskit lapselle ovat soveltumattomat sisällöt, joiden kohtaaminen voi aiheuttaa turvattomuuden tunnetta ja pelkotiloja. Vastuullisesti käytettynä media voi kuitenkin auttaa lasta ymmärtämään ympäröivää maailmaa ja käsittelemään erilaisia tunteita. Mediasta voi saada myös ideoita leikkeihin ja sosiaaliseen verkostoitumiseen. Liiallista käyttöä tulee kuitenkin välttää, ja aikuisen tulisi olla läsnä lapsen mediankäytössä sekä tuen että valvonnan merkeissä.

Videoiden ja lastenohjelmien katselu on yleinen tapa viihtyä ja viettää aikaa kaiken ikäisissä lapsissa. Lähes puolet lapsista käyttää videopalveluita päivittäin ja lapsiperheistä löytyy maksullisia suoratoistopalveluita jopa 74 prosentilta. Lapsien katselua tarkastellessa huomataan kuitenkin, että yli puolet katselusta tapahtuu edelleen televisiosta lähetyksiaikaan, kun taas 18 prosenttia katseluajasta kuluu suoratoistopalveluissa. Lapsia sisältävissä talouksissa on nykyään käytössä laajalti kaikki älylaitteet (televisio, tabletti, puhelin). TV-laitteet ovat suosittu tapa katsella suoratoistopalveluita, myös lapsilla. Lapset kuitenkin suosivat tabletilla katselua aikuisia enemmän.

Lapsille suunnattujen käyttöliittymien suunnittelussa pitää ottaa huomioon kohderymänä olevien lapsien ikä. Käyttöliittymässä kannattaa käyttää hyvällä maulla värejä, muotoja ja animaatioita. Lasten fyysiset laitteiden käsittelytavat ja mahdollinen hienomotoriikan puute tulee ottaa huomioon, jotta tarkoitukselliset painallukset huomioidaan, samalla kun vahinkopainalluksien määrää pyritään vähentämään. Nappien käyttöä suositellaan tekstilinkkien sijaan ja kun tekstiä tarvitaan, tulee käyttää isohkoa fonttia ja suorita, selkeitä sanavalintoja. Vuorovaikutuksesta tulisi saada aina heti palautetta, sillä lapsi ei ymmärrä odottaa, että taustalla latautuvat asiat tapahtuvat.

3 Kilpailijavertailu Benchmarking-menetelmällä

Luvussa perehdytään benchmarking-menetelmään ja vertaillaan eri suoratoistopalveluiden lapsille suunnattuja palveluita. Benchmarking-menetelmällä voidaan tutustua kilpailijoiden tai muiden yritysten toimintatapoihin ja oppia niistä. Tässä opinnäytetyössä benchmarkingilla on tärkeä merkitys markkinoiden tutkimisessa ja ideoinnin tukena. Benchmarkingilla muiden toimijoiden vertailu käy järjestelmällisesti ja tuloksien analysointi helpottuu.

Benchmarking on siis systemaattinen vertailumenetelmä, jonka avulla kerätään toisilta yrityksiltä tietoja ja taitoja, joita voidaan hyödyntää oman yrityksen toiminnassa. Benchmarking-toiminnan tavoitteena ei kuitenkaan ole toisen yrityksen toimintatapojen kopiointi, vaan vertailussa opittujen asioiden soveltaminen itseä hyödyttävästi. Toimintaa voidaan kuvata myös termillä benchlearning, joka korostaa enemmän oppimista, eikä kopiointia. (Tuominen 2016, 9; Vuorinen 2013, osa 2, luku 3.)

Benchmarking perustuu siihen, että tiedostamme ja olemme kiinnostuneita muiden yritysten toiminnasta ja menestyksestä. Kohteena olevat yritykset voivat olla kilpailijoita, mutta myös toisten toimialojen menestyjiä tai oman organisaation muita osastoja. Myös oman toimialan tilastollisia standardeja voidaan käyttää benchmarkingissa. Tärkeintä on, että kohteelta voidaan oppia uutta. Vertaamalla omaa toimintaa muihin, saadaan selkeyttä oman toiminnan tasoon ja tietoisuus kilpailijoiden kehityksestä sekä innovaatioista kiihdyttää omaa kehittämishalukkuutta, jonka myötä parannetaan kilpailuasemaa. (Ojasalo, Moilanen & Ritakoski 2015, 186.)

Tärkeä osa benchmarking-menetelmää on myös oman toiminnan arviointi: omien parhaiden toimintatapojen sekä sudenkuoppien tunnistaminen. Kun yritys tunnistaa omat heikot kohtansa, on benchmarking-prosessin suorittaminen helpompaa ja tuloksiin pääsy suora- viivaisempaa. Benchmarkingista on myös enemmän hyötyä, kun vertailussa voidaan kiinnittää huomiota juuri niihin asioihin, joihin omassa yrityksessä tarvitaan tukea. (Tuominen 2016, 14.)

Mukana suoratoistopalveluiden benchmarking-vertailussa on sekä pitkään suomessa toimineita suoratoistopalveluita että uusia tuttavuuksia, joiden valikoimista löytyy lastenohjelmia. Arviointi tehtiin 20.12.2020–21.1.2021 välisenä aikana. Tulee muistaa, että palvelut kehittyvät jatkuvasti ja vertailua olisikin hyvä tehdä säännöllisesti. Arviointi tehtiin pääasiassa tietokoneella, mutta palveluita tarkasteltiin päällisin puolin myös iPhonella sekä Samsung Smart TV:llä. Vertailussa käytettiin seuraavia kriteerejä:

- Onko lastenohjelmat erotettu muista ohjelmista ja / tai onko palveluun luotu erillinen käyttäjäprofiili lapsille?
- Onko palveluun tai profiiliin sisälletty lapsilukko tai muu vastaava toiminto, jolla lasta voidaan estää katsomasta hänelle sopimattomia ohjelmia?
- Onko lastenohjelmien luokittelussa ja järjestelyssä otettu huomioon lasten tarpeet?
- Muut lapsille lisäarvoa tuovat ominaisuudet

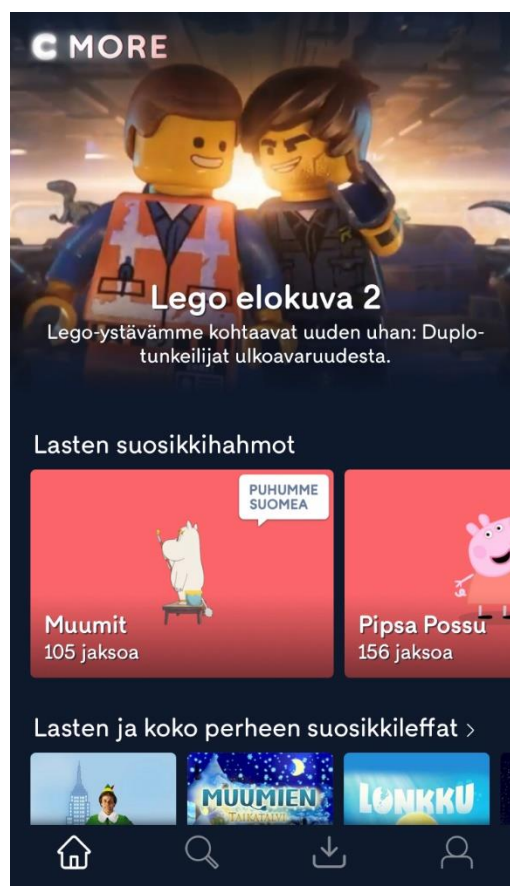
Palveluille annettiin arvosana kriteerien täyttymisestä asteikolla 1–5 sekä kirjallinen kommentti. Erityistä painoarvoa sai vahvasta lukituksesta (esimerkiksi PIN-koodi).

3.1 C More

C Moren nykytilassa lastenohjelmat on erotettu muista ohjelmista omalle Juniori-sivulle, jonka voi avata valikosta, joka löytyy useimmilla laitteilla sivun yläreunasta. Lapsia varten on luotu myös Juniori-profiili, jonka myötä sivu tai sovellus näyttää vain Juniori-sivun, eikä muihin osioihin ole pääsyä, ennen kuin profiilin vaihtaa uudelleen. Juniori-profiili on automaattisesti luotuna kaikille tunnuksille, ja niitä on vain yksi. Juniori-profiililla ei ole mitään asetuksia, kuten nimen muokkausta, salasanaa tai ikärajaa. Utelias lapsi voi palvelua tutkiessaan poistua Juniori-profiilista ja päätyä näkemään sopimatonta sisältöä.

Juniori-sivun yläreunassa on karuselli, joka mainostaa uusimpia lastenohjelmia (kuva 2). Seuraavaksi sivulla on rivejä, joihin ohjelmia on jaoteltu erilaisin perustein. Otsikoita on mm. Lasten suosikkihahmot, Kivaa katseltavaa kouluikäisille, Hauskoja eläimiä sekä Lasten sarjat A-Ö. Monet kokonaisuudet saa avattua omalle sivulleen klikkaamalla rivin oikeassa reunassa ”Kaikki” -linkkiä.

Juniori-osion etusivulla oleviin riveihin on luotu eri-ikäisille lapsille sopivia ohjelmakokonaisuuksia, josta lapsi voi valita katsottavaa. Mikäli lapsi käyttää palvelua ilman aikuisen valvontaa, voi hän kuitenkin tahallaan tai tietämättään valita ohjelmia myös esim. vanhemmille lapsille tarkoitettuista ohjelmista. Ohjelmia ei myöskään voi suodattaa puhekielen mukaan ja vain suomeksi puhutut on erotettu merkillä ”Puhumme suomea”. Muista ei siis voi tietää päällepäin onko kieli esimerkiksi englanti vai ruotsi. Tekstitykset löytyvät suomeksi ja ruotsiksi.



Kuva 2 Kuvakaappaus C Moren Juniori-osiosta (MTV Oy s.a.)

Arvosana: 2/5

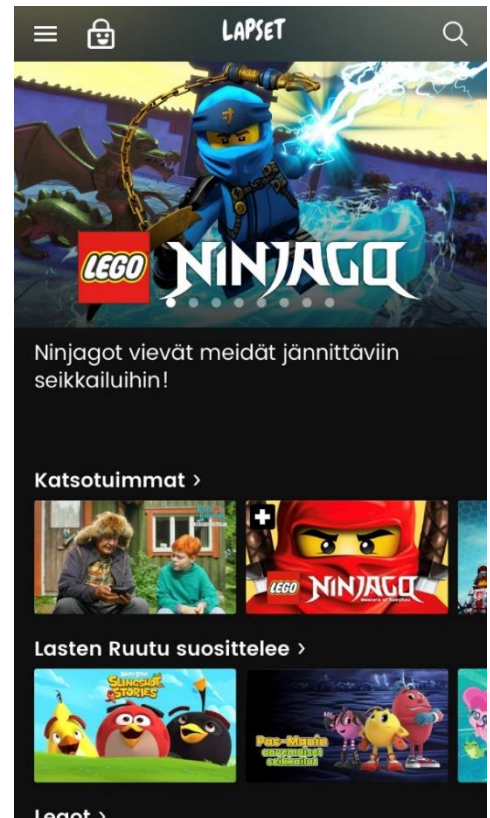
Kokonaisuudessaan lapset on otettu huomioon tyydyttävästi. Lastenohjelmat on sijoitettu erikseen, palvelussa on Juniori profiili ja erilaisia ohjelmakokonaisuuksia on jonkin verran. Ohjelmien suodatusta voisi kuitenkin olla enemmän ja Juniori-profiilin ottaminen pois käytöstä voisi olla salasanan takana.

3.2 Ruutu / Ruutu+

Ruutu+ on C Moren selkein kilpailija, sillä se on Nelonen Median maksullinen suoratoistopalvelu, samoin kuin C More on MTV Oy:n. MTV ja Nelonen kilpailevat perinteisen television osalta suosituimman mainoskanavan asemasta. Myös suoratoistopalveluiden markkinoilla kotimaisten palveluiden välinen kilpailu on tiukkaa.

Ruudun lastenohjelmat on aseteltu hyvin samaan tapaan kuin C Moren. Sivuston yläreunassa on valikko, josta voi valita kohdan ”Lapset”. Lasten sivun yläreunassa on karusellissa esittelyssä olevat lastenohjelmat (kuva 3) ja sen alla on riveittäin ohjelmakokonaisuuksia, kuten Katsotuimmat, Legot, Tyttöenergiaa ja Sankarit. Kokonaisuksille ei ole omia sivuja, eli lapselle näkyy kaikki vaihtoehdot koko ajan, joka voi aiheuttaa halun katsella ohjelmia, jotka eivät ole lapsen iälle sopivia.

Ruudussa ei ole erikseen käyttäjäprofileita, mutta sen sijaan löytyy lapsilukko. Lapsilukko-ominaisuus on kuitenkin tämän tutkimuksen aikaan käytössä ainoastaan iOS-mobiilisovelluksessa. Lapset-osiossa tulee napauttaa ”Lapsilukko päälle” (lukon kuvake) -nappia, jolloin palvelu näyttää vain lastenohjelmien sivut. Lukon saa pois päältä painamalla sarjalistan taustaa pitkään, jonka voi tehdä vahingossakin. Ohjelmakokonaisuuksissa on iän puolesta erotettu vain perheen pienimmille suunnatut ohjelmat. Ohjelmassa puhuttava kieli selviää monessa ohjelmassa kuvaustekstistä. Joissain suomeksi puhutuissa elokuvissa on ”Dubattu” teksti kuvassa, mutta ei kuitenkaan kaikissa. Tekstitykset näyttävät löytyvän ainoastaan suomeksi.



Kuva 3 Kuvakaappaus Ruudun Lapset-osiossa (Sanoma Media Finland s.a.)

Arvosana: 1/5

Kokonaisuudessaan lapset on otettu huomioon välttävästi. Lastenohjelmat on otettu erikseen muista ohjelmista, mutta lapsilukko on käytössä vain yhdellä päätelaitteella, eikä lapsilukon käyttöliittymä ole kovin intuitiivinen. Ohjelmakokonaisuuksia on jonkin verran, mutta erilaiset käyttäjäryhmät voisi ottaa paremmin huomioon.

3.3 Viaplay

Myös Viaplay on luonnollinen verrokki C Morelle samanlaisen ohjelmatarjonnan myötä. Molemmat palvelut ovat erikoistuneet sekä viihdeohjelmiin että urheilulähetysiin. Viaplay on C Moren tapaan osa pohjoismaista brändiä (Nordic Entertainment Group).

Viaplayn alkuasetelma on samankaltainen kuin aiemmissakin palveluissa. Sivun yläreunassa on valikko, josta löytyy kohta ”Lapsille” ja lasten sivun yläreunassa on karuselli, joka esittelee lastenohjelmia (kuva 4). Toisin kuin muilla tähän asti, karuselli ei kuitenkaan pyöri itseksensä ja se vaikuttaa sisältävän kaikki lastenohjelmat valittujen palojen sijaan.

Karusellin ohessa on pudotusvalikko, josta voi valita kategorian. Vaihtoehtoina on

- Lastenohjelmia 0-3 -vuotiaille
- Lastenohjelmia 3-6 -vuotiaille
- Lastenohjelmia 7-11 -vuotiaille
- Kaikki lastenleffat
- Kaikki lastenohjelmat
- Barnprogram på svenska

Jos valittuna ei ole mitään kategoriaa, on näkymä tutun kaavan mukainen, eli esillä on rivinä erilaisia kokonaisuuksia, kuten Uusia sarjoja, Kotimaisia lastenelokuvia, Seikkailuja vanhemmille lapsille sekä Barbin maailma. Jos pudotusvalikosta klikkaa jonkin vaihtoehdon, avaa se kokoelmasivun, jossa olevat ohjelmat voi vielä järjestää joko suosittujen tai uutuuksien mukaan.

Palvelussa profiilia luodessa tai muokatessa sille voi laittaa ”Lastenohjelmat” -valinnan päälle, jolloin ao. profiilille näkyy vain lapsille tarkoitettut ohjelmat. Kun profiili on luotu, voi



Kuva 4 Kuvakaappaus Viaplayn Lapsille-osiosta (Viaplay s.a.)

sille jälkeenpäin asettaa vielä lisäksi ikärajaksi 7 vuotta, jolloin palvelu piilottaa kaikki ohjelmat, joiden ikärajamerkintä on K7-K18 välillä. Mikäli profiilille ei ole laitettu lastenohjelmarajoitusta, voi profiilille kuitenkin asettaa vielä ikärajaksi 15 vuotta, jolloin palvelu piilottaa kaikki ohjelmat, joiden ikärajamerkintä on K15-K18 välillä.

Ohjelmaa katsoessa oikeassa alanurkassa on puhekuplakuvake, josta voi muuttaa puhutun kielen tai tekstityksen. Puhutun kielen valinnat näyttävät olevan pääasiassa suomi, ruotsi, tanska, norja ja englanti. Osaan ohjelmista ei ole saatavilla tekstitystä millään kielellä. Kummallista kyllä pudotusvalikon Barnprogram på svenska -kokoelma on tyhjä, vaikka moni ohjelma oikeasti löytyisi ruotsiksi puhuttuna.

Arvosana: 4/5

Kokonaisuudessaan Viaplayn lastenohjelmaosasto on lähestulkoon erinomainen. Lastenohjelmat saa erilleen muista ohjelmista ja ne voi vielä rajata alle 7-vuotiaille sopiviksi. Ohjelmakokonaisuuksia on useita sekä etusivulla että pudotusvalikon kautta ja kielivaihtoehtoja on paljon. Kehitettävää olisi lasten profiiliin lukitseminen esimerkiksi salasanalla ja ruotsinkielisen kategorian korjaaminen tai poistaminen.

3.4 Netflix

Kun suoratoistopalveluista puhutaan, on Netflix monen listan kärkipaikalla. Netflix on kansainvälisesti tunnettu ja sillä on kattavasti resursseja monissa maissa. Netflix on myös ollut markkinoilla suoratoistopalveluiden suosion alusta asti, ja näin ollen ehtinyt kerryttää kokemustaan ja kehittää palveluitaan pidemmälle.

Netflixissä lastenohjelmille ei ole ns. normaaliprofiililla erillistä sivua, mutta profiilia luodessa sille voi asettaa lastenasetukset päälle, jolloin profiilille näytetään vain lapsille kehitetty sivusto, lasten alue. Profiilien asetuksia pystyy laajemmin muokkaamaan ainoastaan selaimen kautta, jossa muokkaaminen vaatii erikseen käyttäjätilin salasanan. Profiileilla on muun muassa erillinen ikärajan säätö, jonka vaihtoehtoina on kaikki (kaikille sallitut), 7+, 13+, 16+ ja 18+. Lisäksi profiililta voi kieltää yksittäisiä nimikkeitä niiden ikärajasta riippumatta. Näitä kolmea asetusta voi käyttää joko yhdessä tai erikseen, eli ikäraja-asetuksia voi säätää myös normaalille profiilille.

Katselurajoitusten lisäksi profiileille voi asettaa lukituksen, eli yksilöllisen PIN-koodin, jolloin profiiliin ei pääse sisään ilman PIN-koodin syöttöä. Profiililta poistuminen tapahtuu ilman koodia. Lasta voi siis estää avaamasta muiden käyttäjien profiileita asettamalla niille PIN-koodit. Ohjelmissa on laaja kieli- ja tekstitysvaihtokirjoitus ja profiiliin asetuksista voi myös

asettaa halutut ensisijaiset kielivalinnat, jolloin ohjelma alkaa automaattisesti halutulla kielellä, jos se on saatavilla.

Lasten sivustolla on oma ylävalikko, jonka sisältö vaihtelee hieman laitteesta riippuen, mutta koostuu vaihtoehtoista etusivu, henkilöahmot, TV-sarjat, elokuvat, uusimmat ja oma lista. Sivun rakenne on jälleen totutun näköinen, alussa on isolla esittelyssä oleva ohjelma (kuva 5), jonka jälkeen sivulla on riveinä ohjelmakokonaisuuksia, kuten Netflix Originals, Animaatiot, Puhuvat eläimet, Hauska sekä Urheilu. Henkilöhahmot -sivulla katsottavaa voi valita lasta kiinnostavien hahmojen mukaan ja TV-sarjat ja elokuvat -sivuilla listauksen voi rajata lajityypin mukaan.

Arvosana: 5/5

Netflixin resursseilla on saatu kokoon kattava palvelu kaiken ikäisille lapsille. Profiilien asetukset ovat laajat ja niillä voi täydellisesti rajoittaa lapsen pääsyä soveltumattomiin sisältöihin. Ohjelmakokonaisuuksien otsikot pysyvät samoina, mutta niiden sisältö vaihtuu säädetyn ikärajan mukaan. Profiilien asetukset on jaettu kahteen eri paikkaan, joka vaikeuttaa käyttöä.



Kuva 5 Kuvakaappaus Netflixin Lasten alueesta (Netflix s.a.b)

3.5 HBO Nordic

HBO Nordic on tuttu suoratoistopalvelu suomalaisille. HBO Nordic on osa HBO-kaapelitelevisioverkkoa, jolla on kansainvälistä kokemusta alalta. HBO Nordic toi HBO:n ohjelmatarjonnan pohjoismaihin ja heillä on hyviä käytäntöjä vertailtavaksi.

HBO Nordicissa ei ole erikseen käyttäjäprofileja, joita voisi räätälöidä lapsia varten. Sivusto ja sovellukset kysyvät kuitenkin avautuessaan, halutaanko avata HBO (kaikki ohjelmat) vai Kids. Tavalliseltakin puolelta saa valittua Kids-osion valikosta. Lisäksi tunnuksen asetuksista voi asettaa PIN-koodin (lapsilukkosäädöt), jolloin Kids-osiosta poistuessa tulee syöttää koodi.

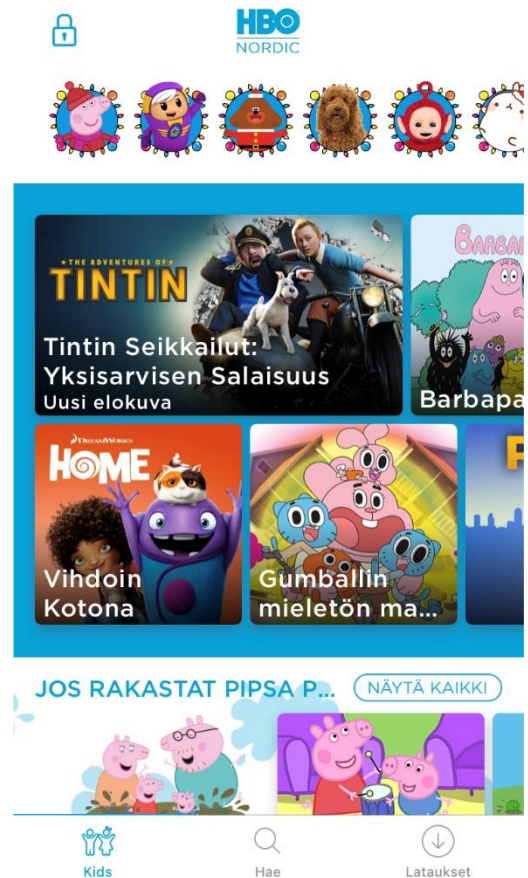
Kidsin yläreunassa on rivinä lastenohjelmista tuttuja hahmoja, joita klikkaamalla pääsee kyseisen hahmon ohjelmaan. Tämä jälkeen etusivulla on esittelyssä olevat ohjelmat karusellina, mutta niin, että kerrallaan on näkyvissä jopa kuusi ohjelmaa (kuva 6). Karusellin alla on tutut ohjelmakokonaisuusrivit, kuten Seikkailuhetki, Pohjoismaiden parhaat, Pienille lapsille ja Tunnet meidät kirjoista. Jokaisen rivin saa avattua omalle sivulleen, jossa ohjelmat on aseteltu ruudukkoon.

Kids-osion voi lukita ylänurkan lukon kuvakkeesta, jolloin aikuisten puolelle ei pääse. Jos sovelluksen avaa suoraan Kids-puolelle, sieltä poistuminen on automaattisesti lukittuna. Kun Kids on lukittuna, sen tausta on valkoinen ja jos lukko on auki, tausta on musta. Lukon avaaminen tapahtuu klikkaamalla kuvaketta. Jos tunnukselle on asetettu PIN-koodi, sitä kysytään tässä yhteydessä.

Ohjelmista ei näy päältäpäin mitä kieltä niissä puhutaan, mutta elokuvissa vaikuttaisi olevan alkuperäiskielen lisäksi suomi, ruotsi, norja ja tanska sekä samat myös tekstitysvaihtoehtoina. Sarjoissa puolestaan tuntuu olevan vain puhekielen vaihtoehdot, eikä tekstityksiä ei ollenkaan.

Arvosana: 5/5

HBO Nordicin Kids-toteutus on lähestulkoon täydellinen. Erilaisia ohjelmakokonaisuuksia on paljon ja kaikkiin löytyy vähintään suomenkielinen puhe. Kids-osion voi lukita niin, että sieltä ei pääse aikuisten puolelle ilman PIN-koodia ja lukituksen tilan näkee helposti taustan väristä, joten lapsen tekemisiä voi seurata pikaisellakin vilkaisulla. Jatkokehityksessä voisi tuoda ikärajan tarkemman säädön sekä tekstitysvaihtoehtojen lisäämisen sarjoihin.



Kuva 6 Kuvakaappaus HBO Nordicin Kids-osiosta (HBO Nordic s.a.)

3.6 Amazon Prime Video

Amazon Prime on suhteellisen uusi palvelu Suomessa, mutta osana isoa kansainvälistä yritystä sillä on kattavat resurssit ja kokemusta toiminnasta muissa maissa. Vertailun kannalta on hyvä saada erilaisia näkökulmia, jonka vuoksi myös Amazon Prime Videon toteutuksen tarkkailu ja vertailu on hyödyllistä.

Sivuston valikossa on jälleen paikka lastenohjelmien omalle osastolle, joka alkaa tutulla karuselliesityksellä suositelluista lastenohjelmista (kuva 7). Sivulla on riveittäin ohjelmakokonaisuuksia, kuten Huippuelokuvat, Isoille lapsille, Pienille lapsille ja Juhlakauden suosikit. Amazon Original ja Opettavat TV-sarjat -kokonaisuudet on mahdollista avata omalle sivulleen Lisää-linkistä, mutta kaikki muut kokonaisuudet ovat selattavissa vain etusivun rivinäkyvässä.

Amazon Prime tarjoaa profiilia luodessa tai muokatessa vaihtoehdon asettaa Lapset -säädön, jolloin profiiliin käyttäjälle näkyy vain lastenohjelmia, eli 12-vuotiaille ja sitä nuoremmille sopivia sarjoja ja elokuvia. Eri-ikäiset lapset on otettu huomioon etusivun ohjelmakokonaisuuksissa.

Kieli- ja tekstitysvaihtoehdot tuntuvat olevan hyvin kattavat niin puhutun kielen kuin tekstityksenkin osalta (mm. suomi, ruotsi, tanska ja espanja). Muutamista ohjelmista puuttuu kuitenkin suomenkielinen kuvaus, ja näitä ei ole myöskään puhuttu eikä tekstitetty suomeksi.

Arvosana: 3/5

Yleisesti ottaen lapset on otettu huomioon hyvin, mutta moitteita annetaan siitä, että kaikki lastenohjelmat eivät ole saatavilla suomeksi puhuttuna tai tekstitettynä, eikä sivustoa voi myöskään suodattaa paikallisen kielen mukaan. Lasten osio on pidetty hyvin yksinkertaisena, eikä se sisällä monia sivuja tai tasoja. Lasten profiiliin ikärajoja ei voi säätää tarkemmin, eikä sitä voi lukita.



Kuva 7 Kuvakaappaus Amazon Primen Lapset-näkymästä (AMZN Mobile LLC s.a.)

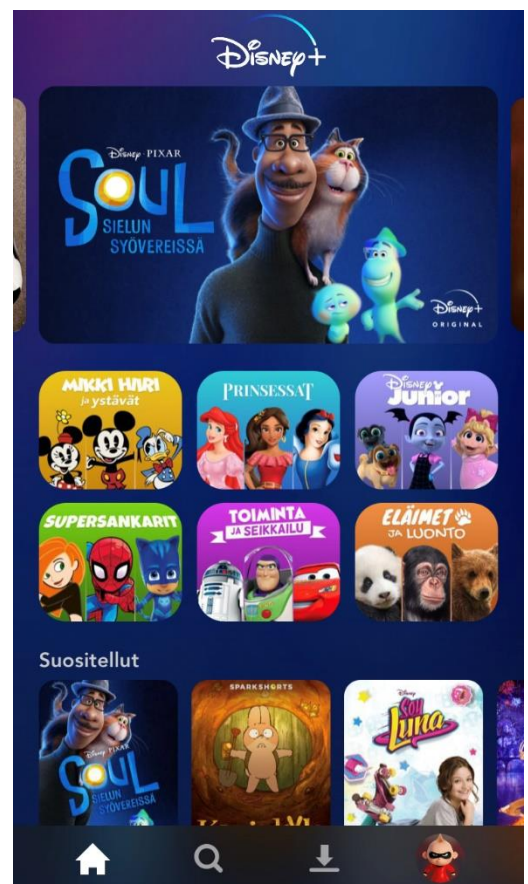
3.7 Disney+

Disney+ on vielä maailmankin markkinoilla uusi, ja julkaistu Suomeen vain muutamia kuu-
kausia ennen tämän opinnäytetyön aloittamista. Sisältökattauksensa myötä Disney+ on
kuitenkin erittäin hyvä vertailukohde lasten käyttämistä palveluista puhuttaessa. Koska
palvelu on vielä näin tuore, siihen voitaneen odottaa uusia ominaisuuksia ja muuta kehi-
tystä lähiaikoina.

Tavallisessa profiilissa lastenohjelmia ei ole aiemmista palveluista tutulla tavalla erotettu
oman otsikkonsa alle, joka johtune siitä, että suuri osa palvelun sisällöstä on nimen-
omaan lastenohjelmia. Mutta myös Disney+ antaa profiilia luodessa mahdollisuuden aset-
taa ”lasten profiili” -säädön, joka tuottaa käyttäjälleen lapsiystävällisen sivuston.

Sivu alkaa jälleen karusellilla, joka esittelee uu-
simpia ja suositeltuja ohjelmia (kuva 8). Seu-
raavaksi on annettu muutamia kokoelmavaihto-
ehtoja, joita klikkaamalla aukeaa uusi sivu, joka
sisältää kokoelmaan kuuluvat ohjelmat. Kokoel-
mat ovat Mikki Hiiri ja ystävät, Prinsessat, Dis-
ney Junior, Supersankarit, Toiminta ja seik-
kailu, sekä Eläimet ja luonto. Näiden lisäksi
etusivulla on rivimuodossa ohjelmakokonai-
suuksia kuten Laula sydämesi kyllyydestä,
Maagisia tarinoita, Uskomattomat eläimet, Mar-
vel Heroes ja Suoraan ulkoavaruudesta, jotka
ovat selattavissa vain etusivun rivinäkylässä.

Tietokoneella etusivun lisäksi valikosta voi
avata Originals, Elokuvat ja Sarjat -sivut, jotka
koostavat nimen mukaiset sisällöt yhdelle si-
vulle. Valikoimaa voi suodattaa kategorioiden
(mm. suositellut ja seikkailu) perusteella.



Kuva 8 Kuvakaappaus Disney+:n las-
ten profiilin näkymästä (Disney s.a.)

Kaikki ohjelmat vaikuttavat olevan joko puhuttu tai tekstitetty suomeksi. Muutamista puut-
tui tekstitysvaihtoehto, mutta lapsille on tärkeämpää, että omalla kielellä puhuttu versio
löytyy. Kielivaihtoehtoja löytyy suomen lisäksi useita, mm. ruotsi, englanti, italia ja ranska.

Arvosana: 4/5

Disney+ -palvelun kokonaisuus on selkeä ja helppokäyttöinen. Pääsääntöisesti ohjelmissa oli kattavat kielivaihtoehdot ja erilaisia ohjelmakokonaisuuksia on luotu paljon, mutta niitä voisi olla paremmin lapsen iän perusteella rakennettuna. Tarkempien ikäraja-asetuksien puuttuminen myös yllätti, eikä lasten profiilissa ollut lukituksia.

3.8 Yle Lasten Areena

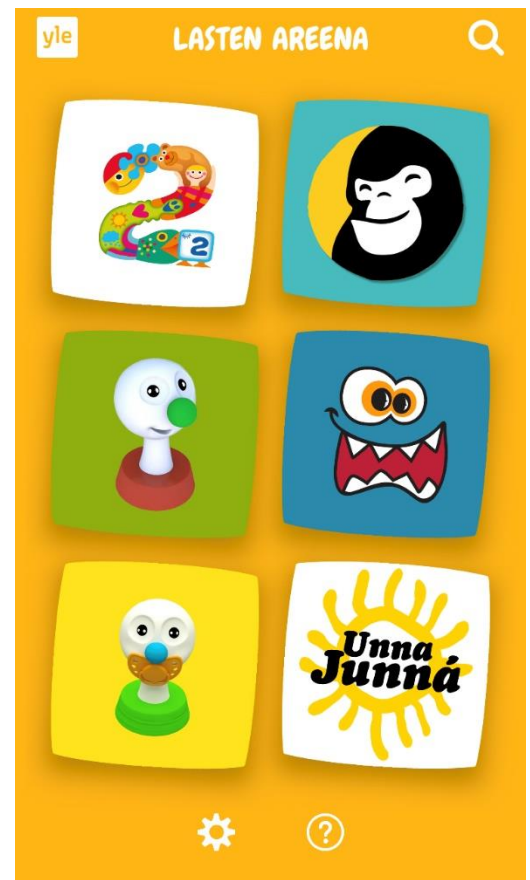
Verovaroilla toimiva Yleisradio ei ole suoranaisesti C Moren kilpailija liiketoiminnan kannalta, mutta asiakkaiden katseluajasta käydään kisaa kaikkien tv-palveluiden kesken. Yle on myös tehnyt hyvää työtä lasten huomioon ottamisessa palveluissaan luomalla erillisen Lasten Areena -palvelun.

Lasten Areena löytyy eri laitteilla eri tavoin. Mobiililaitteille on luotu kokonaan erillinen sovellus, jonka voi ladata sovelluskaupoista, tietokoneella Lasten Areenan nettisivuston saa avattua suoraan Yle Areenan valikosta ja älytelevisioilla lastenohjelmat löytyvät vain Yle Areenan valikon ”Selaa”-osiosta. Erilistä lapsilukkoa tai lasten profiilia ei Ylellä ole, mutta Lastenohjelmien siirtäminen omaan sovellukseensa ja tietokoneella omalle sivustolleen ajaa saman asian, sillä niistä ei pääse ns. tavalliseen Yle Areenaan.

Mobiilissa (kuva 9) ja tietokoneella Lasten Areena on hyvin saman näköinen. Sivulla on kuusi kuvaketta, jotka vievät erilaisiin kokonaisuuksiin:

- Pikku Kakkonen -> perheen pienimmille
- Galaxi -> kouluikäisten ohjelmat
- BUU-klubben -> pienimmille, ruotsiksi
- Hajbo -> koululaisille, ruotsiksi
- Piki-BUU -> taaperoiden ohjelmat
- Unna Junná -> saameksi

Mobiililaitteella kokonaisuudet ovat paremmin räätälöityjä. Kaikki näkymät alkavat isolla kuvalla suositellusta ohjelmasta, mutta sen alla on usein vielä nostettuna kuvakkeissa joko muutamia muitakin suosituksia tai sitten kokoelmia, kuten viitotut tai tuutulaulut. Tämän jälkeen on erotettu riviin ne sarjat, jotka ovat katsottavissa kokonaisuudessaan, ja vasta sitten tulee sama ruudukkonäkymä kaikista ohjelmista.



Kuva 9 Kuvakaappaus Lasten Areenan aloitussivusta (Yle.fi s.a.)

Tietokoneella kokonaisuuden avaaminen antaa ruudukon siihen kuuluvista ohjelmista, ilman sen kummempia suosituksia tai rajoituksia. Älytelevisiossa lasten osio, jota ei ole ainaakaan toistaiseksi Lasten Areenaksi brändätty, aukeaa suoraan Pikku Kakkonen -kokonaisuuteen, mutta sen voi vaihtaa joko Galaxi-kokonaisuuteen tai A-Ö-listaukseen ruudun oikeasta ylänurkasta.

Arvosana: 4/5

Mobiilissa Lasten Areena on liki täydellinen, mutta palvelusta puuttuu toistaiseksi yhtenäisyys eri päätelaitteilla. Lasten Areenassa käyttöliittymä on selkeä ja helppo. Lapsen iälle ja äidinkielelle sopivat ohjelmat löytyvät vaivattomasti. Ohjelmista rakennettuja kokoelmia voisi olla mobiilissa säännöllisemmin ja enemmän. Kokoelmien ja suosituksien lisääminen myös tietokoneversioon tuottaisi yhtenäisemmän palvelun ja helpottaisi sopivan katsottavan löytämistä. TV-sovelluksella lapsi voi päästä takaisin aikuisten ohjelmiin helposti ja se on muutenkin käyttökokemukseltaan Lasten Areenaa haastavampi.

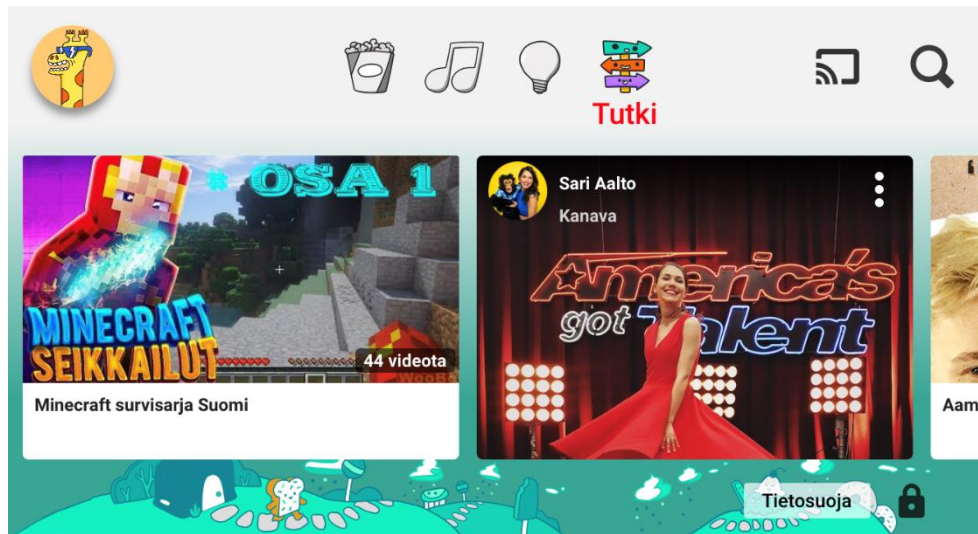
3.9 YouTube Kids

YouTube on kansainvälisesti tunnettu ja suosittu videopalvelu. Se ei varsinaisesti ole tv-palvelu, mutta sisältää runsaasti videoita katsottavaksi. Useassa tutkimuksessa myös todettiin YouTube'n olevan lasten käytössä, ja siksi sen toiminnan tutkiminen kannattaa. Monet lapset saattavat käyttää YouTube'n normaaliversiota, mutta YouTube'lla on myös kattava YouTube Kids -palvelu, joka sopii tähän vertailuun paremmin. Kids-palvelu löytyy selainversiona sekä sovelluksena mobiiliin ja älytv-laitteisiin.

Kirjautuneena käyttäjänä Kids-profiili(t) luodaan vanhemman oman YouTube (Google) -tilin alle, mutta palvelua voi käyttää myös kirjautumatta. Lapsen profiilille asetetaan lapsen ikä ja syntymäkuukausi, joiden lisäksi aikuinen määrittää vielä ”Suositellut sisältöasetukset”, joka tarkoittaa videovalikoiman säätämistä kolmen vaihtoehdon välillä: Päiväkotikäiset (0–4 v.), Esikouluikäiset (5–7 v.) sekä Kouluikäiset (8–12 v.). Lopuksi valitaan, halutaanko lapselle näyttää hakukenttä, vai ei. Googlen ohjeiden mukaan haun kautta voi löytää ohjelmia, jotka eivät ole lapsille soveltuvia, vaikka rajausalgoritmit kehittyvätkin nopeasti (Google 2021).

Palvelu aukeaa lastenohjelmat-sivulle, jonka yläosassa on hakutoiminto, jos se on profiilille sallittu. Etualalla on kuitenkin kuvakevalikko, joka sisältää kategoriat Lastenohjelmat, Musiikki, Oppiminen ja Tutki (kuva 10). Valikkoon tulee myös kohta ”Suositellut”, kun pro-

fiililla on katsottu videoita. Lukon kuvakkeesta aukeaa vanhempien opas, jonka avaamiseen vaaditaan joko laskutoimituksen ratkaisu tai oma tunnuskoodi. Profiilikuvakkeesta (kuvassa 9 kirahvi) painamalla pääsee käyttäjän katseluhistoriaan.



Kuva 10 Kuvakaappaus YouTube Kids (Google LLC s.a.)

Profiililta voi estää yksittäisien videoiden tai YouTube-kanavien näyttämisen klikkaamalla sisällön kolmen pisteen -kuvaketta ja valitsemalla estä. Palvelu myös tallentaa katsotut videot, jotta aikuinen voi tarvittaessa tarkistaa, mitä ohjelmia tunnuksella on katsottu. Sovellukseen voi lisäksi asettaa ajastimen, jotta ruudun ääressä ei vietettäisi liikaa aikaa. Asetetun ajan päätyttyä video keskeytyy, näkyviin tulee taustakuva ja teksti "Aika päättyi" ja ainoa valinta on vanhempien opas, jonka kautta pääsee joko laittamaan lisää aikaa tai sulkemaan ajastimen.

Palvelun tausta vaihtelee, se näyttää olevan mobiilisovelluksissa vähän tummempi ja sarjakuvamaisempi (kuva 10), kun taas tietokoneella tausta on valkoinen, mutta sisältää hauskoja kuvakoristeita. Käyttöliittymää on myös muokattu eri laitteilla sopimaan niiden käyttämiseen intuitiivisemmin:

- Älypuhelinsovelluksessa näkymä on pakotettu horisontaaliseksi, ja videot ovat yksinkertaisesti yhdessä rivissä, eli ylös-alas liikkumista ei sovelluksessa ole
- Älytelevisiossa sovellus on hyvin samantapainen kuin puhelimessa, mutta videoriivejä on kaksi.
- Tietokoneella hakukenttä korostuu enemmän ollessaan ylhäällä keskellä, ja videot jatkuvat ruudulla alaspäin. Yläpalkki siirtyy mukana alaspäin liikkuessa.

Palvelu mitä ilmeisimmin näyttää ohjelmia vanhemman profiiliin asetetun kielen ja / tai sijainnin mukaan. Mukana on kuitenkin myös muita algoritmin suosittamia ohjelmia esimerkiksi englanniksi. Osassa englanniksi puhutuissa ohjelmissa on suomenkieliset tekstitykset. Haun kautta voi etsiä kaiken kielisiä ohjelmia.

Arvosana: 5/5

YouTube Kidsiin on selvästi panostettu. Käyttöliittymä on yksinkertaistettu ja selkeä, mutta silti sisältää kaiken tarpeellisen. Lapsen profiiliin asetukset ovat kattavat, ja tavalliseen YouTubeen ei Kidsin puolelta pääse. Kielen vaihtaminen on turhan haastavaa, mutta haun kautta voi löytää muun kielisiä ohjelmia helposti.

3.10 Yhteenveto

Suoratoistopalvelut elävät jatkuvassa muutoksessa. On mahdollista, että vertailua tehtäessä palveluissa oli juuri näiden ominaisuuksien kehittäminen kesken, mikä voi olla syynä joihinkin keskeneräisyyden tunteen aiheuttaviin ominaisuuksiin.

Eri palveluissa on paljon yhtäläisyyksiä, mutta myös paljon eroja siinä, miten lapsille tarkoitettut osiot on kehitetty. Sisällöt on usein asetettu sivuilla samalla tavalla, ja toimintojen tarkoitukset ovat samat, vaikka toteutustavat jonkin verran eroavatkin. Palveluiden sisältämät ominaisuudet ja benchmarkingin arvostamat löytyvät taulukosta 1.

Taulukko 1 Benchmarking yhteenveto

	Lasten profiili	Ikärajan säätö	Lukitus	Ohjelma-kokonaisuudet	Puhekieli suomeksi	Tekstitys suomeksi	Useita muita kielivaihtoehtoja	Arvosana (1–5)
C More	x			x	x	x		2
Ruutu / Ruutu+	x*			x	x	x		1
Viaplay	x	x		x	x	x	x	4
Netflix	x	x	x	x	x	x	x	5
HBO Nordic	x		x	x	x	x*	x	5
Amazon Prime	x			x	x*	x*	x	3
Disney+	x			x	x	x	x	4
Lasten Areena	x		x*	x*	x	x		4
YouTube Kids	x	x	x	x	x	x*	x	5

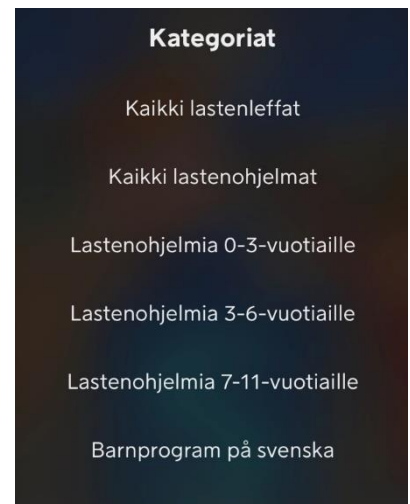
*Ominaisuus ei koske kaikkia ohjelmia tai laitteita

Kaikissa palveluissa oli jonkinlainen lasten profiili tai ominaisuus, joka sulkee muut ohjelmat pois, mutta ei vaadi esimerkiksi salasanaa, kun sen ottaa pois käytöstä. Kolmella palvelulla oli tämän lisäksi erillinen ikärajan säätömahdollisuus, jolla voi suodattaa profiilille näkyvät ohjelmat. Neljä palvelua tarjosi lukitusominaisuuden, jolla lasta aktiivisesti estetään pääsemästä muihin ohjelmiin tai profiileihin.

Kaikki palvelut tarjosivat jollain tasolla lasten profiilille erilaisia ohjelmakokonaisuuksia ja suomen kielen joko puheena tai tekstityksenä. Kotimaiset palvelut pyrkivät lisäksi tarjoamaan ohjelmia ruotsiksi. Kansainväliset palvelut tarjoavat myös muita kieliä pohjoismaista tai kauempaa.

Arvosanaansa nostaakseen C Moren tulisi keskittyä lukituksen kehittämiseen, ikärajan mukaan suodatukseen ja kielivalintoihin. Teknisessä kehityksessä ei toki voida vaikuttaa ohjelmavalikoimaan ja niiden kielivaihtoehtoihin, mutta on tärkeää kiinnittää huomiota siihen, miten eri kieliset ohjelmat on otettu huomioon tai merkitty käyttöliittymässä.

C Moressa on jo ennestään valikoima erilaisia ohjelmakokonaisuuksia, jonka perusteella käyttäjä voi valita katsottavaa. Valintaa voisi kuitenkin entisestään helpottaa esimerkiksi isommilla yläkategorioilla, kuten Lasten aareissa, jonka jälkeen voitaisiin näyttää kokoelmia kyseisestä kategoriasta. Myös Viaplayn kategoriat (kuva 11) ovat hyvä esimerkki: lapsen iän mukaan tehdyt vaihtoehdot ja erillinen valinta ruotsiksi puhutuille ohjelmille on hyvä idea.



Kuva 11 Kuvakaappaus Viaplayn kategorioista (Viaplay s.a.)

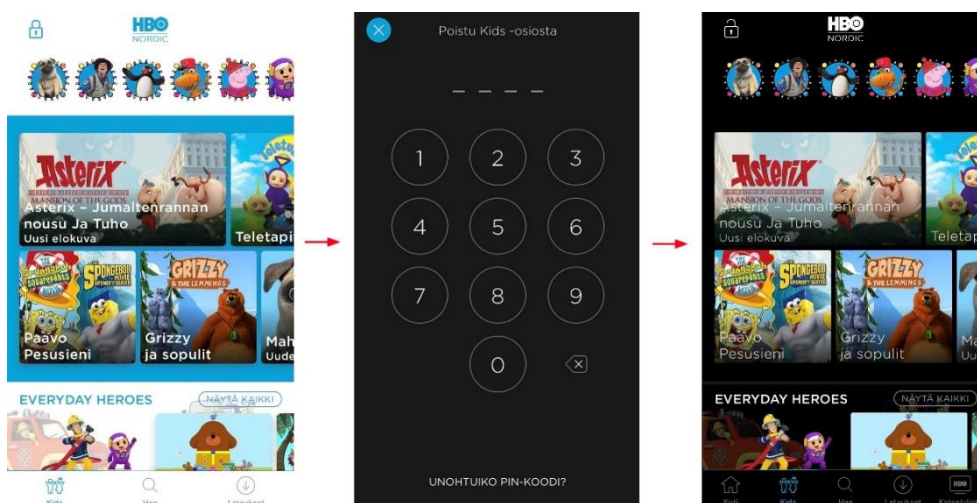
Ohjelmien suodatus ikärajan perustella on näppärä lisäominaisuus, joka on hyödyksi, etenkin jos nuori lapsi käyttää laitteita itsenäisesti. Netflixillä on tähän ensiluokaiset asetukset (kuva 12). Mikäli lapsi on kuitenkin valvottuna ja / tai ymmärtää yhdessä sovitut säännöt ohjelmien katseluun, ei asetukselle ole välttämättä tarvetta. Ominaisuuden kehittämisestä voi myös olla enemmän vaivaa, kuin mitä sille on käyttöä.



Kuva 12 Netflixin katselurajoitukset (Netflix s.a.a)

YouTube Kidsin käyttöliittymässä on hauskoja kuvaelementtejä ja se on Lasten Areenan tapaan äärimmäisen pelkistetty. Nämä ovat hyviä ominaisuuksia lasten palveluihin. Lapsen on helpompi käyttää palvelua, kun siinä ei ole vaikeita monitasoisia valikoita ja ase-
tuksia. Käyttöliittymän värien ja kuvien muokkaaminen lapselle sopiviksi on helppo tapa osoittaa kiinnostusta lapsen kokemukseen.

HBO Nordicin Kids-osio ja PIN-koodi -lukitusjärjestelmä (kuva 13) on selkeä ja helppo-
käyttöinen. Taustavärien vaihtuminen silloin, kun lasten profiili on käytössä, on hieno idea. Palvelun muuten tummat sävyt ovat enemmän aikuisten mieleen, ja lasten käyttöön sopii paremmin vaaleat, helposti lähestyttävämmät värit. Aikuisen on myös helppo nähdä pikai-
sellakin silmäyksellä, onko lasten profiili käytössä. PIN-koodin kysyminen lasten puolelta poistuessa pitää huolen siitä, että lapsi ei pääse käsiksi hänelle sopimattomiin sisältöihin tai vahingossa poistu lasten profiilista.



Kuva 13 Kuvakaappauksia HBO Kidsistä ja PIN-koodista (HBO Nordic s.a.)

Kuten aiemminkin mainittiin, suoratoistopalvelut kehittyvät jatkuvasti. Disney+ -palvelu ilmoittikin tammikuussa 2021, että samalla kun palveluun lisättiin uusi aikuisille suunnattu Star-ohjelmisto (23.2.2021), käyttöön tuli myös PIN-koodilla suojattu lapsilukko. Vaikka benchmarking oli tuolloin tämän opinnäytetyön osalta jo tehty ja lopputuotos viimeistelty, oli silti mielenkiintoista käydä tutustumassa Disney+ -palvelun uusiin muutoksiin. Profiilien asetuksiin oli tullut kolme uutta vaihtoehtoa:

1. "Estä poistuminen lapsitilasta" -toiminto pyytää kirjoittamaan kerrotut numerot kenttään lasten profiilista poistuessa. Tämä toimii lapsille, jotka eivät vielä ole oppineet lukemaan.
2. "Profiilin PIN-koodi" estää kyseisen profiilin avaamisen ilman PIN-koodia. Käytetään aikuisen profiilin avaamisen estämiseen lapselta.
3. "Sisältöluokitusta" vaihtamalla voi päättää minkä ikäisille osoitettuja ohjelmia kullekin profiilille näytetään (0+, 6+, 9+, 12+, 14+, 16+ ja 18+).

4 Alkukartoitus kyselytutkimuksella

Tässä luvussa tutustutaan kyselytutkimuksen teoriaan ja käydään läpi C Moren asiakkaille tehty kysely Juniori-osion ja -profiilin käyttötottumuksista. Kyselytutkimus on menetelmänä nopea tapa hankkia tietoa suureltakin kohderyhmältä ja tuottaa pääasiassa tilastoitavaa tietoa (Ojasalo, Moilanen & Ritakoski 2015, 121). Kysely on suosittu menetelmä alkutietojen keräämisessä ja sopii hyvin myös tähän opinnäytetyöhön. Kyselyllä halutaan selvittää C Moren käyttäjien toimintaa Juniori-sivulla sekä toiveita sen kehittämisestä.

Kyselyn tuottaminen sähköisesti on tehokkaampaa ja edullisempaa kuin kirjalliset postikyselyt. Nettikyselyn edistymistä voi usein seurata reaaliaikaisesti ja tuloksia voi tarvittaessa hyödyntää kyselyn ollessa vielä käynnissä. Esimerkiksi tapahtuman aikana voidaan reagoida häiriötilanteeseen, kun se nousee esiin tyytyväisyyskyselyssä. Kyselyiden tuottama tieto on kuitenkin yleisesti ottaen pinnallista ja vastaajien motivaatiota tai perehtyneisyyttä kyselyn kohteeseen on hankala arvioida. (Ojasalo ym. 2015, 121, 128–129.)

On muistettava, että kyselytutkimuksessa halutaan saada tietoa koko tutkimuksen kohteena olevasta ryhmästä (esimerkiksi asiakkaista), eikä vain niistä, jotka kyselyyn vastaavat. Kyselyn tuloksien pitää siis olla yleistettävissä koko kohderyhmään. Tämä tavoite saavutetaan parhaiten valitsemalla kyselyn vastaajat satunnaisotannalla. Sähköisten kyselyiden osalta tämä voi olla haastava toteuttaa, sillä kysely voidaan toimittaa vain niille, joiden yhteystiedot ovat tutkijalla tiedossa tai jotka yrityksen sosiaalisen median sivuilla vierailevat. Vastaajat eivät siis välttämättä edusta juuri sitä joukkoa, jota tavoiteltiin, ja tuloksien edustettavuus tai yleistettävyys voi kärsiä. (Ojasalo ym. 2015, 123–129.)

4.1 Tutkimusongelma

Opinnäytetyössä kaivattiin C Moren oikeilta asiakkailta erityisesti tietoa siitä, käyttävätkö lapset laitetta / palvelua itsenäisesti vai ohjaako aikuinen niiden käyttöä. Toivottiin myös, että asiakkailta tulisi kommentteja tai mielipiteitä ohjelmien lajittelun osalta. Kokonaisuudessaan haluttiin kartoittaa oikeiden asiakkaiden käyttötottumuksia ja kehitystoiveita lastenosion osalta.

Kyselyn alussa pyrittiin kartoittamaan vastaajat lapsen iän perusteella, ja kysyttiin myös C More Juniori-profiilin käyttämisestä ja mahdollisista siihen liittyvistä toiveista, jotta ominaisuuden kehittämisessä voitiin paremmin huomioida myös käyttäjien toiveet.

Kysely jatkui kahdella kysymyksellä laitteiden käyttöön liittyen. Ensin tiedusteltiin lapsen suosikkilaitetta, ja sitten kysyttiin lapsen itsenäisyyden astetta laitteen käyttämisessä. Vastauksien toivottiin tuovan käsitystä siitä, missä suhteessa käyttöliittymän kehityksessä tuli ottaa huomioon aikuiset ja missä lapset.

Kyselyssä selvitettiin myös ohjelmistoon liittyviä seikkoja: kuinka suuri merkitys ohjelman kielellä on ja millaisia lajitteluperusteita aikuiset toivovat palveluun, jotta lapselle löytyisi helposti sopivaa katseltavaa. Lopuksi kyselyssä oli vielä vapaaehtoinen avoin kenttä yleisille kommentteille ja toiveille.

Kyselyn levittämiseen käytettiin MTV Oy:n omaa kehitysalusta Hautomoa, joka on toteutettu yhteistyössä Digitalistin kanssa Leanlab-alustalle. Hautomoon on kutsuttu MTV Uutisten, mtv-palvelun ja C Moren asiakkaita, jotka ovat kiinnostuneet MTV:n palveluiden kehittämisestä (Leanlab 2020; MTV Hautomo s.a.). Hautomon C More -asiakasryhmälle luotiin kysely (liite 2), joka julkaistiin torstaina 7.1.2021 790 henkilölle. Otannasta kaikki olivat C Moren asiakkaita, mutta ei ole tietoa moniko näistä on lapsiperheitä. Kysely avattiin niin, että sen voi täyttää useamman kerran, jos taloudessa on enemmän kuin yksi lapsi. Vastausaikaa oli kaksi viikkoa.

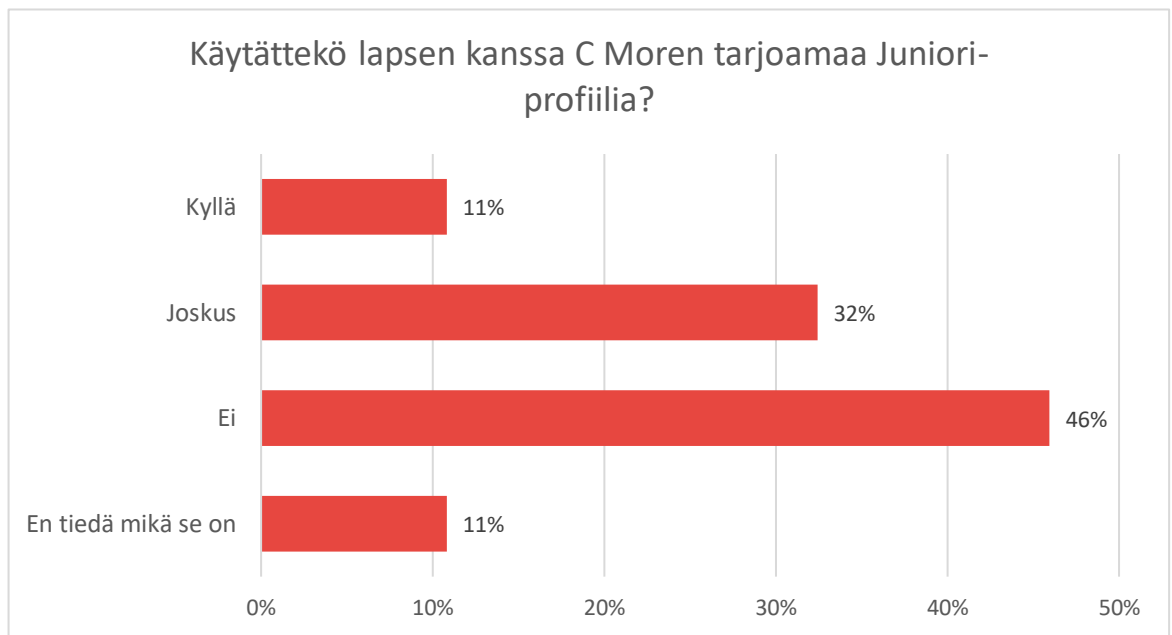
4.2 Tulokset

Kyselyyn saatiin yhteensä 37 vastausta, eli otantaan (790) nähden vastausprosentti oli 4,69 %. Lomakkeella käytiin yhteensä 92 kertaa. Vastausprosentti on otannan kokoon nähden alhainen, mutta taloustyyppitietojen puutteessa ymmärrettävä. Tästä voidaan myös päätellä, että Hautomon tavoittama kohderyhmä ei sovellu pienien lapsien käyttäytymisen määrälliseen tutkimiseen ja kyselyn tulokset eivät siten ole yksinään kovin luotettavia. Kyselyn jakamista C Moren asiakkaille sähköpostitse selvitettiin, mutta se ei ollut C Moren markkinointitiimin kiireistä johtuen mahdollista tarpeeksi nopealla aikataululla.

Vastaajia pyydettiin täyttämään kysely ajatellen yhtä lasta, ja ensimmäisenä kysyttiinkin avoimella kentällä lapsen ikää. Vastauksista vain 48 prosenttia oli alle 13-vuotiaita lapsia. Lopuissa vastauksissa lapset olivat jo teinejä tai aikuisia (27 %) tai vastaajalla ei ollut lapsia (22 %). Kysymykseen tuli yksi vastaus, jota ei ymmärretty (2 %).

C Moren Juniori-profiilin käyttöä kartoitettaessa (kuvio 4) Kyllä ja En tiedä mikä se on - vastauksien määrät eivät eroa toisistaan. Profiilin tunnettuus ja käytön vähäisyys ihmetyttävät, sillä profiili on automaattisesti olemassa kaikilla käyttäjillä. Vastaajista noin puolella

ei ollut pieniä lapsia, mikä näkyy selkeästi kieltävästi kysymykseen vastanneissa (45,9 %). Kyllä ja Joskus -vastauksia tuli yhteensä 43 %.

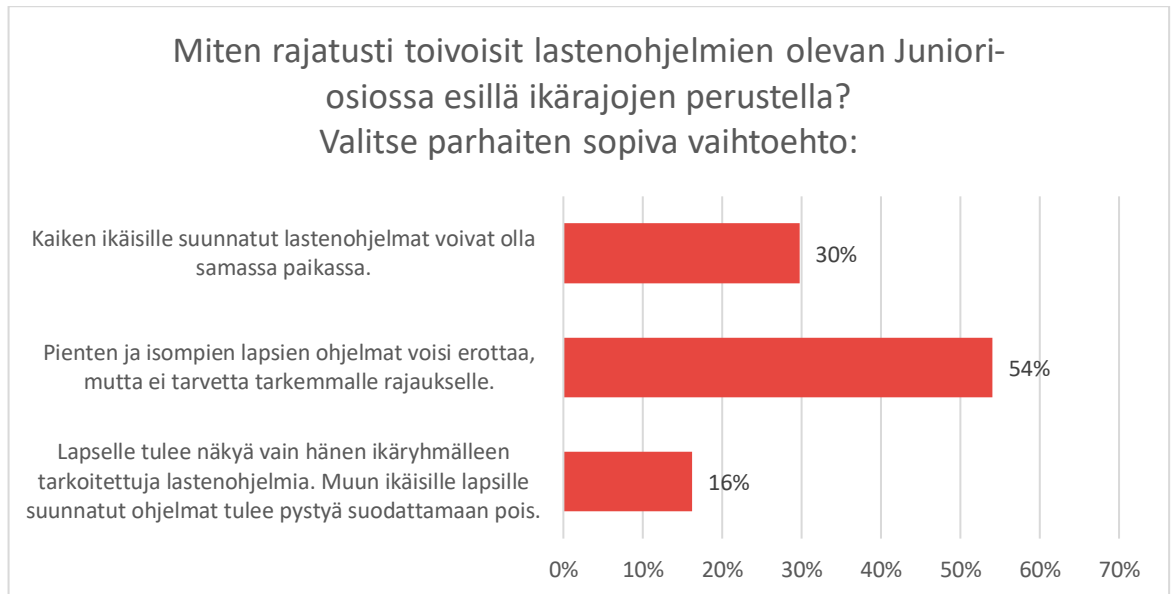


Kuvio 4 C Moren Juniori-profiilin käyttö

Juniori-profiilin käyttämisen jälkeen oli vapaaehtoinen avoin kenttä, johon sai kirjoittaa toiveita ja ideoita Juniori-profiilia koskien. Kysymykseen tuli yhteensä 11 vastausta, joista 7 koski ohjelmasisältöjä tai oli muutoin opinnäytetyön rajauksien ulkopuolella. Kehitystoiveet olivat:

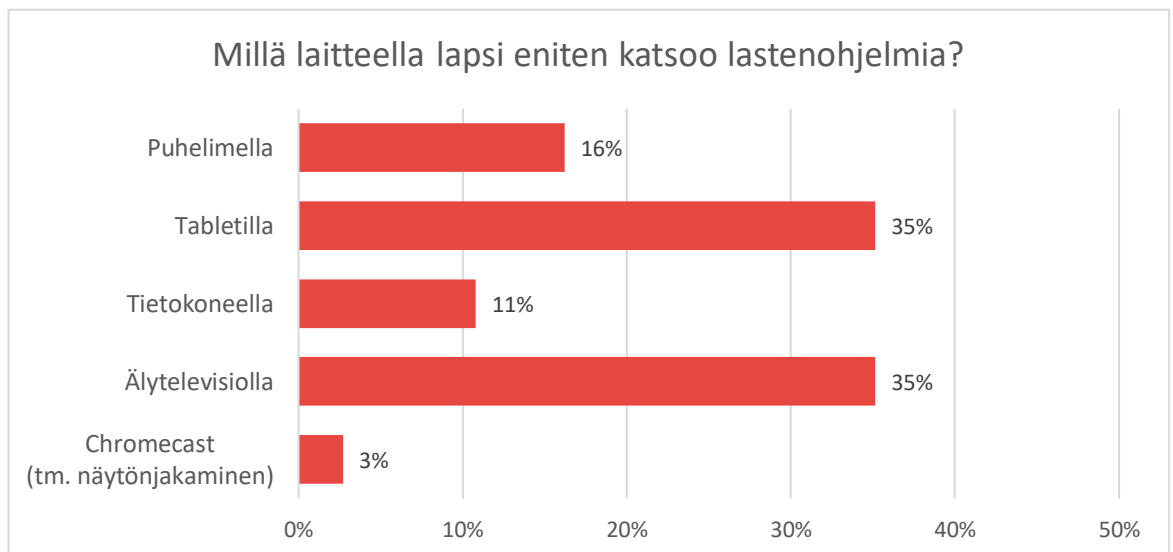
- Juniori-profiilin lukitus
- Suosittele katselun perusteella
- Aikarajan asettaminen, jotta lapsi ei voi katsoa pitkiä aikoja yhteen menoon

Kolmannessa kysymyksessä selvitettiin lapselle näkyvien lastenohjelmien rajaamista iän perusteella (kuvi 5). 30 prosentin mielestä lastenohjelmia ei tarvitse rajata eri ikäryhmien mukaan. Yli puolet (54 %) vastaajista oli sitä mieltä, että pienten ja isompien lasten ohjelmat olisi hyvä asettaa erilleen, ja tiukasti ikärajan mukaan erottamista kannatti 16 % prosenttia vastanneista.



Kuvio 5 Lastenohjelmien rajaaminen ikäryhmän perusteella

Kyselyn seuraavassa osassa siirryttiin laitteisiin liittyviin kysymyksiin. Ensin kartoitettiin lapsen suosimaa laitetta (kuvio 6). Lasten lempilaitteina nousivat esiin älytelevisiot sekä tabletit, kuten myös kappaleessa 2.1 käsitellyissä tilastoissa huomattiin. Puhelimen käytön osuus tässä kyselyssä oli aiempien tutkimuksen perusteella hieman odotettua suurempi (16 %).



Kuvio 6 Lapsen suosikkilaitte

Toinen laitteistoon liittyvä kysymys oli, käyttääkö lapsi suosimaansa laitetta itse vai onko aikuinen apuna (kuvio 7). Melkein 60 prosenttia vastasi, että lapsi käyttää laitetta itsenäisesti. Tässä on kuitenkin hyvä muistaa, että vain noin puolet vastauksista koski alle 13-vuotiaita lapsia. Avun kanssa laitetta käytti 27 prosenttia lapsista, ja 14 prosenttia ei ope-roi laitetta itse lainkaan.



Kuvio 7 Lapsi ja laitteen käyttäminen

Viimeinen pakollinen kysymys koski lastenohjelmien kieltä (kuvio 8). Vastauksia voi väärin väittää se, että Hautomo on vain suomenkielinen ja kysely itsessäänkin oli saatavilla vain suomeksi. Myös C Moren sivut ja sovellukset ovat saatavilla vain suomeksi, vaikka brändi onkin pohjoismaainen. Suomessa on kuitenkin runsas ruotsinkielinen väestö ja C Moressa on tarjolla ruotsiksi puhuttuja ohjelmia (sekä aikuisten että lasten) ja ruotsinkieliset tekstitykset moniin ohjelmiin. Kyselyn vastauksissa korostui kuitenkin selvästi suomeksi puhuttujen lastenohjelmien suosio, lähes 60 % vastauksista.



Kuvio 8 Lapsien suosimat kielet

Kyselyn lopussa oli kaksi vapaaehtoista avointa kenttää. Ensin kysyttiin mielipidettä ja ideoita lastenohjelmien lajitteluun, järjestelyyn ja/tai suodatukseen, jotta lapselle löytyisi helpoiten katsottavaa. Vastauksia tuli kolmetoista:

- Ikärajan perusteella (6)
- Aikaisempien katseluiden perusteella suosittelu (2)
- Kategorioittain: sarjat, elokuvat, piirretyt, näytellyt jne. (2)
- Ohjelman teeman / sisällön mukaan (1)
- Tytöille ja pojille (1)
- Mahdollisimman yksinkertaisesti (1)

Viimeisenä kyselyssä oli avoin kenttä muita kommentteja varten, johon ei kuitenkaan tullut sisältötoiveiden lisäksi muita vastauksia.

4.3 Yhteenveto

Kaiken kaikkiaan kyselyllä ei tavoitettu haluttua kohderyhmää ja vastauksien määrä jäi alhaiseksi. Kyselyyn vastanneet eivät myöskään olleet ahkeria Juniori-profiiliin käyttäjiä, joten tuloksiin ei yksinään voi nojata päätöksiä teossa. Yhdistettynä aiempiin tutkimuksiin löytyi kuitenkin joitain yhtäläisyyksiä.

Vastauksissa toivottiin Juniori-profiiliin lukitusmahdollisuutta sekä aikarajaa, jotta lapsi ei istu ohjelmien ääressä liian pitkiä aikoja putkeen. Lukitus on jo monessa palvelussa olemassa ja YouTube Kids tarjosi mahdollisuuden rajata mobiilisovelluksessa kerralla vietettävää aikaa. Lapset käyttivät katseluun pääasiassa tabletteja ja älytelevisioita, kuten myös muissa tutkimuksissa huomattiin.

Ohjelmien osalta kyselyyn vastanneet toivoivat jaottelua isojen ja pienien lapsien ohjelmiin, jotta sopivien ohjelmien löytäminen helpottuisi. Lastenohjelmia katsottiin pääasiassa suomeksi puhuttuna, joka voisi olla myös hyvä lajitteluperuste mieluisien ohjelmien löytämiseksi. Muita esiin nousseita lajittelutapoja olivat ikäraja, ohjelman sisältö ja kategoria (elokuva, sarja, piirretty jne.).

5 Taustatutkimuksen johtopäätökset

Opinnäytetyön tutkimuksellisessa osiossa etsittiin tietoa lasten median käytöstä, lapsille suunnatusta käyttöliittymäsuunnittelusta sekä tilastotietoja lapsiperheiden laitteista ja suoratoistopalveluista. Lisäksi tehtiin tiedonkeräystä benchmarkingin ja kyselyn avulla. Tämän koonnin myötä siirrytään opinnäytetyön toiminnalliseen osaan, eli prototyypin rakentamiseen.

Mediasisällöt ovat osa lapsen elämää jo varhaisesta iästä asti. Median suurimmat riskit lapselle ovat soveltumattomat sisällöt, joiden kohtaaminen voi aiheuttaa turvattomuuden tunnetta ja pelkotiloja. Vastuullisesti käytettynä media voi kuitenkin auttaa lasta ymmärtämään ympäröivää maailmaa ja käsittelemään erilaisia tunteita. Käyttöliittymissä lapset pitävät väreistä, kuvista, animaatioista ja ääniefekteistä, kunhan ne eivät liikaa harhauta palvelun tarkoituksesta. Liiallinen lisämateriaali ja efektit ovat haitaksi, sillä lapsi tulee palveluun tietyllä tarkoituksella, eikä pidä siitä, että ei pääsekään tekemään haluttua asiaa. Tekstien käyttämistä kannattaa rajoittaa ja silloin kun se on tarpeen, tulee valita tavallista isompi fonttikoko. Palvelun tulee reagoida lapsen kosketuksiin ja osoittaa selkeästi, milloin kosketus on huomattu ja jotain on tapahtumassa. Sisällön latauksen ajaksi voi näyttää esimerkiksi lyhyen animaation tai muun efektin, joka osoittaa, että jotain tapahtumassa, mutta antaa silti ajanvietettä odotukseen.

Lähes puolet lapsista käyttävät videopalveluita päivittäin ja videoiden katselu onkin yleinen tapa viihtyä ja viettää aikaa. Palvelun värimaailman tai ulkoasun muokkaus lapsille sopivaksi antaa helposti lähestyttävän vaikutelman ja rohkaisee lasta kokeilemaan palvelun käyttämistä omatoimisesti. HBO Nordicin ja YouTube Kidsin toteutuksista voi etsiä inspiraatiota. Maksullisia suoratoistopalveluita löytyy jo kahdelta kolmesta lapsia sisältävistä talouksista, ja käytössä on myös useita suoratoistopalveluiden katseluun soveltuvia laitteita. TV-laitteet ovat yleisesti suosittu tapa katsella ohjelmia, mutta lapset suosivat lisäksi tablettilta katselua, toisin kuin monet aikuiset.

Pienemmätkin lapset saattavat käyttää laitteita itsenäisesti ja C Moren Juniori-profiilia kannattaisikin markkinoida enemmän, jotta vanhemmat osaisivat ja ymmärtäisivät sitä hyödyntää. Käyttäjien toivoma lasten profiilin lukitsemismahdollisuus pitäisi huolen siitä, että lapselle ei vahingossakaan näy sopimattomia sisältöjä, vaikka aikuinen ei valvoisi laitteen käyttöä jatkuvasti. Kyselyssä huomattiin myös, että lapset käyttävät laitteita ja palveluita monesti myös ilman valvontaa. Esimerkiksi HBO Nordicin lapsilukko-ominaisuus oli selkeä ja helppo käyttää. Lisäksi käyttäjäprofiilien ominaisuuksiin voisi Netflixin ja Viaplayn

tavoin lisätä ohjelmien suodatuksen ikärajojen perusteella, jolla voi entisestään rajata ohjelmistoa lapselle sopivaksi ja helpottaa mieluisin ohjelmien löytämistä.

Lisäksi kyselyssä vastaajat toivoivat C Moren Juniori-osioon lajittelua ikärajan ja ohjelman teeman mukaan sekä menneiden katseluiden perusteella toimivaa suosittelua. C Morella on kyllä suosittelukone, mutta lasten puolella suositukset olivat piilossa profiilivalikossa. Suositeltuja ohjelmia kannattaisi siis enemmän korostaa käyttöliittymässä. Kategorioihin voisi hakea ideoita joko Viaplayn tai Lasten areenan toiminnoista, joiden kategorioissa oli hyvin otettu huomioon sekä lapsen ikä että äidinkieli.

6 Prototyyppi

Prototyypin toteuttamisessa hyödynnetään taustatutkimuksessa kerättyjä tietoja. Luvussa käsitellään ensin protoilun teoriaa, jonka jälkeen siirrytään prototyypin rakentamiseen. Aliluvuissa seurataan prototyypin rakentumista vaiheittain:

1. Prototyypin suunnittelu
2. Ensimmäinen versio (mustavalkoinen suunnitelma)
3. Toinen versio (värillisiä vaihtoehtoja)
4. Käyttäjätestaus
5. Lopullinen versio
6. Jatkokehitys

Prototyyppi on esimerkkiversio lopullisesta tuotteesta tai palvelusta, jota käytetään testauksessa. Luonnoksien esittely loppukäyttäjille mahdollistaa muutoksien ja parannuksien tekemisen helposti. Käyttäjätestauksen ja hienosäädön jälkeen prototyypin perusteella julkaistava tuote tai palvelu vastaa käyttäjien tarpeita paremmin, kuin jos se olisi luotu ilman protoilua. (Interaction Design Foundation s.a.; UXPin 2021.)

Prototyypin rakennukseen on erilaisia muotoja: paperille hahmottelu, digitaaliset protoilutyökalut sekä HTML-protoilu. Jokaisella menetelmällä on hyvät ja huonot puolensa aina tuloksen tarkkuudesta koodaustaitovaatimukseen asti (UXPin 2021). Muodon lisäksi prototyypin tekoon liittyy myös erilaisia tarkkuuksia, eli kuinka paljon yksityiskohtia prototyyppiin sisällytetään. Protoilu aloitetaan hyvinkin yksinkertaisista näkymistä, mutta viimeiset versiot voivat olla ihan viimeistellyn lopputuloksen näköisiä. Prototyypeissä voi olla myös erilaisia toiminnallisia tasoja, staattisista kuvista täysin interaktiiviseen versioon. (Wong s.a.)

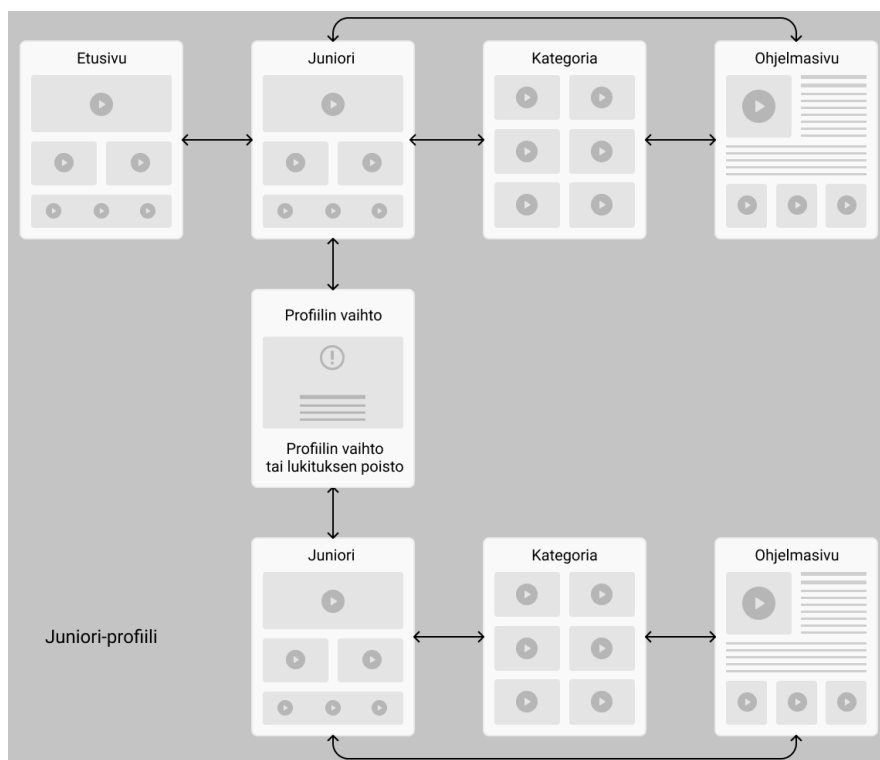
Prototyypin käyttäminen ei vaadi yritykseltä suuria resursseja, ja on siksi erittäin hyödyllinen työkalu ideoiden ja suunnitelmien testaukseen. Käyttäjäpolkujen testaaminen jo varhaisessa vaiheessa mahdollistaa virheiden ja häiriöiden tunnistamisen hyvissä ajoin ja auttaa päätöksen teossa. Testauksessa voi, ja kannattaa, myös hyödyntää oikeita asiakkaita, jolloin se on erityisen tehokasta. (Wong s.a.)

6.1 Suunnitteluvaihe

Prototyypin toteutuksessa käytettiin Figmaa, joka oli C Moren kehitystiimillä ennestään käytössä oleva työkalu, mutta opinnäytetyöntekijälle uusi kokemus. C Moren käyttöliittymäsuunnittelija luovutti prototyypin toteuttamisen tueksi valikoiman valmiita C Moren logoja, fontteja ja muita komponentteja, jotka auttoivat alkuun suunnittelussa sekä Figman käytössä yleisesti.

Taustatutkimuksessa tuli ilmi, että lapset suosivat katselussa eniten TV-laitteita sekä tabletteja. Prototyypin alkuvaiheissa käytettiin pohjana tablettia, mutta lopulliseen versioon päästäessä tehtiin ehdotukset myös muille päätelaitteille. Prototyypin kehityksessä kiinnitettiin erityisesti huomiota sivujen asetteluun, kategorioihin, ulkoasuun sekä lukitukseen.

Sivustorakennetta (kuva 14) ei ollut tarpeen merkittävästi muuttaa, mutta lukituksen myötä tarvittaisiin pieniä muutoksia profiilien hallintasivulle sekä koodaustyötä ominaisuuden toteuttamiseen. Juniori-profiilista poistumisen yhteyteen tarvittiin luonnollisesti toiminto lukon avaamiseen. Normaalissa käytössä sivustolla voi siis siirtyä osiosta toiseen, mutta Juniori-profiilia käytettäessä pystyy liikkumaan vain lastenohjelmissa ja profiilista poistumiseen tarvitaan lukituksen avaus, mikäli sen on asettanut.



Kuva 14 C Moren sivustorakenne Junioriin keskittyen

Normaalilla käyttäjäprofiililla katsottuna Juniori-osioon lisättiin vain kategorianavigaatio ja uudet hahmokuvakkeet. Muutos noudattaa käyttöliittymän osalta Juniori-profiilin muutoksia, joten normaaliin profiiliin ei tässä työssä kiinnitetä tämän enempää huomiota. Uusien kategorioiden tuominen palveluun vaatii toki taustalla koodaustyötä.

Juniori-profiilissa käyttöliittymää yksinkertaistettiin, muokattiin lapsiystävällisemmäksi, ja esimerkiksi Lasten suosikkiahmot -osion kuvakkeita pienennettiin. Värimaailma vaihdettiin vaaleammaksi ja näkymää pirstämään tuotiin MTV:n Juniori-kanavalla aikanaan ihastuttaneet tipuhahmot Junnu ja Nuppu. Uusien kategorioiden integrointiin luotiin aluksi

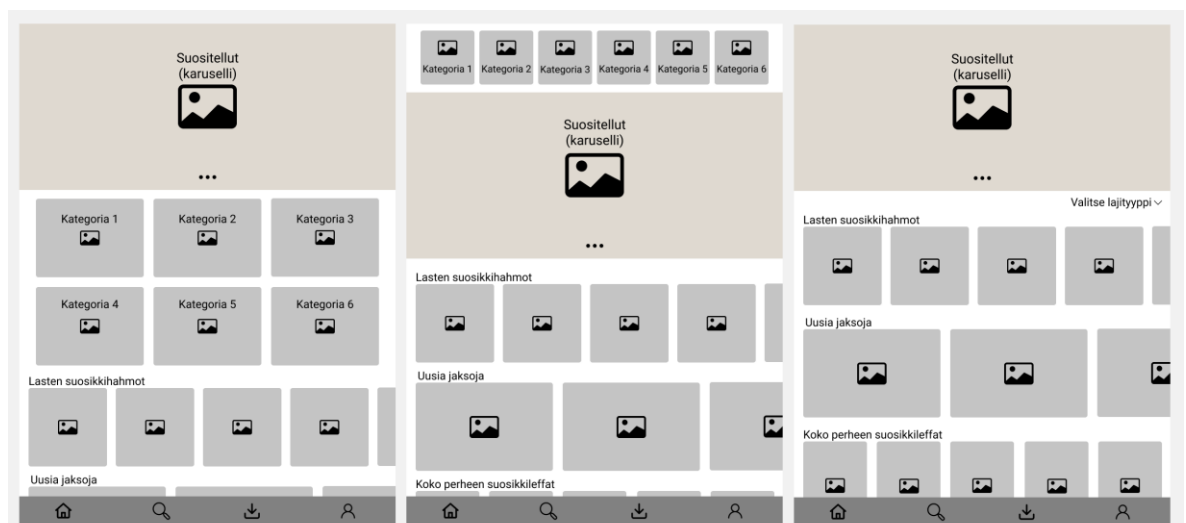
muutamia eri vaihtoehtoja, ja käyttäjätestauksen perusteella päätettiin, mikä vaihtoehto viimeisteltiin. Lastensisältöjen kategorioiksi suunniteltiin benchmarking-havaintojen ja asiakastoiveiden myötä seuraavia:

- Lastenelokuvat
- Lastenohjelmat
- Kaikille sallitut (ikäraja S)
- Yli 7-vuotiaille (ikäraja K-7)
- Puhumme suomea
- Vi talar svenska

Käyttäjätestauksessa kuitenkin kysyttiin vielä mielipiteitä kategorioista ja lopulliset valinnat tehtiin sen mukaan, mutta kategorioiden määrä kuitenkin pidettiin tämän suunnitelman mukaan kuudessa.

6.2 Ensimmäinen versio

Aluksi tehtiin väritöntä suunnitelmaa lähinnä kategorioiden esittämisestä. Juniori-profiilin etusivulle suunniteltiin kolme eri vaihtoehtoa. Ensimmäisessä variaatiossa (kuva 15, vasemmalla) uudet kategoriat tuotaisiin heti suosittelukarusellin alle isohkoina kuvakkeina. Isoja kuvakkeita käyttävät muun muassa Lasten Areena ja Disney+. Toinen vaihtoehto (kuva 15, keskellä) käyttää edelleen kuvakkeita, mutta niitä on pienennetty ja kokonaisuus on siirretty sivun yläreunaan. YouTube Kids -palvelussa on samantapainen järjestely. Kolmas variaatio (kuva 15, oikealla) on yhtenevämpi muiden C Moren sivujen kanssa, ja kategoriat on tuotu pudotusvalikkoon suosittelukarusellin alle. Sivun rakenne olisi siis samankaltainen kuin normaalillakin profiililla, mutta hieman yksinkertaistempi. Pudotusvalikko on käytössä myös Viaplayssa.

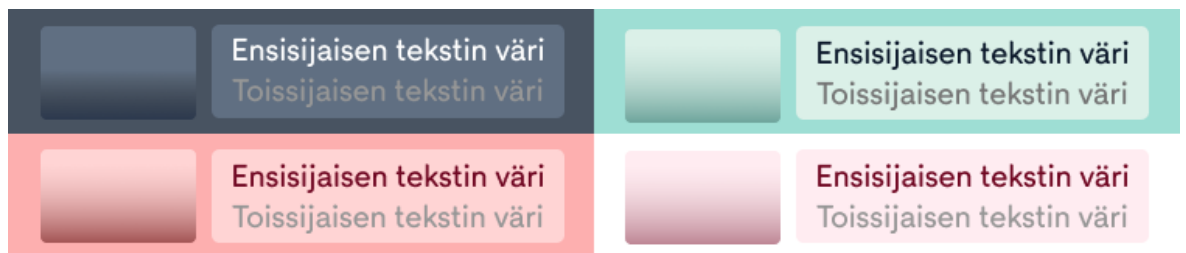


Kuva 15 Juniori-profiilin ensimmäiset versiot

6.3 Toinen versio

Käyttöliittymäsuunnitelmiin tuotiin värejä ja kuvia, joiden myötä prototyypit havainnollistivat paremmin muutoksia (kaikki versiot liitteessä 3). Suunnitelmia oli myös laajennettu kattamaan muitakin sivuja Juniori-osion etusivun lisäksi. Suurin osa suunnitelluista muutoksista edelleen koski vain Juniori-profiilia.

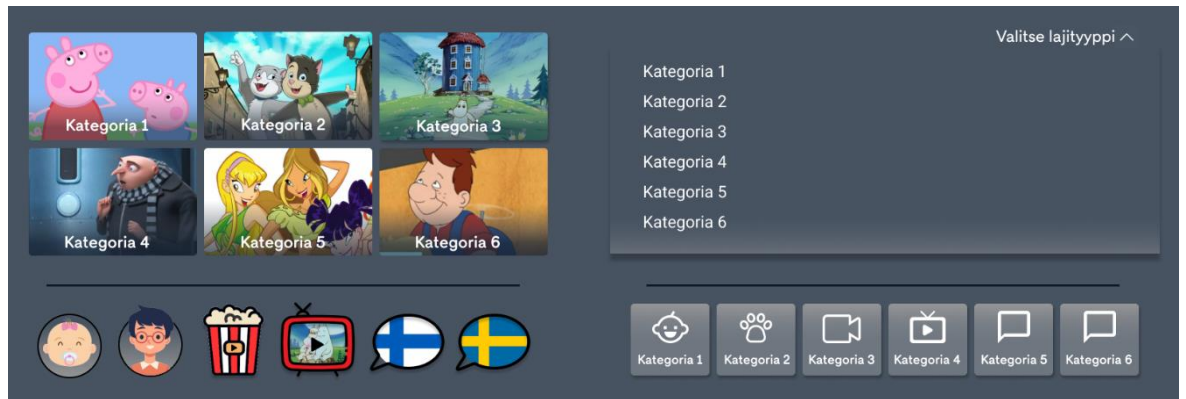
Juniori-profiilin uudesta värimaailmasta tehtiin neljä erilaista versiota C Moren värikarttaa hyödyntäen (kuva 16). Perusvärit olivat hyvin haastavat, sillä ne ovat hyvin tummat ja sini-harmaansävyiset. Vähemmän käytetyistä väreistä löytyi kuitenkin sopivampia sävyjä, kuten trendikäs mintunvihreä.



Kuva 16 C Moren Juniori-profiilille luodut värimaailmat

Kategorioiden esitystapoja luotiin myös neljä. Ensimmäinen idea oli tuoda kategoriat suurina painikkeina, joita koristavat kategorian ohjelmakuvat (kuva 17, ylävasen). Suuret kuvakkeet ovat lapsille helpompia käsitellä ja ymmärtää. Isoon painikkeeseen mahtuu myös tekstiselitys vanhemmille lapsille. Kuva voisi olla myös animoitu, lyhyt traileri tai jopa jatkuvasti vaihtuva videon pätkä kategorian ohjelmista. Haasteena on kuitenkin ylläpitää kuvissa sellaisia ohjelmia, jotka varmasti löytyvät valikoimasta. Toinen vaihtoehto oli tuoda normaaliprofiiliin suunniteltu pudotusvalikko myös Juniori-profiiliin (kuva 17, yläoikea). Tekstilinkejä ei kuitenkaan suositella lastenpalveluihin. Pudotusvalikko tarjosi tässä suunnitelmassa siistin ja yhtenevän näkökulman, joka kuitenkin vetoaa kenties enemmän vanhempiin kuin lapsiin.

Kolmas vaihtoehto oli vaihtaa ohjelmakuva pienempään symboliin, joka olisi sarjakuvamainen (kuva 17, alavasen). Tärkeää on, että painike selvästi edustaa haluttua kategoriaa, jotta myös lapsi ymmärtää mitä painiketta painamalla tapahtuu. Haasteita oli keksiä esimerkkikategorioita vastaavia kuvakkeita, jotka myös sopisivat keskenään hyvin yhteen. Viimeisessä kategoriaehdotuksessa jätettiin sarjakuvamaisuus pois (kuva 17, alaoikea). Kategorioita edustettiin soveliaalla ikonilla sekä tekstiselityksellä. Haasteena on mahduttaa kategorian nimi pieneen tilaan niin, että siitä yhä saa selvän ja ikonin tulee olla tarpeeksi selkeä, jotta vielä lukutaidoton lapsi löytää etsimänsä.



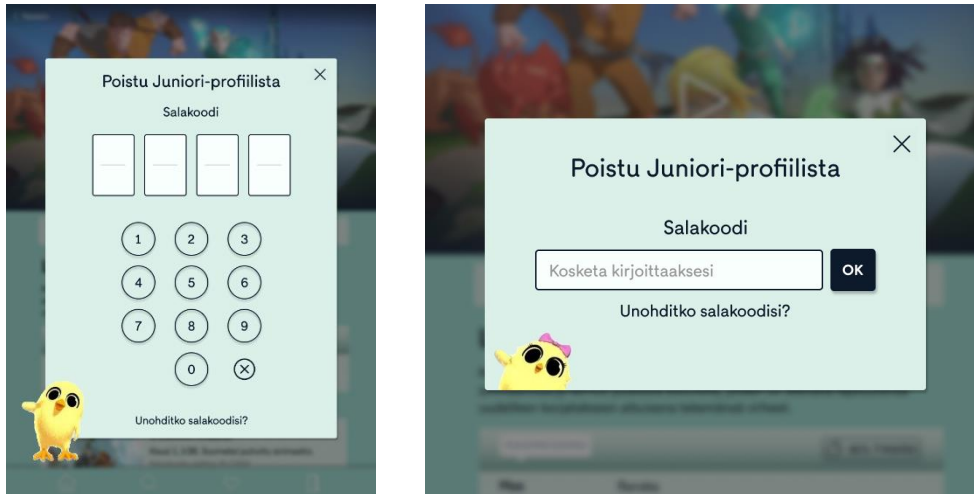
Kuva 17 Kategoriavalikot

Lasten suosikkiahmot -listausta tiivistettiin (kuva 18). Ensimmäisessä vaihtoehdossa ka-
vennettiin taustaa ja jätettiin pois teksti, joka kertoi montako jaksoa hahmoon liittyvää oh-
jelmaa oli katsottavissa. Kuvakkeissa oli silti paljon tyhjää, joten toiseksi vaihtoehdoksi
luotiin tarramainen pyöreä kuvake, joka ei sisällä muuta kuin hahmon. Oletettiin, että hah-
mon perusteella ohjelmaa valitessa lapsi valitsee itselleen tutun tai tuttua hahmoa muistut-
tavan hahmon, jolloin jaksomäärän, nimen tai puhekielenkään tietäminen ei ole kaikkein
olennaisin tieto.



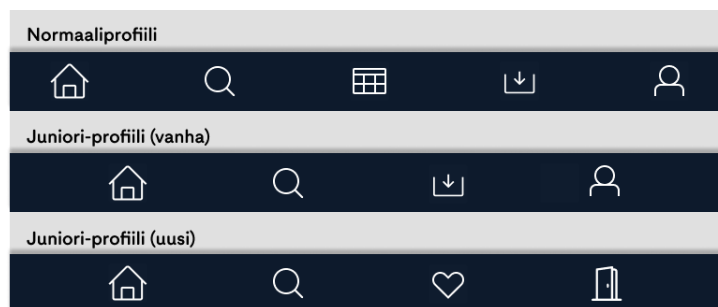
Kuva 18 Lasten suosikkiahmot

Kenties tärkein uusi ominaisuus on Juniori-profiilin lukitsemismahdollisuus (kuva 19). Pro-
fiilista poistumiseen voi halutessaan asettaa salasanan, jolloin lapsi ei vahingossa tai ta-
hallaan pääse käsiksi hänelle sopimattomiin ohjelmiin. Alalla käytetään yleisesti nelinume-
roista PIN-koodia, jonka etuna on nopeus ja helppous (kuva 19, vasen). Tavallinen sala-
sana on kuitenkin myös hyvä vaihtoehto, ja lapsen vaikeampi selvittää. (kuva 19, oikea).



Kuva 19 Juniori-profiilin lukitus

Alavalikkoa oli myös hieman muokattu (kuva 20). Koti- ja hakupainikkeet pysyivät ennallaan, mutta offlineen ladatut videot sekä profiilikuvakkeen alta löytyneet suosikit, jatka katselua ja sinulle suositeltua -listat kaikki siirrettiin samaan paikkaan sydänkuvakkeen alle. Neljäntenä painikkeena valikossa oli ovi, joka edusti profiilista poistumista. Kuvakkeeksi harkittiin myös lukkoa, mutta koska salasanalukitus ei olisi pakollinen, ovi kuvastaisi toimintaa paremmin.



Kuva 20 Alavalikot

Uuden valikon myötä suosikkien, jatka katselua -listan, suosituksien ja offline-tilaan ladattujen videoiden näyttämiseksi tarvittiin uusi sivu, Omat videot (liite 3). Uudelle sivulle tehtiin kaksi vaihtoehtoista käyttöliittymää. Ensimmäisessä vaihtoehdossa on yläreunassa valikko, jota voi hallinnoida joko klikkaamalla, tai mobiilissa pyyhkäisemällä sivuille. Toisessa variaatiossa erillistä valikkoa ei ole, vaan kokonaisuudet ovat allekkain.

Väreistä, kategorioista ja muista ominaisuuksista kysyttiin mielipiteitä käyttäjätestauksessa, josta saadut huomiot otettiin mukaan lopullisen prototyypin rakentamisessa. Palautetta ja huomioita saatiin myös toimeksiantajan edustajalta käyttäjätestauksen ollessa

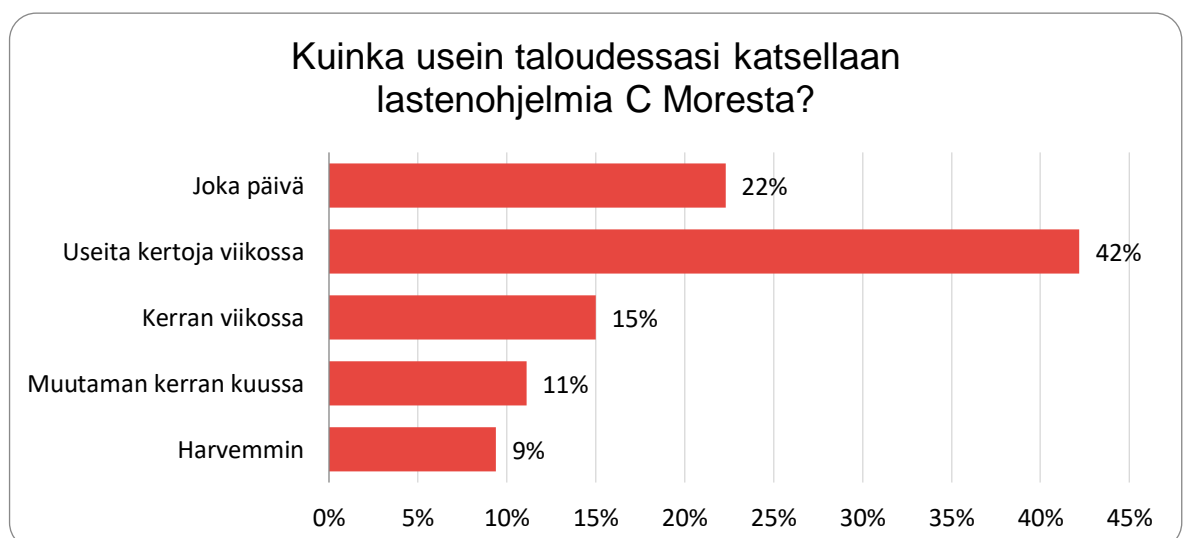
käynnissä. C Moren käyttöliittymäsuunnittelijalta saatiin kommentteja juuri ennen käyttäjätestauksen aloittamista.

6.4 Käyttäjätestaus

Koronatilanteen vuoksi käyttöliittymää ja sen eri vaihtoehtoja ei päästy testaamaan suoraan lapsilla. Sen sijaan tehtiin toinen kysely (liite 4), jossa vastaaja pääsi valitsemaan käyttöliittymäkuvien välillä. Kyselyn tavoitteena oli saada palautetta luoduista prototyypeistä ja asiakkaiden kaipaamista kategorioista. Tuloksia käytettiin suunniteltujen vaihtoehtojen välillä valitsemisessa, jotta kehitetyt ominaisuudet vastasivat käyttäjien toiveita.

Hautomon osoittauduttua huonoksi valinnaksi kohderyhmää ajatellen, kyselyn jakelussa hyödynnettiin C Moren sähköpostimarkkinointia. Asiakastiedoista kohderyhmäksi saatiin eroteltua tutkimusluvan antaneet asiakkaat, jotka ovat viimeisen kolmen kuukauden aikana katsoneet lastenohjelmia vähintään kolme kertaa. Kohderyhmän koko oli n. 26 500 asiakasta. Kysely luotiin C Moren käytössä olevaan SurveyPal-järjestelmään ja lähetettiin kohderyhmälle 10.2.2021. Vastausaika oli seitsemän päivää.

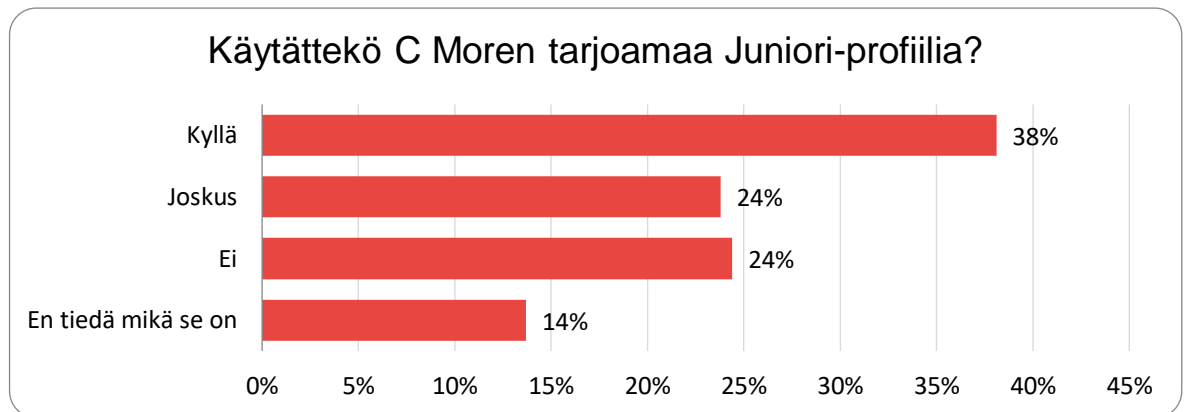
Kyselyyn saatiin 512 vastausta. Otantaan nähden vastausprosentti jäi jälleen alhaiseksi, mutta tämän opinnäytetyön kannalta vastauksia saatiin oikein riittävästi, eli valittu jakelutapa oli tällä kertaa onnistunut. Vastaaajista 64 prosenttia katsoo C Moren lastenohjelmia päivittäin tai useita kertoja viikossa (kuvio 9), joka myös puoltaa sitä, että kysely tavoitti halutun kohderyhmän.



Kuvio 9 C Moren lastenohjelmien katsomisen useus

C Moren Juniori-profiilia käyttää joskus tai useammin 62 prosenttia vastaajista (kuvio 10). Aikaisemmasta kyselystä oppineena, tässä kyselyssä varauduttiin siihen, että termit eivät

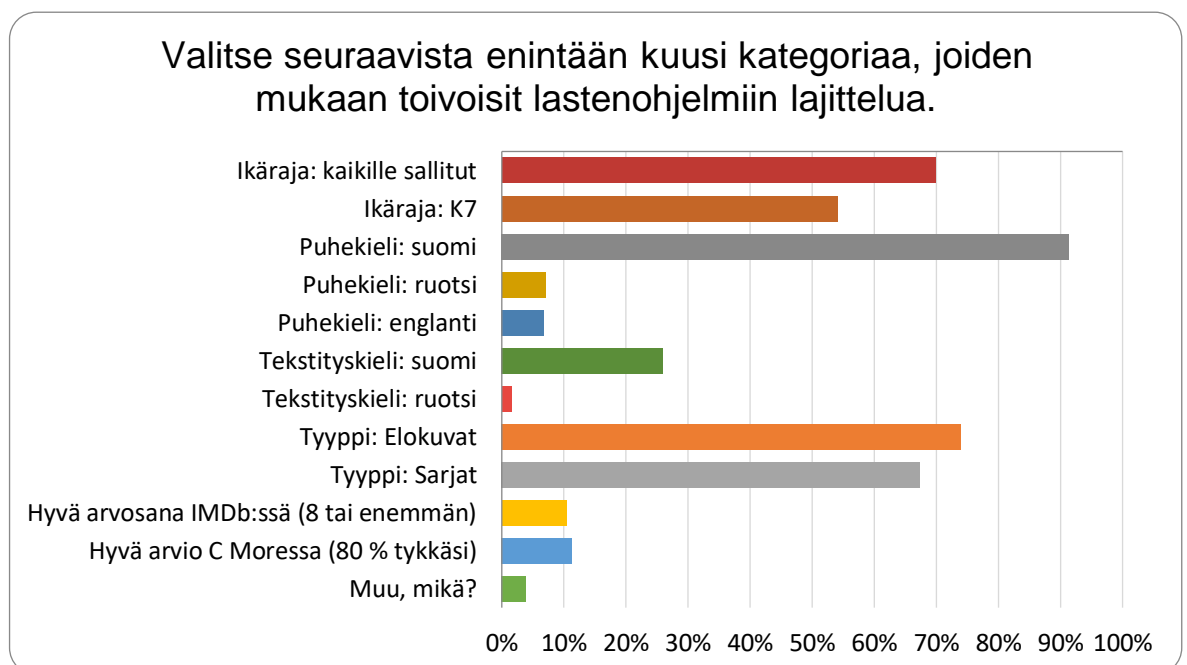
välttämättä ole asiakkaille tuttuja, joten ohjeistuksessa määriteltiin lyhyesti C Moren Juniori-osio ja Juniori-profiili. Siitä huolimatta En tiedä mikä se on -vastauksien määrä pysyi suunnilleen samana aiempaan kyselyyn verrattuna.



Kuvio 10 Juniori-profiilin käyttäminen

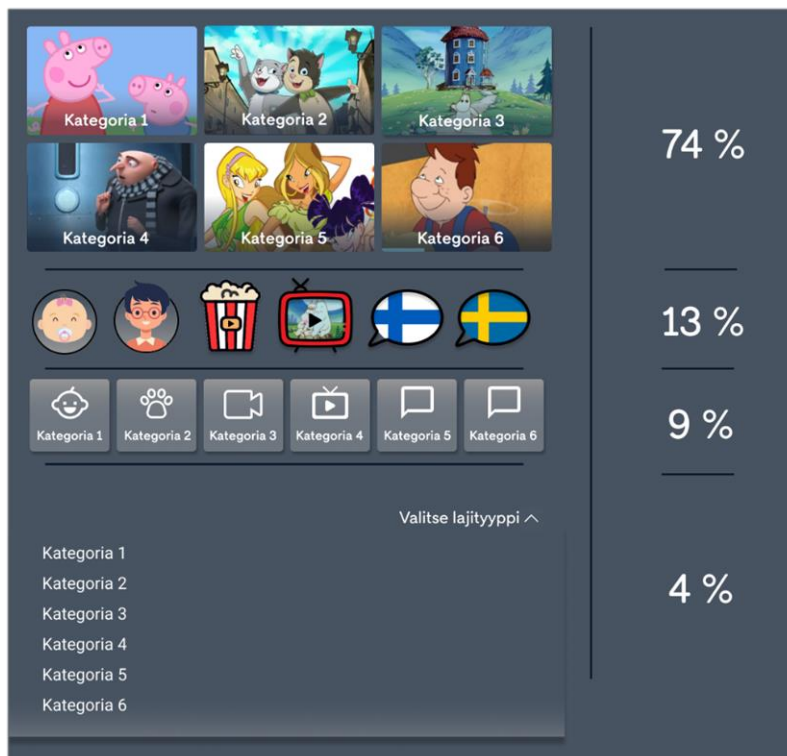
Kategorioiden vastajat saivat valita maksimissaan kuusi suosikkiaan. Vastaajien kategoriavalinnoissa korostuivat selkeästi ikäraajat, tyypit sekä suomen kieli puheena ja tekstityksenä (kuvio 11). Muu, mikä? -vastauksissa nähtiin seuraavia toiveita:

- pienille lapsille & isommille lapsille / ikähaarukka (ei ikäraja)
- ikäraja 12
- tyylilajit (esim. opetukselliset, kirjoihin perustuvat, retrot)
- sinulle suositeltua
- animaatiot & näytellyt



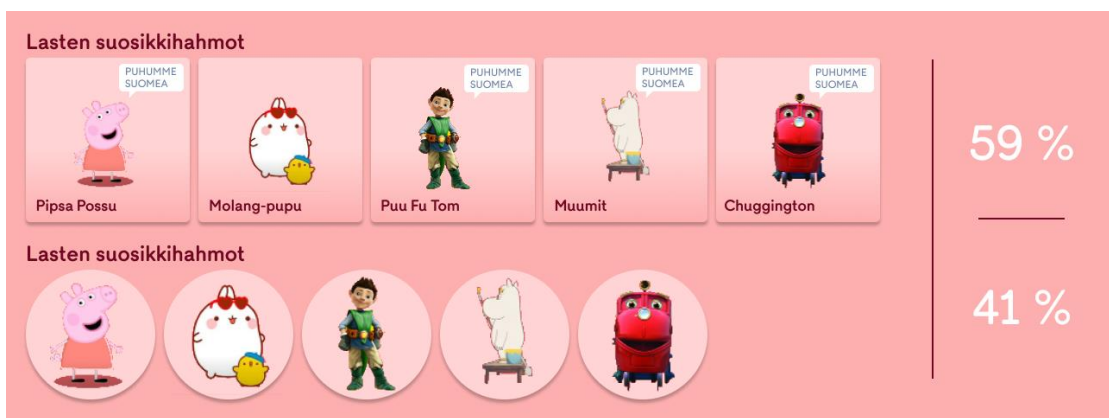
Kuvio 11 Kategoriavaihtoehdot

Kategorioiden esitystavoista selkeästi suosituin vaihtoehto oli isot painikkeet (ohjelmakuva + kategorian nimi) 74 prosentin kannatuksella (kuva 21). Kategoriavertailun avoimissa kommentteissakin tuli samalle vaihtoehdolle eniten kehuja muun muassa helppoudesta ja selkeydestä, jolloin lapsen on itsenäisestikin helppo valita kategoria.



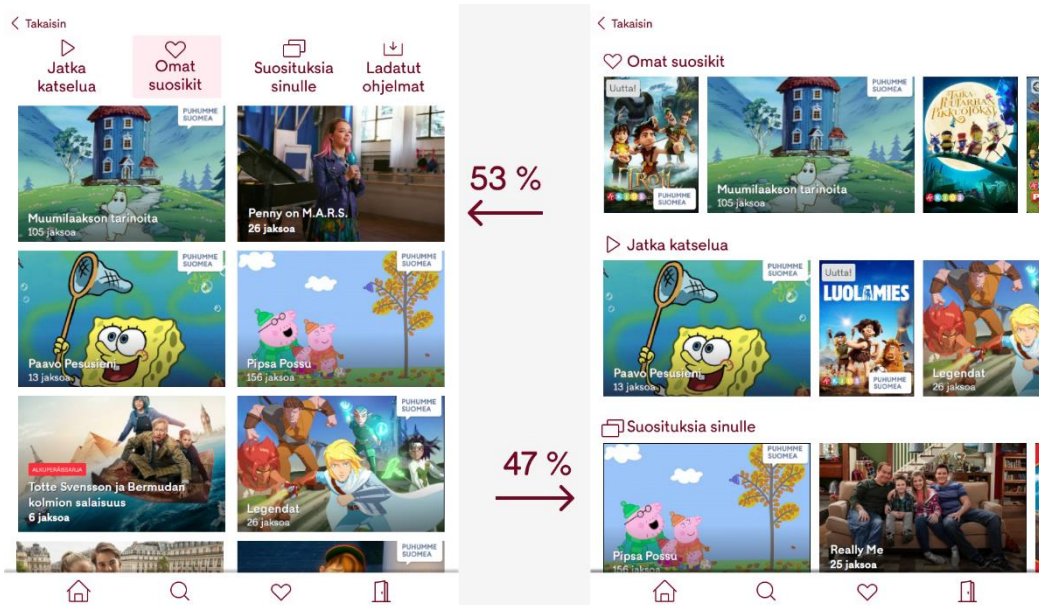
Kuva 21 Kategorioiden esitystapa

Suosikkiahmojen osalta tulokset kallistuivat isomman ja infoa sisältävän kuvakkeen puoleen (kuva 22). Kommenteissa nousi kuitenkin esiin, että vanhempien mielestä puhumme suomea -tieto on tärkeä, jonka vuoksi isompaa kuvaketta äänestettiin. Valitsemassa apuna olleet lapset pitivät kuitenkin pyöreästä kuvakkeesta enemmän. Maininta tuli myös siitä, että pyöreä muoto erottuisi muista sivun laatikkomaisista komponenteista paremmin.



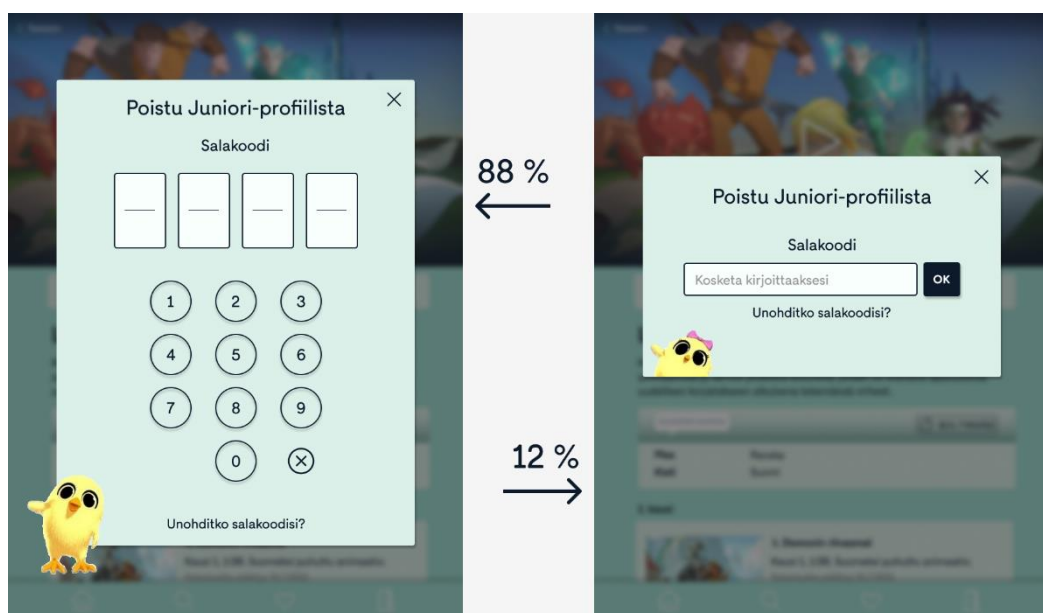
Kuva 22 Suosikkiahmojen esitystapa

Omat videot -osion esitysvaihtoehtojen kannatukset menivät melko tasan (kuva 23). Kommenteissa mainittiin, että ilman valikkoa oleva sivu olisi yksinkertaisempi ja siten lapselle helpompi käyttää, mutta siinä saattaa sekoittaa eri kokonaisuudet keskenään. Valikko puolestaan olisi kätevä ja selkeä, mutta valikko veisi tilaa pienemmältä ruudulta.



Kuva 23 Omien videoiden esitystapa

PIN-koodi oli ehdottomasti suosituimpi lukitsemistapa 88 prosentin kannatuksella (kuva 24). Kommentteina PIN-koodin puolesta mainittiin useasti se, että se on helpompi muistaa ja nopeampi kirjoittaa. Mutta huonopuoli oli sama, lyhyt koodi on lapsenkin helpompi huomata ja muistaa, eli tavallinen salasana olisi turvallisempi. Muutamia kommentteja tuli myös sen puolesta, että lukitus ei olisi tarpeellinen lainkaan.



Kuva 24 Juniori-profiilin lukitustapa

Värien osalta eniten ääniä saivat harmaansininen ja vihreä, joiden välillä vastaukset jakautuivat melko tasaisesti (kuva 25). Harmaansinisen kohdalta kommentit olivat sen neutraaliuden ja rauhoittavuuden puolella. Vihreässä keuhuttiin muun muassa sen raikkautta ja toimivuutta niin tytöille kuin pojillekin. Tärkeintä olisi kuitenkin se, että väri on eri kuin aikuisen profiilissa. Kommenteissa saatiin myös huomautus punavihersokeuden huomioon ottamisesta värillisissä vaihtoehdoissa. Lisäksi toiveita tuli käyttäjä- tai lapsikohtaisesta värivalinnasta, ja vaihtuvasta taustaväristä esimerkiksi ohjelman, kategorian tai jopa vuodenajan mukaan.



Kuva 25 Värimaailma

Avoimissa kommenteissa tuli paljon toiveita ohjelmiston suhteen, joihin ei tässä opinnäytetyössä oteta kantaa. Juniori-profiiliin osalta toivottiin mahdollisuutta luoda erilliset profiilit eri lapsille (tällä hetkellä Juniori-profiileja voi olla vain yksi) sekä mahdollisuutta asettaa profiilille kuva. Muutamia toiveita tuli myös näytön lukitsemisesta katselun ajaksi, jotta lapsi ei pystyisi vahingossa kelaamaan, vaihtamaan jaksoa tai poistumaan ohjelmasta. Tässä kohtaa saatiin vielä muutamia kommentteja kategorioista, kuten ohjelmien lajittelusta ikärajan ja lapsen iän mukaan sekä suomeksi puhuttujen ohjelmien keräämisestä yhteen paikkaan. Ruotsinkielisiä ohjelmia kaivattiin monessa kommentissa lisää ja/tai paremmin löydettäväksi.

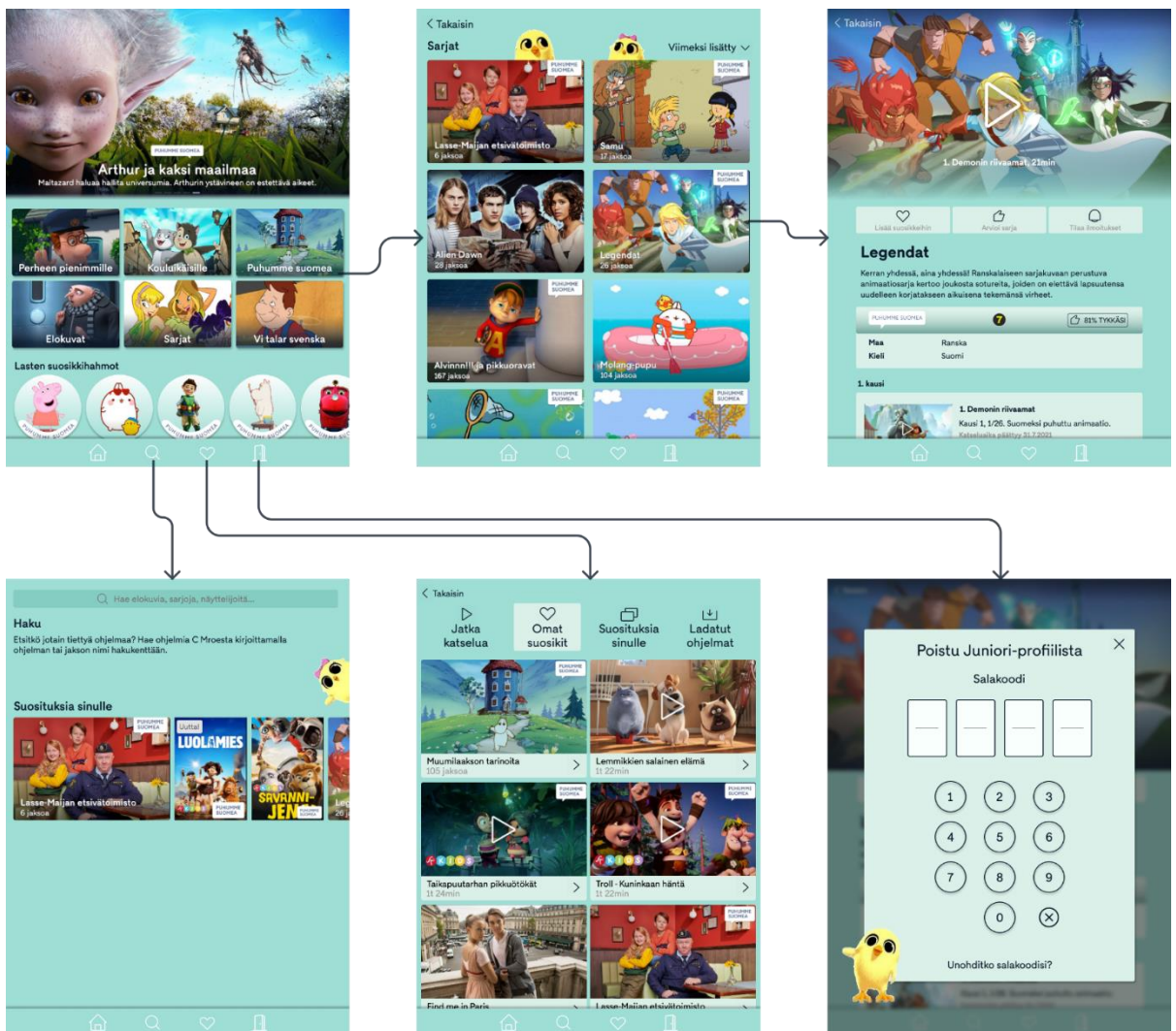
6.5 Viimeinen versio

Käyttäjätestauksen tuloksiin tukeutuen tehtiin lopullisen prototyypin kehityksen päätökset (kaikki päätelaiteversiot liitteessä 5). Juniori-profiililla värimaailma muutettiin vihreäksi, muokattiin alavalikko ja lisättiin uusi Omat videot -sivu, jossa navigointi tapahtuu ylävalikon avulla. Lisäksi Juniori-profiililla fonttikokoja tulisi suurentaa 1-2 pistettä. Juniori-profiilista poistumiseen voi halutessaan asettaa PIN-koodin. Profiilista riippumatta käyttöön tuli pyöreänmuotoiset suosikkihakmot sekä ohjelmakuvakkeina esitettävät kategoriat:

- pienille ja isoille lapsille
- elokuvat ja sarjat
- puhekieli suomi ja ruotsi

Värimaailman valinta oli haastavaa suosion ja palautteiden ollessa tasaisia harmaansinisen ja vihreän välillä. Lopulta kuitenkin tultiin siihen tulokseen, että värillä saadaan palveluun enemmän pirteyttä. Myös kategorioiden valinnassa tehtiin oma päätös ottaa ruotsiksi puhutut ohjelmat kuudenneksi vaihtoehdoksi, muut valinnat olivat samassa linjassa käyttäjätestauksen tuloksien kanssa.

Lopullisen version tablettinäkömä (kuva 26) muodostui nopeasti aiempien vaiheiden suunnitelmien pohjalta. Komponentteja on vielä hienosäädetty ja pyöreänmuotoisiin suosikkiahmoiniin lisättiin toivottu puhumme suomea -maininta. Kategorian sisällä ohjelmia pysyy entiseen tapaan järjestämään esimerkiksi lisäysoapäivän tai tuotantovuoden mukaan puotusvalikosta. Junnu ja Nuppu -tipuhahmoja on tuotu pirstämään valikoituja sivuja Juniori-profiilissa.



Kuva 26 Lopullinen prototyyppi (tabletti)

Toinen ohjelmien katselussa suosittu päätelaite oli älytelevisio, joten seuraava versio tehtiin sille (liite 5). Älytelevisiolle suunnittelu oli tekijälle uutta, jonka vuoksi sen rakentaminen oli haastavampaa ja esimerkiksi komponenttien ja fonttien kokoa oli vaikea hahmottaa Figmassa. Lopuksi prototyypit luotiin myös puhelimelle sekä tietokoneelle samoilla ominaisuuksilla (liite 5).

6.6 Jatkokehitys

Opinnäytetyössä tutkittiin ja valittiin Juniorille uusia ominaisuuksia, mutta kehitys ei jää koskaan paikoilleen. Tässä luvussa esitetään muutamia ideoita C Moren Juniori -palveluiden kehitystä varten. Ehdotuksia on sekä kokonaan uusiin ominaisuuksiin että jo suunniteltujen ominaisuuksien jatkokehitykseen.

Asiakkaidenkin palautteissa mainittiin halukkuus luoda useampia Juniori-profiileja. Juniori-profiiliin ollessa vapaaehtoisesti luotavissa, asiakkailla olisi enemmän päätösvaltaa profiilin nimeämisessä ja mahdollisissa muissa asetuksissa. Toiveena oli esimerkiksi mahdollisuus lisätä käyttäjäprofiileille omavalintainen profiilikuva ja taustaväri. Taustavärin osalta voidaan harkita myös esimerkiksi kuukausittain tai vuodenvaiheittain automaattisesti vaihtuvaa väriä. Asiakkaan kannalta selkein vaihtoehto olisi kuitenkin antaa valita väri itse, jolloin myös mahdolliset väriherkkyydet ja -sokeudet voisi ottaa paremmin huomioon.

Kategoriat ovat siinä mielessä ikävä ominaisuus, että koskaan ei voida laittaa riittävästi valintoja, jotta jokaiselle käyttäjälle löytyisi ne täydelliset vaihtoehdot. Hieman lisää valinnanvaraa saataisiin laittamalla etusivulle niin sanotusti yläkategoriat, esimerkiksi elokuvat, sarjat, puhekieli ja tekstitys. Kategorian avatessa voisi vielä rajata tai järjestää ohjelmat halutun genren, teeman, ikärajan tai kielen mukaan. Näin palvelu kuitenkin menee kovin monitasoiseksi, joka voi olla etenkin lasten kannalta liian haastavaa.

Videon toiston osalta asiakkailta tuli toiveita mobiililaitteilla näytön lukitsemiseen niin, että lapsi ei voi vahingossa esimerkiksi kelata tai poistua videosta kesken kaiken. Tämän toteuttamista voisi hyvin harkita niin, että videoruudun reunalla olisi oma nappi lukitukselle ja sen avaamiselle. Ominaisuuden tarkoituksena olisi nimenomaan estää vahinkoja silloin, kun lapsi käsittelee mobiililaitetta yksinään, mutta ei vielä ymmärrä kosketusnäytön rajoja. Tälle ominaisuudelle ei kuitenkaan olisi tarvetta asettaa PIN-koodia tai vastaavaa. Toinen huomion arvoinen toive oli mahdollisuus asettaa istunnolle aikaraja, jotta lapsi ei voisi viettää videoiden ääressä liian pitkiä aikoja kerrallaan.

Junnu ja Nuppu -tipuhahmojen animointi voisi olla piristävä lisäys. Tipu voisi esimerkiksi vilkuttaa, pörhistää höyheniään tai kipittää karkuun sitä koskettaessa. Tipujen avulla voisi luoda myös pelillisiä elementtejä, käyttäjätunnukselle voisi esimerkiksi laskea monestiko tipua on klikattu, ja tietyn määrän jälkeen voisi saada palkintoja, kuten uusia profiilikuvavaihtoehtoja, erivärisiä tipuja tai kokonaan uusia tipuhahmoja.

7 Pohdinta

Opinnäytetyö oli toimeksianto MTV Oy:lle ja sen tavoitteena oli tehdä pohjatyö C More Juniori -osion käyttöliittymän kehittämiseksi lapsiystävällisemmäksi. Opinnäytetyössä kerättiin tietoa erilaisista ratkaisuista ja ominaisuuksista, jotka voisivat hyödyttää C Morea. C Moren kehitystiimi voi hyödyntää sekä tutkimuksellista osuutta että luotuja prototyyppejä jatkaessaan Juniori-osion kehittämistä.

Taustatutkimuksen rakentaminen oli haasteellista vähäisen tiedon vuoksi, mutta eri lähteistä löydettiin yhtäläisyyksiä, joiden varaan yhteenvedot ja prototyypin rakennus nojautuvat. Ensimmäisessä kyselyssä kohdattiin haasteita oikean kohderyhmän tavoittamisessa, mutta saaduilla tiedoilla päästiin kuitenkin etenemään ja seuraavan kyselyn kohdalla osatiin paremmin varautua asiakkaiden tavoittamiseen ja heidän tietotaitoihinsa lapsille suunnatuista palveluista. Opinnäytetyön kahdessa kyselyssä otokset vaihtelevat 37 vastauksesta 512 vastaukseen, mutta molempien kysymyksien vastausprosentit otoksiin nähden olivat alhaisia, mikä myös kertoo haasteista kohderyhmien tavoittamisessa ja tuloksien luottavuudessa.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi prototyyppi uudistetusta C More Juniori -osiosta. Kuten lapsille suunnatusta käyttöliittymäsuunnittelusta puhuttaessa usein kehoitetaan, palveluun suunnitellut värit ovat kirkkaampia, kuvakkeet yksinkertaistettuja ja painikkeet suuria. Videopalveluiden käyttäminen tapahtuu lapsien käsissä usein tabletilla ja älytelevisiolla, joihin kehityksessä kannattaa erityisesti panostaa.

Navigaatioissa ja palvelussa yleensäkin tulisi käyttää selkeitä kuvakkeita ja ikoneita, joista lapsi ymmärtää, mitä tapahtuu. Esimerkiksi suosikkilistan löytyminen henkilöahmokuvakkeen alta ei ole selkeä relaatio, jonka pieni lapsi ymmärtäisi. Sydänkuvake sen sijaan on universaalisti tunnistettava merkki lempiasioille. Tästä johtuen Juniori-profiilin alavalikkoon muokattiin uusi kuvake omille videoille, ja samalla päästiin eroon koko profiilivalikosta, eli profiilista poistuminenkin siirrettiin suoraan alavalikkoon.

Lapsen kehitykselle ja mielentilalle on tärkeää, että katsellut videot ovat hänen ikäryhmälleen soveltuvia. Suunniteltujen kategorioiden myötä sopivien ohjelmien löytäminen olisi Juniori-osiossa helpompaa. Profiilin (vapaaehtoinen) lukitseminen on myös tärkeä tekijä soveltumattomien ohjelmien poissulkemisessa ja osoittaa yritykseltä vastuullisuutta.

Opinnäytetyön tekeminen oli tekijälle kallisarvoinen kokemus, jonka aikana saatiin odotuksien mukaisesti ymmärrystä ja konkreettisia taitoja käyttöliittymäsuunnitteluun. Kokemusta

kertyi muun muassa Figman käytöstä ja asiakkaiden kokemusten tutkimisesta. Myös eri ikäisten käyttäjien tarpeiden ymmärtäminen ja niiden vaikutus käyttöliittymän rakentamiseen olivat tärkeitä oppimiskokemuksia.

Opinnäytetyön tekeminen myös kehittää projektinhallintataitoja. Opinnäytetyö valmistui suunniteluussa aikataulussa ja siinä saavutettiin tekijän tavoitteet, vaikka löydetyt tutkimukset olivatkin rajalliset ja kyselyiden tekemisessä kohdattiin haasteita. Lapsille suunnatusta mediasta ja käyttöliittymäsuunnittelusta löydettiin tietoa, jotka on koottu tähän työhön. Kilpailijoiden toteutuksien tutkiminen ja C Moren asiakkaiden osallistaminen tukevat opinnäytetyössä tehtyjä valintoja ja varmistavat loppuratkaisun asiakaslähtöisyyden. C Moren kehitystiimin työ helpottuu, kun tarpeelliset asiat C More Juniorin jatkoheittämiselle on kerätty valmiiksi paketiksi, josta löytyy myös valmiita ratkaisuehdotuksia erilaisille ominaisuuksille.

Lähteet

Alkula, M. 2020. Suoratoistopalveluiden suosio kasvaa nyt erityisesti 46–65-vuotiaiden keskuudessa. Kauppalehti. Alma Talent. Helsinki. Luettavissa: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/suoratoistopalveluiden-suosio-kasvaa-nyt-erityisesti-4665-vuotiaiden-keskuudessa/c6a8b039-73ad-4644-a0ef-2fc3d34ffd16>. Luettu 29.12.2020.

AMZN Mobile LLC s.a. Amazon Prime Video -mobiilisovellus. Luettu: 3.1.2021.

Benyon, D. 2019. Designing User Experience. Pearson Education. Lontoo. Luettavissa: <https://www.vlebooks.com/Vleweb/Product/Index/1223142?page=0>. Luettu: 6.2.2021.

Brown, A. 2019. Kids Apps UI/UX requirements. Luettavissa: <https://blog.qatestlab.com/2019/10/29/kids-applications-ui-ux/>. Luettu: 6.2.2021.

Chaudron, S., Di Gioia, R. & Gemo, M. 2018. Young children (0-8) and digital technology, a qualitative study across Europe. Luettavissa: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9c015955-b0c5-11e8-99ee-01aa75ed71a1/language-en>. Luettu: 13.1.2021.

Disney s.a. Disney+ -mobiilisovellus. Luettu: 4.1.2021.

Finnpanel 2020. TV-vuosittelaisuus 2020. Luettavissa: https://www.finnpanel.fi/lataukset/tv_vuosi_2020.pdf. Luettu 3.1.2021.

Google 2021. Haku YouTube Kidsissä. Luettavissa: <https://support.google.com/youtube-kids/answer/6162907>. Luettu: 21.1.2021

Google LLC s.a. YouTube Kids -mobiilisovellus. Luettu: 21.1.2021.

HBO Nordic s.a. HBO Nordic -mobiilisovellus. Luettu: 5.1.2021.

Interaction Design Foundation s.a. Prototyping. Luettavissa: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/prototyping>. Luettu 4.1.2021.

Koivisto, M., Syrjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Alma Talent. Helsinki. Luettavissa: <https://bisneskirjasto.almatalent.fi/teos/JAHBFXDTEB>. Luettu: 29.1.2021.

Kosa, M. 2018. Children-first design: why UX for kids is a responsible matter. Luettavissa: <https://uxdesign.cc/ux-for-kids-responsible-matter-802bd12fe28c>. Luettu 4.2.2021.

Leanlab 2020. MTV Asiakasyhteisö kehittää parempia digitaalisia käyttökokemuksia ja kasvattaa tilaustuloja. Luettavissa: <https://www.leanlab.co/fi/asiakas-caset/asiakas-case-mtv-oy>. Luettu: 11.1.2021.

Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2020a. Lapset ja media. Luettavissa: <https://www.mll.fi/vanhemmille/tietoa-lapsiperheen-elamasta/lapset-ja-media/>. Luettu: 5.1.2021.

Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2020b. 3–4-vuotias ja median käyttö. Luettavissa: <https://www.mll.fi/vanhemmille/lapsen-kasvu-ja-kehitys/3-4-v/3-4-vuotias-ja-median-kaytto/>. Luettu: 5.1.2021.

Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2020c. 5-6-vuotias ja median käyttö. Luettavissa: <https://www.mll.fi/vanhemmille/lapsen-kasvu-ja-kehitys/5-6-v/5-6-vuotias-ja-median-kaytto/>. Luettu: 5.1.2021.

Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2020d. 7-9-vuotias ja median käyttö. Luettavissa: <https://www.mll.fi/vanhemmille/lapsen-kasvu-ja-kehitys/7-9-v/7-9-vuotias-ja-median-kaytto/>. Luettu: 5.1.2021.

McGowan, S. s.a. What Can Children Teach Us About UX Design? Luettavissa: <https://usabilitygeek.com/what-can-children-teach-us-about-ux-design/>. Luettu: 18.2.2021.

Molnár, D. 2018. Product Design For Kids: A UX Guide To The Child's Mind. Luettavissa: <https://uxstudioteam.com/ux-blog/design-for-kids/>. Luettu: 18.2.2021.

MTV Hautomo s.a. Tervetuloa kehittäjäyhteisö Hautomoon. Luettavissa: <https://mtvhautomo.leanlab.co/liity>. Luettu: 11.1.2021.

MTV Oy s.a. C More Suomi -mobiilisovellus. Luettu: 22.12.2020.

MTV Uutiset 2017. MTV uudistuu: Tuo suoratoistomarkkinoille kotimaisen huippupalvelun. Luettavissa: <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/mtv-uudistuu-tuo-suoratoistomarkkinoille-kotimaisen-huippupalvelun/6257716>. Luettu 12.1.2021.

Netflix s.a.a. Katselurajoitukset. Luettavissa: <https://www.netflix.com/settings/restrictions>. Luettu 2.1.2021.

Netflix. s.a.b. Netflix-mobiilisovellus. Luettu: 2.1.2021.

Nieminen, H. 9.5.2020. Tunnetko jo tv:n suoratoistopalvelut? ET. Luettavissa: <https://www.etehti.fi/artikkeli/raha/tunnetko-jo-tvn-suoratoistopalvelut>. Luettu 6.2.2021.

Ojasalo, K., Moilanen, M. & Ritakoski, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät. Sanoma Pro Oy. Helsinki. Luettavissa: <https://www.ellibslibrary.com/book/978-952-63-2695-5>. Luettu 4.1.2021.

Osborne, P. 2020. UX Design for Kids: Key Design Considerations. Luettavissa: <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2020/01/ux-design-for-kids-key-design-considerations.php>. Luettu: 18.2.2021.

Salokoski, T. & Mustonen, A. 2007. Median vaikutukset lapseen ja nuoriin: katsaus tutkimuksiin sekä kansainvälisiin mediakasvatuksen ja -sääntelyn käytäntöihin. Mediakasvatusseura. Helsinki. Luettavissa: <http://mediakasvatus.fi/wp-content/uploads/2018/06/ISBN978-952-99964-2-1.pdf>. Luettu: 29.12.2020.

Sanoma Media Finland s.a. Ruutu-mobiilisovellus. Luettu 22.12.2020.

Seppänen, J. & Välvirronen, E. 2014. Mediatyhteiskunta. Vastapaino. Tampere. Luettavissa: <https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-768-397-5>. Luettu: 16.2.2021.

Stoll, J. 2020a. Do you subscribe to online movie, TV or video services? Luettavissa: <https://www.statista.com/statistics/646150/survey-on-subscription-to-online-movie-tv-or-video-services-in-sweden/>. Luettu: 13.1.2021.

Stoll, J. 2020b. Share of individuals watching online television per day in Sweden from 2011 to 2019, by age group. Luettavissa: <https://www.statista.com/statistics/643007/share-of-individuals-watching-online-tv-per-day-in-sweden-by-age-group/>. Luettu: 13.1.2021.

Suomen virallinen tilasto (SVT) 2019a. Maksullisten nettitelevisiopalveluiden tilaaminen kotitalouksissa 2019. Luettavissa: https://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/data/t534.xlsx. Luettu: 30.12.2020.

Suomen virallinen tilasto (SVT) 2019b. Eräiden televisio-ohjelmien katseluun soveltuvien laitteiden yleisyys kotitalouksissa kotitaloustyyppin mukaan 2019. Luettavissa: https://pxho-pea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/joukkoviestintatilasto/data/f514.xlsx. Luettu: 30.12.2020.

Suoninen, A. 2014. Lasten mediabarometri 2013. 0-8-vuotiaiden mediankäyttö ja sen muutokset vuodesta 2010. Nuorisotutkimusverkosto. Helsinki. Luettavissa: <http://www.nuorisotutkimusseura.fi/images/julkaisuja/lastenmediabarometri2013.pdf>. Luettu: 29.12.2020.

Tuominen, K. 2016. Introducing Benchmarking. Oy Benchmarking Ltd. Turku. Luettavissa: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/haaga/detail.action?docID=4883137>. Luettu: 18.12.2020.

Tuorila, H. 2020. Lapsi kuluttajana kaupallisessa digitaalisessa mediassa. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Helsinki. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/julkaisut/selvitykset/2020/kkv-selvityksia-4-2020-lapsi-kuluttajana.pdf>. Luettu: 30.12.2020.

UXPin 2021. What is a Prototype: A Guide to Functional UX. Luettavissa: <https://www.uxpin.com/studio/blog/what-is-a-prototype-a-guide-to-functional-ux/>. Luettu: 4.1.2021.

Viaplay s.a. Viaplay-mobiilisovellus. Luettu: 27.12.2020.

Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja : 20 työkalua. Alma Talent. Helsinki. Luettavissa: <https://bisneskirjasto.almatalent.fi/teos/CACBEXDTEB>. Luettu: 18.12.2020.

Wong, K. s.a. The Ultimate Guide to Prototyping. Luettavissa: <https://marvelapp.com/blog/prototyping-101-ultimate-guide/>. Luettu: 4.1.2021.

Yle.fi s.a. Yle Lasten Areena -mobiilisovellus. Luettu: 5.1.2021.

Liitteet

Liite 1. Opinnäytetyön rakenne

Kansilehti, tiivistelmä ja sisällysluettelo	
Johdanto <ul style="list-style-type: none">– projektin tavoitteet ja rajaukset– toimeksiantajan esittely– prosessin kuvaus	
Lapset ja media <ul style="list-style-type: none">– tietoperustaa lasten median käytöstä– aikaisemmat tutkimukset aiheesta– käyttöliittymäsuunnittelu lapsille– yhteenveto	
Benchmarking <ul style="list-style-type: none">– mitä on benchmarking– kilpailijavertailut– yhteenveto ja kehittämissuhteet	
Kyselytutkimus <ul style="list-style-type: none">– kyselytutkimuksen teoria– alkukartoituksen tutkimusongelma– tulosten analysointi– yhteenveto	
Taustatutkimuksen johtopäätökset <ul style="list-style-type: none">– yhteenveto taustatutkimuksen tuloksista– C Moren käyttöliittymän kehityskohteet	
Prototyyppi <ul style="list-style-type: none">– protoilun hyödyt– ratkaisun suunnittelu– käyttäjättestaus– viimeistelty loppuratkaisu– jatkokehitys	
Pohdinta <ul style="list-style-type: none">– tutkimuksen luotettavuus– yhteenveto ja johtopäätökset– oman oppimisen arviointi	
Lähteet	

Liitteet

- Opinnäytetyön rakenne
- Alkukartoituksen kyselylomake
- Prototyyppi, toinen versio
- Käyttäjätestauksen kyselylomake
- Valmis prototyyppi

Liite 2. Alkukartoituksen kyselylomake



Hautomo

Kyselyllä kartoitetaan C Moren Juniori-osion käyttötottumuksia ja kehitystoiveita. Kyselyä käytetään opinnäytetyössä, jonka tarkoituksena on tehdä C Moren Juniori-osion jatkokehittämiseksi pohjatyo sekä antaa konkreettisia kehitysratkaisuja.

Kysely kattaa yhden lapsen käyttötottumukset. Mikäli taloudessasi on useampia C Morea käytäviä lapsia, voit täyttää kyselyn useamman kerran. Ajattele siis yhtä lasta kerrallaan kyselyä täyttäessäsi.

1. Minkä ikäinen lapsi on? (Muista, mikäli taloudessasi on useita lapsia, täytä kysely ajatellen vain yhtä lasta kerrallaan.) *

2. Käytättekö lapsen kanssa C Moren tarjoamaa Juniori-profiilia? *

- Kyllä
- Joskus
- Ei
- En tiedä mikä se on

3. Mikäli sinulla on toiveita tai ideoita Juniori-profiiliin liittyen, voit kirjoittaa ne tähän.

4. Miten rajatusti toivoisit lastenohjelmien olevan Juniori-osiossa esillä ikärajojen perustella? Valitse parhaiten sopiva vaihtoehto: *

- Kaiken ikäisille suunnatut lastenohjelmat voivat olla samassa paikassa.
- Pienten ja isompien lapsien ohjelmat voisi erottaa, mutta ei tarvetta tarkemmalle rajaukselle.
- Lapselle tulee näkyä vain hänen ikäryhmälleen tarkoitettuja lastenohjelmia. Muun ikäisille lapsille suunnatut ohjelmat tulee pystyä suodattamaan pois.

(jatkuu seuraavalla sivulla)

5. Millä laitteella lapsi eniten katsoo lastenohjelmia? *

- Puhelimella
- Tabletilla
- Tietokoneella
- Älytelevisiolla
- Chromecastilla (tm. näytönjakaminen)

6. Käyttääkö lapsi laitetta omatoimisesti? *

- Kyllä, täysin itsenäisesti
- Ohjatusti / avustetusti
- Ei, lapsi ei käytä laitetta itse

7. Minkä kielisiä lastenohjelmia lapsi suosisi? *

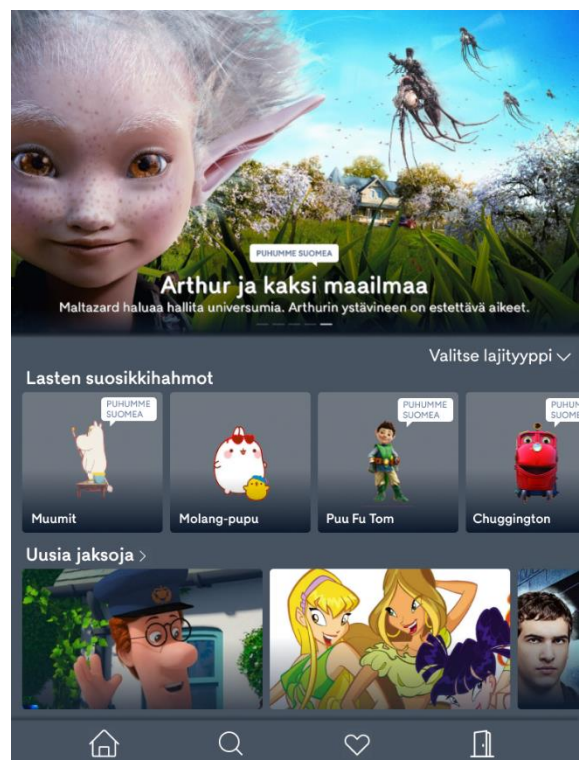
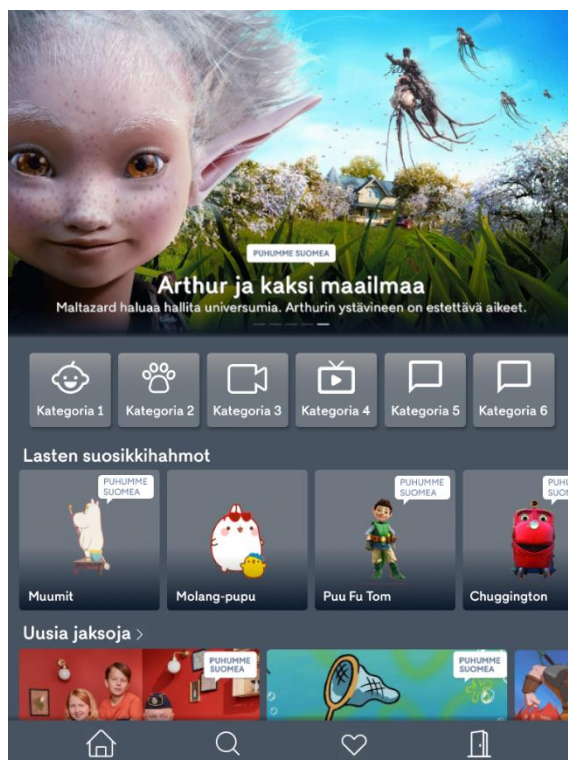
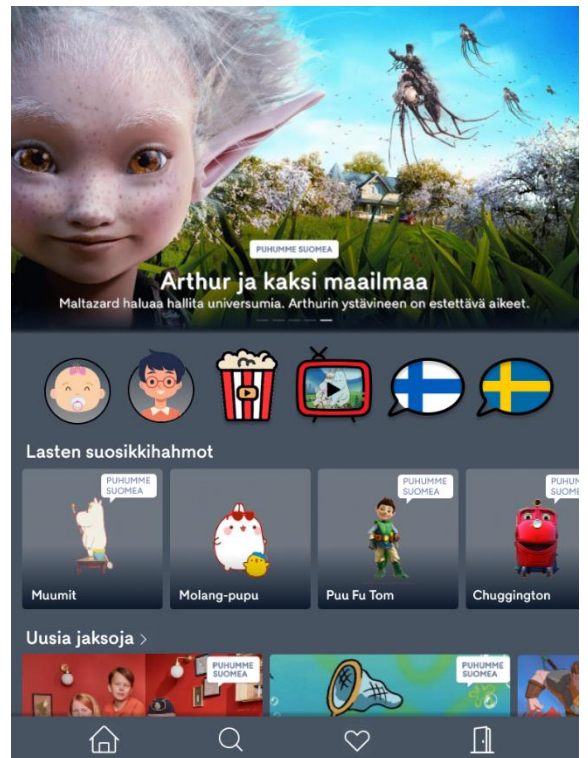
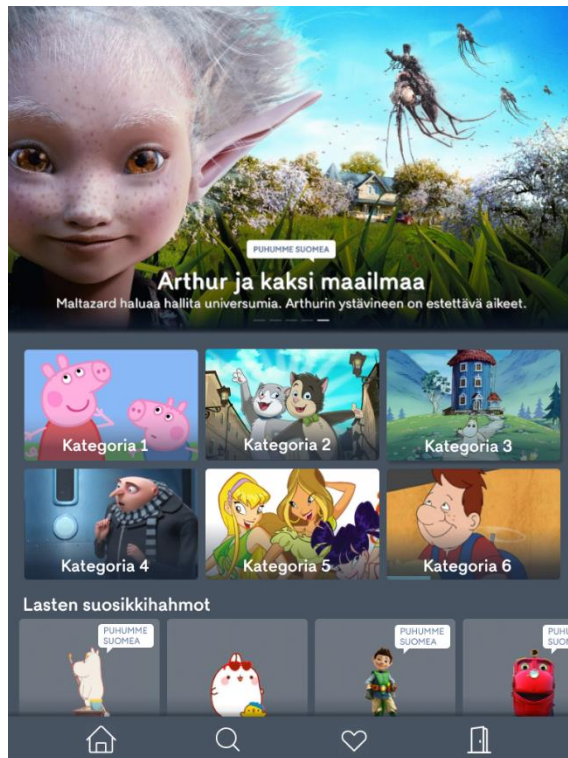
- Suomeksi puhuttuja
- Ruotsiksi puhuttuja
- Englanniksi puhuttuja
- Muulla kielellä puhuttuja
- Ei väliä, kunhan on suomen- tai ruotsinkielinen tekstitys
- Ei väliä

8. Miten lastenohjelmat tulisi mielestäsi lajitella, järjestellä tai suodattaa, jotta lapsellesi löytyisi helpoiten sopivaa katsottavaa?

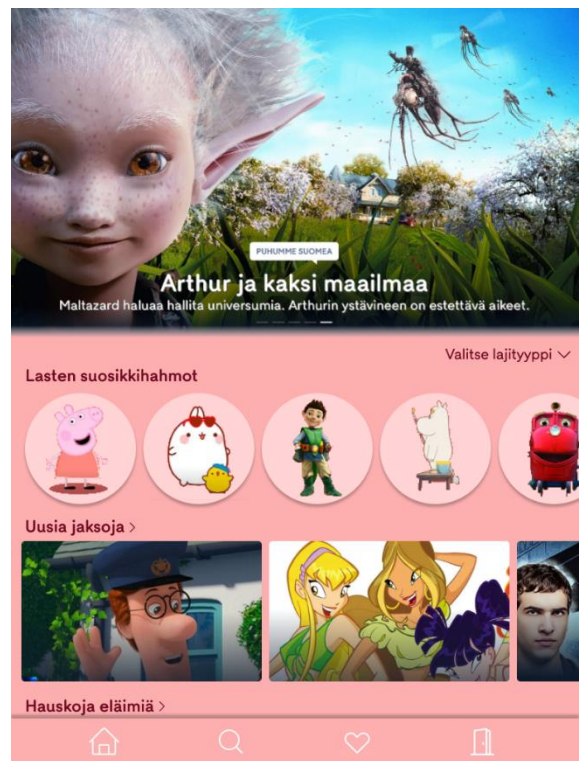
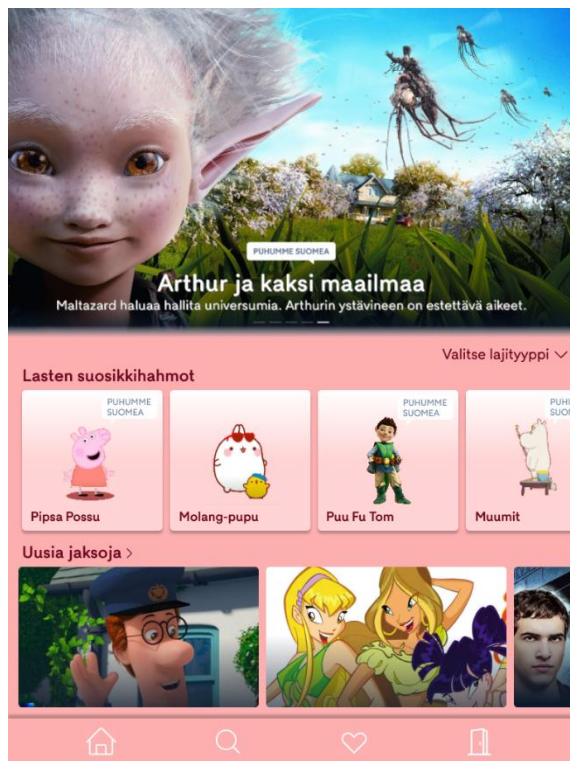
9. Onko sinulla vielä muita kommentteja C Moren Juniori-kokonaisuuteen liittyen?

Liite 3. Prototyyppi, toinen versio

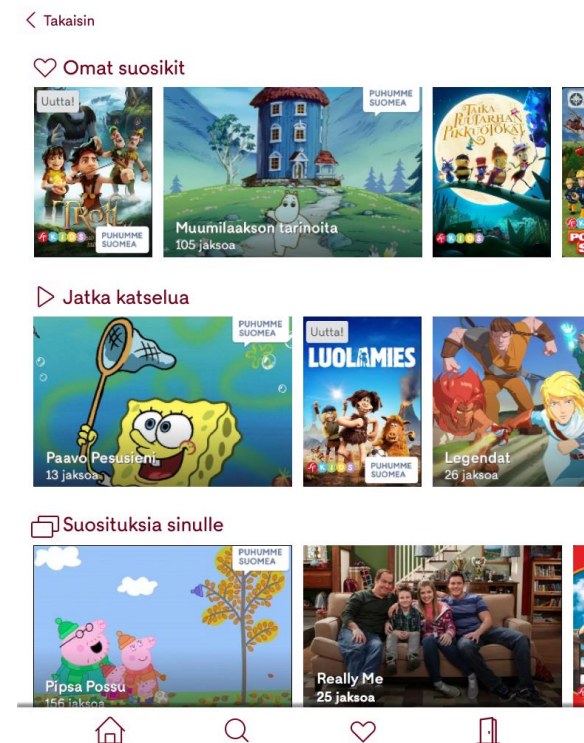
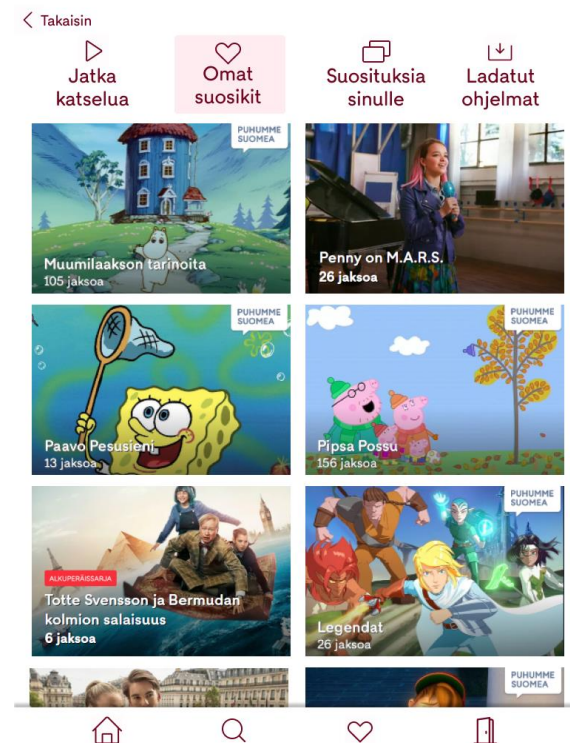
Etusivu – kategoriat (4 kpl)



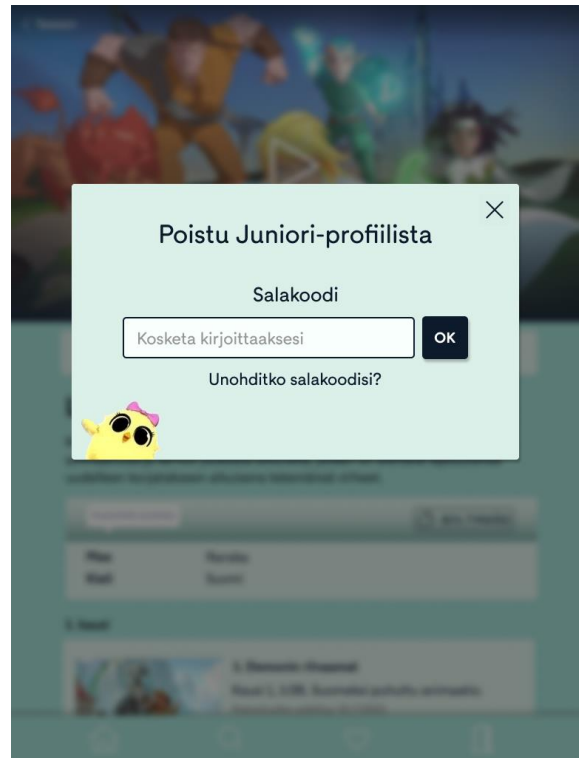
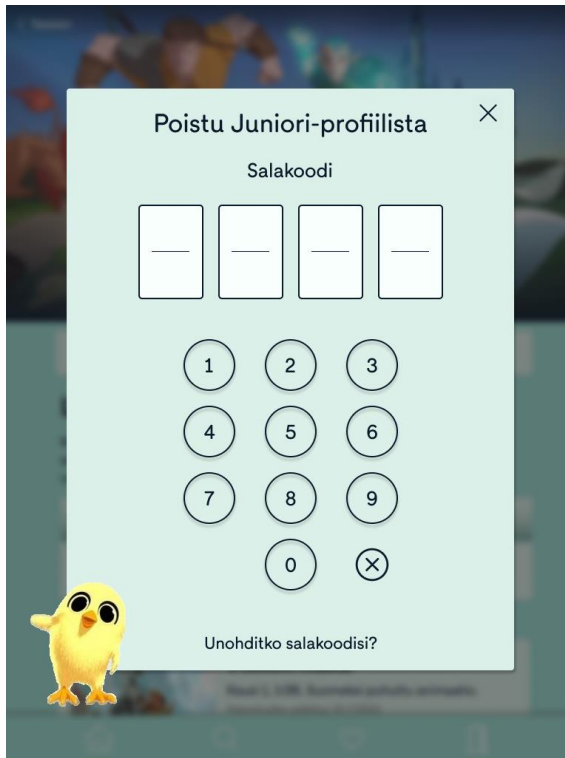
Etusivu – hahmolista (2 kpl)



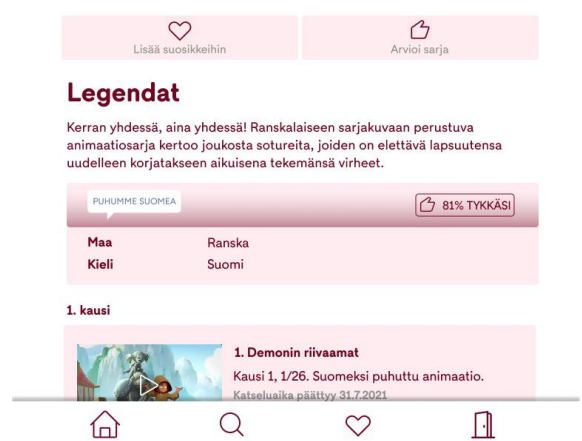
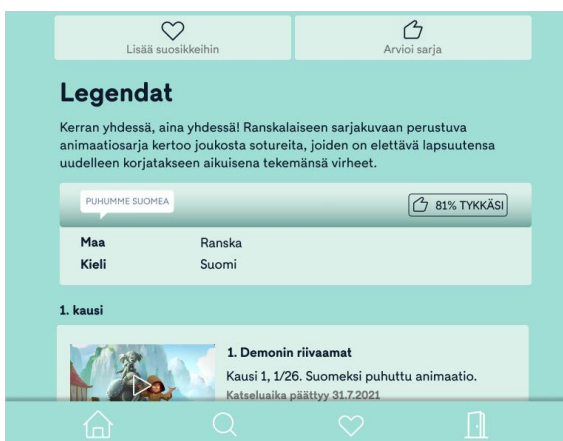
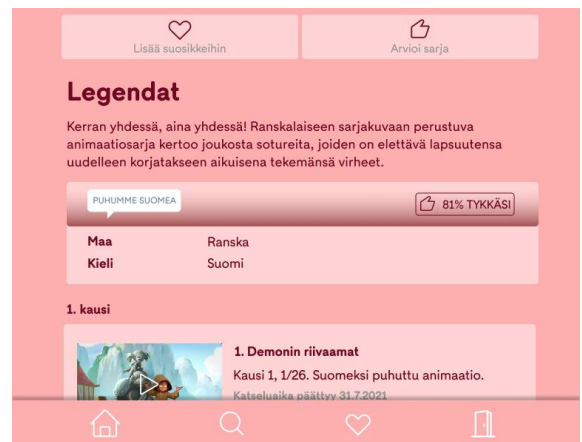
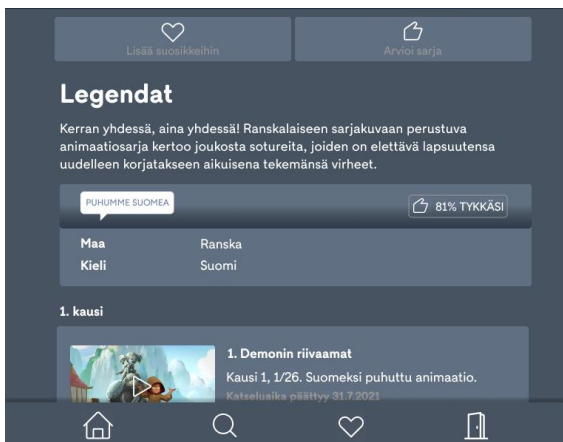
Omat videot (2 kpl)



Lukitus (2 kpl)



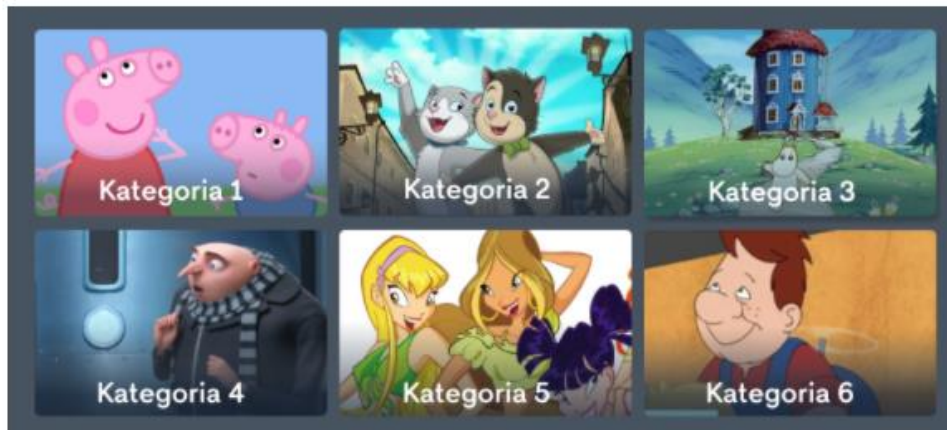
Värit (4 kpl)



Liite 4. Käyttäjätestauksen kyselylomake

Saatekirje

C MORE



C Moren Juniori-profili

Hei,

oletko kiinnostunut C Moren Juniori-profilin kehittamisestä? Nyt sinulla on mahdollisuus antaa kehitystiimillemme oma panostuksesi vastaamalla oheiseen tutkimukseen.

Kyselyssä on esitelty Juniori-osion ja Juniori-profilin mahdollisia uusia ominaisuuksia sekä ulkoasuja. Näihin kaikkiin pääset antamaan mielipiteesi.

Vastaaminen vie vain noin 5 minuuttia. Myös lapsen voi hyvin ottaa mukaan valitsemaan eri vaihtoehtojen välillä.

[Vastaa kyselyyn >>](#)

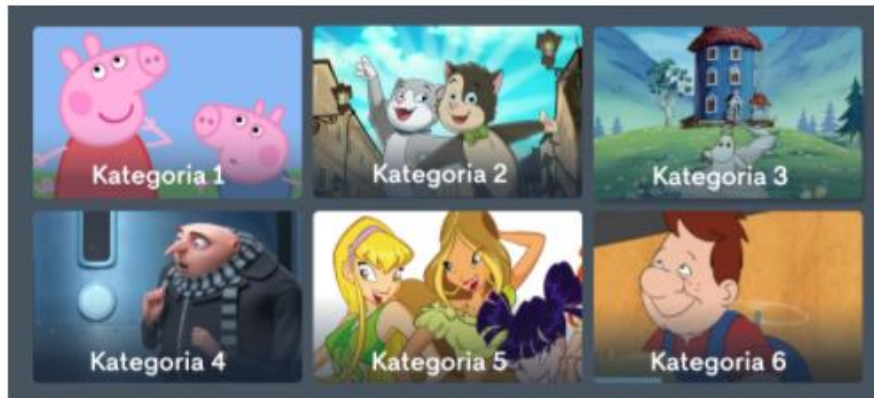
Vastausaikaa on yksi viikko. Viimeinen vastauspäivä on keskiviikko 17.2.2021.

Käytämme antamiasi vastauksia kertaluonteisesti tulosten analysointiin. Noudatamme kyselyn toteuttamisessa [MTV Oy:n tietosuojakäytäntöä](#).

Kiitos ajastasi!
Tanja C Morelta

Ohje kyselyn täyttämiseen

C MORE



C More Juniorin kehittämistutkimus

Hienoa, että olet mukana kehittämässä C Moren Juniori-osiosta entistäkin parempaa. Alla muutama käytännön ohje ennen kyselyn aloittamista.

Aluksi pyydetään muutama kartoittava kysymys C Moren käytöstä, jonka jälkeen pääset valitsemaan erilaisien ominaisuuksien ja ulkoasuratkaisujen välillä. Lisäksi voit myös kirjoittaa niistä vapaasti kommentteja. Kyselyn kuvat esittävät tabletilla olevaa sovellusta.

Muistathan vastatessasi, että tarkoituksena on tehdä palvelusta lapsiystävällisempi. Pohdi siis valintoja tehdessäsi asioita myös lapsen näkökulmasta. **Jos taloudessasi on lapsi(a), voit myös ottaa hänet mukaan valitsemaan eri vaihtoehtojen välillä.**

Mikäli C Moren lapsille suunnatut ominaisuudet eivät ole vielä täysin tuttuja, kertaa nämä:

Juniori-osio: C Moren sivu, jonne lastenohjelmat on koottu. Tutustu tarvittaessa osoitteessa <https://www.cmore.fi/juniori>

Juniori-profiili: Käyttäjäprofiili, joka sulkee C More -palvelusta kaikki muut sivut, paitsi Juniori-osion. Jokaisella tunnuksella on vähintään kaksi profiilia, pääprofiili sekä Juniori-profiili. Voit halutessasi tutustua omiin profiileihisi osoitteessa <https://www.cmore.fi/profiilit>

Seuraava

Kartoittavat kysymykset

1. Kuinka usein taloudessasi katsellaan lastenohjelmia C Moresta?*

- Joka päivä
- Useita kertoja viikossa
- Kerran viikossa
- Muutaman kerran kuussa
- Harvemmin

2. Käytättekö C Moren tarjoamaa Juniori-profilia?*

- Kyllä
- Joskus
- Ei
- En tiedä mikä se on

3. Valitse seuraavista enintään kuusi kategoriaa, joiden mukaan toivoisit lastenohjelmiin lajittelua.*

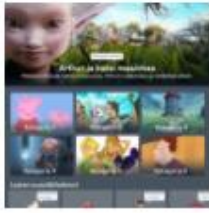
- Ikäraja: kaikille sallitut
- Ikäraja: K7
- Puhekieli: suomi
- Puhekieli: ruotsi
- Puhekieli: englanti
- Tekstityskieli: suomi
- Tekstityskieli: ruotsi
- Tyyppi: Elokuvat
- Tyyppi: Sarjat
- Lisätieto: Hyvä arvosana IMDb:ssä (8 tai enemmän)
- Lisätieto: Hyvä arvio C Moressa (80 % tykkäsi)
- Muu, mikä?

Edellinen

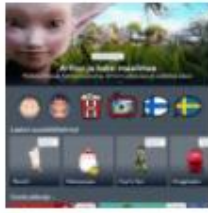
Seuraava

Kuvavertailut

4. Valitse mielestäsi paras kategorioiden (lajityyppien) esittelytapa



Kuva 1: Isot painikkeet (ohjelmakuva + nimi)



Kuva 2: Pienet painikkeet (kuvituskuva)



Kuva 3: Pienet painikkeet (logo + nimi)

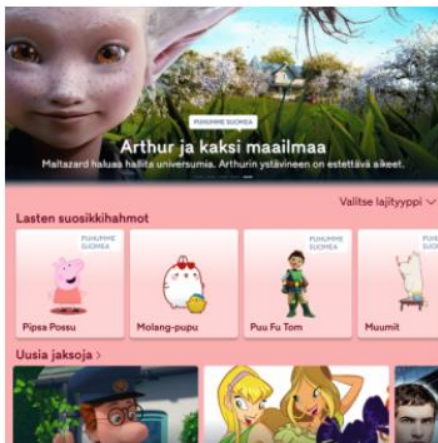


Kuva 4: Pudotusvalikko (tekstiä painamalla alle aukeaa valikko)

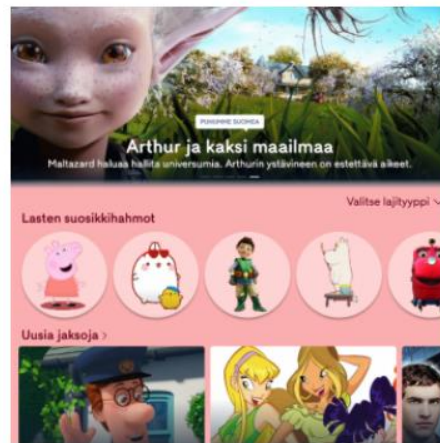
Huom! Kategorioita esittävät kuvakkeet ja ikonit ovat vain suuntaa antavia, ja voivat muuttua.

Kommentteja, toiveita? Myös kuvista saa antaa ehdotuksia.

5. Valitse mieluisampi suosikkihahmojen esittely



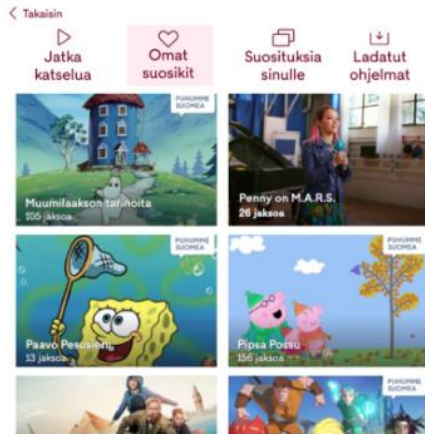
Kuva 5: Isohkot kuvakkeet pääkuvan jälkeen (hahmo + nimi + puhumme suomea)



Kuva 6: Pyöreät tiiviit kuvakkeet pääkuvan jälkeen (hahmo)

Kommentteja, toiveita?

6. Valitse omien videoiden esitystapa



Kuva 7: Valikko sivun yläreunassa, valinta napauttamalla tai pyyhkäisemällä sivuille



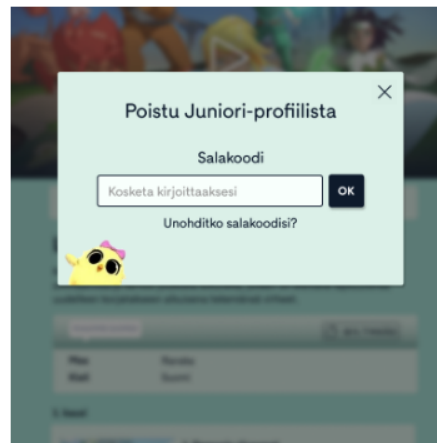
Kuva 8: Ei valikkoa, ohjelmat allekkain ja selattavissa pyyhkäisemällä alaspäin

Kommentteja, toiveita?

7. Valitse lukitustapa



Kuva 9: PIN-koodi (neljä numeroa)



Kuva 10: Tavallinen salasana (numeroita ja merkkejä)

Kommentteja, toiveita?

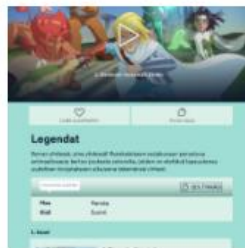
8. Valitse värimaailma



Kuva 11:
Harmaansininen



Kuva 12:
Vaaleanpunainen



Kuva 13:
Mintunvihreä



Kuva 14: Valkoinen
tummanpunaisin
korostuksin

Kommentteja, toiveita?

Kyselyn lopetus

9. Oliko sinulla lapsi mukana valitsemassa kuvien välillä?

- Kyllä
 Osassa
 Ei

10. Onko sinulla vielä muita kommentteja ja tai toiveita C Moren Juniori-kokonaisuuteen liittyen?

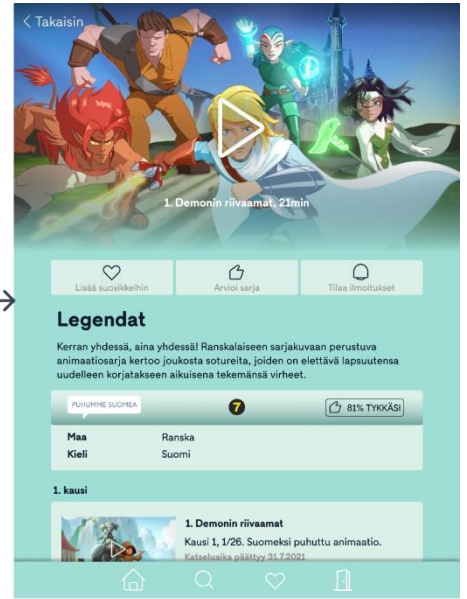
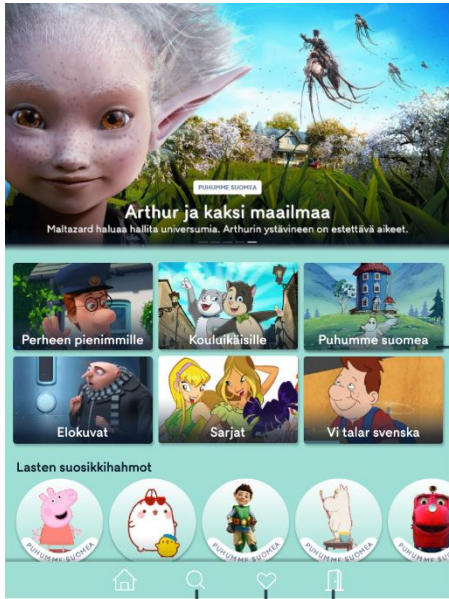
Kiitos osallistumisesta!

Edellinen

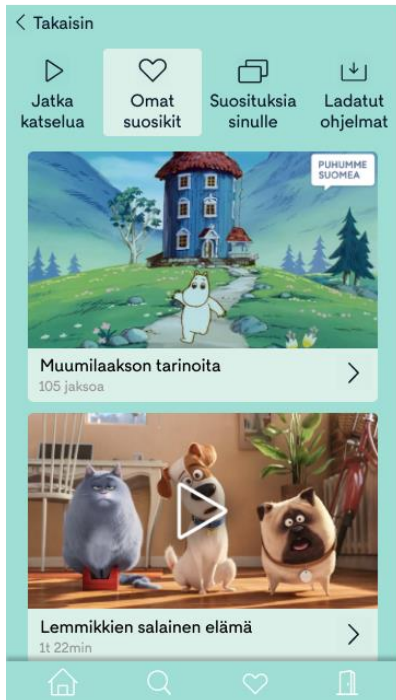
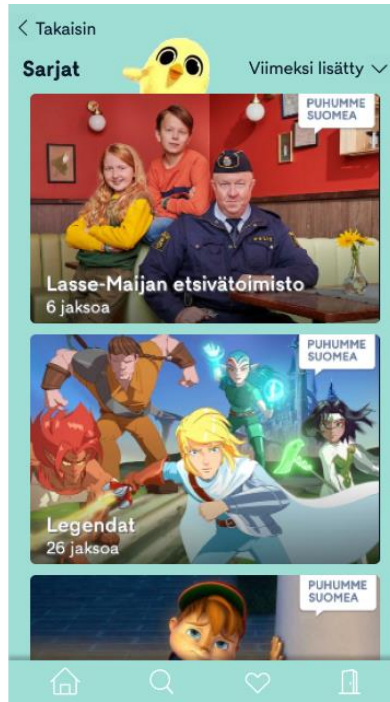
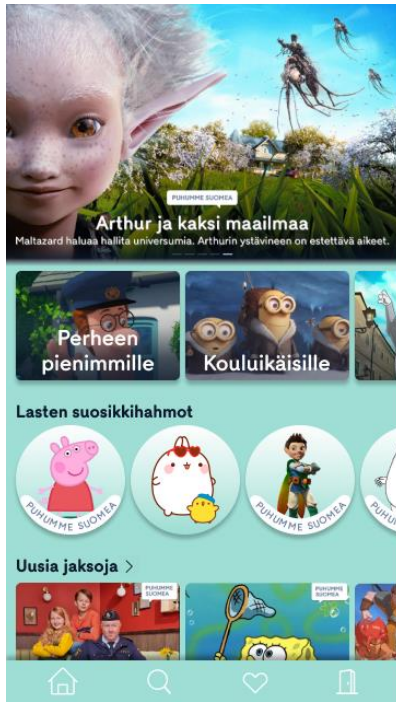
Lähetä vastaukset

Liite 5. Valmis prototyyppi

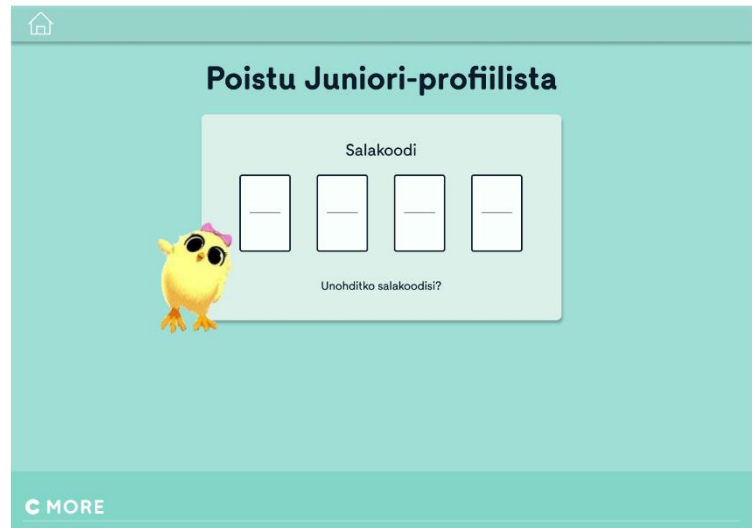
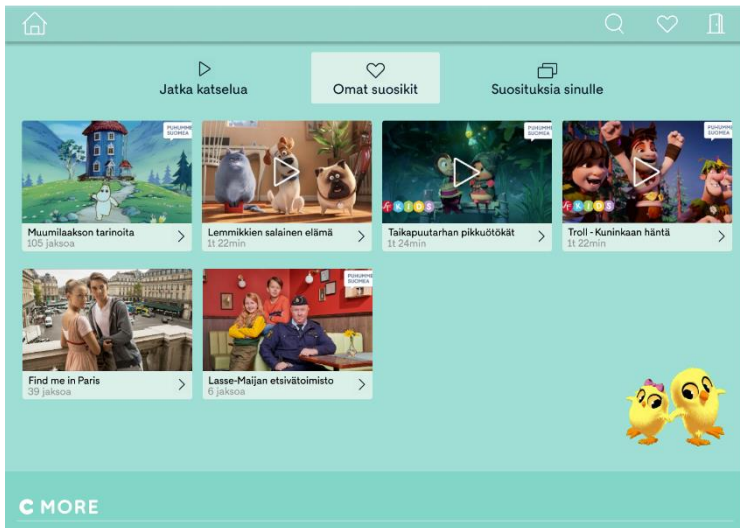
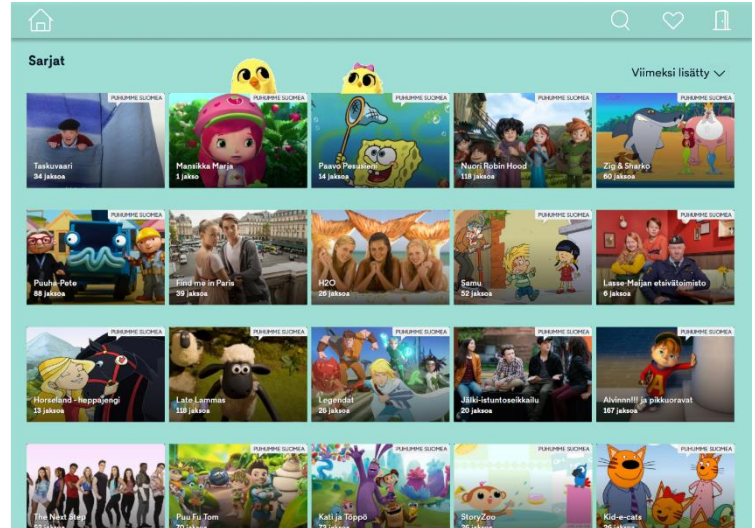
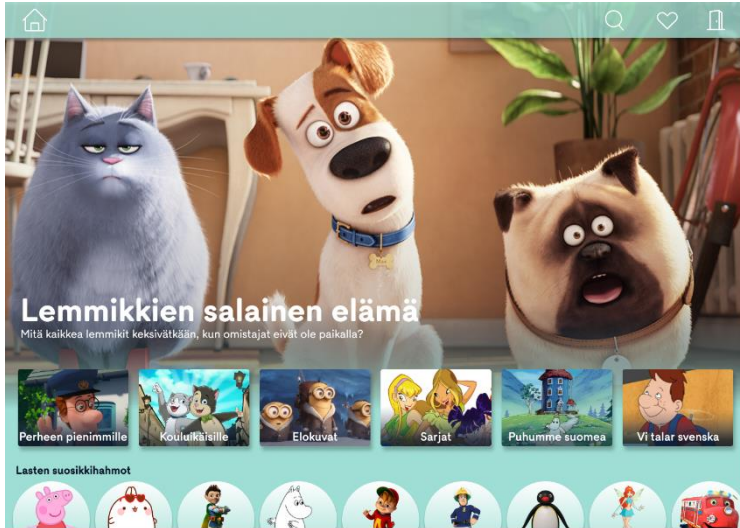
Tabletti



Puhelin



Tietokone



Smart TV

