

Elektroninen urheilu: Digitaalinen käyttäjäko- kemus verkkopelaamisessa

Case Karelian Gaming

Tiivistelmä

Tekijä(t) Seppälä, Heidi	Julkaisun laji Opinnäytetyö, YAMK	Valmistumisaika 2022
	Sivumäärä 75	
Työn nimi Elektroninen urheilu: Digitaalinen käyttäjäkokemus verkkopelaamisessa Case Karelian Gaming		
Tutkinto Tradenomi (YAMK), Digitaaliset ratkaisut linja		
Toimeksiantajan nimi, titteli ja organisaatio Ville Suutari LAB, Erno Salmela LUT, Karelian Gaming		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyö perustuu MINT-hankkeelle ja Karelian Gaming- verkkotapahtumaan osallistuneiden koulujen ja näiden opettajien käyttäjäkokemukseen. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten opettajat kokivat tapahtuman ja osallistuisivatko he uudestaan vastaavanlaiseen tapahtumaan, jos sellainen järjestettäisiin. Miten opettajat ja nuorisotoimen henkilöt kokivat tapahtuman, miten sitä voisi parantaa tulevaisuudessa, jos vastaavanlainen tilaisuus järjestetään uudestaan. Opinnäytetyössä käytetään pohjana Karelian Gaming vuoden 2021 alussa toteutetun tapahtuman perusteella saadut tulokset, tunnistetut käyttäjäpersoonat ja parannusehdotukset. Käytettävissä olevat tulokset ja Karelian Gaming tapahtumalle tuotettu palvelukäsikirja muodostavat sekundaarisen datan, jonka pohjalta lähdetään selvittämään käyttäjäkokemuksen muodostumista.</p> <p>Tutkimus on luonteeltaan konstrukttiivinen case tutkimus. Opinnäytetyön päätavoitteena on mallintaa opettajien ja nuorisotoimen käyttäjäkokemus.</p> <p>Tutkimuskysymyksenä toimii: Miten opetushenkilökunnan ja nuorisotoimen käyttäjäkokemus voidaan mallintaa? Tutkimuksen tuloksena syntyy sekä käyttäjäpersoonat, käyttäjäkokemuksen mittaus, tunnepyramidit sekä empatiakartat tunnistetuille käyttäjäpersoonille. Lisäksi mallinnetaan käyttäjäpolku.</p> <p>Aineistosta tunnistettiin neljä käyttäjäpersoonaa. Jokaiselle persoonalle keksittiin fiktiivinen ryhmää edustava nimi. Käyttäjäpersoonat ja muut luodut konstrukttiiviset mallit auttavat kohdeyritystä kehittämään ja parantamaan käyttäjäkokemusta. Tutkimuksen päätavoitteena oli mallintaa konstrukttiiviset mallit. Mallit saatiin rakennettua ja nämä ovat raportissa.</p>		
Asiasanat Käyttäjäkokemus (UX), E- urheilu, mallinnus, käyttäjäpersoonat, konstrukttiivinen mallinnus		

Abstract

Author(s) Seppälä, Heidi	Type of Publication Master's thesis	Published 2022
	Number of Pages 75	
Title of Publication Digital e- sport: User Experience in Online gaming Case Karelian Gaming		
Name of Degree Master of Applied Sciences		
Name, title and organization of the client Ville Suutari LAB, Erno Salmela LUT, Karelian Gaming		
Abstract <p>The thesis is based on the user experience of the schools and their teachers who participated in the MINT project and the Karelia Gaming online event. The aim of the thesis is to find out how teachers experienced the event, and whether they would participate in a similar event again if one were organized. How teachers and youth workers experienced the event, how it could be improved in the future, if a similar event is held again. The thesis is based on the results on the Karelian Gaming event implemented at the beginning of 2021. Identified user personalities and suggestions for improvement was used as a base for this thesis. The earlier available results and the produced service manual for the Karelian Gaming event form the secondary data. This is the basis of starting to build, measure and visualize the user experience.</p> <p>The study is in nature a constructive case study. The main goal of the thesis is to model the user experience of teachers and youth workers.</p> <p>The research question is: How can the user experience be modeled of teaching staff and youth workers? As a result of the research, user personalities, user experience measurement, emotional pyramids, and empathy maps for identified user personalities are created. In addition, the user path is modeled.</p> <p>Four user personalities were identified from the data. A fictional name for each user persona group was invented and this is representing the user. User personalities and other constructive models created will help the target company to develop and improve the user experience. The thesis main target was to build constructive models. These models are presented in the report.</p>		
Keywords User experience (UX), E- sport, Dashboard, User persona, constructive models		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Opinnäytetyön tausta.....	1
1.2	Kohdeorganisaation esittely.....	2
1.3	Opinnäytetyön tavoitteet, tutkimuskysymykset ja rajaukset.....	3
1.4	Opinnäytetyön tutkimusmenetelmä.....	4
1.5	Opinnäytetyön rakenne.....	7
2	Käyttäjäkokemus.....	9
2.1	Käyttäjäpersoonat.....	9
2.2	User Interface (UI) / Käyttöliittymäsuunnittelu.....	12
2.3	Käyttäjäkokemus (UX).....	13
2.4	Käyttäjäkokemuksen mallintaminen.....	18
2.5	Käyttäjäkokemuksen lait (UX lait).....	22
2.6	Käyttäjäkokemuksen mittaaminen.....	24
3	E- urheilu.....	28
3.1	Verkkopelaamisen lyhyt historia.....	28
3.2	Verkkoviestinnän alustat.....	30
4	Kehittämishankkeen toteutus.....	32
4.1	Lähtökohta.....	32
4.2	Tutkimus- ja kehittämismenetelmät.....	32
4.3	Tutkimustavoitteet ja toteutus.....	35
5	Tutkimuksen tulokset.....	39
5.1	Tutkimus.....	39
5.2	Tutkimusjoukko.....	39
5.3	Käyttäjäkokemuksen mittaus.....	40
5.4	Käyttäjäpersoonat.....	43
5.5	Empatiakartta.....	49
5.6	Käyttäjäprofiilien tunnepyramidit.....	53
5.7	Tapahtuman käyttäjäpolku.....	56
6	Johtopäätökset ja pohdinta.....	66
6.1	Yhteenveto ja johtopäätökset.....	66
6.2	Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys.....	70
6.3	Tulosten käytettävyys ja jatkokehittämisehdotukset.....	71
6.4	Jatkokehitysehdotukset.....	72

7	Loppusanat.....	75
	Lähteet	76

Liitteet

Liite 1. Karelian Gaming Käyttäjäpolku

Liite 2: Karelian Gaming visuaalinen käyttäjäpolku

Liite 3. Haastattelurunko

Liite 4. Kyselytutkimuksen kysymykset ja vastaukset

1 Johdanto

1.1 Opinnäytetyön tausta

Yritysten liiketoimintaympäristöt ovat jatkuvassa muutoksessa ja yksi merkittävä syy tähän on digitalisaatio. Digitalisaatio mahdollistaa ICT:n avulla mm. sisällön käsittelyn, tiedon siirron ja tallentamisen, niin paikallisesti, kuin reaaliajassa. Digitalisaation myötä, myös osa palveluista on siirtynyt verkkoon ja tekniikka taas mahdollistaa, sekä muuttaa merkittävästi sitä, miten palvelut toteutetaan ja toisaalta myös toimitetaan. Yritysten on muutettava toimintatapoja ylläpitääkseen kilpailuedun liiketoimintaympäristöissä, joissa asiakaskeskeisyys on entistä keskeisempi tekijä. Digitalisaatio tuo tullessaan entistä enemmän tietotekniikkaa ja mahdollistaa myös yritysten tapaa tuottaa palveluita. Digitalisaatio mahdollistaa sen, että asiakkaiden on mm. helpompi osallistua uusien palveluiden luomiseen ja niiden kehittämiseen. Asiakastietoa pystytään nykyään keräämään erittäin tehokkaasti ja sitä hyödyntämällä voidaan viestintä kohdistaa hyvin yksilöllisellä ja personoidulla tavalla vastaanottajalle.

Digitalisaation myötä kaikkien on muutettava toimintatapoja vastaamaan tulevaisuuden kysyntää ja haasteita. Tämä ei koske ainoastaan yksityistä sektoria, vaan myös julkista sektoria, sekä eritoten meidän koulutussektoriamme. Tiedetään, että osa nykyisistä työpaikoista tulevat tulevaisuudessa häviämään ja uusia työpaikkoja luodaan mm. robotiikan ja keinoälyn ympärille. Internetin vallankumous ja saavutettavuus on myös muuttanut pysyvästi ihmisten arkitottumuksia mm. palveluiden saatavuuden näkökulmasta, mutta myös mahdollistanut asioimisen paikkaan ja aikaan katsomatta.

Teknologinen vallankumous ja digitalisaatio ovat muuttaneet meidän kaikkien elämää pysyvästi. Digitalisaation myötä elektroninen urheilu on tullut jäädäkseen ja sen suosio kasvaa hurjaa vauhtia. Elektroninen urheilu (esports) on kilpaurheilua, jossa hyödynnetään tietotekniikkaa. Lajia voidaan harrastaa niin, joukkue- kuin yksilömuodossa, joka riippuu pelistä ja pelimuodosta (SEUL 2020). Yhä useampi lapsi ja nuori viettää vapaa-aikaansa erilaisten pelien parissa. Osa pelaa ajanvietteenä, toiset pelaavat tavoitteellisemmin. Verkkopelaaminen on entistä suositumpaa ja tämä on myös tapa, jolla lapset ja nuoret pitävät yhteyttä ystäviin. Verkkopelaaminen on yhteisöllistä, verkossa tapahtuvaa toimintaa.

Nykylapset ja nykynuoret kasvavat digitalisuuteen. Tieto- ja viestintäteknologia osaaminen on välttämättömyys ja näin ollen myös koulujen digitalisaatio on väistämätöntä. Opettajat ovat avainasemassa mitä tulee koulujen digitalisaatioon, sillä laitteet, teknologia ja ohjelmistot eivät itsessään edistä koulujen digitalisointia. Tarvitaan osaamista, tietoa ja taitoa opettaa mitä digitaalisilla ratkaisuilla voidaan saavuttaa ja mitä se mahdollistaa. (OAJ 2021.)

MINT-hake on sekä LAB-ammattikorkeakoulun, että LUT- yliopiston vetämä hanke, jossa mukana on Luumäen kunta, Parikkalan kunta, Rautjärven kunta, Savitaipaleen kunta ja Taipalsaaren kunta. Kyseessä on yhteishanke, jonka tavoitteena on ennen kaikkea luoda innovaatio- ja kokeiluekosysteemi toimintamalli niin kuntien, yritysten ja korkeakoulujen välille. Hankkeen päämääränä on keskittyä kuntien ja yritysten yhteisten innovaatiohaasteiden ratkaisemiseen. Ratkaisuja pyritään tekemään kokeilujen avulla ja sitä kautta myös kunnissa toimivien pk-yritysten innovaatio-osaamisen kasvattamiseen. MINT-hanketta rahoittaa Euroopan aluekehitysrahasto. (Minttiin 2021.)

Opinnäytetyö pohjautuu MINT-hankkeeseen ja tämän kautta toteutettuun Karelian Gaming-verkkotapahtumaan koulupäivän yhteydessä. Hankkeessa on osallistettu MINT- hankkeessa olevien kuntien koulut ja tässä opinnäytetyössä pureudutaan hankkeen tuloksiin. Opinnäytetyön aihe syntyi tarpeesta selvittää opettajien käyttäjäkokemusta verkkopelaamisen näkökulmasta. Karelian Gaming tapahtumasta nousseiden palautteiden perusteella käyttäjäkokemuksen selvittämiselle on kysyntää.

Opinnäytetyön aihe on ajankohtaisesti merkittävä, sillä mm. uudessa opetussuunnitelmassa painotetaan digitaitoja sekä valtion Suomi- hanke antaa myös vahvan viestin mihin suuntaan kehitys on menossa. Lasten ja nuorten harrastukset pyritään tuomaan osaksi koulupäivää Islannin mallin mukaisesti, jossa harrastustoiminta on valvottua.

1.2 Kohdeorganisaation esittely

Trailblazers on yhteisö, jonka takana toimii TBZ esports Oy. Trailblazers on e- urheiluun intohimoisesti suhtautuva yhteisö, joka pyrkii edistämään e-urheilutoimintaa monipuolisesti Etelä-Karjalan alueella ja yhä enenevässä määrin myös muualla päin Suomea. Tavoitteena on myös suuntautua ulkomaille. (Trailblazers 2021.)

TBZ esports Oy:ssä on viisi osakasta ja asiantuntijoita on noin 20 henkilöä, jotka kuuluvat Trailblazer-verkostoon. Asiantuntijat koostuvat suurimmalta osin Lappeenrannan Skinnarilan kampuksen opiskelijoista. Yhtiö kouluttaa vuosittain korkeakoulun opiskelijoista uusia esports- tapahtumatuotannon – ja tuotteistamisen asiantuntijoita. (Trailblazers 2021.)

Yhtiötä kiinnostaa ennen kaikkea e- urheilu kokonaisuutena ja tästä syystä yhtiön toimintaan kuuluu kilpapelaamisen lisäksi mm. erilaisten tapahtumien tuottamista, junioritoimintaa sekä erilaisia e- urheiluun liittyviä projekteja. Trailblazers on mukana kolmessa eri hankkeessa, sillä jatkuva kehittyminen on yhtiön keskiössä. Hankkeissa kehitetään e-urheilun ympärille mm. koulutus-, juniori- ja syrjäytymisen ehkäisyyn liittyvää toimintaa. Tällä hetkellä yhteistyötä tehdään LUT-yliopiston, LAB-ammattikorkeakoulun sekä Liikuntakeskus Pajulahden kanssa. (Trailblazers 2021.)

1.3 Opinnäytetyön tavoitteet, tutkimuskysymykset ja rajaukset

Opinnäytetyön päätavoitteena on selvittää, millainen käyttäjäkokemus Karelian Gaming pelitapahtuma oli tilaisuuteen osallistuneilla opetushenkilökunnalla sekä nuorisotoimella. Opinnäytetyön tavoitteena on lisäksi tuottaa arvokasta tietoa Karelian Gaming tapahtuman järjestäjille sekä Mint- hankkeessa mukana oleville kunnille, miten opettajien sekä nuorisotoimen käyttäjäkokemusta voidaan parantaa. Opinnäytetyön tuloksena on tuottaa kehitysehdotukset ja kartta käyttäjäkokemus polusta (User Experience journey). Lisäksi tavoitteena on selvittää erilaiset käyttäjäpersoonat opettajien ja nuorisotoimen keskuudessa ja tämän avulla luoda myös empatiakartta. Lisäksi jokaiselle käyttäjäpersoonalle luodaan tunnepyramidi ja siltä osin kuin se on mahdollista, niin esitetään myös käyttäjäkokemuksen mittaustulokset. Lopputulos auttaa ymmärtämään opettajien ja nuorisotoimen käyttäjäkokemusta, sekä miten sitä voidaan kehittää. Visuaalisten mallinnusten on tarkoitus auttaa kohdeorganisaatiota parantamaan käyttäjäkokemusta vastaavanlaisissa tapahtumissa.

Opinnäytetyön tutkimuksen tekemistä ohjaa niin tutkimusongelman, kuin tutkimuskysymysten määrittely.

Opinnäytetyön päätutkimuskysymys on:

Miten opetushenkilökunnan ja nuorisotoimen käyttäjäkokemus voidaan mallintaa?

Tutkimuksesta rajataan pois, niin lasten kuin nuorten käyttäjäkokemus. Tutkimuksessa keskitytään vain opettajien ja nuorisotoimen henkilökuntaan, jotka ovat kertaalleen olleet mukana järjestämässä Karelian Gaming tapahtumaa omissa kouluissa, jossa työskentelevät. Rajauksen ulkopuolelle jätetään siis kaikki muut koulut ja henkilöstö, jotka eivät ole olleet aikaisemmin mukana tapahtuman toteutuksessa.

Opinnäytetyötä lähestytään käyttäjäkokemuksen (UX) käsitteen kautta. UX sateenvarjon alle jää myös muita käsitteitä kuten käyttöliittymä (UI), visuaalinen muotoilu, käytettävyys, käyttäjätutkimus, sisältöstrategia, liiketoiminta strategia ja informaatio arkkitehtuuri. Työssä käsitellään kuitenkin tarkemmin vain ne käsitteet, jotka ovat olennaisia kehitystyön raportin näkökulmasta katsottuna. Työssä käsitellään lisäksi käyttäjäpersoonat, käyttäjäpolut sekä näiden mittaaminen ja mallintaminen. Työssä avataan myös käyttöliittymää (UI) ja mitkä asiat käyttöliittymä suunnittelussa tulee ottaa huomioon. Työn ulkopuolelle rajataan kuitenkin tarkempi ja teknillisempi käyttöliittymän läpikäynti ja mitkä kaikki asiat pitäisi ottaa huomioon käyttöliittymää rakennettaessa mm. heuristiikka sekä erilaisten sovellusten ja käyttöliittymien ohjeet (guideline: IOS, Google, Android). Työssä käsitellään myös lyhyesti käsitteet e-urheilu ja e-urheilun viestintäalustat (Discord ja Twitch), jotka olivat käytössä

Karelian Gaming tapahtumassa. Muut markkinoilla olevat viestintäalustat jätetään tämän tutkimuksen ulkopuolelle.

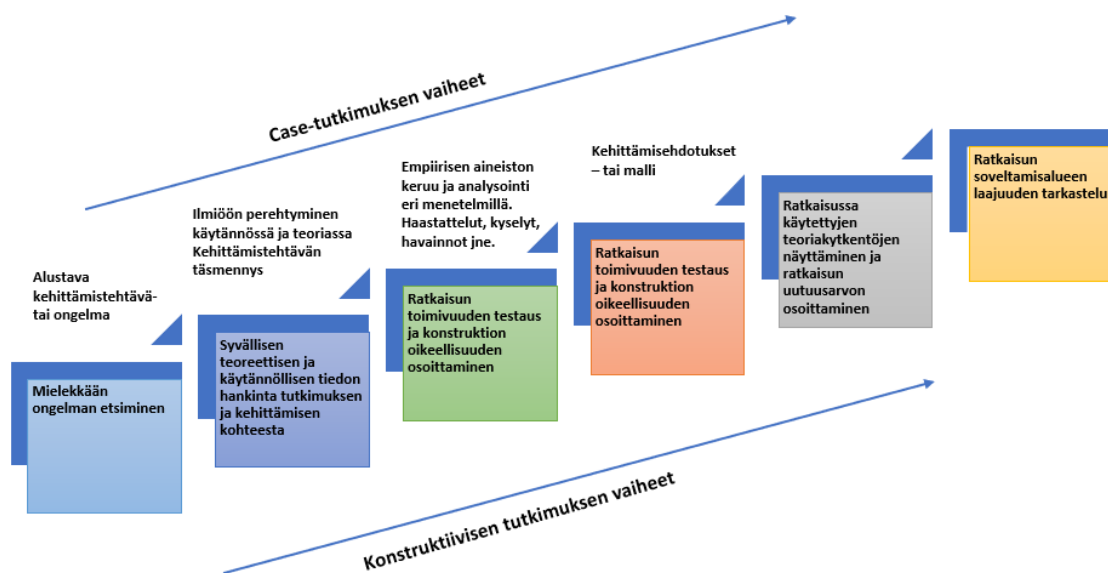
1.4 Opinnäytetyön tutkimusmenetelmä

Kehittämishankkeen tutkimus on luonteeltaan konstrukttiivinen case-tutkimus. Tapaustutkimus tai case- tutkimus tarjoaa syvällisen tutkimuksen, jossa hyödynnetään monia eri tietolähteitä. Case – tutkimus on laadullista tutkimusta laajempi ja se voi myös hyödyntää määrällisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmiä. (Kananen 2003, 28–54.) Kehittämishankkeessa käytetään myös konstruktivistista tutkimusta, joka soveltuu erittäin hyvin, kun tavoitteena on luoda konkreettinen tuotos, eli mallinnus, suunnitelma, järjestelmä tai tuote. (Ojasalo ym. 2009, 66.) Useasti tutkimuskohteena on yksi ilmiö, johon pyritään perehtymään syvällisesti. Ilmiöstä pyritään antamaan hyvä kuvaus. Case -tutkimusta ei voida tehdä ns. menneestä ilmiöstä, vaikka teoreettisessa viitekehyksessä käytetään aina tapahtuneita ilmiöitä sekä niistä kirjoitettuja dokumentteja. Tutkimuskysymykset muodolle asetetaan myös useasti vaatimuksia ja näiden tulisi olla muotoa, miten ja miksi. (Kananen 2003, 28–54.)

Kehittämishankkeessa käsitteet case- tutkimus, että konstrukttiivinen tutkimus kulkevat rinnakkain. Molempien tutkimusten prosessit on viety yhden ja saman prosessikaavion alle, sillä molemmissa tutkimusmenetelmissä on paljon yhtäläisyyksiä, jolloin nämä voidaan käsitellä yhdessä.

Case-tutkimuksessa voidaan käyttää useita tiedonkeruumenetelmiä mm. kirjalliset dokumentit, havainnointi, tallenteet, kyselyt, teemahaastattelut ja muut tietolähteet (Kananen 2003, 77.) Yleisempiä laadullisen tutkimuksen aineistokeruumenetelmiä ovat erilaisiin dokumentteihin perustuvat tiedot, havainnointi, kysely ja haastattelu. Menetelmiä voidaan käyttää joko rinnakkain tai eri tavoin yhdisteltynä tutkittavan ongelman mukaan. (Tuomi ym. 2009, 71.) Tässä tutkimushankkeessa käytetään tiedonkeruumenetelmänä kyselyä ja dokumentteja sekä validoidaan kyselyn luotettavuus haastattelun avulla. Erityisesti prosessissa oleva ratkaisun laatiminen vaatii teoreettisia perusteluja. Konstrukttiivinen tutkimus perustuu myös uusiin ideoihin ja innovointiin, jolloin uutta ideaa olisi hyvä testata ennakkoon ennen varsinaista testaamista. (Ojasalo ym. 2014, 66–67.) Konstrukttiivinen tutkimusmenetelmä on hyvä tiedonkeruumenetelmä, silloin kun halutaan luoda jotakin konkreettista. Tuotos on uusi ja aiempaa parempi ratkaisu todelliseen ongelmaan. Konstruktivisessa tutkimuksessa pyritään ennen kaikkea ratkaisemaan aito käytännön ongelma. Ongelman ratkaisun avaimet ovat kehittämisen yhteys aikaisempaan teoriaan, sekä ongelman että ratkaisun käytännön merkitys. Vaatimus tekee lähestymistavasta melko haasteellisen. On tärkeätä, että käytännön ongelma ja ratkaisu sidotaan teoreettiseen tietoon. (Ojasalo ym. 2014, 65–66.)

Konstruktiivisen Case- tutkimuksen prosessi on kuvattuna kuviossa 1. Prosessista on nähtävissä, että käsitteet poikkileikkaavat pitkälti toisiansa ja sisällöltään tutkimuksen vaiheet molemmilla menetelmillä ovat hyvin samantyyppiset.



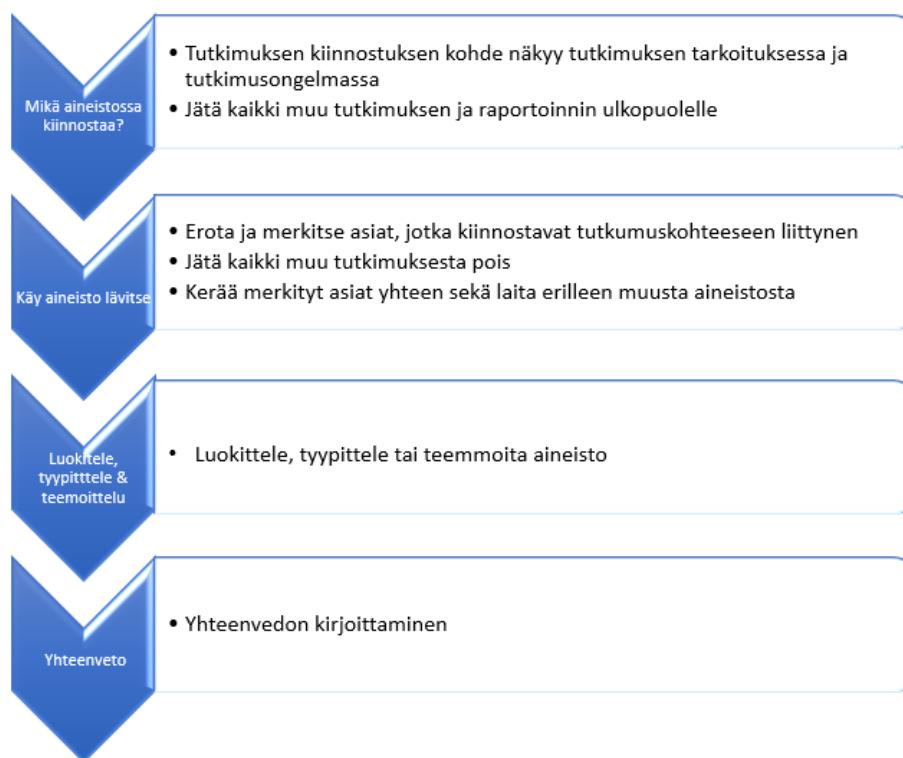
Kuvio 1. Konstruktiivisen Case- tutkimuksen prosessi (mukailten Ojasalo ym. 2014, 54–67.)

Opinnäytetyön aineiston keräämiseen on käytetty mm. kyselytutkimusta. Kyselytutkimusta käytetään, kun halutaan tietää, miten ihminen toimii, tai mitä hän ajattelee. Lomakekysely on käytännössä kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä, mutta sitä käytetään myös kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän aineistonkeruumenetelmänä. Lomakekyselyllä voidaan testata hypoteeseja sekä kerätty aineisto voidaan myös kvalifioida. (Tuomi ym. 2009, 72–74.) Lomakehaastattelussa voidaan käyttää niin suljettuja kysymyksiä, puoliavoimia kysymyksiä, kuin myös avoimia kysymyksiä. Avoimet kysymykset toimivat kuitenkin keuhommin lomakehaastattelussa. Lomakehaastattelussa käytetään näin ollen sekä strukturoituja, puolistrukturoituja ja avoimia kysymyksiä. (Tuomi ym. 2018, 90.)

Kerätty aineisto on analysoitu sisällönanalyysia apuna käyttäen. Sisällönanalyysin avulla voidaan analysoida erilaisia dokumentteja objektiivisesti ja systemaattisesti. Dokumenteilla tarkoitetaan esimerkiksi artikkeleita, kirjaa, haastattelua, raporttia tai oikeastaan mitä tahansa kirjalliseen muotoon saatettua materiaalia. Sisällönanalyysi sopii moneen, myös täysin strukturoimattoman aineiston analyysiin. Sisällönanalyysilla pyritään saamaan tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä sekä yleisessä muodossa. Tällä analyysimenetelmällä

saadaan kuitenkin vain kerätty aineisto järjestetyksi johtopäätösten tekoa varten. Dokumenttien sisältöä pyritään kuvaamaan sanallisesti sisällönanalyysia hyödyntämällä. (Tuomi ym. 2018, 119.)

Konstruktivisessa Case –tutkimuksessa ei ole omia analyysimenetelmiä, jolloin käytetään kyseiselle tutkimukselle soveltuvaa analyysimenetelmää. Analyysirunko on nähtävissä kuviossa 2. Sisällönanalyysia käyttämällä saadaan hajotettua aineisto asiasisällöksi, jonka jälkeen asiasisällöt yhdistetään tutkijan näkemykseksi ilmiöstä. (Kananen 2013, 103.) Teehoittelun avulla pilkotaan ja ryhmitellään, pilkottu aineisto, jolloin tietyt teemoja voi vertailla. Teehoittelussa painottuu ennen kaikkea mitä kustakin aiheesta on sanottu. (Tuomi ym. 2018, 79.)



Kuvio 2. Laadullisen tutkimuksen analyysirunko (mukaiillen Tuomi ym. 2018, 78.)

Sisällönanalyysin avulla voidaan analysoida erilaisia dokumentteja objektiivisesti ja systemaattisesti. Dokumenteilla tarkoitetaan esimerkiksi artikkeleita, kirjaa, haastattelua, raporttia tai oikeastaan mitä tahansa kirjalliseen muotoon saatettua materiaalia. Sisällönanalyysi so- pii moneen, myös täysin strukturoimattoman aineiston analyysiin. Sisällönanalyysilla pyri- tään saamaan tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä sekä yleisessä muodossa. Tällä

analyysimenetelmällä saadaan kuitenkin vain kerätty aineisto järjestetyksi johtopäätösten tekoa varten. Sisällönanalyysilla pyritään kuvaamaan dokumenttien sisältöä sanallisesti. (Tuomi ym. 2018, 119.)

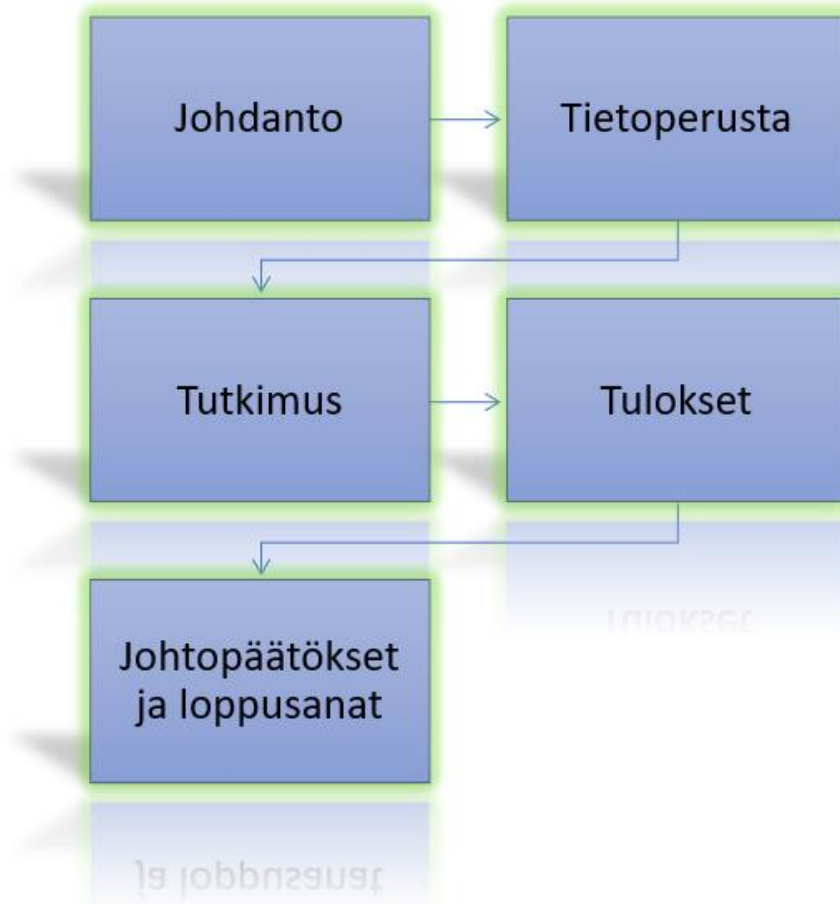
Kehitystutkimuksen aineisto kerätään tutustumalla aikaisempaan aineistoon sekä laatimalla kyselytutkimus kohdejoukolle. Lisäksi kyselytutkimusta täydennetään haastattelulla. Haastattelun avulla pyritään validoimaan kyselytutkimuksesta saadut tulokset. Haastatteluaineiston analyysi aloitetaan litteroimalla, eli muuttamalla puhuttu teksti kirjoitettuun muotoon. Litteroinnin tarkoitus on helpottaa tärkeiden yksityiskohtien havaitsemista sekä toimia hyvänä muistilappuna aineiston analysointi vaiheessa. (Hyvärinen 2017, 367.) Kerätyn tutkimusaineiston analyysiin käytetään sisällönanalyysia, jonka avulla kyselytutkimuksen aineisto tyypitellään ja teemoitetaan. Konstruktivistisista tutkimusmenetelmistä käytetään mm. käyttäjäpersoonien, empatiakartan, tunnepyramidin ja käyttäjäpolkumallin laatimista varten.

1.5 Opinnäytetyön rakenne

Kehitystyö koostuu seitsemästä eri luvusta. Opinnäytetyö pää rakenne on nähtävissä kuviossa 3. Kehitystyö alkaa johdannolla (luku 1). Alaluvuissa käsitellään tutkimuksen tausta, kohdeorganisaation esittely, opinnäytetyön tavoitteet, tutkimuskysymykset sekä rajaukset. Luvussa yksi käsitellään myös tutkimusmenetelmät ja aineistonanalyysi menetelmät. Luvussa kaksi keskitytään työn tietoperustaan, jossa pääaiheena on käyttäjäkokemus erilaisista näkökulmista katsottuna. Luvussa käsitellään myös käyttäjäkokemuksen mallintaminen ja mittaaminen. Luvussa kolme käsitellään edelleen tutkimuksen tietoperustaa E-urheilun näkökulmasta. Luvussa käsitellään E-urheilun lyhyt historia sekä verkkopelaamisen alustat siltä osin, jotka ovat oleelliset kehitystehtävän näkökulmasta katsottuna. Näin ollen verkkopelaamisen viestintäalustoista käsitellään ainoastaan Discord ja Twitch, sillä vain nämä ovat olleet Karelian Gaming tapahtumassa käytössä. Luvussa neljä käsitellään kehittämishankkeen toteutusta. Luvussa käsitellään tutkimuksen toteutus, menetelmät sekä tavoitteet. Luvussa käsitellään myös tutkimusjoukko sekä aineiston analyysi. Kappaleessa käsitellään mm. miten tieto on kerätty, mitä on tehty, paljonko on saatu vastauksia sekä missä kanavassa kysely on ollut saatavilla.

Luvussa viisi käydään lävitse tutkimuksen tulokset sekä esitetään myös konstruktivisen tutkimusmenetelmän mukaisesti mallit kehitystyölle. Kyselyiden perusteella luodaan käyttäjäpersoonat, joiden pohjalta luodaan sekä empatiakartta, että käyttäjäkokemus malli (customer experience journey). Lisäksi luvussa esitetään käyttäjäkokemuksen mittaaminen tunnepyramidin avulla, sekä CES- mittarin valossa. Nämä auttavat ymmärtämään opetushenkilöstön käyttäjäkokemusta Karelian Gaming tapahtumassa. Kuudennessa luvussa esitetään johtopäätökset, kehitysehdotukset sekä pohdintaa. Myös tutkimuksen luotettavuus ja

eettisyys käsitellään tässä luvussa. Luvussa seitsemän on loppusanat sekä kiitokset kehitystyöhön osallistuneille henkilöille. Työn lopusta löytyy lähteet ja liitteet.



Kuvio 3. Opinnäytetyön rakenne

2 Käyttäjäkokemus

2.1 Käyttäjäpersoonat

Kehittäessämme tuotteita on tärkeätä muistaa, että suunnittelemme aina tuotetta, jonka käyttäjä on aina erilainen kuin me itse. Muilla ei välttämättä ole samanlaista kiinnostusta esim. tekniikkaa kohden kuin suunnittelijalla, jolle tekniikka on arkipäivää. Voi siis olla haastava ymmärtää, että kaikki eivät ole tekniikasta kiinnostuneita. (Nielsen 2019, 4.)

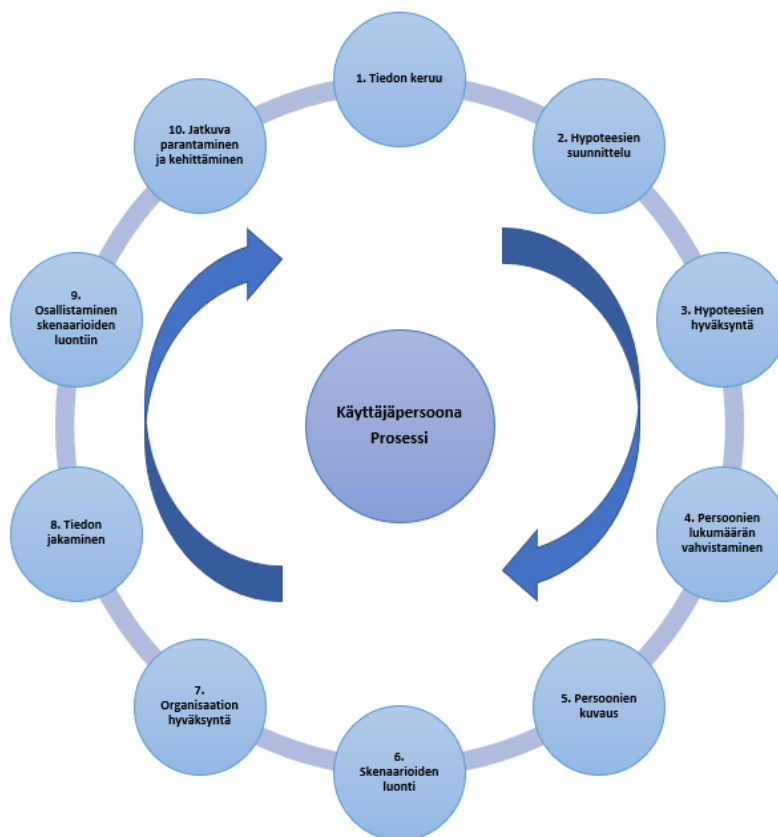
Palvelun ja tuotteen käyttäjät ovat todellisia ihmisiä tarpeineen, ominaisuuksineen ja tavoitteineen (Aalto University 2012). Tuote- ja palvelusuunnittelijoiden on näin ollen voitava kuvitella millaiset ovat käyttäjän tarpeet ja toiveet. Jos suunnittelemme pyörää, niin kaikki eivät tarvitse tai käytä samanlaista pyörää. Osa ihmisistä tarvitsee kaupunkiin soveltuvan pyörän, kun toiset taas maastopyörän, kun toiset taas tarvitsevat sitä temppujen tekemiseen tai johonkin aivan muuhun tarkoitukseen, tai kenties pyörää ei osteta itselle vaan jollekin toiselle. Kaikilla käyttäjillä on näin ollen eri tavoitteet ja päämäärät miksi he ylipäättänsä hankkivat pyörän. (Nielsen 2019, 4.)

Kaiken lähtökohdana tulee olla, että toimiva ja tehokas palvelu suunnitellaan oikeiden, eli todellisten käyttäjien näkökulmasta. Käyttäjäprofiilien tai käyttäjäpersoonien luominen voi auttaa löytämään ja suunnittelemaan käyttäjäystävällisiä ja käyttäjäkokemusta täydentäviä tuotteita tai palveluita. Käyttäjäpersoonat ovat kuvitteellisia käyttäjiä, jotka ovat tavalla tai toisella tekemisissä palvelun kanssa. Yksinkertaistetusti voidaan sanoa, että käyttäjäpersoonat herättävät käyttäjät eloon. Hyvä käyttäjäpersoonana on sekä kuvaava, niin sanallisesti että visuaalisesti. Valokuvan käyttäminen auttaa käyttäjäprofiilin elävöittämisessä. Käyttäjäpersoonat auttavat suunnittelijaa ja muuta tiimiä yhteisen näkökulman luomisessa ja tämän avulla koko ryhmälle syntyy mielikuva siitä minkälaiselle käyttäjälle tuotetta tai palvelua tehdään. (Aalto University 2012.)

Fiktiiviset, eli kuvitteelliset käyttäjäprofiilit luodaan tiiviinä henkilötarinoina, havainnoimalla asiakkaita, tai haastatteleamalla. Kuvitteelliset käyttäjäprofiilit kiteyttävät käyttäjien käyttäytymismallit, motivaatiot, tarpeet ja roolit. Käyttäjäpersoonan avulla voidaan helpottaa niin asiakasmarkkinointia kuin asiakas segmentointia. (Suomidigi 2019.)

It- järjestelmien kehittyessä myös käyttäjäprofiili- menetelmät ovat kehittyneet. It- järjestelmiä kehittäessä on käyttäjäprofiilia hyödynnettäessä, ensisijaisesti tutkittava vuorovaikutusta ja järjestelmässä navigointia. Profiilit eivät tässä käyttötarkoituksessa sovellu kovinkaan hyvin kuvaamaan millaisia tietoja järjestelmän pitäisi sisältää. (Nielsen 2019, 9.)

Lene Nielsen on esitellyt kymmenportaisen persoona prosessin, joka kattaa tiedon keräämisen, aktiivisen käytön sekä käyttäjäpersoonien jatkuvan parantamisen. Prosessi on kuvattu kuviossa 4. (Nielsen 2019, 11–12.)



Kuvio 4. Käyttäjäprofiili prosessi (mukaiillen Nielsen 2019.)

Ensimmäisessä vaiheessa käyttäjistä kerätään mahdollisimman paljon tietoa. Tietoa voidaan kerätä monista eri lähteistä ja monin eri tavoin. Myös jo olemassa olevaa tietoa voidaan käyttää. Toisessa vaiheessa on hypoteesien suunnittelu, joka tehdään kerätyn tiedon perusteella. Määritellään erilaiset persoona tyypit niin, että projektin tavoite on koko ajan mielessä. Tärkeää on myös pitää mielessä, miten käyttäjät eroavat toisistansa. Kolmannessa vaiheessa jokainen hyväksyy hypoteesit. Tässä vaiheessa tavoitteena joko hyväksyä tai hylätä ensimmäiset oletukset erilaisten käyttäjien välillä. Tässä prosessin vaiheessa on tärkeää osallistaa muut projektissa mukana olijat, sekä verrata saatua tietoa olemassa olevaan tietoon. Neljännessä vaiheessa vahvistetaan persoonien lukumäärä. Nyrkkisääntönä on, että persoonia ei pidä olla liikaa. 4–6 persoonaa on hyvä. Viidennessä vaiheessa kuvaillaan persoonat ja heidän tarpeensa sekä motivaatiot. Tarkoituksena saada mahdollisimman kattava kuva, jolla voidaan kuvastaa ja luoda tarpeeksi kattava ymmärrys

käyttäjistä. Tärkeää on myös ymmärtää, millaisia tunteita käyttäjillä on (empatia). Kuudennessa vaiheessa luodaan tilanteita, eli skenaarioita, jotka kuvastavat tavoitetta. Tässä vaiheessa tulee kuvata kaikki tilanteet, jotka voivat laukaista tuotteen / palvelun käytön. Jokainen tilanne on skenaarion lähtökohta. Seitsemännessä vaiheessa tulisi saada hyväksyntää organisaatiolta ja onkin yleistä, että tässä vaiheessa käydään lävitse kaikki jo tehdyt askeleet ja jokainen projektissa mukana olija voi vaikuttaa käyttäjäpersoonien kehitykseen. Seitsemännessä vaiheessa on tiedon levittäminen jokaiselle projektissa mukana olevalle. Olenaista on myös määrittellä millä tavalla tietoa jaetaan, jotta jokainen saa tarpeeksi tietoa. Miten tietoa jaetaan olemassa oleville työntekijöille, tuleville työntekijöille ja yhteistyökumppaneille. Organisaation tulee myös määrittellä kuinka paljon ja mitä tietoa kellekin organisaatiossa jaetaan ja miten tietoa saa käyttää. Kahdeksannessa vaiheessa, jokaisen tulisi määrittellä ja valmistella skenaariot. Persoonilla ei ole itseisarvoa, ennen kuin ne ovat osa skenaariota. Toiseksi viimeisessä vaiheessa on jatkuva kehittäminen ja parantaminen. Viimeisessä prosessin vaiheessa käyttäjäpersoonia tulee kehittää ja uudelleen arvioida säännöllisesti. Joka toinen vuosi voi olla hyvä ajanjakso tarkastella persoonia, sillä tämän ajan kuluessa on voinut tulla uutta tietoa, teknologia on voinut muuttua tai on tullut uusia tuotteita tai palveluita, jotka vaikuttavat käyttäjäpersoonien kuvaukseen. Tässä vaiheessa täytyy tehdä päätöksiä uudelleenkirjoitetaanko persoonat, lisätäänkö uusia, vai poistetaanko joitakin käytöstä.

Kuviossa 5 on kuvattuna mikä on käyttäjäpersoonan luonnin tavoite (Interaction Design Foundation 2021.). Kuviossa on yksinkertaistettuna Nielsenin kymmenportainen prosessi, joka kuvattu yllä (kuvio 4).



Kuvio 5. Käyttäjäpersoona prosessi (mukaillen Interaction Design Foundation 2021.)

2.2 User Interface (UI) / Käyttöliittymäsuunnittelu

User Interface, johon usein viitataan lyhenteellä UI, keskittyy siihen, miten valmiin palvelun, tai tuotteen käyttämisestä tehdään helppoa eri käyttäjille (Muranen Antero & Harmainen Leeni n.d). Tuote tai palvelun täytyy olla myös haluttava ja tähän pätee aikaisemmin Peter Morivillen kehittämien ”hunajakennon” elementit. Tuotteen tai palvelun tulee olla käytännöllinen, käyttökelpoinen, haluttava, löydettävä, saavutettava, uskottava ja arvokas. (Rosenzweig 2015, 10.)

Käyttöliittymäsuunnittelussa on kyse siitä, että määritellään käyttäjälle tarpeelliset elementit ja toiminnot, sekä ratkaistaan käyttöliittymän rakenne. Käyttöliittymäsuunnittelussa korostuu niin käyttäjien, kuin käyttöympäristöjen ymmärtäminen. (Muranen ym. n.d).

Voidaan yksinkertaistaen sanoa, että UI on kaikki mitä ihminen voi ottaa käyttöön tai käyttää. Kyse voi olla esim. kosketusnäytöistä, ikoneista, painikkeista ja visuaalisista elementeistä. (Useresting 2018.) UI on yksinkertaisesti sanottuna käyttöliittymä, jonka kautta käyttäjä voi olla vuorovaikutuksessa käyttääkseen digitaalista tuotetta tai palvelua. Tämä pitää sisällään kaiken kosketusnäytöistä ja näytöistä, näppäimistöistä, äänet sekä videot. (Useresting 2018.)

Käyttöliittymäsuunnittelun juuret ulottuvat 1970- luvulle, jolloin käyttäjien oli kommunikoi-tava ohjelmointikielen kautta, jotta tietokonetta pystyi käyttämään. Yksinkertaisen tehtävän suorittaminen vaati loputtomia koodirivejä. (Useresting 2018.)

1980- luvulla Xerox PARC:n tieteilijät kehittivät ensimmäisen graafisen käyttöliittymän (GUI). Tämän käyttöliittymän myötä käyttäjät pystyivät olemaan vuorovaikutuksessa henkilökohtaisten tietokoneidensa kanssa mm. lähettämällä komentoja painikkeiden, valikoiden, kuvakkeiden ja erilaisten valintaruutujen kautta. Tämä oli iso muutos, sillä tämä merkitsi sitä, että kuka tahansa voi käyttää tietokonetta. Voidaan sanoa, että henkilökohtaisten koneiden vallankumous alkoi tästä. (Useresting 2018.)

Apple Computer julkaisi vuonna 1984 Macintoshin, joka oli henkilökohtainen tietokone, joka sisälsi osoittimen ja napsautushiiren. Henkilö- ja toimistokoneiden yleistyessä käyttäjät oli pidettävä mielessä käyttöliittymiä suunniteltaessa. Mikäli käyttäjät eivät pystyneet olemaan vuorovaikutuksessa tietokoneen kanssa eivätkä osanneet tätä käyttää, ei tietokoneiden myynti olisi kasvanut eikä tietokoneiden määrä olisi lisääntynyt. Tämän kaiken seurauksena syntyi käyttöliittymäsuunnittelija. (Useresting 2018.)

Affordance, on sana, jolle on vaikea löytää täysin suomenkielistä vastinetta. Affordancesta ensimmäisenä kirjoitti psykologi James J. Gibson vuonna 1977 julkaistussa artikkelissaan

Theory of Affordance. (Wesolko 2016.) Affordance on kohteen tai ohjaimen visuaalinen ominaisuus, joka antaa vihjeitä käyttäjälle, miten objektia voidaan käyttää. (Matz 2013.)

Yksi tyypillisimpiä ja käytetty esimerkki affordancen selittämiseksi on ovenkahva. Pyöreä ovenkahva tai nuppi ilmaisee ja kutsuu sinua kääntämään nupista. Litteä kahva taas ohjaa sinua työntämään levyä työntääksesi oven auki. Tarttuva kahva taas puolestaan ohjaa sinua vetämään / painamaan kahvasta ja vetämään ovi itseänsä kohti auki. (Matz 2013.)

1980-luvulla tutkija Dom Norman loi uuden lauseen ”perceived affordances”, jonka voisi kankeasti kääntää oivaltava käyttömahdollisuus. Norman alkoi soveltaa oivaltavia käyttömahdollisuuksia ja näiden periaatteita ihmisen ja tietokoneen väliseen vuorovaikutukseen. (Wesolko 2016.)

Muotoilu suunnittelussa käytetään visuaalisia vihjeitä, joilla viestitään erilaisia käyttömahdollisuuksista, eli ”affordancesta”. Suunniteltaessa järjestelmää tai käyttöliittymää, voidaan visuaalisin vihjeiden avulla ehdottaa käyttäjälle, miten hän voi suorittaa toiminnon esim. Google Material suunnitteluohjelmassa on suuri ympyrä, jonka keskellä on plusmerkki. Tämä merkki viestii käyttäjälle, että hän voi lisätä sisältöä esim. uuden tapahtuman, viestin, kuvan tai yhteystiedon. (Wesolko 2016.)

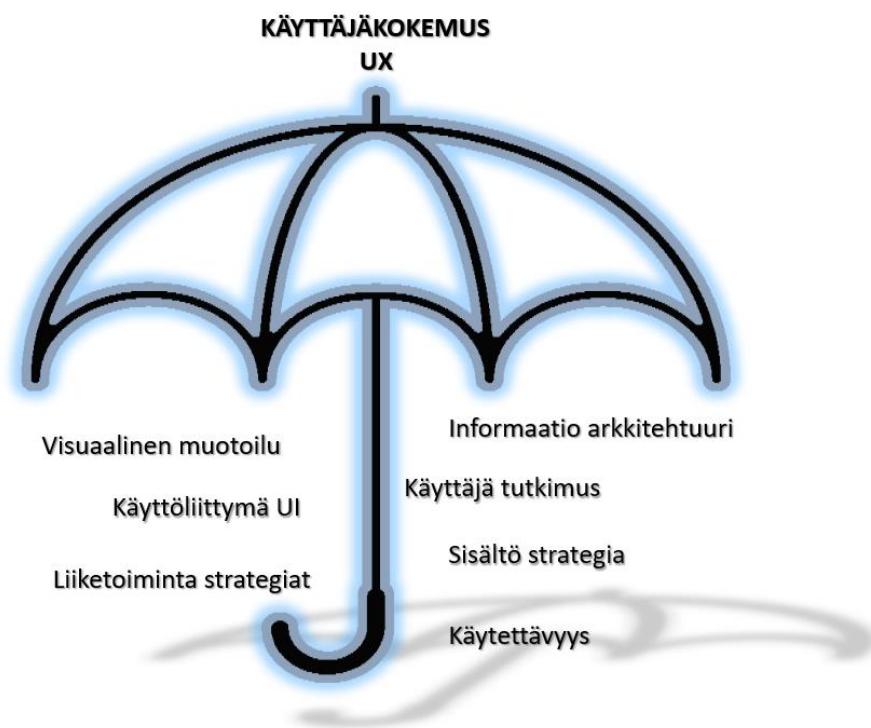
2.3 Käyttäjäkokemus (UX)

Tällä hetkellä puhutaan paljon käyttäjäkokemuksesta ja ajatellaan, että tämä kuuluu vain it-alan sanastoon. Itseasiassa UX on asia, johon meistä jokainen törmää päivittäin omassa arjessa, oli se sitten esim. kaupassa käynti tai matkapuhelin sovellusta käytettäessä tai verkkokaupassa ostamista.

Käyttäjäkokemus on käsitteenä laaja. Käyttöliittymä (UI) on kärjistäen visuaalinen puoli, joka sisältää mm. piirroksia ja graafisia malleja. Toisin sanoen sen mitä ihmiset näkevät. UX taas puolestaan on se, miten saat käyttäjät tuntemaan tuotteen. Käyttöliittymä (UI) on näin ollen osa käyttäjäkokemusta (UX), sillä se on se ”pieni” monimutkainen ”solu” erittäin monimutkaisen rakenteen päällä, joka on suunniteltu sivustosi kävijöille suorittamaan erilaisia tehtäviä. UX:ää voi verrata sateenvarjoon, joka kattaa ja kannattelee kaikki tärkeimmät kohdat, joita käyttäjä kokee tuotteen tai palvelun kanssa. (Prototypr 2016.)

Kuviossa 6 on käyttäjäkokemus sateenvarjon alle koottu käyttäjäkokemusta koskevat käsitteet visuaalisessa muodossa. Visuaalinen hahmotelma auttaa ymmärtämään mitkä kaikki käsitteet kuuluvat käyttäjäkokemus käsitteen alle. Sateenvarjon alta löytyvät käsitteet visuaalinen muotoilu, käyttöliittymä (UI), liiketoiminta strategiat, informaatio arkkitehtuuri, käyttäjä tutkimus, sisältöstrategia käytettävyyys. Kuvioista 6 on havaittavissa, että

käyttäjäkokemuksen määrittäminen ei ole yksinkertaista ja osittain käsitteet ovat toistensa synonyymejä ja toisaalta toisiansa tukevia, tai päällekkäisiä.



Kuvio 6. Käyttäjäkokemus sateenvarjo (mukaillen Prototypr 2016.)

Käyttäjäkokemuksella ei ole yhtä selkeätä määritelmää, vaikka käyttäjäkokemukselle on vuonna 2010 uusittu ISO-standardi 9241–210, joka määrittelee käyttäjäkokemuksen seuraavanlaisesti. (ISO 2010.)

” Person’s perceptions and responses resulting from the use and/or anticipated use of a product, system or service. User experience includes all the users’ emotions, beliefs, preferences, perceptions, physical and psychological responses, behaviours and accomplishments that occur before, during and after use. User experience is a consequence of brand image, presentation, functionality, system performance, interactive behaviour and assistive capabilities of the interactive system, the user’s internal and physical state resulting from prior experiences, attitudes, skills and personality, and the context of use.” (ISO 2010.)

UX (User Experience) tarkoittaa käyttäjäkokemusta. Käyttäjäkokemus (UX) fokuksessa on, käyttäjäkokemuksen luominen ja yleensä puhutaan nimenomaan digitaalisesta käyttäjäkokemuksesta. Käyttäjäkokemus pistää ihmisen keskiöön, jotta mahdollinen kokemus tarjoaa interaktioita, jotka ovat intuitiivisia, helppoja ja haluttuja. Vaikka käyttäjäkokemusta voidaan käyttää monessa eri tuotteessa ja palvelussa, tässä työssä keskitytään vain digitaaliseen käyttäjäkokemukseen. (Kevin ym. 2014, 9–10.) Asiakkaan tarpeiden ymmärtäminen on ensimmäinen vaatimus hyvälle käyttäjäkokemukselle. Seuraavana tuotteen on oltava asiakkaan mielestä sekä ilo omistaa, että käyttää. Todellisella käyttäjäkokemuksella viitataan tilanteeseen, jossa käyttäjäkokemus tarjoaa enemmän kuin mitä käyttäjä haluaa. Saavuttaakseen korkealaatuisen käyttäjäkokemuksen yrityksen on pystyttävä osallistamaan kaikki organisaation osiot ja nivottava saumattomasti yhteen mm. suunnittelun, markkinoinnin, designin ja käyttöliittymän. (Sallinen 2010, 7.)

Nicholsonin ja Chesnutin (2014) mukaan käyttäjäkokemus muuttaa kaikkia maapallon toimintoja jollakin tapaan. Sisällölliset sivut, internetsivustot, sosiaalinen media ja verkkokauppa. Lisäksi mobiiliapplikaatiot ja applikaatiot tableteille. Käyttäjäkokemus vaikuttaa myös ostoskeskuksissa, lentoasemilla ja muilla julkisilla paikoilla. Lisäksi käyttäjäkokemus on nähtävissä it-alalla mm. erilaisten softien kehityksessä. Käyttäjäkokemus näkyy myös autoissa, jossa mm. GPS-järjestelmiä tehdään käyttäjäystävällisemmiksi ja autoissa myös digitalisuus näkyy mm. radio ja äänestolistolaitteiden hallinnassa. Ihmisten arjessa tämä näkyy myös mm. älykkäiden kotien rakentamisessa ja päivittäisissä tuotteissa, kuten astianpesukoneet, mikroaaltouuni ja kodin valaistuksen ohjaus. (Nichols ym. 2014, 9–10.)

Myös Rosenzweig (2015) tuo teoksessaan vahvasti esille, että hyvin suunniteltu teknologia, joka perustuu käyttäjäkokemukseen, voi vaikuttaa positiivisesti moneen asiaan. Hyvin ja helppokäyttöiseksi suunniteltu lääkintälaitte voi pelastaa elämän. Äänestämisestä voidaan tehdä helppoa erilaisten vaalikoneiden avulla, jolloin ihmisen on helppo löytää itsellensä sopiva ehdokas. Tuote tai palvelu on käytettävissä, kun se tarjoaa palvelun, josta käyttäjälle on hyötyä. Käyttäjäkokemukseen keskittynyt design tuottaa teknologiaa, joka tekee elämästä parempaa, antaa käyttökelpoiset työkalut ihmisten käteen, joka auttaa heitä saavuttamaan tavoitteet hyvän käyttäjäkokemuksen avulla. (Rosenzweig 2015, 2.)

Käytettävyyden ja käyttäjäkokemuksen välillä ei ole perustavaa laatua olevaa eroa, mutta nämä eivät kuitenkaan ole sama asia. (Bevan 2009.) Käytettävyydellä viitataan helppokäyttöisyyteen. Helppokäyttöinen esine, digitaalinen tai fyysinen tuote tai palvelu tai näiden kombinaatio. Helppokäyttöisyys on osa käyttäjäkokemusta (UX). Käytettävyyden voi määrittellä seuraavanlaisesti 1) käytettävissä oleva 2) miellyttävä ja mahdollinen käyttää. Käytettävyys nähdään usein osana UX:ää ja osittain tämä on totta, sillä positiivisen ja menestyk-

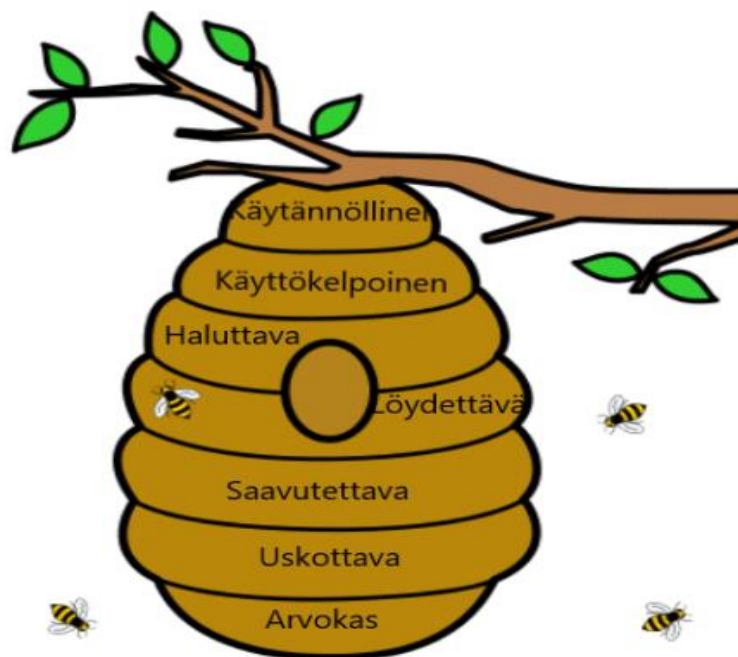
sekkään käyttäjäkokemuksen takana on helppokäyttöinen, eli käytettävä järjestelmä, tuote tai palvelu. Tieteenala on kuitenkin kehittynyt niin voimakkaasti, että käytettävyyden lisäksi on otettava huomioon käyttäjän kokonaisvaltainen käyttäjäkokemus. (Rosenzweig 2015, 7-8.)

Käytettävyys ja käyttäjäkokemus ovat kietoutuneet yhteen ja näitä tuleekin ajatella yhdessä. Käytettävyys tutkimuksen menetelmät ovat tutkijan työkaluja työkaluja, joilla arvioidaan järjestelmän käytettävyyttä. Käytettävyys itsessään sisältää kaikki kokemukset ja elämykset, jotka ihminen kokee ympäristössä, jossa hän järjestelmää käyttää. UX on ihmisen osallisuus mihin tahansa teknologiaan, tuotteeseen tai palveluun. Objekti voi olla järjestelmä tai softa, matkapuhelin, kodinkone, dashboard (koontinäyttö) autossa, lääkintälaitte tai mikä muu tahansa ihmisten tekemä objekti. UX on kokonaisvaltainen kokemus, joka sisältää useita eri kosketuspisteitä eri laitteiden ja alustojen välillä. UX ei ainoastaan tarkoita ihmisen interaktiota eri tuotteiden, palveluiden tai teknologian kanssa ja välillä, vaan kosketuspisteet ylittää brändiin, verkkosivuille, kivijalkakauppoihin, asiakaspalveluun yms. (Rosenzweig 2015, 7-8.)

”Silicon Valley is a mindset, not a location” – Reid Hoffman

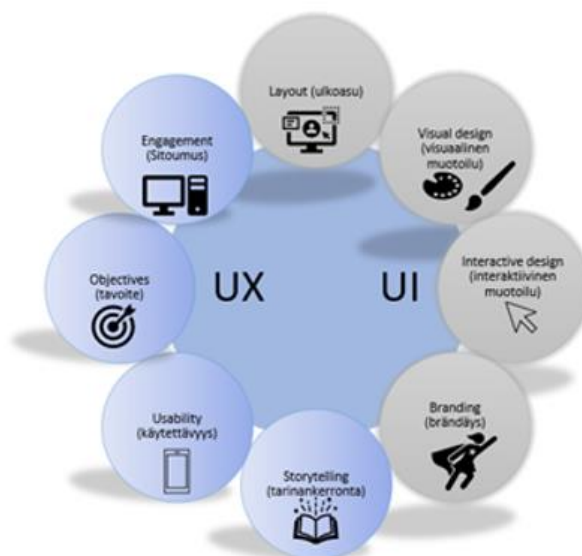
UX on ajattelutapa. UX itsessään on taitoa ja tapa ajatella. Taitoa tietää mihin laittaa nappi verkkosivuille ja miten järjestää sisältö. UX on miten parantaa käyttöliittymää sekä tehdä rautalankamalleja, keskittyä käyttäjiin ja kohderyhmään sekä tehdä käyttäjätutkimusta. UX on yhteistyön tulos. Se on ongelmien selvittämistä ja ratkaisuiden löytämistä. UX:n avulla maailmaa katsotaan uniikista perspektiivistä ja uniikilla ajattelutavalla. UX:ssä on kyse siitä, että fokusoidaan oikeisiin ihmisiin, oikeaan aikaan. Osallistetaan asiakas, loppukäyttäjät sekä johtoryhmä. Otetaan huomioon omistajien tavoitteet, sillä ne ovat yhteydessä ratkaisuihin myös taloudellisesta näkökulmasta katsottuna. (Faranello 2016,1.)

Miksi UX on tärkeätä? Peter Moriville kehitti vuonna 2004 käyttäjäkokemus ”hunajakennon”, jossa hän toi esiin asiat, jotka luovat käyttäjäkokemuksen. Tuotteen, palvelun tai teknologian pitää olla: käytännöllinen, käyttökelpoinen, haluttava, löydettävä, saavutettava, uskottava ja arvokas. (Rosenzweig 2015, 10.) Morivillen Hunajakkenno on on nähtävissä kuviossa 7.



Kuvio 7. Peter Morivillen UX "hunajakkeno" (mukaillen Moriville 2004)

UX käsitteen rinnalla kulkee myös käsite UI, User Interface (käyttöliittymä). UX ja UI ovat nivoutuneet toisiinsa, sillä käyttäjäkokemukseen tarvitaan mm. haluttava, käytännöllinen ja käyttökelpoinen alusta, joka vahvistaa käyttäjäkokemusta. Kuviossa 8 on tuotu esiin UX:n ja UI eroavuudet ja toisaalta se, kuinka nämä nivoutuvat yhteen. Reveldesign (key factors that influence user experience 2020.) on tuonut esiin (kuvio 8) hyvin miten UX ja UI ovat riippuvaisia toistansa ja toisaalta mitkä kaikki asiat vaikuttavat käyttäjäkokemukseen. Vaaleansinisellä pohjalla olevat pallot kuuluvat UX:n puolelle, kun taas vaaleanharmaalla pohjalla olevat pallot kuuluvat UI:n puolelle. Molemmat elävät symbioosissa toistensa kanssa ja yhden pallon puuttuminen vaikuttaa kokonaisuuteen, eli käyttäjäkokemukseen.



Kuvio 8. Key factors that influence user experience (mukaillen Reveldesign 2020.)

2.4 Käyttäjäkokemuksen mallintaminen

Yrityksille on ensiarvoisen tärkeää, tai jopa kriittistä ymmärtää asiakaskokemusta ja asiakasmatkaa. Asiakkaat ovat digitalisaation myötä vuorovaikutuksessa yritysten kanssa lukemattomien kosketuspisteiden kautta, useissa kanavissa ja useassa mediassa. Liiketoimintaympäristön muutos haastaa ja edellyttää yritysten integroivan useita eri liiketoimintoja ja jopa tekevän yhteistyötä ulkopuolisten kumppaneiden kanssa tuottaakseen positiivisia asiakaskokemuksia. (Lemon 2016,1.)

Useat organisaatiot keskittyvät hyvin paljon asiakaskokemukseen ja kosketuspisteisiin, joiden kautta asiakkaat ovat vuorovaikutuksessa liiketoiminnan osien sekä tarjonnan kanssa. Useat yritykset pyrkivät varmistamaan, että asiakas saa yhtä hyvää ja laadukasta palvelua, ostavat tai käyttävät he sitten palvelua minkä tahansa kosketuspisteen kautta. Yritykset pyrkivät varmistamaan, että asiakas on tyytyväinen saamaansa vuorovaikutukseen, kun he muodostavat yhteyden tuotteeseen, joko myyntihenkilöstön kautta, asiakaspalvelun kautta

tai markkinoinnin kautta. Kosketuspiste ei kuitenkaan kerro koko kuvaa, sillä tarvitaan tietoa asiakkaan kokonaisvaltaisesta kokemuksesta. Vain tarkastelemalla asiakkaan kokemusta koko matkan aikana, voidaan havaita ja ymmärtää, miten suorituskykyä voidaan parantaa mielekkäästi. (Maechler n.d.)

Käyttäjäpolku

Käyttäjäpolku on polku, jonka käyttäjä kulkee suorittaakseen aloittamansa tehtävän loppuun asti. Käyttäjäpolku (user journey) on matka, jonka aikana tapahtuu monia asioita. Asioita, jotka tapahtuvat ennen tuotteen tai palvelun kokemista, sen aikana ja sen jälkeen. Käyttäjäpolut voivat myös olla pitkiä, tai ulottua useiden kanavien ja kosketuspisteiden yli. Matka voi kestää tunteja, päiviä tai jopa viikkoja. Tutkimuksissa on havaittu, että organisaatiot, jotka eivät ymmärrä tai hallitse kokonaisvaltaista käyttäjäkokemuksia, jotka muokkaavat asiakkaan näkemystä yrityksestä, voivat saada aikaan negatiivisen kierteen. Taloudelliset menetykset ovat mahdollisia, maineen menetys ja loppujen lopuksi kokonaisuus voi vaikuttaa jopa yrityksen työntekijöiden moraaliin ja työnimiuun. Yritykset, jotka tarjoavat asiakkaalle parhaan kokemuksen alusta loppuun matkan aikana, voivat myös odottaa, että asiakastyytyvyisyys paranee, myynti nousee tai säilyy ennallaan, vähennetään kokonaispalvelukustannuksia esim. vähentyvät reklamaatiot ja samalla vahvistetaan myös työntekijöiden työttyytyväisyyttä. (Maechler n.d.)

Hahmotellaksemme käyttäjäpolun tulee meidän hahmottaa fiktiiviset persoonat, keksityt hahmot, jotka edustavat käyttäjiäsi, joilla on samanlaiset tavoitteet: Luodaksemme persoonia, käytämme 3i-menetelmää: tutki, tunnista ja kuvittele. henkilöt tekevät matkansa jokaisessa virstanpylväässä: Ensimmäisenä asetetaan virstanpylväät. Toisena luodaan ns. arviointikaavio ja viimeisenä luodaan ns. tehtävämalli. Käyttäjäpolun hahmottamiseksi tulee luoda erilaisia skenaarioita, jonka avulla saadaan ymmärrys, kuka on tuotteen tai palvelun käyttäjä. Mitkä ovat hänen tavoitteensa, mitä käyttäjä tarvitsee kokemuksesta ja mitä hän tarvitsee saavuttaakseen tavoitteen. Mikä saa käyttäjän osallistumaan kyseiseen kokemukseen ja miten hänet saa sitoutumaan. Käyttäjäkokemuksen mallit tai ns. kartat ovat yksi suosituimmista menetelmistä mallintaa käyttäjäpolkua. (Szabo 2017, 73–74.)

Opinnäytetyössä on käytetty apuna teemoittelua ja haluttu ymmärtää pelitapahtumaan osallistuneiden käyttäjäkokemusta ennen pelitapahtumaa, pelitapahtuman aikana sekä pelitapahtuman jälkeen.

1) Ennen ostotapahtumaa:

Ensimmäinen vaihe käsittää kaikki näkökohdat, jotka asiakas kohtaa, kun hän on vuorovai-
kutuksessa brändin, tuotesegmentin ja ympäristön kanssa ennen ostotapahtumaa.

Markkinointikirjallisuus luonnehtii tätä osiota tilanteeksi, jossa tunnistetaan, etsitään ja harkitaan. Teoriassa tämä vaihe sisältää koko asiakkaan kokemuksen ennen ostamista. Tunteiden, tarpeiden, tavoitteiden ja impulssien tunnistaminen ennen kuin nämä tyydytetään ostamalla. (Lemon 2016, 75–76.)

2) Ostotapatuman aikana:

Toinen vaihe kattaa kaikki asiakkaan interaktiot brändin ja ympäristön kanssa osto hetkellä. Tämä vaihe pitää sisällensä mm. valinnan, tilauksen ja maksun. Tämä vaihe on saanut paljon huomiota markkinoinnin kirjallisuudessa, sillä paljon on tutkittu miten ja millaiset markkinointi panostukset, palveluympäristö sekä ympäristö itsessään vaikuttaa ostopäätöksen tekemiseen. Vähittäiskaupan ja kulutustavaroiden tutkimuksessa on paljon korostettu ostoskokemusta ja ostoelämystä. Pitää siis huomioida kuinka paljon erilaiset kosketuspisteet vaikuttavat lopulliseen päätöksen tekoon. Asiakas voi helposti saada informaatio ähkyn, liikaa valinnanvaraa, epäilee tarvetta ja mahdollista tyydytystä tehdystä ostopäätöksestä. Nämä kaikki voi vaikuttaa siihen, että asiakas lopettaa etsimisen, jättää ostotapahtuman kesken tai poistuu kokonaan. (Lemon 2016, 76.) Tämä näkyy entistä vahvemmin, kun olemme siirtyneet digitalisaation ja verkkokauppojen aikaan. Mikäli asiakaskokemus, käyttäjäkokemus tai käyttöliittymä on huono ja sivut ei palvele tarvetta, jätetään valitsema tuotteet ostoskoriin, tai sivuilta poistutaan kokonaan.

3) Ostotapahtuman jälkeen:

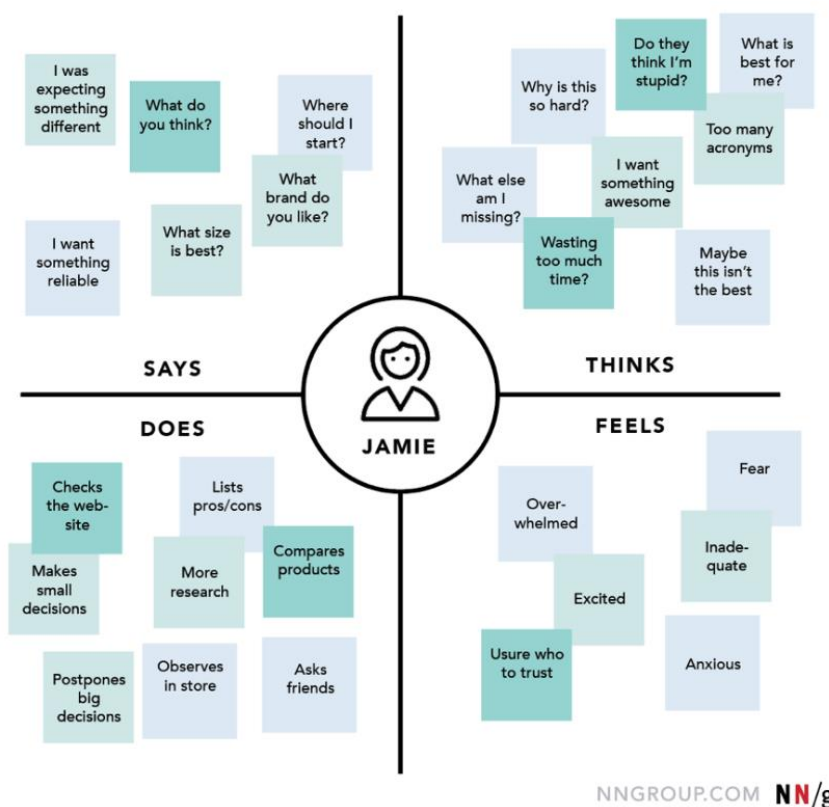
Voidaan puhua myös monesti jälkimarkkinoinnista tai jopa myynnistä, sillä ostotapahtuman jälkeen yrityksen tulisi huolehtia, että asiakas on tyytyväinen ja palaa uudestaan varsinaisen oston jälkeen. Tässä vaiheessa käyttäytymiseen sisältyy tuotteen / palvelun käyttö ja kulutus ja siihen sitoutuminen. Teoriassa tämä vaihe voi ajallisesti kestää asiakkaan elämän loppuun asti. Käytännössä tämä vaihe kattaa asiakkaan kokemukset aina ostamisen jälkeen ja liittyy jollain tavalla brändiin, tuotteeseen tai palveluun. Itse tuotteesta tai palvelusta tulee tässä vaiheessa kriittinen kosketuspiste. Tämän kolmannen vaiheen tutkimus on keskittynyt kulutuskokemukseen ja mm. päätöksiin palauttaa tuote tai etsiä muita vaihtoehtoja. Tässä vaiheessa toimii myös sitoutuminen, joko suusanallisesti tuotteeseen tai palveluun tai sitten jollain muulla sitoutumismuodolla. Viimeaikaiset johtamistutkimukset ovat laajentaneet myös ajatusta siihen, että tässä vaiheessa syntyy ns. kanta-asiakkuus. Tässä vaiheessa asiakas aloittaa siis prosessin uudelleen tai palaa takaisin ns. kanta-asiakkaana tai sitten hän harkitsee muita markkinoilla olevia vaihtoehtoja (Lemon 2016, 76.)

Empatiakartta

Ihmisen ostokäyttäytymiseen ja käyttäytymiseen ylipäättänsä vaikuttaa moni eri asia. Empatia ja empatisointi voi olla hyvinkin vaikeaa. Useasti on helpompi sanoa olevansa empaattinen kuin käytännön teoilla osittaa olevansa empaattinen. Empaattinen ihminen ymmärtää ennen kaikkea toista ihmistä, mutta pystyy myös tunnistamaan, luokittelemaan toisten ihmisten erilaisia tunnetiloja. Empaattinen ihminen pystyy reagoimaan toisen ihmisen tunnetiloihin, säilyttäen kuitenkin neutraalisuuden ja välttää ns. konfliktien syntymistä. Empatiaa tarvitaan ennen kaikkea muotoilun avuksi, sillä ymmärtämällä empatiaa pysytään saavuttamaan syvällisempää ymmärrystä käyttäjistä, heidän tarpeistaan, toiveista ja ongelmista. (Maijala 2018.) Brown (2018) esittää myös, että empatia on erittäin olennainen osa käyttäjälähtöistä muotoilua. Vaikka muotoilija olisi kuinka kokenut, ei voida elää ja kehittää palveluita sekä tuotteita kuvittelemalla mitä asiakas tarvitsee ja ajattelee. Empatiakartta on yksi menetelmä, jolla yritetään päästä asiakkaan sisimpään. Empatiakartta on visuaalisesti toteutettu mallinnus, johon kirjoitetaan ylös käyttäjän tarpeet sekä tuntemukset. Empatiakartan pohjia on satavilla paljon erilaisia, jolloin tulee valita omaan työhön mahdollisimman sopiva. (Brown 2018.)

Erilaiset asiakaslähtöiset kartoitukset ovat saaneet huomattavasti enemmän huomiota, kun organisaatiot ovat omaksuneet asiakaslähtöisiä tapoja toimia. On olemassa lukemattomia käyttäjäkokemuksen kartoitustekniikoita, joista jokaisella on oma tarkoituksensa. Asiakasmatka (Customer Journey) on suosittu ja erittäin arvokas prosessi ja tästä organisaatiot hyötyvät paljon. Empatiakartta ei näin ollen korvaa asiakasmatkaa, mutta se on nopeampi ja yksinkertaisempi tapa luoda kohdennettu näkymä siitä, mitä käyttäjät ajattelevat ja tuntevat. Vaikka molemmat kartat on rakennettu nimenomaan asiakkaan näkökulmasta, asiakasmatka on visualisointi koko kokemuksesta. Näin ollen koko kokemuksen näkökulmasta hahmotellaan kaikkea mitä käyttäjä tekee, kohtaa, ajattelee ja tuntee vuorovaikutuksessa brändin kanssa eri kosketuspisteissä. Empatiakartta taas tarjoaa kohdistetun näkymän kohdehenkilöstä, eivätkä tarpeeksi laajaa näkemystä käyttökokemuksen suunnitteluun. (Brown 2018.) Esimerkki empatiakartasta löytyy kuviosta 9.

EMPATHY MAP Example (Buying a TV)



Kuvio 9. Esimerkki empatiakartasta (kuvio lainattu Brown 2018.)

2.5 Käyttäjäkokemuksen lait (UX lait)

Laws of UX (UX lait) on kokoelma parhaita käytäntöjä, jotka suunnittelijat voivat ottaa huomioon käyttäliittymiä rakennettaessa. UX laeissa käytetään apuna mm. psykologiaa ymmärtämään, miten ihmiset käyttäytyvät ja miksi. (Yablonski 2020.) UX – lakeja / teorioita on monta ja näiden tarkoitus on auttaa ymmärtämään, miten käyttäjäkokemusta voidaan rakentaa käytännötasolla.

Yksi käyttäliittymä ei tuota samaa käyttäjäkokemusta kaikille. Sitran teettämät megatrendikortit tukevat myös tätä ajatusta. Teknologia kehittyy tiuhaa tahtia ja myös ihmisten elinikä vaikuttaa siihen, että yhteiskunnassa on yhä enemmän toisistaan erillä olevia teknologisia todellisuuksia. Yksi ja sama ratkaisu ei ole enää ratkaisu, sillä eri ikäryhmät käyttävät teknologiaa hyvin toisistaan poikkeavilla tavoilla. (Sitra 2017, 7.)

Digitaaliset joukkoalustat muuttavat myös radikaalisti toimintatapoja monilla inhimillisen toiminnan alueilla. Tähän on vaikuttanut mm. tiedon demokratisoituminen ja läpinäkyvyyden lisääntyminen. Nämä on käynnistynyt mm. Wikipedian, sosiaalisen median, hakukoneiden, avoimen datan, applikaatioiden ja käänösteknologian myötä. Myös virtualisoituminen on

avannut aivan uudet mahdollisuudet, joka mahdollistaa kokemuksen olevan paikoissa, joita laitteen läpi katsellaan. Virtualisoinnilla simuloidaan todellisuutta koneellisesti. Tämä mahdollistaa mm. matkustamisen ja erilaiset viihde- ja kulttuurikokemukset aivan uudella tavalla, jossa ei olla sidottuna paikkana tai aikaan. (Sitra 2017, 14–15.)

Taulukossa 1 on koottuna osa UX laeista, joita mm. UX suunnittelijat käyttävät. Taulukossa on tuotu esiin lakien pääasiallinen viesti, tarkoitus ja vinkit niiden käyttöön. Tarkempi ja syvällisempi analyysi UX- laeista jää tämän työn ulkopuolelle, mutta on hyvä tiedostaa ja ymmärtää näiden olemassaolo ja vaikutus käyttäjäkokemuksen luomiseen. Jokaisen käyttäjäkokemuksen parissa työskentelevän on tärkeitä tiedostaa lakien olemassaolo.

UX Lait	Pääviesti	vinkki	Käytäntö
Jacobs', law	Suurin osa käyttäjistä viettää aikaansa muiden verkkosivuilla, kuin sinun. Jos sivusi toimivat kuin muiden, osaa käyttäjä valmiiksi jo navigoida sivuillasi löytäen mm. tuotteesi, palvelusi, hinnat yms.	Seuraa yleisiä kaavoja ja standardeja, poikkea näistä vain kun sille on hyvä syy	UX. Nielsen 10 heuristista periaatetta vuorovaikutussuunnittelun periaatteista
Fitts's law	Fittsin laki kuvaa etäisyyden ja koon funktiona, eli kuinka kauan kestää, että käyttäjä osuu kohteeseen graafisessa käyttöliittymässä (GUI) tai jossakin muussa suunnittelussa. Tämä laki auttaa ymmärtämään meitä suunnittelemaan mm. parempia painikkeita, luetteloita, lomakkeita ja muita vuorovaikutteisia elementtejä.	Koko on oleellinen osa käyttäjäkokemusta. Tämä on tärkeää ottaa huomioon kun suunnitellaan käyttöliittymiä mm. mobiililaitteelle, jossa koko on rajattu.	Voimme varmistaa, että interaktiiviset elementit ovat helposti valittavia tekemällä niistä riittävän suuria käyttäjille.
Hicks's law	Mitä enemmän ärsykeitä tai valintoja käyttäjät kohtaavat, sitä kauemmin kestää tehdä päätös (esim. ostopäätös). On välttämättömyys tarjota käyttäjälle hyödyllisimmät vaihtoehdot käyttäjien turhautumisen välttämiseksi.	Tämä laki on keskeinen käyttäjäkokemuksen suunnittelussa, koska se on kaikkien tekojemme taustalla. Kun käyttöliittymä on liian hidas, tai toiminnot ovat epäselviä tai niitä on vaikeata tunnistaa tai relevanttia tietoa on vaikea löytää, turhauttaa tämä käyttäjän.	"Less is more". Käyttöliittymän tai prosessin yksinkertaistaminen auttaa vähentämään henkistä rasitusta. On tärkeää muistaa, että jokaisella käyttäjällä on tavoite, olipa kyse sitten tuotteen ostamisesta, ymmärtämisestä tai yksinkertaisesti oppia lisää sivun sisällöstä.
Miller's law	Millerin mukaan keskivertoinen pystyy pitämään työmuistissa 7 + - 2 asiaa. Tämä asettaa haasteita.	Pelkkä tiedon määrä ympärillämme kasvaa eksponentiaalisesti, mutta meillä ihmisillä on rajallinen määrä henkisiä resursseja tämän tiedon käsittelyyn. Väistämätön ylikuormitus, vaikuttaa suoraan kykyymme suorittaa tehtäviä. Millerin laki opettaa meitä käyttämään ryhmittelyä sisällön järjestämiseen pienempiin osiin tai kulustereihin, jotta käyttäjät voivat käsitellä, ymmärtää ja muistaa asioita helpommin.	Asioiden paloittelu tai ryhmittely, jossa tiedot ryhmitellään yhteen havainto ominaisuuksien mukaan esim. hedelmätyypit, 1980- luvun muoti. Ryhmittelemällä voidaan lisätä lyhytaikaista muistia, mutta jokaisen lisätyn ominaisuuden on oltava merkityksellinen yksilölle.
Postel's law	Ole konservatiivinen siinä, mitä teet, ole liberaali siinä, mitä hyväksyt muilta	Hyvien käyttäjäkokemusten suunnittelu tarkoittaa hyviä inhimillisiä kokemuksia. Ihmiset eivät käytäydy kuin koneet: olemme joskus epäohdonmukaisia, usein häiriintyneitä, joskus virhealttiita ja yleensä tunteiden ohjaamia.	Postellin laki voi auttaa meitä kaventamaan ihmisen sekä koneen välisen kuilon. Suunnittelemaan järjestelmiä, jotka hyväksyvät vapaasti vaihtelevan ihmisen panoksen ja muuntavat sen järjestelmälliseksi, koneystävälliseksi lopputulokeksi. Tämän myötä siirräme taakan pois käyttäjiltä ja varmistamme siten inhimillisemmän käyttäjäkokemuksen. Tämän avulla voimme rakentaa tuotteita ja palveluita, jotka ovat hyviä ja mukautettavissa.

Taulukko 1. UX lait (mukaillen Yablonski 2020, 1–43.)

2.6 Käyttäjäkokemuksen mittaaminen

Key Performance Indicator, eli KPI- mittarit ovat yrityksen kompassi. Ilman kompassia yritys on hukassa ja silloin kuljetaan mahdollisesti omien vaistojen varassa täysin vastakkaiseen suuntaan mihin pitäisi mennä. KPI- mittareiden tulisikin sisältyä kaikkien organisaatioiden johtajien tulostavoitteisiin. Digitaalisessa liiketoiminnassa monia asioita pystytään mittaamaan varsin helposti ja konkreettisesti hyödyntämällä mittaamiseen tarkoitettua teknologiaa esim. Google Analytics työkalut yms.

Käyttäjäkokemuksen ymmärtämien on todella tärkeitä, mutta yhtä tärkeitä on käyttäjäkokemuksen mittaaminen ja myös visuaalinen mallintaminen. Mikäli käyttäjäkokemusta ei mitata, ei voida olla varmoja onko käyttäjäkokemus sellaista kuin ajatteleme sen olevan. Tästä syystä eri mittareiden valintaan kannattaa perehtyä kunnolla. Mittareiden valintaan vaikuttaa myös palvelu tai tuote. Mittarin valitseminen ei ole täysin yksinkertaista ja mittarin valitseminen tulisikin valita aina tavoitteiden mukaan sekä sen, joka palvelee organisaatiota parhaiten.

Korkiakoski (2019) esittää, että erilaiset mittarit ja mittaaminen itsessään pitäisi pitää erillään toisistaan. Hän perustelee asiaa sillä, että on tärkeitä ymmärtää ensin liiketoiminnan kannalta tärkeitä ja keskeiset asiakaskokemuksen tavoitteet ja vasta tämän jälkeen valita sopivat mittarit. Vasta näiden valintojen jälkeen on aika pohtia, miten mittaaminen käytännössä toteutetaan. (Korkiakoski 2019, 64.)

Käyttäjäkokemuksen / asiakaskokemuksen mittaamiseen löytyy useita eri mittareita. Yleisesti käytetty mittari on Net Promoter Score (NPS). Mittareiden tarkoitus on ennen kaikkea tiedon kerääminen asiakkaiden kokemuksista ja toisaalta myös saada tietoa omasta liiketoiminnasta. Mittareita tulee myös valita sen mukaan mihin tilanteeseen niitä tarvitaan, onko kyse laadullisesta kehittämisestä, tehokkuuden keittämisestä vai asiakaspääoman kehittämisestä. Laadulliset mittarit selvittävät asiakkaan kokemuksia aiemmista kohtaamisista yrityksen kanssa. Useasti mittarit perustuvat asiakaskyselyihin. NPS on tyypillinen tällainen mittari. Muita vastaavia mittareita ovat myös CES, eli Customer Effort Score. (Korkiakoski 2019, 65–68.)

Käyttäjäkokemuksen mittaamiseen tulisi hyödyntää mittareita neljältä eri osa-alueelta. Mittareiden tulisi mitata teknologiaa ja prosesseja, digitaalista presenssiä sekä asiakaskokemuksesta saatavaa palautetta ja kulttuuria. Kulttuurilla sekä prosessien toimivuudella huolehditaan ja varmistetaan pitkäjänteinen asiakkaan hyvä kokemus. Digitaalisen presenssin tärkeyttä ei voi ylikorostaa sekä mm. sosiaalisen median merkitys niin tunnettavuuden, maineenhallinnan ja asiakaspalvelunkin kannalta kasvaa jatkuvasti. Asiakaskokemusta

yritykset ovat jo pitkään mitanneet ja yleisin tapa tätä mitata on erilaisten kyselyiden kautta. (Gerdt 2018, 78–81.) Asiakaskokemuksen mittaamisen tasot on nähtävissä kuvioista 10.

Digiajan asiakaskokemuksen mittaaminen



Kuvio 10. Asiakaskokemuksen mittaamisen tasot (mukaillen Gerdt 2018, 83.)

CES

CES (Customer Effort Score) voidaan yksinkertaistaen määrittää niin, että se toimii reaaliaikaisen datan saamisen tietystä kohtaamisesta. CES on toisin sanoen mittari, jolla mitataan sitä, kuinka helppo asiointi yrityksen kanssa on ollut. CES juontaa juurensa Gartnerin tutkimukseen vuodelta 2010, jossa todettiin, että vaivannäkö (effort) on yksi keskeisimmistä tekijöistä asiakasuskollisuudessa. CES:issä ei kysytä asiakastyytyväisyyttä, niin kuin CSAT:issa (Customer Satisfaction Score). CES:n avulla kysytään, kuinka vaivattomaksi asiakas kokee tietyn kontaktipisteen yrityksen kanssa. Useasti tätä mitataan asteikolla 1–7, mutta myös pienempää asteikkoa voidaan käyttää. Kysymykset asetellaan kuitenkin kuka-

” Kuinka vahvasti olet samaa mieltä seuraavan väitteen kanssa”

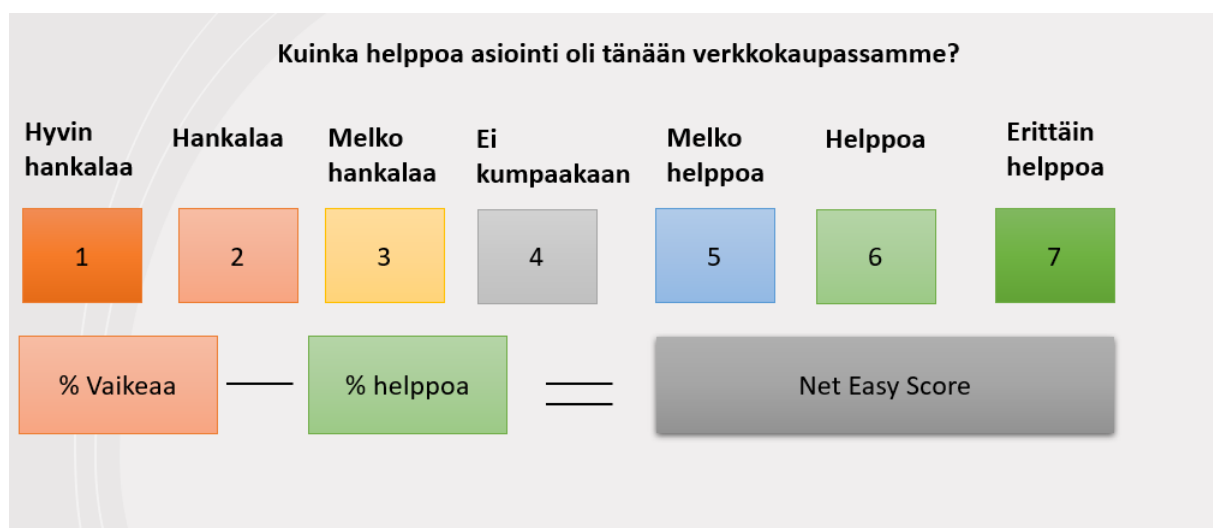
Yritys teki asioinnistani helppoa?

1. Täysin eri mieltä
2. Eri mieltä
3. Jonkin verran eri mieltä
4. En samaa enkä eri mieltä
5. Jonkin verran samaa mieltä
6. Samaa mieltä

7. Täysin samaa mieltä (Trustmary 2022.)

CES on näin olleen mittaamalla saatu arvo, joka ilmaisee ennen kaikkea asiakkaan kokemuksen vaivattomuuden tason hänen asioidessaan yrityksen kanssa. Mitatulla tuloksella voidaan yksinkertaisella ja ennen kaikkea kustannustehokkaalla tavalla osoittaa, miten helppoa tai hankalana asiointi koetaan. CES- kyselyitä tehdään useasti tilauksen teon jälkeen, ostotapahtuman jälkeen, verkkokauppa- asiointin yhteydessä, kartoittamaan asiakaskokemusta tuotteen tai palvelun parissa, palvelun suorittamisen jälkeen sekä välittömästi asiakaspalvelutapahtuman jälkeen. (Natunen 2019.)

CES tuloksien tulkinta on myös oleellista ymmärtää. Laske yhteen annettujen numeroiden summa ja jaa summa vastaajien määrällä. Mitä suurempi tulos on, sen helpompina asiointi koetaan. (Natunen 2019.) Prosenttisuudet lasketaan kokonaisuudesta, joten jos esimerkiksi avosanan 5 on antanut 25 kyselyyn vastaajaa ja vastaajia oli yhteensä 100 kpl, niin laskutapa olisi: $25/100 \times 100 = 25\%$. (Trustmary 2022.) Kuviosta 11 on nähtävissä customer effort score laskentamalli. Kuviossa 11 on nähtävissä esimerkki CES- mittarista.



Kuvio 11. Customer Effort Score (mukaillen Korhonen 2019, 66.)

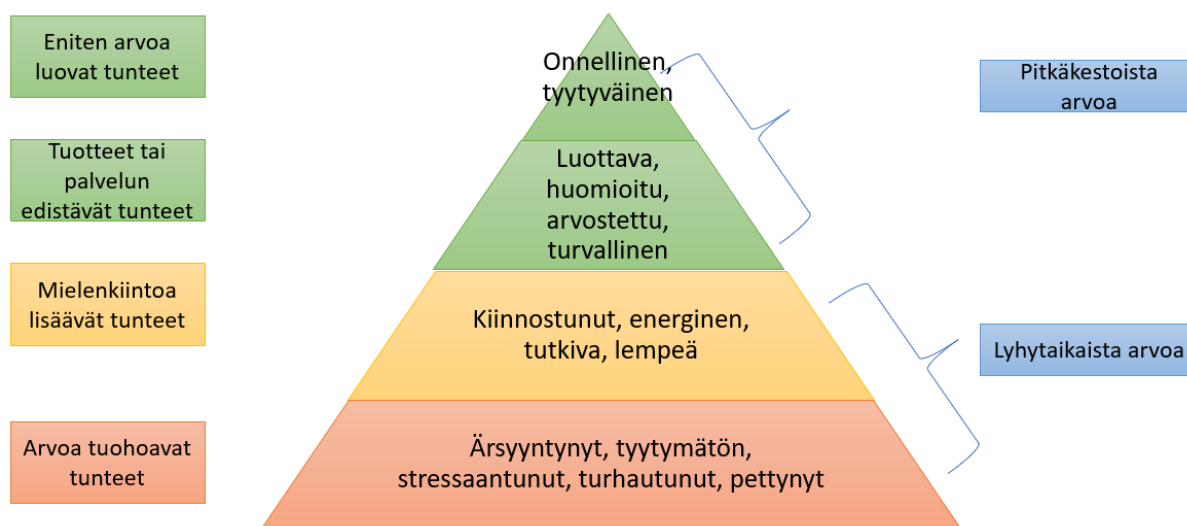
Tässä kehitystyössä käytetään ennen kaikkea CES menetelmää käyttäjäkokemuksen mittaamiseen ja kyselyn kysymykset on laadittu Likertin- asteikkoa hyödyntäen, jolloin Net Easy Scoren laskeminen on mahdollista.

CCT

Customer Touchpoint tracking on yksi askel eteenpäin asiakastyytyväisyyden mittaamisesta (CAST). Asiakaspolun kohtaamispisteet määritellään ja näitä mitataan eri vaiheissa asiakas polkua. Toisin sanoen mitataan tärkeimmät kohtaamispisteet. Tämän avulla saadaan ymmärrystä ja tietoa mm. millaisen tunnejäljen asiakas jättää kunkin kohtaamispisteiden jälkeen ja mitkä asiat vaikuttavat kyseiseen tunteeseen. (Pennanen 2017.)

CTT määrittelee tärkeimmät kohtaamispisteet asiakaspolun eri vaiheissa. Millainen tunne jälki asiakkaalle jää mistäkin tilanteesta, ennen ostotapahtumaa, ostotapahtuman aikana ja sen jälkeen. Oliko päätöksen taustalla aiempi tilanne, joka ilahdutti, helpotti, sykkähdytti, raihostutti, aidosti ärsytti tai oliko koko tapahtuma odotusten mukainen. Tunne on kuitenkin se, joka ratkaisee asiakaskokemuksen. (Pennanen 2018.)

Tunteiden roolia niin asiakaskokemuksen kuin käyttäjäkokemuksen osalta on opittu tuntemaan entistä paremmin sekä aivotutkimusten, että käyttäytymistaloustieteen ansiosta. Tunteiden mittaaminen onkin noussut yhdeksi laadullisen tutkimuksen kehityksen mittariksi muiden mittareiden ohella. Ei enää riitä, että brändin mittaaminen ja siihen perustuvat tunteet riittäisivät. Yritysten on entistä enemmän fokuosoitava ymmärtämään ja tavoitteellistamaan tunteita. Uusi palvelu tai tuote voi herättää asiakkaassa aluksi esimerkiksi epäilyä luotettavuuden tai laadun suhteen. Asiakkaan ostopäätöksen varmistamiseksi tärkeintä on tuottaa hänelle turvallisuuden tunne. Tästä syystä on tärkeitä tunnistaa kaikissa ostopolun vaiheissa se tunne, jonka yritys asiakkailleen tuottaa. Kun organisaatio haluaa mitata tunteita, tulisi ensin asettaa tavoitteet millaisia tunteita eri kohtaamisissa halutaan tuottaa tai välittää. Arvoa tuhoavat tunteet ovat ennen kaikkea ärtyneisyys ja turhautuminen, kun taas eniten arvoa tuottavia tunteita ovat onnellisuus ja tyytyväisyys. Tunnepyramidi malli on nähtävissä kuviossa 12. (Korkiakoski 2019, 69–70.)



Kuvio 12. Tunne pyramidi (mukaillen Korkiakoski 2019, 70.)

3 E- urheilu

3.1 Verkkopelaamisen lyhyt historia

E-Sports voidaan vapaasti suomentaa ja puhua elektronisesta urheilusta. Elektroninen urheilu on ennen kaikkea tietotekniikkaa hyödyntävää kilpaurheilua. Kaikki verkkopelaaminen ei toki ole vain kilpailamista, se on myös ajanvietettä ja ystävien kanssa pelaamista. Elektronista urheilua voidaan harrastaa mm. yksilö- tai joukkuemuodossa, riippuen pelistä sekä sen muodosta. Useasti pelit ovat joko tietokoneella tai konsolilla toimivia viihdepelejä, jotka taas jakautuvat useaan genreen eli alalajiin. (Seul 2019.)

Historia ulottuu vuodelle 1958, ainakin kärjistetysti, kun yhdysvaltalainen fyysikko William Higinbotham kehitti sisäisessä viihdetarkoituksessa pelin ”Tennis for two”, jossa kaksi pelaajaa pystyi reaaliaikaisesti pelaamaan tosiaan vastaan. Peli oli tuolloin hyvin alkeellinen, mutta se tarjosi idean teknisten laitteiden käyttämisestä muuhunkin kuin työasioihin. (Karneis 2018, 10.) Tietokonepelit alkoivatkin nopeasti harpata kehityksessä eteenpäin ja vuonna 1962 levisi peli ”Spacewar”, joka levisi jopa sadoille tuhansille käyttäjille erilaisissa yliopistoissa. Vuonna 1970 luvulla syntyi FPS- pelit, eli ”First person shooter” peligenret. Niitä pelattiin lähiverkossa muita vastaan oman hahmon näkökulmasta ja muita pelissä olevia virtuaalisesti tappaen. (Karneis 2018, 12–13.)

Peliautomaatit tulivat 1980- luvulla ja taustalla konsolipelaaminen kasvoi. Menestyneimpiä konsolipelejä oli tuohon aikaan Nintendon lanseeraama Donkey Kong peli. Näihin aikoihin pelaamisen keskiöön nousi kaksinkamppailujen ja ennätyspisteiden keräämisen ohella nopeusennätysten tavoittelu kuten yleisurheilussa. Vuonna 1983 Nintendo julkaisi Nintendo Family computer- consolin. NES- konsoli (Nintendo Entertainment System) myi miljoonia kappaleita ja tämä alkoi kasvattaa lapsia pelaamiseen jo pienestä pitäen. NES- konsoli on nähtävissä kuva 1. Tutut pelit kuten Super Mario Bros, The Legend of Zelda ja Mega Man ovat tältä aikakaudelta. Satunnaisesti näihin aikoihin alettiin myös järjestämään maailmanmestaruuskilpailuja. 1990 – luvulla finaalit pelattiin Universaalin studiolla Hollywoodissa, elektroninen urheilu oli syntynyt. (Karneis 2018, 12–13.)



Kuva 1. Nintendo NES- pelikonsoli (Google 2022.)

Elektroninen urheilu muuttui kaupalliseksi 1990- luvulla, kun pelialan peliyrietykset kiinnostuivat kilpailullisesta pelaamisesta. Pelimahdollisuudet laajentuivat, kun pelit kehittyivät yksilö- ja joukkuepeleiksi. Yksi iso menestysaskel oli, kun Internet tarjosi ihmisille mahdollisuuden pelaamiseen ja kilpailemiseen kaukana olevan vastustajan kanssa. Enää ei ollut sidottu aikaan tai paikkaan. Nykymuodossaan elektronisen urheilun katsotaan saaneen alkunsa 1993 kun id Software julkaisi Doom- ja vuonna 1996 Quake- pelisarjat. 1990- luvun lopulla perustettiin ensimmäisiä organisaatioita, jotka järjestivät turnauksia globaalisti. 1990 – luvun lopussa suosituimpia elektronisen urheilun pelejä olivat Quake, Warcraft ja Counter – Strike. Länsimaissa suosiossa oli erityisesti FPS- pelit kuten Counter- Strike, kun taas Aasiassa suosituimpia pelejä olivat RTS-pelit kuten StarCraft. RTS- pelillä viitataan Real Time Strategy peliin, eli pelejä, joissa pelaajat joutuvat toimimaan reaaliajassa. (Karneis 2018, 13–16.)

3.2 Verkkoviestinnän alustat

Discord

Discord on videopeliyhteisölle suunniteltu pikaviestintä- ja Voip- sovellus. Discord sovellus toimii sekä Windowsilla, MacOS:lla, Androidilla, iOS:llä sekä selaimessa. Vuonna 2019 sovelluksella oli yli 250 miljoonaa rekisteröitynyttä käyttäjää. (Discrod.com 2022.) Discord on niin puhelimelle kuin tietokoneelle asennettava maksuton keskusteluohjelma, jota voi myös käyttää selaimessa erikseen. Discordia voidaan käyttää niin tekstipohjaisen keskustelun alustana, mutta myös puhelinkeskusteluun mikrofoniin välityksellä. Discordiin rekisteröitymiseen tarvitsee, vain sähköpostiosoitteen, käyttäjätunnuksen ja henkilökohtaiselle käyttäjättilille soveltuva salasana. (nuortenkoski n.d.)

Discordissa voi kuulua kouluryhmään, peliryhmään tai globaaliin ryhmään. Viestintäalustalla voi myös perustaa oman ryhmän ystävien kanssa, jonka avulla voi helposti pitää yhteyttä aikaan tai paikkaan sitoutumatta. Discord serverit on organisoitu erilaisten asiasisältöjen mukaan, jolloin erilaisilla kanavilla voi jakaa, olla yhteydessä tai vain keskustella päivän asioista. (Discord 2022.)

Discordissa kuka tahansa käyttäjä voi luoda palvelimen, jonka sisälle voi luoda eri puhe- ja tekstiviestikanavia. Kutsumalla käyttäjiä kutsulinkin avulla, saat lisättyä ystäviä tai kavereita omalle palvelimelle. Discordin parhaita ominaisuuksia on, että palvelu on erittäin kevyt ja virtaviivainen. Discord onkin alun perin kehitetty aktiivisille pelaajille, joten puheeseen on kiinnitetty erityistä huomiota. Nopeatempoisessa pelissä puheen tapahtuminen reilaajassa on varsin tärkeää, joten sovelluksessa on kiinnitetty huomiota matalaan latenssiin. Palvelimen perusnäkökulmasta näkee, onko Voip-puhekanavilla ihmisiä ja liittyminen tapahtuu vain napin painalluksella. Puhekanavilla on mahdollista striimata (suoratoistaa) pelejä tai näytön sisältöä. Palvelimien sisäisten puhekanavien lisäksi Discord mahdollistaa myös käyttäjien väliset video- ja äänipuhelut. Äänichatissa osallistujia voi olla rajattomasti, joten Discord on hyvin monipuolinen sovellus, jossa on paljon mahdollisuuksia. (Karlin 2020.)

Discordin ehdoton vahvuus on erinomainen skaalautuvuus. Discordia käytetään niin yhteydenpidossa ystäväiden kanssa, kuin kokonaisten valtavien peliyhteisöjen keskustelualueina. Suurimmilla Discord-palvelimilla on satojatuhansia käyttäjiä ja palvelimen sisälle on mahdollista luoda erilaista hierarkiaa mm. salattujen kanavien ja moderaattorien avulla. Yksinkertaistettuna: Striimaajan Discordissa voi olla kaikille avoimia keskustelualueita, maksaville-tilaajille tarkoitettu vip-alue sekä moderaattoreille tarkoitettu oma alue. Koska puhekanavilla on mahdollista striimata näytön sisältöä, toimii Discors hyvin myös koulutuskäytössä. Aloitussivulta tai yleisnäkökulmasta on helppo nähdä, onko kanavalla ihmisiä tai osallistujia,

jolloin mukaan hyppääminen on hyvin helppoa ja yksinkertaista. Yksinkertaiset puhekanaavat mahdollistavat myös hyppimisen eri kanavien välillä, jolloin pienempiin ryhmiin jakautuminen on yksinkertaista. Useat oppilaitokset ovatkin ottaneet Discrodin opetuksen tukikäyttöön esim. Tampereen yliopiston lasten ja nuorten virtuaalihelppi auttaa läksyjen teossa. (Karlin 2020.)

Twitch

Twitch on puolestaan vuonna 2011 perustettu reaaliaikaiseen suoratoistoon keskittynyt palvelu ennen kaikkea tietokone- ja konsolipelaajille. Twitch palvelussa kuka tahansa voi suoratoistaa videosisältöä suoraan verkkoon. Twitch on kuitenkin myös muuta kuin vain live-lähetyspalvelu, sillä tekijät voivat jakaa omien kiinnostuksen kohteiden mukaan kuuluvaa sisältöä yhteisöön kuuluvien käyttäjien kanssa. Käyttäjä voi näin ollen luoda tiiviin verkkoyhteisön. Twitch on paikka, jossa jokainen saa äänensä kuuluviin livenä, jossa myös yleisö voi ottaa osaa. (Twitch 2022.)

Twitch tarjoaa paljon muutakin sisältöä kuin vain pelaamiseen liittyvissä kategorioissa. Twitchistä löytyy sisältöä mm. taiteeseen, ruokaan, juomaan sekä ulkoiluun ja harrastuksiin. Tärkeintä on, että lähettäjä, eli sisällön tuottaja lähettää jotakin sellaista, jota kohtaan tuntee intohimoa ja sen haluaa jakaa muun maailman kanssa. Twitch toimii useilla alustoilla. Sovelluksen voi siis ladata PC:lle, Maciin, Xboxiin, Playstationiin tai matkapuhelimelle. (Twitchtv 2022.)

Twitchissä on erilaisia tasoja kuten lähettäjä, affiliate ja kumppani. Lähettäjä voi olla kuka tahansa, mutta ikäraajat on huomioitava, jolloin alle 18-vuotiaan osalta on hyvä, että huoltaja valvoo toimintaa ennen live-lähetyksen tekoa. Käyttäjänä pääsee käsiksi erilaisiin chatteihin sekä mahdollisuuden saada seuraajia omalle kanavalle. Affiliate-tasolle päästään, kun on tarpeeksi sisältöä ja se on mielenkiintoista. Tällä tasolla aukeaa uudet mahdollisuudet ja lisätoiminnot, jolloin myös mainostulojen saanti on mahdollista. Kumppanuustasolla on sitten jo mahdollista tienata lisäelantoa. Myös avain uudenlaisiin toimintoihin aukeaa, jos kumppaniksi pääsee Twitch – sovelluksessa. Tämä toki vaatii sisällöntekijältä todella paljon, niin laadukasta sisältöä, faneja sekä paljon seuraajia ja katsojia. (Twitchtv 2022.)

4 Kehittämishankkeen toteutus

4.1 Lähtökohta

Trailblazersin innovointi perustuu nopeaan kokeilevaan kehittämiseen ja kokemuksista oppimiseen ja siihen tämä opinnäytetyö antaa uusia työkaluja sekä näkemyksiä seuraavien Karelian Gaming-tapahtumien parantamiseen. Trailblazers järjesti maaliskuussa Karelian Gaming- online pelitapahtuman. Karelian Gaming oli ensimmäinen prototyyppi pelitapahtumasta, joka pilotoitiin. Tapahtuma järjestettiin 26.-27.3.2021 ja suunnattiin eteläkarjalaisille 10–18-vuotiaille lapsille ja nuorille eli tapahtumat järjestettiin MINT- hankkeeseen kuuluvien kuntien kanssa. Karelia Gaming tapahtuman tarkoitus oli tuoda esiin pelimaailman positiivisia puolia. Tapahtuman tarkoituksena oli myös tuottaa osallistujille iloa ja yhteisöllisiä kokemuksia. Pelitapahtuma järjestettiin kouluissa perjantaina 26.3.2021 ja lisäksi nuorille suunnattu iltapeliosuus. Lauantai 27.3.2021 oli perhetapahtuma päivä, jolloin kaikenikäiset olivat voineet osallistua tapahtumaan. Iltapäivä oli pyhitetty nuorten iltapeleille. (Kareliangaming 2021.)

Kohdeyrityksessä ei ole aikaisemmin tutkittu käyttäjäkokemusta, mutta kohdeyritykselle on kuitenkin laadittu palvelumuotoilukäsikirja, jossa on tuotu esiin pelitapahtumaa useastakin näkökulmasta. Käsikirjassa on tunnistettu eri käyttäjäpersoonia ja kohderyhmät, mutta kohderyhmiä ei erikseen ole tutkittu.

Kohdeyrityksessä ei ole aiemmin tutkittu opettajien tai nuoristotoimen käyttäjäkokemusta. Opettajien ja nuoristotoimen käyttäjäkokemuksen tutkiminen, on äärimmäisen tärkeää, sillä he ovat ne henkilöt, jotka loppupeleissä mahdollistavat ylipäätänsä pelitapahtumien järjestämisen kouluaikana. On ensiarvoisen tärkeää ymmärtää mikä saa henkilöstön osallistumaan tapahtumaan ja millainen kokemus heille siitä jää. Vain ymmärtämällä käyttäjäkokemusta ja kohderyhmää, voi tapahtumat saada jatkumoa. Myös tapahtumien sujuvuuden ja kehittämisen näkökulmasta henkilöstöllä on iso painoarvo. Tämä tuli esiin kohdeorganisaation kanssa käydyissä alkuhaastatteluuissa. Tarvitaan sitoutunut ja motivoitunut henkilöstö, joka haluaa kokeilla uutta ja tätä kautta mahdollistaa myös uudenlaisia kokemuksia lapsille ja nuorille, sekä heidän perheillensä. Lisäksi myös uusi opetussuunnitelma painottaa erilaisten digitaalisten taitojen hallitsemista, jolloin pelillisyyden on osa tätä kokonaisuutta.

4.2 Tutkimus- ja kehittämismenetelmät

Tutkimuksessa aineistonkeruumenetelmänä käytettiin konstruktivistista tutkimusmenetelmää ja Case- tutkimusta. Konstruktivistinen tutkimusmenetelmä sopi hyvin, koska tarkoituksena on mallintaa opettajien ja nuoristotoimen käyttäjäkokemus Karelian Gaming Online-

verkkotapahtumassa. Kyselytutkimuksen tukena hyödynnettiin myös kohdeorganisaatiolle jo aiemmin tehtyä palvelumuotoilun käsikirjaa, jonka perusteella valittiin tutkittava kohderyhmä. Valittu kohderyhmä valikoitui myös kohde organisaation vastuuhenkilöiden kanssa käydyn keskustelun perusteella. Kohdeyrityksen käyttäjäkokemuksen mallintamiseen hyödynnettiin käyttäjäkokemuksen mittausta (CES), käyttäjäpersoonat, empatiakartta, tunnepyramidi ja käyttäjäpolku. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää opettajien ja nuorisotoimen käyttäjäkokemusta Online pelitapahtumassa.

Kyselytutkimus valikoitui tutkimusmenetelmäksi, koska tutkimuksessa haluttiin saada mahdollisimman syvälinen ja hyvä ymmärrys tutkittavasta asiasta, eli opettajien käyttäjäkokemus Karelian Gaming tapahtumassa. Aineistoa kerättiin keskustelemalla kohdeyrityksen vastuuhenkilöiden kanssa, joiden kautta saatiin jo aikaisemmin organisaatiolle tuotetut materiaalit. Kohdeorganisaatiolle oli aikaisemmin luotu palvelumuotoilun käsikirja, jossa oli tunnistettu erilaiset kohderyhmät ja niille oli luotu erilaiset asiakaspersoonat. Asiakaspersoonat, jotka tapahtumasta on tunnistettu: opettajat, alakoululaiset, yläkoululaiset, lukiolaiset, vanhemmat ja nuorisotyön edustajat. Tutkimuksen rajaus tehtiin jo heti alkuvaiheessa, jolloin päädyttiin tutkimaan vain opettajien ja nuorisotoimen käyttäjäkokemusta.

Kehittämistyön käsittely alkoi tutustumalla kohdeyritykselle tuotettuun palvelumuotoilun käsikirjaan. Käsikirja toimi hyvänä ohjeena, sekä antoi hyvän kuvan siitä mitä aikaisemmin on tehty sekä millaisia havaintoja tapahtumasta on aikaisemmin kerätty. Aikaisemmin tuotettu aineisto käsitteli myös samaista pelitapahtumaa ja samaa ajanjaksoa, mutta lähestymistapa oli ollut toisenlainen. Käsikirjassa oli tuotu esiin Karelian Gaming lyhyesti mm. tausta, tavoitteet ja budjetti. Käsikirjassa tuotiin esiin mm. mukana olleet sidosryhmät, sponsorit, pelitapahtuman suunnittelu, aikataulut, tapahtuman pelit, tapahtuman tietoisuus, Service BluePrint ja käyttäjäpersoonat (opettajat, nuorisotoimi, vanhemmat sekä oppilaat). Lisäksi aiempi aineisto sisälsi skenaariot, tapahtuman tavoitettavuuden lukuina, palautteen, kehittämissuhteet ja johtopäätökset.

Aineistoa kerättiin kyselytutkimuksen avulla, jolloin kysymykset suunnattiin ainoastaan rajatulle kohderyhmälle. Kyselyn teemoja olivat käyttäjäkokemukset ennen pelitapahtumaa, pelitapahtuman aikana sekä tämän jälkeen. Lisäksi kyselylomakkeella haluttiin selvittää tutkittavan ryhmän TVT- taitoja sekä perustietoja erilaisten käyttäjäpersoonien luomista varten. Lisäksi kysymysten avulla pyrittiin saamaan kuva siitä, millaisia tuntemuksia pelitapahtuma on herättänyt missäkin vaiheessa ja miten Online pelitapahtumassa käytetyt Discord ja Twitch on koettu. Teemoihin liittyvät kysymykset sisällytettiin kyselylomakkeeseen niin, että samoihin teemoihin liittyviä kysymyksiä oli eri vaiheessa kyselyä.

Kehittämistyössä kyselytutkimuksen kysymykset laadittiin huolella. Kysymyksiä oli kaiken kaikkiaan kuusikymmentäviisi kappaletta, josta osa oli avoimia kysymyksiä, osa monivalintakysymyksiä ja suurin osa Likert-asteikkoa hyödyntämällä olevia kysymyksiä / väittämiä. Likert-asteikossa oli erilaisia väittämiä, jotka sekä ilmaisivat niin kielteistä kuin myönteistä asennetta kyseiseen kohteeseen. Vastaajat arvioivat väittämiä viisiportaisella asteikolla, jossa vastausvaihtoehdot olivat esimerkiksi täysin eri mieltä ja täysin samaa mieltä.

Kyselylomake rakennettiin niin, että alkuun haluttiin selvittää vastaajajoukon perustiedot, jotka esitellään kuviossa 14. Lisäksi monivalintakysymysten avulla selvitettiin mitä kautta vastaajat ovat saaneet tietoa pelitapahtumasta, miten he olivat kokeneet yhteydenpidon sekä miten he olivat kokeneet koko tapahtuman, niin visuaalisen ulkoasun kuin houkuttelevuuden. Perustietojen jälkeen haluttiin selvittää, miten hyvin vastaajat kokivat omat TVT taitonsa (tieto- ja viestintäteknologisia taitoja) sekä miten vastaajat kokivat pelitapahtumassa käytettyjä viestintäalustoja Dicord ja Twitch. Käytetyt pelialustat muodostavat osan käyttäjäkokemuksesta.

Kyselylomakkeessa käytettiin apuna teemoittelua, jolloin vastausten analysointi oli helpompaa. Teemoittelun avulla saatiin selkeä kuva siitä mitä vastaaja on tuntenut missäkin pelitapahtuman vaiheessa. Kyselylomake jaettiin perustietojen ja pelialusta tietojen jälkeen kolmeen eri osa-alueeseen (kyselylomake löytyy raportin liitteistä). Kyselylomake oli jaettu ennen pelitapahtuman alkua, pelitapahtuman aikana sekä pelitapahtuman jälkeen liittyviin kysymyksiin. Kyselytutkimuksen avulla kerättiin tutkimusaineistoa, joka analysoitiin sisälönanalyysia ja teemoittelua hyödyntämällä. Kyselytutkimuksen tuloksia teemoitettiin Excelin avulla. Kaikki Google Formsilla kerätyt tiedot vietiin Exceliin, jonka perusteella välilehdet nimikoitiin teemoittelun mukaisesti. Värikoodeja hyödyntämällä lähdettiin hakemaan yhtäläisyyksiä käyttäjäpersoonista. Aineiston perusteella tunnistettiin neljä eri käyttäjäpersoonaa ja jokaiselle persoonalle annettiin oma väri (keltainen, sininen, vihreä ja punainen). Samat värit toistuvat tuloksissa, eli malleissa, jotka on rakennettu raporttia varten. Tutkimusaineiston järjestelyyn hyödynnettiin myös CES mittaria, empatiakarttaa, tunnepyramidia ja käyttäjäpolkua. Taulukossa 2 on kuvattuna Karelian Gaming aineiston teemoittelurakenne.

Karelia Gaming teemoittelun rakenne				
	Nykytila	Ennen pelitapahtuman alkua	Pelitapahtuman aikana	Pelitapahtuman jälkeen
Käyttäjäprofiilit				
Käyttäjäkokemuksen muodostuminen				
Käyttäjäpolku				
Empatiakartta				

Taulukko 2: Karelian Gaming aineiston teemoittelurakenne

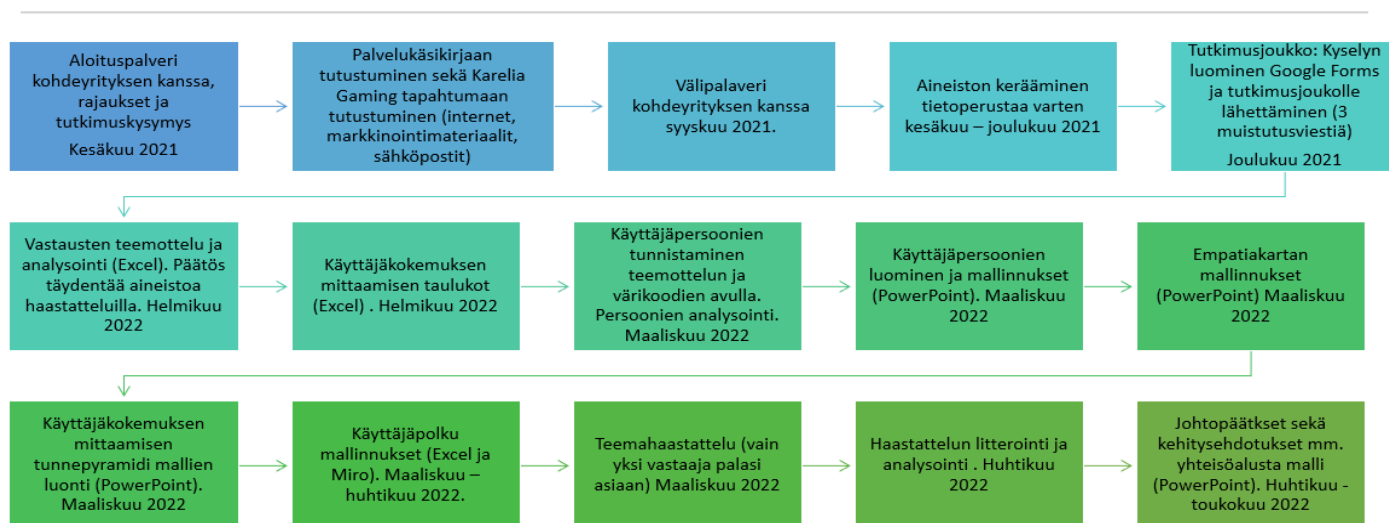
Eri teema-alueiden kysymysten määrä kyselytutkimuksessa vaihteli, jolloin kaikissa eri vaiheissa ei ollut yhtä monta kysymystä. Kysymykset liittyivät kuitenkin vahvasti tiettyyn teemaan, jolloin teemoittelurunko pysyi kasassa. Tämä myös helpotti analysointia.

Tutkimuksessa käytettiin apuna myös teemahaastattelua. Haastattelurunko on rakennettu samalla periaatteella kuin taulukossa 2 esitetty teemoittelurakenne. Haastattelun avulla haluttiin saada varmistus, että kyselytutkimuksesta analysoidut tulokset ja tehdyt johtopäätökset ovat paikkansapitäviä. Haastattelurunko löytyy raportin liitteistä.

4.3 Tutkimustavoitteet ja toteutus

Tutkimuksen päätavoitteena oli tutkia opettajien ja nuoristoimen käyttäjäkokemusta Karelian Gaming Online- verkkotapahtumassa ja mallintaa se. Keinoina päätavoitteen saavuttamiseksi käytettiin käyttäjäkokemuksen mittausta (CES) laskemalla Net Easy Score. Päätavoitteen saavuttamiseksi mallinnettiin myös käyttäjäpersoonat, empatiakartat, tunnepyramidit ja mallintamalla vastaajien käyttäjäpolku.

Kehittämistyö alkoi kesäkuussa 2021. Työ on ollut monivaiheinen, sillä tutkimuksen alussa ei ollut tarkoitus tehdä haastattelua. Haastatteluun päädyttiin, koska kyselytutkimuksen vastaajien määrä oli suppea. Tutkimusasetelma prosessi on nähtävissä kuviossa 13.



Kuvio 13. Tutkimusasetelma prosessi

Tietoperusta prosessi alkoi aloituspalaverilla kohdeyrityksen kanssa, jossa keskusteltiin Karelian Gaming tapahtumasta. Ensimmäisen palaverin aikana tehtiin rajaukset, jonka jälkeen kirjoitettiin alustava kehityssuunnitelma kohdeorganisaatiolle. Suunnitelma lähetettiin sähköpostitse ja muutaman sähköpostin vaihdannan jälkeen sekä tutkimuskysymys, että työn sisältö oli keskusteltu läpi ja hyväksytty molemmin puolin. Työ aloitettiin tutustumalla kohdeyritykselle aikaisemmin teetettyyn palvelukäsikirjaan sekä muuhun materiaaliin, jonka kohdeorganisaatio oli lähettänyt sähköpostitse. Materiaaliin tutustumisen jälkeen alkoi tietoperustan etsiminen ja kirjoittaminen. Kirjoittamista on tapahtunut useassa prosessin vaiheessa, näin ollen kehitystyö on elänyt ja prosessia voisi kuvata enemmän spiraalimaiseksi kuin lineaariseksi.

Kyselylomakkeen kysymykset muotoiltiin ensin Word alustalle, jonka jälkeen ne siirrettiin Google Forms alustalle. Google Forms alustalle lisättiin myös saatetekstit, kehitystyön tavoitteet sekä kuvat kohdeyrityksen markkinointimateriaalista, jonka perusteella vastaajat tiesivät mihin markkinointimateriaaleihin kysymyksillä viitattiin. Kyselytutkimus lähetettiin joulukuussa 2021 kaiken kaikkiaan 38 henkilölle, joiden yhteystiedot oli saatu kohdeorganisaatiolta. Vastauksia ensimmäisellä kerralla tuli vain 8 kappaletta, jolloin päätettiin lähettää muistutusviesti, mutta yhtään lisävastausta ei tullut. Vuodenvaihteen tienoilla tutkimusjoukolle lähetettiin uudella saatetekstillä oleva muistutus. Kolmannella kerralla saatiin neljä lisävastausta. Kyselytutkimukseen vastasi näin ollen kaiken kaikkiaan kaksitoista vastaajaa. Vastausprosentti oli 31,58 %. Prosenttiluku on kohtalainen, mutta vastaajajoukko on pieni.

Kyselylomakkeella saatujen vastausten perusteella jatkettiin vastausten analysointia ja teemoittelua. Kaikki kyselytutkimuksen kysymykset vietiin Exceliin ja teemoittelu tehtiin Excelin välilehdille pelitapahtuman kulun mukaan. Tässä yhteydessä tehtiin päätös täydentää tutkimusta teemahaastatteluilla, sillä vastaajajoukko oli pieni ja tukija halusi saada validoinnin teemoittelun ja analysoinnin avulla tehtyihin havaintoihin.

Tietoperusta prosessi jatkui laatimalla käyttäjäkokemuksen mittauksen mallit. Exceliin vietujen vastausten perusteella laskettiin ”net easy score” kysymyksiin, joihin vastaajat olivat vastanneet Likert asteikkoa hyödyntäen. Net easy score kertoo tarkemmin, miten käyttäjäkokemus on muodostunut. Tässä mallissa ei eroteltu käyttäjäpersoonia toisistaan, koska siihen ei ollut riittävästi dataa.

Kerätystä aineistosta tunnistettiin neljä erilaista käyttäjäpersoonaa. Analysoinnin helpottamiseksi käytettiin hyväksi värikoodia, jolla jokainen käyttäjäpersoonaa eriteltiin toistaan. Värit, jotka valikoituvat persoonien erottelukseen olivat keltainen, sininen, vihreä ja punainen. Samoja värejä käytettiin, jokaisen mallinnuksen yhteydessä, jossa erikseen tuotiin esiin erilaiset käyttäjäpersoonat. Käyttäjäpersoonien tunnistamisen jälkeen luotiin neljä eri käyttäjäpersoonamallia, ”teknillinen seikkailija”, ”vastuullinen edelläkävijä”, ”varovainen puurtaja” ja ”nuori ja sinnikäs kokeilija”, jotka ovat toimineet empatiakarttojen pohjana. Käyttäjäpersoonien nimet keksittiin, mutta nimillä viitataan vahvasti millaisesta persoonasta, on kyse. Käyttäjäpersoonien perusteella ja avulla jokaiselle persoonalle luotiin ja mallinnettiin empatiakartta, jonka tarkoitus on kertoa tarkemmin mitä kukin sanoo, tuntee, ajattelee ja tekee.

Jokaiselle käyttäjäpersoonalle luotiin myös oma tunnepyramidi, sillä tunteiden mittaaminen on yksi laadullisen tutkimuksen mittari. Tunnepyramidien luonti onnistui hyödyntämällä jo luotuja käyttäjäpersoonamalleja sekä empatiakarttoja.

Kehitystyö jatkui käyttäjäpolun mallinnuksella teemoittelun mukaisesti. Käyttäjäpolussa ei eroteltu tarkemmin, miten kukin persoonaa on käyttäjäpolulla toiminut, sillä kaikilla tapahtumaan osallistuneilla on ollut samat lähtötiedot sekä heille on esitelty samat markkinointimateriaalit. Näin ollen eri persoonien käyttäjäpolun mallintamiset eivät olisi tässä kehitystyössä tuoneet lisäarvoa. Käyttäjäpolku mallinnettiin Excelin avulla ja lisäksi visuaalinen mallinnus tehtiin Miro Dashboard sovelluksella. Käyttäjäpolku mallit löytyvät raportin liitteistä.

Prosessi eteni teemahaastattelun tekemiseen. Kolme henkilöä lähestyttiin, jotka oli ilmoitettu henkilöiksi, joihin voi olla yhteydessä. Henkilöitä lähestyttiin sähköpostitse, jossa kerrottiin, että kyselytutkimuksen lisäksi olisi toive saada haastateltua pelitapahtumassa mukana ollutta henkilöä, jotta tehdyt havainnoinnit voidaan validoida. Valitettavasti vain yksi henkilö palasi asiaan ja suostui haastatteluun. Tässä vaiheessa luotiin haastattelu runko, joka oli teemoiteltu samantyyppisesti kuin itse kyselytutkimus. Haastattelu runko on

nähtävissä raportin liitteissä. Haastattelu suoritettiin Microsoft Teams sovelluksen kautta 30. maaliskuuta 2022. Haastattelu tallennettiin. Haastattelun jälkeen haastattelu litteroitiin, eli kirjoitettiin Wordiin ja analysoitiin.

Kehitystyön prosessi päättyi johtopäätöksiin sekä kehitysehdotuksiin. Kehitysehdotuksissa on tuotu esiin mm. yhteisöalustamalli. Malli löytyy raportin 6.4 osiosta. Kehitystutkimus jätettiin sisään 16. toukokuuta 2022.

5 Tutkimuksen tulokset

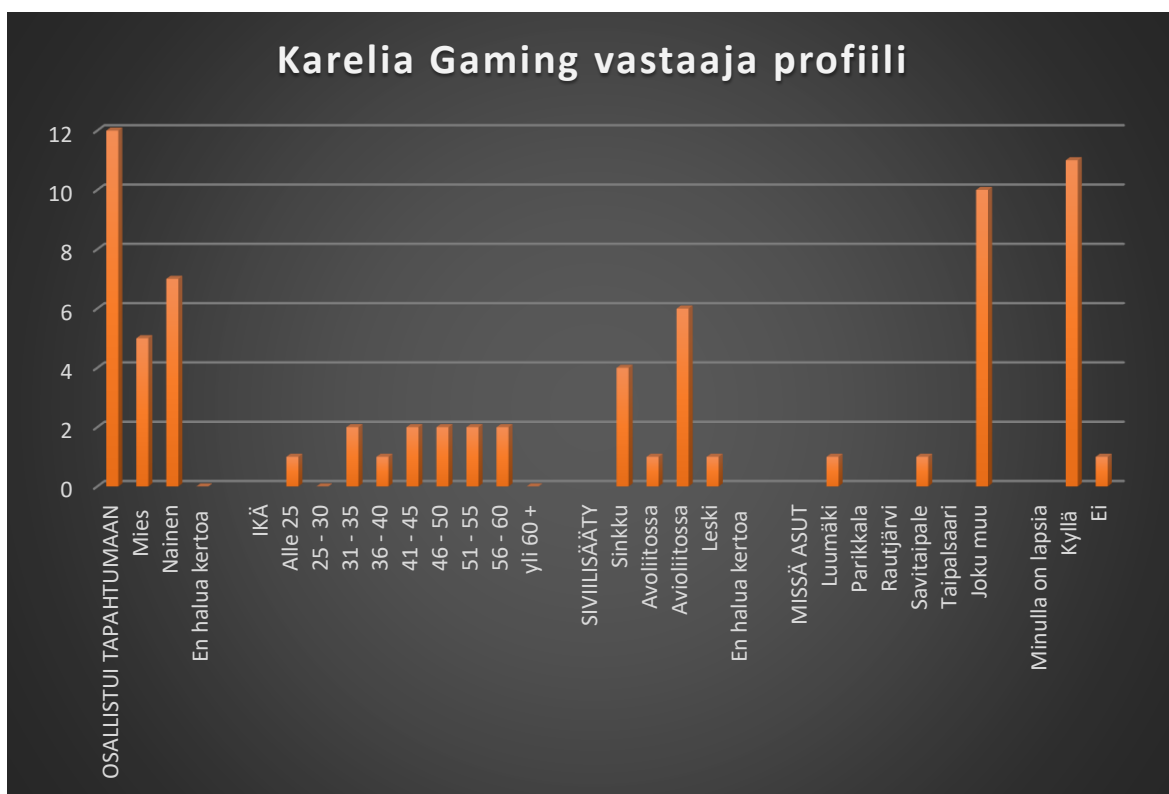
5.1 Tutkimus

Luvussa 5 esitellään kyselytutkimuksen tulokset sekä esitetään luodut mallinnukset. Luvussa esitellään ja käydään läpi tutkimusjoukko, joka on vastannut Google Forms kyselyyn. Tutkimusjoukon osalta esitetään mm. joukon taustatiedot. Alaluvussa 5.3 tuodaan ilmi tutkimusjoukon käyttäjäkokemus CES mittarin valossa, eli miten käyttäjät ovat arvioineet Likert asteikolla oman käyttäjäkokemuksensa. Tästä edetään käyttäjäpersooniin ja esitellään persoonat, jotka on tunnistettu kyselytutkimus aineiston perusteella. Tässä apuna on käytetty teemoittelurunkoa sekä käyttäjäkokemuksen prosessia. Lisäksi eri värikoodeja on hyödynnetty persoonien erottelmissä toisistaan. Alaluvussa 5.5 esitellään käyttäjäpersoonien tunnepyramidit. Tunnepyramidit on luotu käyttäjäpersoonia hyödyntämällä. Tunnepyramidi on myös eräänlainen käyttäjäkokemuksen mittari. Tunnepyramidista edetään empatiakarttoihin. Jokaiselle tunnistetulle käyttäjäpersoonalle on luotu oma empatiakartta, jonka avulla vahvistetaan mitä kukin käyttäjäpersoonana sanoo, tekee, tuntee ja miettii. Empatiakarttojen luomisen apuna on hyödynnetty käyttäjäpersoonia, tunnepyramidia sekä kyselytutkimuksesta kerättyjä vastauksia on verrattu ja analysoitu suhteessa toisiinsa. Myös empatiakarttojen laatimiseen on hyödynnetty teemoittelurunkoa. Tosiksi viimeiseksi esitellään Karelian Gaming tapahtuman käyttäjäpolku. Käyttäjäpolussa ei ole erikseen eroteltu käyttäjäpersoonia, vaan käyttäjäpolkua on tarkasteltu yhtenä kokonaisuutena. Käyttäjäpolku on sekä esitelty taulukko muodossa (löytyy liitteistä) että visuaalisena mallina. Visuaalinen malli on rakennettu Miro ohjelmaa käyttämällä. Visuaalinen mallinnus löytyy sekä tekstin sisältä kuvana ja erikseen liitteenä. Viimeisenä esitellään haastattelun tulokset. Tutkimuksen luotettavuutta on haluttu lisätä ja saada varmistusta tehdyille johtopäätöksille. Haastattelun tarkoitus on ollut varmistaa, että kerättyä aineistoa on tulkittu ja analysoitu oikein.

5.2 Tutkimusjoukko

Tutkimusjoukon yhteystiedot saatiin kohdeyritykseltä. Tutkimusjoukkona toimi Karelian Gaming tapahtumaan osallistuneet opettajat ja nuorisotoimi. Kyselytutkimus lähetettiin kaiken kaikkiaan 38 henkilölle, joista 12 vastasi kyselyyn. Perustietona haluttiin varmistaa, että vastaaja on osallistunut Karelian Gaming tapahtumaan, jos ei, niin vastausvaihtoehto vei vastaajan kyselyn loppuun. Lisäksi haluttiin tietää sukupuoli, ikäjakauma, siviilisääty, asuinpaikkakunta sekä onko vastaajilla lapsia. Kaikki kaksistoista vastaajaa olivat osallistuneet pelitapahtumaan. Vastaajista naisia oli seitsemän ja miehiä viisi. Ikäjakauma jakautui hyvin tasaisesti ja lähes jokaisesta ikäryhmästä löytyi edustaja. Vastaajista suurin osa oli avioliitossa (kuusi vastaajaa), toiseksi suurin ryhmä oli yksineläjät (neljä vastaajaa). Lisäksi

ryhmästä löytyi yksi leski ja yksi avoliitossa asuva. Perustiedoista kävi ilmi, että suurin osa vastaajista ei asu paikkakunnalla, jossa ovat töissä (koulu). Kaksi vastaajaa ilmoitti, että asuvat paikkakunnalla, jossa ovat töissä. Lähes kaikilla vastaajilla on lapsia, vain yksi ilmoitti, että on lapseton. Perustiedoissa kävi myös ilmi, että vastaajajoukossa ei ollut mukana ainuttakaan henkilöä nuorisotoimen puolelta vaan kakki kaksitoista vastaajaa, olivat joko opettajia tai rehtoreita. Myöhemmin kuitenkin selvisi, että haastateltava henkilö oli nuorisotoimen puolelta ja oli vastannut myös kyselyyn. Haastateltavalla oli tuohon aikaan kaksi eri roolia ja Karelian Gaming tapahtuman aikaan hän oli ollut töissä yläkoulun puolella.



Kuvio 14. Karelian Gaming tutkimusjoukon perustiedot

Kaikki vastaajat olivat kyselytutkimuksen aikana edelleen samalla työnantajalla töissä. Tämä kävi ilmi koska vastaajien sähköpostiosoitteet olivat kuntien nimien mukaan. Osa vastaajista lähetti erikseen sähköpostia kiittäen kyselystä. Muutama ilmoitti, että kollega, jolle kysely oli lähetetty ei vastannut, koska ei ollut enää töissä toimipisteessä, johon kysely oli lähetetty. Kuviosta 14 on nähtävissä kehittämishankkeen kyselytutkimukseen osallistuneiden taustatiedot.

5.3 Käyttäjäkokemuksen mittaus

Kyselytutkimuksen avulla mitattiin myös käyttäjäkokemusta CES mittarilla. Kyselytutkimuksessa oli kysymyksiä, jotka olivat laadittu Likert-asteikon mukaisesti. Kyselytutkimuksessa

käytettiin asteikkoa 1–5, jossa yksi kuvasi ”vähiten” ja viisi ”eniten”. Mitä suurempi Net easy score tulos on, eli mitä lähempänä viitosta, niin sitä mieluisampi oli käyttäjäkokemus. Net easy score tulokset antavat suuntaviivaa kohdeorganisaatiolle, missä asioissa tulisi käyttäjäkokemusta parantaa ja toisaalta on myös nähtävissä mitkä asiat vaikuttavat käyttäjäkokemuksen, jotka eivät välttämättä ole kohdeyrityksen käsissä. Tällaisia asioita ovat mm. TVT- taidot, aikaisempi pelitausta tai esimerkiksi työpaikalla olevat verkkoyhteydet. Mittaus-tulokset on jaoteltu teemoittelun mukaan. Net easy score tuloksia on lähdetty hakemaan käyttäjien taustatiedoille ja ennen pelitapahtumaa koetut käyttäjäkokemukset niin markkinoinnin kuin käyttöliittymien osalta. Lisäksi käyttäjäkokemusta on mitattu ennen pelitapahtumaa, sen aikana sekä jälkeen.

	Net easy score
Omat tv-taidot	3,25
Pelaan mobiilipelejä puhelimella?	2,08
Pelaan konsolipelejä (playstation, Nintendo, Xbox etc)	1,50
Pelaan tietokonepelejä (desktop)	1,33
Pelaan seikkailupelejä?	1,83
Pelaan roolipelejä	1,33
Pelaan toimintapelejä	1,42
Pelaan simulaatiopelejä	1,42
Pelaan strategiapelejä	1,50
Pelaan urheilupelejä	1,42
Minulle pelaaminen ja e-urheilu on entuudestaan tuttua?	2,67

Taulukko 3. Käyttäjäprofiilinen taustatiedot Net easy score

Taulukosta 3 on nähtävissä, että suurin osa käyttäjistä kokee omat TVT- taidot kohtalaisiksi ja Net easy score on yli keskiarvon. Kun tarkastellaan käyttäjien pelitautaa, voidaan todeta, että vain harvalla on pelitautaa tai hän käyttää vapaa-aikaa pelaamiseen. E- urheilu ei ole kovinkaan monelle vastaajalle entuudestaan tuttua. Nämä asiat tulisi ottaa huomioon uutta tapahtumaa järjestäessä.

Taulukosta 4 on luettavissa, miten käyttäjät ovat kokeneet pelitapahtuman markkinoinnin sekä visuaalisen ilmeen. Lisäksi käyttäjiltä pyydettiin palautetta, miten he kokivat järjestetyt aloituspalaverit Teams sovelluksen kautta. Taulukosta on havaittavissa, että tapahtuman markkinointiin ja visuaaliseen ilmeeseen on oltu varsin tyytyväisiä. Net easy score tulos on ylittänyt jokaisessa kohdassa yli keskiarvon. Lisäksi suurin osa on kokenut, että he ovat ymmärtäneet mikä on pelitapahtuman tavoite.

	Net easy score
Koin, että pelitapahtuman ulkoasu oli puhutteleva?	3,00
Koin, että pelitapahtuman visuaalinen esittely (Powerpoint / Teams palveri) oli selkeä?	3,75
Ymmärsin mikä oli Karelia Gaming tapahtuman tavoite?	4,00
Koin, että pelitapahtumasta oleva tieto oli helposti löydettävissä?	3,67
Koin, että pelitapahtuman esijärjestelyt oli hyvin hoidettu?	3,67

Taulukko 4. markkinoinnin ja visuaalisen ilmeen käyttäjäkokemus Net easy score

Pelitapahtumaan osallistuneilta opettajilta ja nuoristoimen henkilöstöltä haluttiin tietää miten he ovat kokeneet erilaiset käyttöliittymät. Pelialustoina / verkkoviestinnän alustoina toimi ennen kaikkea Twitch ja Discord. Haluttiin saada ymmärrys millaiset verkkoyhteydet ovat työpaikoilla, sekä miten nämä vaikuttavat käyttäjäkokemukseen. Käyttäjäpersoonien, empatiakartan ja haastattelun mukaan ajoittaiset verkkoyhteydet ovat vaikuttaneet negatiivisesti käyttäjäkokemukseen. Taulukosta on tulkittavissa, että suurimmalle osalle tapahtumaan osallistuneista Discor ja Twitch eivät ole olleet entuudestaan tuttuja. Useat ovat kuitenkin kokeneet, että alustat ovat olleet suhteellisen helppo oppia, vaikka itse ohjelmien käytettävyydessä olisi ollut parannettavaa. Tulos on myös nähtävissä taulukossa 5.

	Net easy score
Työpaikallani on käytössä hyvä verkkoyhteys?	3,33
Discord ja Twitch oli minulle entuudestaan tutut sovellukset ?	1,58
Käyttöliittymät oli helppoa oppia? (Discord, Twitch)	3,08
Käyttöliittymiä oli miellyttävä käyttää? (Discord, Twitch)	3,25
Käyttöliittymä on selkeä? (Discord, Twitch)	3,33
Käyttöliittymä ohjaa tapahtuman kulussa? (Discord, Twitch)	3,08
Käyttöliittymät ohjaa selkeästi miten toiminnot voi peruuttaa? (Discord, Twitch)	2,75
Käyttöliittymät ovat helposti ymmärrettävät? (Discord, Twitch)	3,08
Käyttöliittymissä tapahtuman toiminnot etenevät loogisessa järjestyksessä? (Discord, Twitch)	3,33
Käyttöliittymissä virheen tekemisen mahdollisuus on suuri? (Discord, Twitch)	2,50
Ennen Karelia Gaming pelitapahtuman alkua minulla oli selkeä tieto mistä on kyse ja mitä minulta odotetaan?	3,33
Ennen pelitapahtuman alkua koin olevani innostunut, kun sain olla mukana tekemässä jotakin uutta?	3,42

Taulukko 5. Käyttöliittymien käyttäjäkokemus Net easy score

Pelitapahtuman aikana olevaa käyttäjäkokemusta haluttiin myös mitata. Taulukosta 6 on nähtävissä, miten käyttäjät ovat kokeneet erilaiset väittämät. Taulukosta 6 on selkeästi havaittavissa, että suurin osa tapahtumaan osallistuneista ei pelannut itse tapahtuman aikana tai kokeillut pelaamista. Erilaiset tekniset ongelmat ovat selkeästi olleet läsnä ja nämä ovat vaikuttaneet käyttäjäkokemukseen. Tämä on selkeästi kohta, johon tulisi paneutua enemmän ja selvittää miten kokemusta voitaisiin parantaa.

	Net easy score
Ymmärsin mistä tapahtumassa oli kyse?	4,08
Pelitapahtuman aikana kokeilin itse myös pelaamista?	2,00
Pelitapahtuman aikana olevat ohjeet olivat selkeät ja tiesin mitä seuraavaksi tapahtuu?	3,50
Olitko tyytyväinen saamaasi tukeen pelitapahtuman aikana?	3,75
Tiesin kenen puoleen kääntyä ongelmatilanteissa?	3,75
Koitko tapahtuman järjestämisen työlääksi?	2,17
Pelitapahtuman aikana oli paljon ongelmia?	2,50

Taulukko 6. Pelitapahtuman aikana oleva käyttäjäkokemus Net easy score

Pelitapahtuman jälkeen osallistuneilta haluttiin kysyä ja miten he kokivat tapahtuman ja millaisia tunteita tämä herätti. Net easy score tarkoituksena on antaa suuntaviivat kohde yritykselle missä asioissa voidaan käyttäjäkokemusta parantaa. Taulukosta 7 on selkeästi havaittavissa, että käyttäjäkokemus oli varsin positiivinen, vaikka ongelmia oli matkan varrella. Lisäksi valtaosa osallistuneista osallistuisi uudelleen, jos samantyyppinen tapahtuma järjestettäisiin uudestaan. Käyttäjille on jäänyt varsin positiivinen kuva ja tunne pelitapahtuman päätyttyä. On kuitenkin havaittavissa, että osa on tuntenut helpotusta, kun tapahtuma on päättynyt. Aikaisemmista mittauksista on käynyt ilmi, että tapahtuman järjestäminen on ollut varsin työläs. Myös tekniset ongelmat ovat vaikuttaneet helpotuksen tunteeseen. Osallistujat ovat kuitenkin selkeästi myös kokeneet onnistumisen tunteita ja itsensä ylittämistä.

	Net easy score
Karelia Gaming tapahtuma oli positiivinen kokemus?	3,92
Osallistuisitko uudelleen vastaavanlaiseen tapahtumaan?	4,00
Lisääntyikö tietosi e-urheilusta?	3,00
Suosittelisitko muita osallistumaan vastaavanlaiseen tapahtumaan?	4,08
Koin helpotusta kun tapahtuma päättyi?	2,75
Koin innostusta ja haluan lisää tämänkaltaisia tapahtumia	3,67

Taulukko 7. Pelitapahtuman jälkeen oleva käyttäjäkokemus Net easy score

5.4 Käyttäjäpersoonat

Luvussa 5.4 esitellään kyselytutkimuksen tulokset konstruktiivisten mallien avulla. Kyselyn perusteella on tunnistettu erilaisia vastaajia, jotka ovat tyypitetty ja kategorisoitu. Kategorisoinnissa on käytetty apuna värikoodeja ja jokaiselle käyttäjäpersoonalle on keksitty ryhmää edustava fiktiivinen nimi. Käyttäjäpersoonissa ei ole eroteltu vastaajia sukupuolen mukaan, sillä niin syvällistä tietoa ei ollut kyselyllä saatavissa.

Haasteena käyttäjäpersoonien tunnistamisessa oli, että otos oli pieni. Ikä on laskettu käyttäjäpersoonien kategorisoinnissa keskiarvon mukaan. Käyttäjäpersoonissa ei ole voitu

erikseen erottaa ja tunnistaa vastaajan sukupuolta, siksi käyttäjäpersoonat ovat luokiteltu eri kategorioiden mukaan. Kategoriat ovat: tekninen seikkailija, vastuullinen edelläkävijä, varovainen puurtaja ja nuori ja sinnikäs kokeilija.

Teknillinen seikkailija

Teknillinen seikkailija on 35-vuotias luokanopettaja, joka on naimissa. Hänen perheeseensä kuuluu puolison lisäksi 2 lasta, jotka ovat kuusi ja kahdeksan vuotta. Tekninen seikkailija ei asu samassa kunnassa, jossa hän toimii luokanopettajana, vaan hän kulkee töihin vieruskunnasta Ford Focus merkisellä farmariautolla. Farmariauto on tarpeen, kun perheessä on lapsia ja seikkailija itse on aktiivinen tekijä. Hän asuu omakotitalossa, jossa on tarpeeksi tilaa, sillä hän harrastaa elektroniikkaa, musiikkia ja on kiinnostunut kaikista uusista digitaalisista ilmiöistä. Lisäksi hän on aktiivinen maastopyöräilijä. Hän pitää jännityksestä, joten hän pelaa kotona sekä konsoli, että PC:n kautta eritoten seikkailupelejä. Lisäksi hän pelaa lasten kanssa Pokemon Go:ta. E- sport urheilu on hänelle tuttua, mutta hän ei sitä itse harrasta, eikä kukaan muukaan hänen perheessään.

Tekninen seikkailija arvostaa perheen kanssa vietettyä aikaa, mutta koska hän on seikkailija hän arvostaa myös omaa aikaa. Hän suunnittelee jäävänsä virkavapaalle, jotta voisi käyttää enemmän aikaa omiin harrastuksiin. Maastopyöräily on intohimo ja hän uneksiikin Lapin tuntureista. Tekninen seikkailija tuntee tekevänsä merkityksellistä työtä, mutta hän haluaisi opettaa oppilaita vielä enemmän nykyaikaisia digitaalisia menetelmiä käyttämällä. Häntä häiritsee, että työpaikan verkkoyhteys on ajoittain huono. Tämä hankaloittaa hänen työn tekoaan.

Teknillinen seikkailija on ajanhermolla ja hän tuntee ja tunnistaa erilaiset digitaaliset alustat ja välineet. Hän pitää omia TVT-taitoja erinomaisina ja hän ei pelkää tarttua uusiin tehtäviin tai kokeilla uusia alustoja. Teknillisen seikkailijan käyttäjäpersoonana on nähtävissä kuviossa 15.



Nimi: Teknillinen seikkailija

Ikä: 35

Rooli palvelun käyttäjänä:

- Luokanopettaja
- Naimisissa, perhe johon kuuluu puoliso ja kaksi lasta. Lapset 6 & 8 vuotta.
- Asuu eri kunnassa kuin missä on töissä. Kulkee Ford Focus mallisella farmariautolla töihin.
- Asuu perheen kanssa omakotitalossa, jossa oma työhuone, jossa tilaa tietokoneille, videokameroille ja musiikin harrastamiseen. Omistaa myös uuden maastopyörän.
- Käyttää välillä työpaikallansa myös omia välineitä opettamiseen

Miten ja miksi käyttää palveluita?:

- Kiinnostunut musiikista, elektroniikasta ja kaikista uusista digitaalisista ilmiöistä
- Hänellä on erinomaiset TVT- taidot ja ymmärtää Discordin ja Twitchin päälle. Nämä ovat hänelle entuudestaan tuttuja.
- On luonteltaan seikkailija. Hän on aktiivinen maastopyöräilijä.
- Omistaa uusimman älypuhelinmallin ja pelaa lasten kanssa mm. Pokemon Gota.
- Hän pelaa silloin tällöin sekä kännykällä, pelikonsolilla, että PC:llä ennen kaikkea seikkailupelejä.

Mitä arvostaa? :

- Arvostaa vitettyä aikaa perheen kanssa, mutta pitää myös tärkeänä omia harrastuksia
- Suunnittelee jäävänsä virkavapaalle

Mitä toivoo?:

- Uneksii, että olisi enemmän aikaa rakkaille harrastuksille kuten musiikin tekemiselle
- Toivoo pääsevänsä Lappiin tunturille maastopyöräilemään

Mitä rajoitteita / haasteita kohtaa? Mitä pelkää?:

- Hän kokee tekevänsä merkityksellistä työtä ja haluaa opettaa oppilaita uusilla menetelmillä ja välineillä.
- Työpaikalla ajoittain huono verkko-yhteys hankaloittaa työtä
- Hän haluaisi huomattavasti enemmän laittaa aikaa eri tapahtumien järjestämiseen, mutta se tuntuu olevan hieman hankalaa hänestä johtumattomista syistä

Kuvio 15. Käyttäjäpersoona Teknillinen seikkailija

Vastuullinen edelläkävijä

Vastuullinen edelläkävijä on jo elämää nähnyt ja onkin toiminut jo varsin pitkään opettajanuralla. Hän on neljäkymmentäviisivuotias sekä toimii aineenopettajana että vararehtorina yläkoulussa. Hän on naimisissa ja perheeseen kuuluu kolme lasta, jotka ovat kahdeksan vuotta, kolmetoista vuotta ja viisitoista vuotta. Vastuullinen edelläkävijä asuu myös eri paikkakunnalla kuin missä hän on töissä. Hän asuu omakotitalossa taajama-alueen ulkopuolella, sillä perheeseen kuuluu myös kaksi koira. Tilaa löytyy näin ollen lapsille, että lemmikkieläimille. Vastuullinen edelläkävijä on uraorientoitunut ja erittäin kiinnostunut yhteiskunnallisista asioista. Hän lukee paljon historiaa ja seuraa mitä yhteiskunnassa tapahtuu. Hän on myös mukana kunnallispolitiikassa. Elämään mahtuu kuitenkin myös muuta kuin yhteiskunnalliset asiat. Hän on himoliikkuja ja viettääkin aikaa paljon metsässä koirien kanssa. Hän myös harrastaa välillä joogaa ja muita liikunnallisia harrastuksia.

Hän rentoutuu kuuntelemalla musiikkia ja on myös kiinnostunut neulomisesta ja muista käsitöistä. Hän käyttää sosiaalista mediaa päivittäin ja pitää omia TVT- taitoja keskinkertaisina. Erilaisia alustoja on käytettävä töissä ja niistä on tiedettävä asioita, vaikka itse ei niitä kaikkia käyttäisi. Vastuullinen edelläkävijä on tietoinen digitalisaation hyödyistä ja haitoista.

Hän ei itse pelaa juuri mitään pelejä, mutta koska kotona on nuoria, hän on tietoinen eri pelialustoista. Hänen perheenjäsenensä ei pelaa e- urheilua, mutta hän itse tietää mitä se on.

Vastuullinen edelläkävijä arvostaa yhteiskunnallista vaikuttamista ja hän ymmärtää pelaamisen tuoman ilon, mutta hän rajoittaa pelaamista omilta lapsilta. Hän on myös lukenut paljon erilaisia tutkimuksia pelaamisen vaikutuksesta. Hän on kuitenkin tietoinen, että digitalisaatio on osa opetussuunnitelmaa ja sitä tulee toteuttaa.

Hän toivoo, että hän saisi viettää enemmän aikaa perheensä kanssa ja he ovatkin suunnitelleet kalastusreissun ensi kesäksi. Hän myös haluaisi edetä uralla. Häntä kuitenkin huolestuttaa tosiasiat, sillä hän tietää yhteiskunnallisia asioita seuraamalla, että kunnilla on tiukkaa rahasta. Hän pohtii riittääkö resurssit erilaisten tapatumien järjestämiseen, vaikka hän ymmärtää, että niillä on myös positiivisia vaikutuksia lasten ja nuorten elämään. Hän on kannustava ja huolehtii myös kollegoiden jaksamisesta ja haluaa auttaa parhaansa mukaan muita työyhteisössä olevia. Kuviossa 16 on nähtävissä vastuullisen vaikuttajan käyttäjäpersoonana.



Nimi: Vastuullinen edelläkävijä

Ikä: 45

Rooli palvelun käyttäjänä:

- Yläkoulun aineopettaja ja vararehtori
- Naimisissa. Perheeseen kuuluu 3 lasta ja puoliso. Perheessä myös 2 koiraa. Lapset 8-, 13- ja 15- vuotia.
- Asuu eri kunnassa kuin missä töissä. Kulkee matkat perheen farmari Volvolla.
- Asuu perheen kanssa omakotitalossa, jossa iso tontti. Asuvat taajama-alueen ulkopuolella metsän siimeksessä. Tilaa löytyy koirille ja lapsille.
- Uraorientoitunut, kunnallispoliitikko

Miten ja miksi käyttää palveluita?:

- Hän on yhteiskunnallisesti aktiivinen. Hän toimii omassa kunnassa luottamushenkilönä. Hän on kiinnostunut yhteiskunnallisista asioista ja ilmiöistä.
- Hän lukee paljon kirjallisuutta, mutta hän on myös himoliikkuja. Liikkuu paljon metsässä koirien kanssa. Hän harrastaa lasten kanssa kesäisin kalastusta. Hän rakastaa myös käsitöiden tekoa. Salla on löytänyt neulomisen ja tämä onkin tapa rentoutua musiikin kuuntelemisen ohella.
- Hän käyttää sosiaalista mediaa ja pitää omia TVT -taitoja keskinkertaisena. Hän ei itse ole kiinnostunut pelaamisesta, mutta hän tietää eri pelialustoiden olemassaolosta. Onhan hän vararehtori ja hänellä on teinikäiset lapset. Kotona on sekä PC- kone, että pelikonsoli. Saattaa joskus pelata koneella pasianssia.

Mitä arvostaa? :

- Arvostaa yhteiskunnallista vaikuttamista. Hän ymmärtää pelaamisen tuoman ilon, mutta rajoittaa sitä omien lasten osalta. Onhan hän lukenut paljon erilaisia tutkimuksia pelaamisen vaikutuksista.
- Arvostaa älykkyyttä ja nauttii omasta ajasta koirien kanssa metsässä juosten.

Mitä toivoo?:

- Toivoo, että saisi viettää mukavan kesäloman perheensä kanssa. He ovat suunnitelleet kalastusreissua.
- Toivoo myös virkarehtorin paikan saamista

Mitä rajoitteita / haasteita kohtaa? Mitä pelkää?:

- Häntä huolestuttaa kuntien taloudellinen tilanne ja ennen kaikkea resurssit opetuksen järjestämiseen. Hän tietää yhteiskunnallisesti aktiivisena, että rahasta on tiukkaa.
- Häntä huolestuttaa että resurssit ei riitä uusien tapahtumien järjestämiseen, vaikka halua olisi.
- Hän kantaa huolta myös kollegoiden jaksamisesta ja haluaa tukea ja auttaa kaikkia.

Kuvio 16. Käyttäjäpersoonana Vastuullinen vaikuttaja


Varovainen puurtaja

Varovainen puurtaja on alakoulun opettaja, jolla ikää viisikymmentäkuusi vuotta. Hän on toiminut pitkään opettajana ja onkin joutunut olemaan osallisena useamman opetussuunnitelman uudistuksessa. Hän on myös nähnyt digitalisaation mukana tuomat muutokset, mutta hän ei itse ole kasvanut sen mukana. Puurtaja on naimisissa ja perheeseen kuuluu kaksi aikuista lasta. Lapset ovat muuttaneet jo pois kotoa, joten ruuhkavuodet ovat jo takana. Hän asuu samassa kunnassa, jossa hän työskentelee ja taittaa työmatkat kesäisin pyörällä ja talvisin kävellen tai autolla. Hän asuu puolisonsa kanssa vanhassa rintamamies-talossa keskustan tuntumassa. Koska talo on puolison synnyin talo, remonttia on jouduttu tekemään lähes koko ajan. Hän nauttii kuitenkin remontoinnista, vaikka se viekin paljon aikaa.

Hänelle opettajantyö on kutsumustyö ja hän rakastaa olla ja tehdä asioita lasten kanssa. Hänen intohimonsa on käsityöt ennen kaikkea neulominen. Hän onkin neulonut työkaverille villasukkia ja lapasia. Hän on ns. vanhan koulukunnan opettaja, joka ei ole oppinut, tai elänyt digitalisaation aikana. Hänen on vaikea pysyä mukana, koska opetussuunnitelma muuttuu jatkuvasti. Hänen TVT- taidot ovat heikohkot ja digitaalinen osaaminen on myös huonolla tasolla. Hän omistaa kuitenkin älypuhelimien ja hän käyttää mm. Facebookia.

Varovainen puurtaja arvostaa vapaa-aikaa ja hän käyttää paljon aikaa myös ystävien kanssa seurusteluun. Hän arvostaa vanhoja perinteitä ja kotitaloa remontoimaan vanhaa kunnioittaen.

Vastuullinen puurtaja haaveilee jo eläkkeelle jäämisestä, vaikka hän pitääkin opettajan työstä. Hän pitää lapsista ja haaveileekin jo omista lapsenlapsista. Hän kokee työnsä mielekkääksi ja hoitaa hänelle osoitetut tehtävät, mutta häntä pelottaa ja ehkä vähän ahdistaa-kin ajatus siitä, että on vaikea pysyä mukana digitalisaation aallonharjalla. Hän pyytää useasti apua digitutoropettajalta. Häntä täytyy kannustaa mukaan uusiin asioihin. Hän on varovainen, kun kyseessä on uudet alustat ja tapahtumat, johon pitäisi osallistua. Hän on epävarma omasta osaamisesta. Esimies joutuu joskus vähän kannustamaan häntä kokeilemaan uusia asioita. Varovaisen puurtajan käyttäjäpersoonaa on nähtävissä kuviosta 17.



Nimi: Varvovainen puurtaja Ikä: 56

Rooli palvelun käyttäjänä:

- Alakoulun luokanopettaja. Pitkä ura takana.
- Naimisissa. Perheeseen kuuluu 2 aikuista lasta . Lapset ovat jo lähteneet omilleen.
- Asuu samassa kunnassa, jossa on töissä. Kulkee matkat pyörällä ja talvisin autolla.
- Asuu aviomiehen kanssa vanhassa rintamamiestalossa keskustan tuntumassa. Talo on toisen puolison synnyinkoti.

Miten ja miksi käyttää palveluita?:

- On tehnyt pitkän uran luokanopettajana. Hänelle kyseessä on kutsumustyö. Hän rakastaa lapsia ja heidän kanssa touhuamista.
- Remontoi puolison kanssa vanhaa rintamamiestaloa, se vaatii paljon aikaa. Aikaa kuitenkin on, kun omat lapset ovat jo aikuisia.
- Lukee paljon kirjoja. Eritoten käsityökirjat ovat intohimon kohteena. On myös kova kutomaan ja onkin kutonut työkavereillekin lapsia ja villasukkia.
- Pyrkii liikkumaan ja hyödyntääkin työmatkat hyötyliikunnan keinoin
- On vanhan luokkakunnan opettaja ja hänen on vaikea pysyä nykyisen opetussuunnitelman perässä, eritoten mitä tulee TVT- taitoihin ja erilaisiin digitaalisiin ratkaisuihin. Hän ei pelaa mitään, ei edes matkapuhelimella. Käyttää kyllä kuitenkin Facebookia. Omistaa älypuhelimien

Mitä arvostaa? :

- Arvostaa vapaa –aikaa ja käyttää paljon aikaa myös ystävien kanssa seurusteluun. On myös paikallisen Marta yhdistyksen jäsen.
- Arvostaa vanhoja perinteitä ja siksi kotitaloakin remontoidaan vanhaa kunnioittaen.

Mitä toivoo?:

- Haaveilee jo eläkkeellejäännistä, vaikka pitääkin luokanopettajan työstä.
- Haaveilee jo myös lapsenlapsista, mutta ne tuntuvat vielä odottavan.

Mitä rajoitteita / haasteita kohtaa? Mitä pelkää?:

- Kokee työnsä mielekkääksi, mutta joutuu useasti turvautumaan digitutor opettajan palvelukseen. TVT- taidot ovat varsin kehnolla tasolla ja uusien järjestelmien oppiminen ja niiden sisäistäminen ei ole helppoa.
- Pelkää, että hän on jo niin vanha, että ns. “vanha koira ei voi oppia uusia temppuja”. Hän kuitenkin tekee kaikkensa lasten eteen.
- Häntä täytyy kannustaa, jotta lähtee kokeilemaan uusia juttuja

Kuvio 17. Käyttäjäpersoonaa Varvovainen puurtaja

Nuori ja sinnikäs edelläkävijä

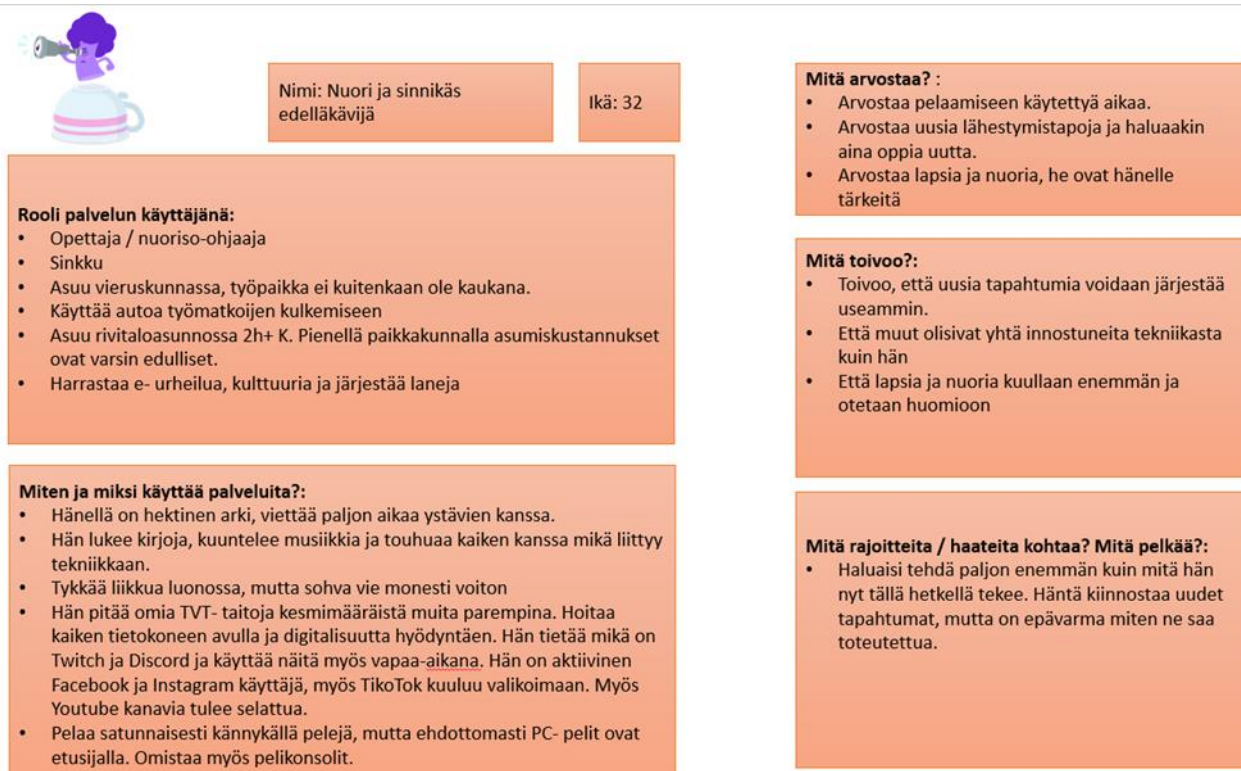
Nuori sinnikäs edelläkävijä on nuorehko opettajauran alkutaipaleella oleva henkilö, jolla ikää kolmekymmentäkaksi vuotta. Hän on sinkku ja viettää aikaa ystävien kanssa. Hän asuu vieruskunnassa rivitalokaksiossa. Työmatka on kuitenkin lyhyt, vaikka ei asu samalla paikkakunnalla missä työpaikka sijaitsee.

Hän pitää lukemisesta ja kuuntelee musiikkia. Hän kokee, että omat TVT- taidot ovat keskimääräistä paremmalla tasolla ja hän selviääkin useimmista haasteista ongelmitta. Hän on osittain kasvanut digitalisaation mukana, mutta ei täysin. Hän tuntee erilaiset alustat kuten Discordin ja Twitchin. Hän käyttää erilaisia alustoja myös vapaa-ajalla. E-urheilu on tuttua ja hän pelaa myös itse sitä, niin yksin kuin ystäväien kanssa. Hän on aktiivinen Facebookin, Instagramin ja YouTuben käyttäjä. Hän pelaa satunnaisesti kännykällä strategiapelejä. Hän omistaa kannettavan tietokoneen, mutta kotona pelaa pääsääntöisesti PC:llä.

Hän arvostaa työaikaa lasten ja nuorten kanssa, mutta myös omaa aikaa, sillä se on yleensä kortilla. Häntä kiinnostaa uusi tekniikka, mutta häntä harmittaa, kun aina ei ole mahdollista toteuttaa itseänsä, joko huonojen tai puutteellisten laitteiden vuoksi. Huono verkkoyhteys tuottaa myös harmia työpaikalla.

Hän haluaisi tehdä enemmän kuin mihin tällä hetkellä kykenee. Lisäksi hän on epävarma miten uudet tapahtumat saa järjestettyä sujuvasti, vaikka edellinen tapahtuma meni hyvin.

Hänelle jäi ”nälkä” ja haluaa samankaltaisia tapahtumia lisää. Hän on nuori ja ymmärtää lasten kiinnostuksen e- urheilua kohtaan ja haluaa tarjota heille kokemuksia ja lisätä yhteisöllisyyttä. Hän suorastaan rakastaa uusia ideoita ja tämän tyyppisiä tapahtumia. Käyttäjäpersoonana nuori ja sinnikäs edelläkävijä löytyy kuviosta 18.



Nimi: Nuori ja sinnikäs edelläkävijä

Ikä: 32

Rooli palvelun käyttäjänä:

- Opettaja / nuoriso-ohjaaja
- Sinkku
- Asuu vieruskunnassa, työpaikka ei kuitenkaan ole kaukana.
- Käyttää autoa työmatkojen kulkemiseen
- Asuu rivitaloasunnossa 2h+ K. Pienellä paikkakunnalla asumiskustannukset ovat varsin edulliset.
- Harrastaa e- urheilua, kulttuuria ja järjestää laneja

Miten ja miksi käyttää palveluita?:

- Hänellä on hektinen arki, viettää paljon aikaa ystävien kanssa.
- Hän lukee kirjoja, kuuntelee musiikkia ja touhuaa kaiken kanssa mikä liittyy tekniikkaan.
- Tykkää liikkua luonossa, mutta sohva vie monesti voiton
- Hän pitää omia TVT- taitoja keskimääräistä muita parempina. Hoitaa kaiken tietokoneen avulla ja digitalisuutta hyödyntäen. Hän tietää mikä on Twitch ja Discord ja käyttää näitä myös vapaa-aikana. Hän on aktiivinen Facebook ja Instagram käyttäjä, myös TikoTok kuuluu valikoimaan. Myös Youtube kanavia tulee selattua.
- Pelaa satunnaisesti kännykällä pelejä, mutta ehdottomasti PC- pelit ovat etusijalla. Omistaa myös pelikonsolit.

Mitä arvostaa? :

- Arvostaa pelaamiseen käytettyä aikaa.
- Arvostaa uusia lähestymistapoja ja haluaakin aina oppia uutta.
- Arvostaa lapsia ja nuoria, he ovat hänelle tärkeitä

Mitä toivoo?:

- Toivoo, että uusia tapahtumia voidaan järjestää useammin.
- Että muut olisivat yhtä innostuneita tekniikasta kuin hän
- Että lapsia ja nuoria kuullaan enemmän ja otetaan huomioon

Mitä rajoitteita / haasteita kohtaa? Mitä pelkää?:

- Haluaisi tehdä paljon enemmän kuin mitä hän nyt tällä hetkellä tekee. Häntä kiinnostaa uudet tapahtumat, mutta on epävarma miten ne saa toteutettua.

Kuvio 18. Käyttäjäpersoonana Nuori ja sinnikäs edelläkävijä

5.5 Empatiakartta

Käyttäjäpolun lisäksi Karelian Gaming tapahtumaan osallistuneiden osalta mallinnettiin empatiakarttaa. Empatiakartta luotiin jo aikaisemmin tunnistettujen käyttäjäpersoonien avulla. Empatiakartassa käy esille mitä kukin persoona ajattelee ja tuntee. Empatiakartta ei siis anna näkemystä siitä mitä kukin persoona kokee, tekee, ajattelee tai tuntee kun on vuorovaikutuksessa Karelian Gamingin kanssa eri kosketuspisteissä. Empatiakartta tarjoaa enemmän kohdistetun näkymän käyttäjäpersoonista.

Teknillinen seikkailijan empatiakartta

Teknillinen seikkailija empatiakartassa on näkyvässä käyttäjäpersoonan innostus ja tietämys teknologiaa kohtaan. Hän on valmis heti tekemään päätöksen olla mukana

pelitapahtumassa, sillä hän kokee, että hän on omalla mukavuusalueellaan. Hänen on helppo innostua ja innostaa myös muita mukaan. Hän on pelkäämätön, mutta häntä turhauttaa, jos teknologia ei toimi. Verkossa olevat katkokset turhauttavat ja syövät myös innostusta. Hän on tekniikan aallonharjalla ja tietää tasan tarkkaan mistä tapahtumassa on kyse. Hän ei kyseenalaista, vaan tekee asioita. Hän keskustelee mielellään oppilaiden kanssa etukäteen tapahtumasta ja innostaa myös oppilaat mukaan. Hän on motivoitunut ja tiedonjanoinen, sillä aina voi oppia lisää. Hän tietää jo paljon, joten sinänsä pelitapahtuma ei herätä hänessä uusia onnistumisen tunteita. Hänellä on selvä kuva siitä, mitä Online pelaaminen tarkoittaa ja siten yllätyksenä ei tule, mitä tapahtuma tuo tullessaan. Teknillisen seikkailijan empatiakartta on kuvattuna kuviossa 19.



Kuvio 19. Teknillinen seikkailija empatiakartta

Vastuullinen edelläkävijä empatiakartta

Vastuullinen edelläkävijä punnitsee tarkasti ja harkitusti pelitapahtumaan mukaan lähtemisen päätöstä. Hän on faktaan nojautuva henkilö, joka tarvitsee riittävästi tietoa päätöksen tueksi. Hän on kuitenkin tietoinen, että digitalisaatio on osa opetussuunnitelmaa, joten hän tietää ja tuntee myös vastuunsa opetushenkilönä. Hän haluaa tietää taustan hankkeet, sekä tietää mitkä muut kunnat osallistuvat tapahtumaan. Tämä tieto edesauttaa päätöksen

tekemistä. Hän on vastuullinen henkilö, joka haluaa myös keskustella kollegoiden kanssa osallistumisesta. Lisäksi hän varmistaa, että tarvittavat resurssit ovat saatavilla kuten digi-tutor, johon voi olla yhteydessä ongelmatilanteen sattuessa. Hän aikatauluttaa ja varaa ajat kalenterista. Hän on organisoitunut. Mukaan lähtemisen päätöksen tehtyä hän on tehtävälle sitoutunut ja omistautunut. Hän on kuitenkin kriittinen ja jännittynyt ja pohtii, onnistuuko kaikki ja riittävätkö resurssit tapahtuman järjestämiseen. Hän on kuitenkin positiivisen myönteinen tapahtumaan osallistumiselle. Hän tietää, että lapsille ja nuorille tämä on tärkeää ja pelaaminen on osa nuorten arkea. Hän todennäköisesti suosittelee tapahtumaan osallistumasta myös muille. Kuviossa 20 on esitelty vastuullisen edelläkävijän empatiakartta.



Kuvio 20. Vastuullinen edelläkävijä empatiakartta

Varovainen puurtaja empatiakartta

Varovainen puurtaja on skeptinen ja ei ole kovinkaan halukas kokeilemana uutta. Hän on vanhanaikainen ja pitää siitä, että asiat tehdään kuten ennenkin on tehty. Hän on epävarma omasta osaamisestaan ja siksi hän sanoo, että hän ei mielellään haluaisi osallistua. Kollegoiden ja esimiehen kannustamana hän kuitenkin rohkaistuu lähtemään mukaan. Hän tarvitsee kaiken mahdollisen avun. Mukaan lähtemisen päätöksen tehtyä hän kontaktoi

digitutoropettajaa. Hän yrittää myös perehtyä aiheeseen etukäteen, mutta hän on kriittinen ja myös stressaantunut. Häntä jännittää miten hän tulee selviämään. Lasten ja nuorten innostus sekä kiintymys lapsiin saa hänet kuitenkin myös toiveikkaaksi. Hän pohtii paljon, miten hän selviää tapahtumasta, kun riittävästi omaa osaamista ei ole. Oppilaat ovat kuitenkin syntyneet digiaikaan, joten he auttavat myös häntä tapahtuman aikana. Hän kokee onnistumista ja huojentuneisuuden tunnetta, kun tapahtuma on ohi. Hän selvisi siitä. Hän voisi pohtia osallistuvansa uudestaan, koska on nyt kerran ollut jo mukana. Seuraava kerta voisi olla helpompi. Tapahtuma ylittää hänen odotuksensa. Hän ymmärtää, että pelaamisessa on myös kyse yhteisöllisyydestä. Varovaisen puurtajan empatiakartta on nähtävissä kuviossa 21.



Kuvio 21. Varovainen puurtaja empatiakartta

Nuori ja sinnikäs edelläkävijä empatiakartta

Nuori ja sinnikäs edelläkävijä on nimensä mukaisesti valmis kokeilemaan uutta ja hän janoaa ja nauttii uusista asioista. Hän on tietoinen mistä puhutaan ja hän kokee ymmärtävänsä tapahtuman tavoitteen. Hän tietää, että tapahtuma poikkeaa arkisesta päiväjärjestyksestä ja muutos voi olla välillä virkistävää. Tapahtuma on jotakin tavallisesta poikkeavaa,

jotakin erilaista. Hän on nuorena henkilönä varsin pätevä ja hallitseekin kaikki uusimmat viestintäkanavat sekä alustat. Tämä helpottaa päätöstä lähteä mukaan tapahtumaan. Hän osallistuu tapahtuman suunnitteluun ja järjestää aikaa, vaikka on kiire. Hän on sinnikäs, energinen ja iloinen. Hän tuntee pelialustat nimeltä ja hän on itse kova pelaamaan. Ajoittain huonot verkkoyhteydet pohdituttavat myös häntä ja välineiden toimivuus. Hänellä on suhteellisen levoton luokka / oppilaat, joten hän pohtii miten saa pidettyä järjestyksen ja lisäksi tapahtuma levottomuutta luokassa. Hän kuitenkin kokee, että pelitapahtumaan mukaan lähteminen on hyvä asia, joten hän antaa tapahtumalle kaikkensa. Lisäksi hän lähtisi heti mukaan uuteen tapahtumaan. Hänelle jäi ”nälkä” ja haluaa samanlaisia tapahtumia lisää. Hän tietää ja tuntee lapset / nuoret sekä tietää, että pelaaminen on yksi tämän hetken eniten aikaa käytetystä ajanvietteestä. Kuviossa 22 on nähtävissä nuoren ja sinnikkään edelläkävijän empatiakartta.



Kuvio 22. Nuori ja sinnikäs edelläkävijä empatiakartta

5.6 Käyttäjäprofiilien tunnepyramidit

Tunteilla on vahva rooli käyttäjäkokemuksen mittaamisessa. Tutkimuksessa tunnistetuille käyttäjäpersoonille luotiin myös omat tunnepyramidit, jotka auttavat ymmärtämään mitkä

tunteet lisäävät pitkäaikaista arvoa, sekä tunteet, jotka tuhoavat pelitapahtuman käyttäjäkokemusta.

Luodun empatiakartan avulla on voitu tunnistaa **teknillisen seikkailijan** eniten arvoa tuottavat tunteet sekä tunteet, jotka edistävät tapahtumaan sitoutumisen ja vastaavanlaiseen tapahtumaan mukaan lähtemisen. Mielenkiintoa lisäävät tunteet on tunnistettu kuten myös arvoa tuhoavat tunteet. Teknillisen seikkailijan tunnepyramidi on nähtävissä kuviossa 23. Pyramidista on tulkittavissa, että ennen kaikkea motivaatio on arvo, joka luo pitkäkestoista arvoa kohdeyritykselle, kun taas turhautuneisuuden tunne vähentää. Mielenkiintoa lisääviä tunteita ovat ennen kaikkea tiedonjanoisuus ja seikkailuhalukkuus.



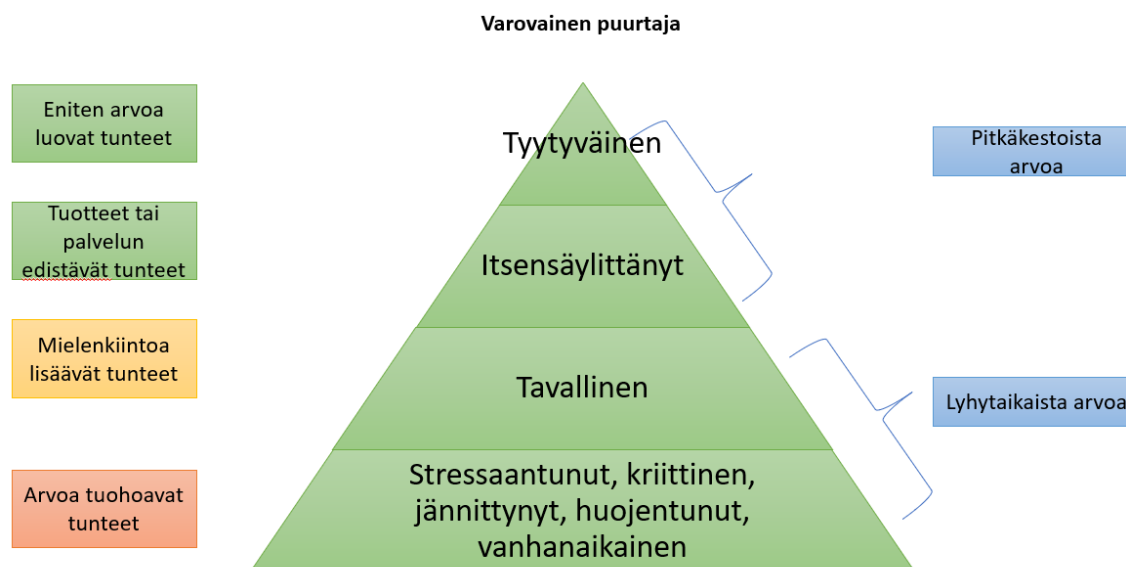
Kuvio 23. teknillinen seikkailijan tunnepyramidi

Vastuullinen edelläkävijän tunnepyramidi on nähtävissä kuviossa 24. Pyramidista on nähtävissä, että kyseisen käyttäjäprofiilin eniten arvoa tuottava tunne on sitoutuminen tapahtumaan. Arvoa tuhoavat tunteet ovat taas kriittisyys ja jännitys.



Kuvio 24. Vastuullisen edelläkävijän tunnepyramidi

Varovaisen puurtajan tunnepyramidi on kaikista negatiivisin ja selkeästi tämän käyttäjäpersoonalla on eniten ennakkoluuloja ja arvoa tuhoavia tunteita. Arvoa lisääviä tunteita ovat itsensä ylittämisen tunne, joka luo käyttäjälle tyytyväisyyden tunnetta. Arvoa tuhoavat tunteet ovat vanhanaikaisuus, kriittisyys, huojentuneisuus, stressaantuneisuus ja jännitys. Varovaisen puurtajan tunnepyramidi on nähtävissä kuviossa 25.



Kuvio 25. Varovaisen puurtajan tunnepyramidi

Nuori ja sinnikäs edelläkävijä on selkeästi käyttäjäprofiileista positiivisin, ja arvoa vähentäviä tunteita ei juurikaan ole. Arvoa vähettävät tunteet voivat myös liittyä siihen, että hän

kokee mielipahaa oppilaiden ja nuorten puolesta, jos he turhautuvat ja tämä lisää kyseisen persoonan turhautumista. Arvoa luovat tunteet ovat rakkaus ja tyytyväisyys tapahtumaa kohtaan. Hän on innokas, iloinen ja inspiroitunut, jotka edistävät pitkäkestoista arvoa. Nuori ja sinnikkään edelläkävijän tunnepyramidi on nähtävissä kuviossa 26.



Kuvio 26. Nuori ja sinnikkäs edelläkävijä tunnepyramidi

5.7 Tapahtuman käyttäjäpolku

Karelian Gaming tapahtuman käyttäjäpolku on jaettu kolmeen eri osa-alueeseen käyttäjäkokemus prosessin mukaisesti. Käyttäjäkokemus ennen pelitapahtuman alkua, pelitapahtuman aikana ja pelitapahtuman päätyttyä. Nämä muodostavat asiakasmatkan, jonka käyttäjä kulkee. Käyttäjillä on tietynlainen asiakaskokemus ennen koko tapahtumaa ja tapahtuman jälkeen heille muodostuu tuleva asiakaskokemus.

Kyselylomakkeelle tehtiin valmiiksi teemoitelturunko. Tämän rungon mukaan tutkimuskysymykset on analysoitu ja teemoiteltu sisällönanalyysia apuna käyttäen.

Ennen pelitapahtumaa

Ennen pelitapahtuman alkua kohdeorganisaatio on ollut yhteydessä kohdekuntiin. Yhteydenotto kouluihin on tapahtunut pääsääntöisesti sähköpostin kautta, joten se on tavoittanut yli 80 % vastaajista. Myös muilla menetelmillä on oltu yhteydessä, ja viesti on kantautunut pelitapahtuman osallistumisen mahdollisuudesta. Mukaan lähteneille opettajille / kouluille pidettiin Teamsin välityksellä palaveri, jossa kerrottiin pelitapahtumasta, sen tavoitteista sekä alustoista, joita tapahtumassa käytetään (Discord ja Twitch). Ennen pelitapahtumaa suurin osa koki innostusta saada olla mukana tekemässä jotakin uutta. Täysin samaa mieltä ei kuitenkaan väittämän kanssa ollut yksikään vastaajista. Vastaajilta kysyttiin, millaisia tunteita heillä heräsi ennen pelitapahtuman alkua. Vastaukset olivat samantyyppisiä, mutta myös poikkeavuuksia löytyi.

Teknillinen seikkailija oli selkeästi innostunut, mutta hänellä on ollut kiire selvittää, että kaikki toimii. Kyseinen persoona on kokenut alusta lähtien innostusta ja halukuutta lähteä mukaan. Vastuullinen edelläkävijä on odottanut, että tulossa on mukava tapahtuma oppilaille. Tapahtuma ei herätä mitenkään vahvoja tunteita. Vastuullinen edelläkävijä hoitaa tehtävänsä. Häntä kuitenkin jännittää miten koneet toimivat pelitapahtuman aikana. Vastuullisena henkilönä hän hoitaa tehtävät tunnollisesti ja haluaa tapahtuman onnistuvan. Varovainen puurtaja on jännittynyt, että miten tapahtuma onnistuu. Oppilaat ovat innoissaan, mutta oma osaaminen jännittää, koska pelimaailma ei ole itselle tuttua. Hän on joutunut luomaan erilaisia tunnuksia paikkoihin, eli erilasiin viestintäalustoihin, joiden olemassaolosta hän ei ole tiennyt mitään. Nuori ja sinnikäs edelläkävijä on taas rakastunut ajatukseen tapahtuman järjestämisestä. Hänelle kaikki on tuttua entuudestaan ja hän kokeekin suunnatonta mielihyvää siitä, että voi toimia suhteessa kollegoihin asiantuntijana. Hänellä on vahva digitaalinen osaaminen ja hän on osallistunut vastaavanlaisiin tapahtumiin ennenkin.

Pelitapahtuman aikana

Kysymyksiä esitettiin huomattavasti enemmän pelitapahtuman aikana tapahtuvista asioista, sillä siinä vastaajat olivat tositoimissa niin viestintäalustoiden, kuin oppilaiden kanssa. Pelitapahtuman aikana Karelian Gaming mahdollisti käyttäjätuen ongelmatilanteiden sattuessa. Yli 40 % vastaajista ymmärsi täysin mistä pelitapahtumassa on kyse, kun 33 % ilmoitti, että eivät olleet täysin varmoja asiasta. Vain harva opettajista ehti itse kokeilla pelaamista pelitapahtuman aikana. Se kertoo siitä, että heillä oli kiire ja ei mahdollisesti myös innostus puuttui. Suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä saamansa tukeen pelitapahtuman aikana ja koki, että ohjeet olivat selkeät ja tiesi mitä seuraavaksi tapahtuu. Suurin osa tiesi mihin ja kenen puoleen kääntyä ongelmatilanteissa, mutta vastauksissa oli hajontaa. Suurin osa vastaajista koki pelitapahtuman järjestämisen työlääksi ja ongelmia oli paljon tapahtuman

aikana, joka selkeästi on vaikuttanut opettajien käyttäjäkokemukseen, mutta myös saanut aikaan ärsytystä luokassa. Suurin osa ongelmista on johtunut keunoista ja katkeilevista verkkoyhteyksistä, mutta myös muuta hämmennystä on ollut pelitapahtuman aikana.

Teknisellä seikkailijalla päällimmäiset tunteet pelitapahtuman aikana ovat olleet innostumisen ilo, mutta ajoittaiset tekniset ongelmat ovat laskeneet tunnelmaa luokassa. Hän on kuitenkin positiivisesti asennoitunut, sillä tapahtuma on ollut mieluisa. On ollut mukavaa, pystyttyä mahdollistamaan nuorille ja lapsille uusia kokemuksia. Vastuullisella edelläkävijällä on ihan myönteiset tuntemukset, jotka eivät herätä kuitenkaan mitään vahvempia tuntemuksia. Vastuullisena työntekijänä hän hoitaa kunnialla pelitapahtuman lävitse. Hänelle on helppoa, että osasi käyttää eri viestintäalustoja. Varovainen puurtaja on kokenut ristiriitaisia tuntemuksia pelitapahtuman aikana. Häntä on helpottanut se, että lapset ja nuoret ovat tienneet melko tarkkaan mitä tuleman pitää ja he ovat tienneet mitä pitäisi tehdä, missä ja milloin. Hän on saanut apua sekä digituutorilta, että koulun TVT- vastaavalta ongelmatilanteissa. Ongelmatilanteilta ei siis ole vältytty. Hänen luokkansa oppilaita on ärsyttänyt erilaiset viiveet pelialustoilla enemmän kuin häntä itseänsä. Nuori ja sinnikäs edelläkävijä on taas ollut innostunut koko tapahtuman ajan, eikä hänellä ole muita kuin positiivisia tuntemuksia. Hän huomaa, että oppilaat ovat innostuneita, mutta hän huomaa myös ajoittaisten teknisten ongelmien laskevan tunnelmaa. Hän aistii välillä myös tietynlaista kaaosta, joka johtuneesi siitä, että hän tuntee ja tietää itse niin hyvin, miten alustat toimivat ja pelaajana tietää mitkä asiat turhauttavat.

Pelitapahtuman jälkeen

Haluttiin selvittää, että millaisia ajatuksia tapahtumaan osallistuneilla oli pelitapahtuman jälkeen. 58 % vastaajista ilmoitti, että pelitapahtumaan osallistuminen oli positiivinen kokemus. Valtaosa vastaajista ilmoitti, että he olisivat todennäköisesti valmiita osallistumaan uudestaan vastaavanlaiseen tapahtumaan. Vastaajat eivät kuitenkaan mieltäneet, että tietoisuus e- urheilusta itsessään olisi lisääntynyt kovinkaan paljon pelitapahtumaan osallistumalla. Puolet vastaajista kuitenkin suosittelisi todennäköisesti tapahtumaa muille ja kannustaisi osallistumaan. Vastaajilta haluttiin tietää mitä kautta toivoisivat saavansa tietoa mahdollisista uusista tapahtumista. Ylivoimaisesti sähköposti näyttää olevan se kanava, jota vastaajat seuraavat aktiivisesti. Siitä huolimatta myös muut kanavat kuten Wilma (oppilaitoksen hallinto-ohjelma) sai kannatusta. Myös uudenlaiset kanavat saivat hieman kannatusta kuten YouTube, Facebook ja Instagram. Lisäksi esimiehellä ja kunnalla oli rooli toimia viestin väljänä.

Lähes 66 % prosenttia vastaajista koki jonkun näköistä helpotusta siitä, että tapahtuma päättyi. Valtaosa vastaajista koki kuitenkin jonninäköistä innostusta ja haluaisi lisää

tämänkaltaisia tapahtumia. Päällimmäiset tunteet vastaajilla pelitapahtuman jälkeen olivat seuraavanlaiset.

Teknillinen seikkailija oli iloinen oppilaiden puolesta. Hänellä itsellään oli myös positiiviset tuntemukset, vaikka tekniset ongelmat harmittivat ja vaikututtavat tapahtuman käyttäjäkokemukseen. Hän huomasi, että oppilaat pitivät tapahtumasta ja hän suhtautui positiivisesti myös tuleviin pelitapahtumiin. Vastuullinen edelläkävijä on tunteiltaan varsin neutraali. Hänen mielestään kaikilla oli mukavaa ja häntä myös ilahdutti oppilaiden tuntema ilo. Kiireestä huolimatta vastuullisena työntekijänä hän tietää, että muut työt odottavat. Varovainen puurtaja on selkeästi huojentunut, että pelitapahtuma loppui. Hän on iloinen lasten ja nuorten puolesta ja näki, että osa oppilaista selvästi nautti tapahtumasta. Hänen kokemustansa kuitenkin lannisti tietämys, että hän ei ole sinut digitalisaation, tai pelialustoiden kanssa. Uusi kokemus madaltaa kuitenkin kynnystä osallistua uudestaan vastaavanlaiseen tapahtumaan. Hän on selkeästi sitä mieltä, että oppilaat pitivät enemmän tapahtumasta kuin opettaja. Hänen näkökulmastansa katsottuna koulupäivä oli erilainen. Vaihtelu ja uuden kokeileminen oli hyvä asia. Nuori ja sinnikäs kokeilija on haltioitunut ja edelleen rakastunut siihen ajatukseen, että vastaavanlaisia tapahtumia tulee järjestää uudestaan tulevaisuudessa. Hän näki, että nuoret nauttivat tapahtumasta, vaikka teknisiltä ongelmilta ei voitu välttyä. Verkko oli välillä hidas ja hän huomasi nuorissa ärsytystä, kun jokin asia ei toiminut. Nuori ja sinnikäs edelläkävijä antaa rakentavaa palautetta, sillä hänellä on näkemys siitä, miten asioita voidaan tehdä paremmin. Hän on brändilähtöinen ja pelitapahtumien puolestapuhuja.

Vastaajilta kysyttiin, osallistuisivatko he uudestaan tapahtumaan, jos vastaavanlainen tapahtuma järjestettäisiin. Vastauksista on tulkittavissa, että opettajat osallistuisivat oppilaiden vuoksi ja, että se kuuluu työn toimenkuvaan. Positiivinen kuva tapahtumasta ja onnistumisen tunne lisää halukkuutta kokeilla uudestaan.

Vastaaja 1: ” Osallistuisin uudestaan, sillä oppilaista on mukava päästä pelaamaan samaan tilaan porukalla. Yhdessä pelaaminen on kehittäväää toimintaa.”

Vastaaja 2:” Meillä on laitteet paremmat nykyään, joten haluaisin kokeilla uudestaan. Oppilaatkin tykkäsivät.”

Vastaajilta haluttiin tietää, vaikuttiko tai muuttiko Karelian Gaming pelitapahtuma heidän yleistä käsitystensä onlinepeleistä tai miten he siihen suhtautuivat tapahtuman jälkeen. Suurin osa vastaajista ilmoitti, että pelitapahtuma ei muuttanut aikaisempaa käsitystä, kun taas muutama ilmoitti, että yllättyi pelitapahtuman yhteisöllisestä vaikutuksesta.

Vastaaja 5:” ei, muutenkin jo ihan hyvä kuva”



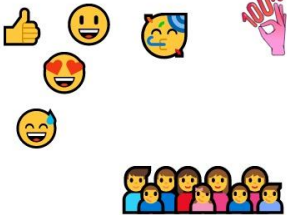
Vastaaja 3: ” Yhteisöllisyys tuli paremmin esille, mitä kuvittelen aiemmin.”

Vastaaja 4: ” Olin skeptinen siitä, että tapahtuma onnistuisi Online.”

Pelitapahtuman yksinkertaistettu käyttäjäpolku (taulukko) on nähtävissä liitteissä. Käyttäjäpolussa on nostettu esiin lisäksi välineet, jotka ovat olleet pelitapahtuman aikana käytössä sekä verkko.

Karelian Gaming käyttäjäpolusta on myös mallinnettu visuaalisempi käyttäjäpolkumalli. Malli on nähtävissä kuviossa 27. Kuviossa on tuotu esiin kaikkien neljän käyttäjäpersoonan käyttäjäpolku. Jokaiselle persoonalle oman käyttäjäpolun luominen ei ole järkevää, koska kaikki ovat saaneet tiedon pelitapahtumasta samojen kosketuspisteiden kautta. Suurin eroavuus tulee siinä, miten kukin käyttäjä on kokenut viestinnän, pelitapahtuman järjestämisen ja millaisia tunteita tapahtuma on missäkin vaiheessa herättänyt. Lisäksi suurin eroavuus tulee erilaisista TVT- taidoista sekä kiinnostuksesta pelaamista kohtaan. Visuaalinen käyttäjäpolku on nähtävissä myös liitteissä.

Käyttäjätalon eri vaiheet	Ennen pelitapahtumaa	Pelitapahtuman aikana	Pelitapahtuman jälkeen
Toiminnot Mitä käyttäjä tekee?			
Kosketuspisteet Minkä palvelun osan kanssa he ovat vuorovaikutuksessa?	<p>suora yhteys, teams palvelit, Sähköposti, Twitch, Discord, Skyenet, Instagram, Facebook, suositukset</p>		
Mitä käyttäjä ajattelee? Käyttäjän ajatukset			

<p>Käyttäjien tunteet Mitä käyttäjä tuntee?</p>  <div data-bbox="406 481 646 712" style="background-color: #f8d7da; padding: 10px;"> <p>Rakastunut Jännitys, Odotus Epävarmuus, Epätietoisuus, Ei odotuksia, Kiireentuntu, Korkeat odotukset, Hyvä tunne, Tuttu tapahtuma entuudestaan, Innostus</p> </div>	 <div data-bbox="726 470 965 712" style="background-color: #d1ecf1; padding: 10px;"> <p>Helpoitus, Positiivinen tunne, Verkkongelmat häiritsevät ajoitai, Ei herättänyt tunteita lainkaan, Hauskuus, Pakonomaisuus, Epävarmuus, Luottamus oppilaiden osaamiseen, Ymmärsin mistä on tapahtumassa on kyye, Tuki saatavilla ongelmatilanteissa, Tapahtuman järjestely on työläs tai osittain työläs, Tapahtuman aikana paljon ongelmia</p> </div>	 <div data-bbox="1157 465 1404 712" style="background-color: #fff3cd; padding: 10px;"> <p>Yhteisöllisyys, Hyvä tapahtuma, Hyvä olo, Ilo oppilaiden puolesta, Ilaiset, mutta tekniset ongelmat harmittavat, Kaikkilla oli hauskaa, Kiire, muut työt jäi tekemättä, Eriäinen koulupäivä, Ärkyntenisyys, Läpöttömyys, Ei tuntunut mitään, Positiivinen kokemus, Osallistuisin uudestaan, Tieto E-urheilusta lisääntynyt jonkin verran, Suositteisin suurella todennäköisyydellä muita osallistumaan vastaavaan tapahtumaan, Yhteisöllisyys</p> </div>
<p>Prosessin kulku Kuka vastaa pelitapahtumant kulusta?</p> <div data-bbox="406 750 694 1019"> <div style="background-color: #ffc107; padding: 5px; display: inline-block;">Karelia Gaming</div> <div style="background-color: #ffc107; padding: 5px; display: inline-block; margin-left: 10px;">Kunnat</div> <div style="background-color: #ffc107; padding: 5px; display: inline-block; margin-left: 10px;">Rehtori / esimiehet</div> <div style="background-color: #ffc107; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-left: 10px;">Opettajat</div> <div style="background-color: #ffc107; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-left: 10px;">Nuorisotoimi</div> <div style="background-color: #ffc107; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-left: 10px;">Digitutor</div> </div>	<div data-bbox="710 750 973 1019"> <div style="background-color: #6c757d; padding: 5px; display: inline-block;">Yksittäinen Opettaja vastaa omasta ryhmästä</div> <div style="background-color: #6c757d; padding: 5px; display: inline-block; margin-left: 10px;">Oppilaat</div> <div style="background-color: #6c757d; padding: 5px; display: inline-block; margin-left: 10px;">Karelia Gaming</div> <div style="background-color: #6c757d; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-left: 10px;">Digitutor</div> <div style="background-color: #6c757d; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-left: 10px;">Nuorisotoimi, jokainen vastaa omasta ryhmästä</div> </div>	<div data-bbox="1165 750 1468 1019"> <div style="background-color: #4285f4; padding: 5px; display: inline-block;">Karelia Gaming</div> <div style="background-color: #4285f4; padding: 5px; display: inline-block; margin-left: 10px;">Yksittäinen Opettaja vastaa omasta ryhmästä</div> <div style="background-color: #4285f4; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-left: 10px;">Nuorisotoimi, jokainen vastaa omasta ryhmästä</div> </div> <p style="text-align: right; font-size: small;">miro</p>
<p>Mahdollisuudet</p> <div data-bbox="406 1108 694 1500"> <div style="background-color: #28a745; padding: 5px; display: inline-block; margin-right: 10px;">Twitter</div> <div style="background-color: #28a745; padding: 5px; display: inline-block; margin-right: 10px;">TIKTOK</div> <div style="background-color: #28a745; padding: 5px; display: inline-block; margin-right: 10px;">Youtube</div> <div style="background-color: #28a745; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Uudet kunnat</div> <div style="background-color: #28a745; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Pelitapahtuman konseptointi & "myyminen" eteenpäin</div> <div style="background-color: #28a745; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Suositellijat / brändilähettiläs</div> <div style="background-color: #28a745; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Oppilaiden osallistaminen</div> <div style="background-color: #28a745; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Uudet kumppanit</div> <div style="background-color: #28a745; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Käyttäjät kokemuksen vahvistaminen</div> <div style="background-color: #28a745; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Data, käyttäjäprofiilit kohdennettu viestintä</div> </div>	<div data-bbox="710 1108 973 1366"> <div style="background-color: #17a2b8; padding: 5px; display: inline-block; margin-right: 10px;">Oikea aikainen tuki</div> <div style="background-color: #17a2b8; padding: 5px; display: inline-block; margin-right: 10px;">Viestinnän selkeyttäminen</div> <div style="background-color: #17a2b8; padding: 5px; display: inline-block; margin-right: 10px;">Uusia alustoja</div> <div style="background-color: #17a2b8; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Selkeä vastuiden jako</div> <div style="background-color: #17a2b8; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Uudet kumppanit</div> <div style="background-color: #17a2b8; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Käyttäjät kokemuksen vahvistaminen</div> </div>	<div data-bbox="1165 1108 1468 1422"> <div style="background-color: #90ee90; padding: 5px; display: inline-block; margin-right: 10px;">Yhteisöllisyyden alustana toimiminen</div> <div style="background-color: #90ee90; padding: 5px; display: inline-block; margin-right: 10px;">TIKTOK</div> <div style="background-color: #90ee90; padding: 5px; display: inline-block; margin-right: 10px;">Jälkimarkki- nointi</div> <div style="background-color: #90ee90; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Lisää vihteellisiä tapahtumia</div> <div style="background-color: #90ee90; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Käyttäjät kokemuksen vahvistaminen</div> <div style="background-color: #90ee90; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Brändilähettiläs</div> <div style="background-color: #90ee90; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Uudet kumppanit</div> <div style="background-color: #90ee90; padding: 5px; display: inline-block; margin-top: 10px; margin-right: 10px;">Räätälöity viestintä</div> </div> <p style="text-align: right; font-size: small;">miro</p>

Kuvio 27. Karelian Gaming käyttäjäpolku

Tutkimusaineiston validointi haastattelun avulla

Tutkimustulosten osalta haluttiin varmistaa, että tulokset on tulkittu ja analysoitu oikein, jolloin päädyttiin tekemään teemahaastattelu. Tarkoituksena oli haastatella useampaa henkilöä, mutta vain yksi palasi takaisin asiaan ja suostui haastatteluun. Haastattelunruko näkyy raportin liitteissä. Haastattelu oli myös teemoitettu aikaisemmin esitetyn teemoittelurungon mukaisesti. Haastattelussa kysyttiin haastateltavan perustiedot sekä haluttiin tietää

kokemuksesta ennen pelitapahtumaa, sen aikana ja tämän jälkeen. Lisäksi haastateltavalle jätettiin vapaus täydentää ja kertoa lisää mitä mieleen juolahti tapahtumasta. Haastattelu järjestettiin 30. päivä maaliskuuta 2022 Microsoft Teams etäsovelluksen kautta. Haastattelulle oli varattu aikaa tunti. Haastattelu nauhoitettiin ja haastateltavalta kysyttiin tähän lupa. Lisäksi haastateltavalle kerrottiin mikä on haastattelun tarkoitus sekä taustat aiheeseen liittyen. Haastattelun aikana kävi ilmi, että haastateltava oli myös vastannut kyselyyn, joka vahvisti aineistosta tunnistetun käyttäjäpersoonan luotettavuutta.

Haastateltava toimi Karelian Gaming tapahtuman aikana nuorisotoimen työntekijänä ja yläkoulussa nuorisotyöntekijänä, eli puolet työajasta oli varattu koulun puolelle. Ikää haastatettavalla oli 33- vuotta. Haastateltava ilmoitti, että oli osallistunut Karelian Gaming tapahtumaan ja hän on ollut yksi ns. kantavista voimista, joka oli inspiroinut muita mukaan. Hän oli myös toiminut tapahtuman ”moottorina”, joka myös vetosi itse kohderyhmään, eli nuoriin. Haastateltava kertoi, että pelitapahtuman aikana kouluissa oli menossa e- sport kurssi ja osallistumalla tapahtumaan oppilaiden oli mahdollista saada hyväksi luettuja tunteja. Hän kertoi, että hänen kotikunnassansa on panostettu digitaalisten pelitapahtumien järjestämiseen koska tiedostetaan nuorten ja lasten kiinnostus pelaamista kohtaan. Vastaaja ilmoitti, että hänellä ei ole jälkikasvua, mutta hän itse on innokas pelaaja. Perinteet pelaamiseen juontavat omaan nuoruuteen ja hän ilmoitti, että hänellä on kotona lähes kaikki mahdolliset tarvittavat laitteet pelaamista varten. Pääsääntöisesti vastaaja pelaa PC:llä, mutta hän pelaa myös konsolilla ja mobiililaitteilla. Hän pelaa seikkailu ja strategiapelejä. Myös nuoret ovat saaneet houkuteltu hänet mukaan kokeilemaan uusia pelejä. Vastaaja kertoi, että työnkuvaan (nuorisotyöntekijä) kuuluu tutustua ennakkoluulottomasti uusiin peleihin ja tapoihin toimia, sillä näin nuoria voi parhaiten ymmärtää, auttaa, kannustaa ja tukea. Vastaaja ilmoitti, että sekä Discord ja Twitch ovat hänelle entuudestaan tuttuja ja hän seuraakin kanavia jollakin tasolla. Hän kertoi pelaavansa ystävien kanssa ja iän myötä myös Online pelaaminen on lisääntynyt sen helppouden vuoksi. Kuitenkin esim. lanit (samassa paikassa, ajassa ja omilla tietokoneilla oleva tapahtuma) ja muu fyysinen pelaaminen ystävien kanssa on mukavaa ajanvietettä. Haastateltava määritteli omat TVT-taidot erinomaisiksi mitä tuli työnkuvaan. Hän ilmoitti olevansa yksi parhaimmista henkilöistä, joka tietää kaiken pelaamisesta. Vastaaja koki kuitenkin, että henkilökohtaisessa elämässä hänen TVT- taidot ovat 3:s tasolla, sillä kaikkea ei vielä osaa, joten opeteltavaa olisi lisää.

Nykytilasta haastateltava kertoi, että Karelian Gaming tapahtuma oli jo tuttu ennen, kuin kokoko tapahtumaa oli vielä olemassa. Hän on tekemisessä kohdeyrityksen kanssa ja kuuli ensimmäisten joukossa, että tällaista tapahtumaa ollaan järjestämässä. Kohtaamispisteet olivat ennen tapahtumaa suora kontakti, Instagram ja Discord. Vastaaja koki, että rakastui ideaan, että tällaista tehdään. Ennen kaikkea ajatus siitä, että koulu on se paikka, joka

kokoaa yhteen ihmiset ja toimii ns. paikkana tällaisten tapahtumien järjestämiselle. Lisäksi kaikki, jotka olivat suunnitteluprosessissa mukana, suosittelivat tapahtumaa, joten myös suosittelut toimivat kosketuspisteenä. Lisäksi ajatus kuntarajoja ylittävistä toiminnasta, joka kokoaa lapset ja nuoret yhteen oli loistava.

Haastateltava kertoi, että hän päätti lähteä tapahtumaan mukaan koska hän rakasti ideaa. Ja hän haluaa olla mukana kokeilemassa ja viemässä läpi uusia toimintatapoja. Lisäksi peli-ihmisenä hänellä on suunnaton kiinnostus erilaisia tapahtumia kohtaan. Vastaaja koki markkinoinnin puhuttelevan häntä ja kertoikin, että markkinointiin hän törmäsi some kanavilla, Discordissa ja sähköpostin välityksellä. Viestintä oli hänestä selkeätä koska hän ymmärsi mistä tapahtumassa on kyse. Vastaaja kertoikin, että hänelle tuli kollegoilta kysymyksiä siitä mitä pitää tehdä, kun on tällaiseen tapahtumaan luvannut osallistua. Vastaaja epäili, että jos hän ei olisi tiennyt mitään pelaamisesta niin markkinointimateriaalin tulkitseminen ja ymmärtämien olisi voinut olla vaikeaa.

Vastaajan mukaan pelitapahtuman aikana itse tapahtuma vastasi odotuksia. Se mikä kuitenkin näkyi, että ajoittain pelitapahtuman aikana koettiin kaaosta. Lähinnä ongelmana koettiin, että kun yhdelle pelialustalle laitetaan useita oppialita, syntyy tästä kaaos, jos ei ole tarpeeksi ns. ylläpitäjiä / moderaattoreita. Vastaaja koki, että ylläpitäjiä oli liian vähän. Roolit olisi pitänyt jakaa selkeämmin niin, että joku vastaa Chatissa, joku ohjaa tapahtumaa, eikä niin, että sama ihminen vastaa useammasta asiasta. Lisäksi luokat ovat erilaisia ja vastaaja kertoi tuntevansa luokkia sen verran, että osassa luokkia on haastavia oppilaita ja levottomuutta. Lisäksi erilaiset laitteet ja TVT- osaaminen tuottaa hankaluuksia. Vastaaja koki, että nuorten osallisuus lisääntyi ja tällä tavalla voidaan saada osallistettua myös nuoret eri taa- jamista ja kuntarajojen ylitse. Vastaajan henkilökohtaisesta näkökulmasta katsottuna, hän koki, että tapahtuma lisäsi myös aikuisten osallisuutta olla osallisena jotakin suurempaa yhteisöä.

Pelitapahtuman jälkeen vastaaja ilmoitti, että tunteet olivat pinnassa. Tapahtuma ylitti jopa odotukset, koska mukaan oli lähtenyt enemmän osallistujia kuin vastaaja oli odottanut. Tapahtumaan osallistui lasten ja nuorten lisäksi myös aikuisia. Hän nosti myös esiin, että hän on ylpeä siitä, että ihmiset uskalsivat lähteä mukaan, vaikka osaamista tai ei ymmärrystä kaikilla ollut. Vastaajan mukaan suurin yllätys oli, että tämä tapahtuma saatiin vietyä läpi. Mielikuva tapahtumasta oli positiivinen ja ennen kaikkea vastaajalle jäi omien sanojen mukaan ”nälkä”, eli vastaavanlaisia tapahtumia pitäisi saada lisää. Vastaaja toi esiin, että järjestäjä ottaa huomioon tapahtuman viihteellisyysnäkökulman. Lisäksi vastaaja näki, että pelitapahtumien järjestämisellä on myös pedagoginen vaikutus. Pelaamiseen voidaan lisätä entisestään pedagogista painotusta. Vastaaja suosittelee ehdottomasti samankaltaisten

tapahtumien järjestämistä ja toivookin, että tällaiset tapahtumat saisivat entistä vahvemman jalansijan kunnissa. Vastaajan mukaan on suuri ero, järjestetäänkö pelitapatumia ryppäittäin siellä täällä, vai sellainen tapahtuma, joka kokoaa kaikki yhteen.

Vastaaja koki, että tapahtuma oli hyvin järjestetty, mutta parantamisen varaakin olisi ollut. Käyttäjäkokemukseen on vaikuttanut nuorten ja lasten turhautuminen ja heille asioiden selvittäminen. Vastaajan mukaan viestintä oli kattavaa ja hyvää aikuisille, mutta itse kohde-ryhmälle (pelaajille), viestintä oli vajavaista. Moni lapsi ja nuori kääntyi jatkuvasti aikuisten puoleen koska ei ymmärtänyt mitä pitäisi tehdä, tai ei tiennyt mitä seuraavaksi tulisi tapahtumaan. Tämä näkyi myös luokissa rauhattomuutena. Lisäksi nuoret ja lapset ylikuormittivat samoilla kysymyksillä chattia Discordin puolella, jos eivät heti saaneet vastausta kysymykseen. Lisäksi vastaaja kertoi, että vaikka viestintä oli aikuiselle hyvää, mutta mikäli tapahtumassa oli mukana aikuisia, jotka eivät tieneet mitään Discordista tai Twitchistä oli viestintä liian korealentoista. Vastaajan mukaan henkilöstöä oli jäänyt pois tapahtumasta, koska he eivät ole ymmärtäneet mistä tapahtumassa on kyse. Vastaaja haluaisi kehittää tapahtumaa, lisäämällä viestintää ja lisäämällä lisäkäsiä mm. valvojiin. Hän haluaisi osallistaa lapset ja nuoret aikaisemmin tapahtumaan. Vastaajan mukaan kaikki 6- luokkalaiset, eikä välttämättä edes yläkoululaiset tiedä mikä on Discord. Mikäli opettaja ei myöskään tiedä mikä on Discord, niin tilanne on hyvin vaikea.

Yhteenvetona voidaan todeta, että haastateltava henkilö soveltuu täysin aikaisemmin laadittuun käyttäjäpersoonaan ”nuori ja sinnikäs edelläkävijä”. Haastateltava henkilö on nuori ja nuoruutensa elänyt tietokoneiden parissa. Hän on taitava pelaaja ja tuntee hyvin erilaiset pelialustat ja näkee myös pelaamisen ja e- urheilun merkityksen nuorten ja lasten keskuudessa. Hän on niitä henkilöitä, jotka haluavat viedä koulut 2022-luvulle. Hän näkee, että e-urheilu on muutakin kuin pois hukattua ajanvietettä, sillä hän näkee yhteisöllisyyden merkityksen ja teeman, joka yhdistää useita ihmisiä, jopa ikään ja sukupuoleen katsomatta. Nuori ja sinnikäs kokeilija käyttäjäpersoonana on digitaalisesti taitava ja hän on rauhallinen ja hänellä riittää kärsivällisyys monessakin asiassa. Hänellä on kotona hyvä verkkoyhteys. Tapahtuman aikana olevat ongelmat kuitenkin saattavat ärsyttää häntä, mutta nuoret ovat malttamattomimpia ja ärsytys näkyy siellä vielä helpommin. Kyseinen käyttäjäpersoonana on valmis hyppäämään mukaan uusin hankkeisiin ja projekteihin ennakkoluulottomasti ja hän onkin yksi vastaavanlaisten tapahtumien järjestämisen ”moottoreista”. Taulukossa 8 on nähtävissä yhteenveto haastattelusta. Taulukkoon on poimittu yleisimmät ja tärkeimmät havainnot sekä haastateltavan perustaustatiedot.

Haastateltava	Taustatietoa	Ennen pelitapahtumaa	Pelitapahtuman aikana	Pelitapahtuman jälkeen
Ikä	33			
Sukupuoli	Mies			
Sivisisääty	Sinkku			
Lapsia	Ei			
Titteli	Nuoriso-ohjaaja			
Pelaamistausta	Pelitaustaa nuoresta lähtien			
Millä pleaa	Lähes kaikki välineet löytyy, mutta pääsääntöisesti PC			
E-sport	On tuttu ja pelaa itse, sekä yksin, että tiimissä			
Mitä pelejä pelaa	Action pelejä, sekä seikkailupelejä			
Viestintä	Facebook, Instagram, suora kontakti. Discord ja Skynet	Vastaajalle selkeä, mutta epäili ymmärsikö kaikki viestiä, jos ei aikaisempaa kosketuspintaa pelaamiseen. Kollegat olivat yhteydessä kun eivät ymmärtäneet mitä pitää tehdä	Viestintä Discordin ja Twitchin puolella. Opettajilla oli myös digitutoreita apuna ja oppilaat.	Viestinnän selkeyttämistä ja lisää tapahtumia. Pääsääntöisesti viestintä sähköpostiin, mutta myös sosiaaliset kanavat kuten Facebook, Instagram tärkeitä
Discord	Tuttu entuudestaan. Ei suosikki viestintäalusta	Tuttu entuudestaan	Paikoitellen kaaosta. Lähinnä nuorten turhautumista, joka vaikutti myös omaan käyttäjäkokemukseen	Toimi hyvin, mutta välillä pitkiä odotusaikoja
Twitch	Tuttu entuudestaan	Tuttu entuudestaan	Paikoitellen kaaosta. Lähinnä nuorten turhautumista, joka vaikutti myös omaan käyttäjäkokemukseen	Toimi hyvin, mutta välillä pitkiä odotusaikoja
Mitä tunteita herätti	Rakastunut ajatukseen pelitapahtuman toteutumisesta	Rakastaunut ja innostunut tuomaan pelitapahtumia myös koulupäiviin. Vastaajan mukaan koulu on se alusta, joka kokoaa yleisöt yhteen	Innostunut, mutta paikoitelleen turhautumisen tunnetta	Ehdottomasti lisää tapahtumia. Innostunut ja onnistunut tunne, sillä tapahtuma onnistui odotuksia paremmin
Missä voisi kehittää	Viestinnän selkeytys ja tarkat kohderyhmät	Riittävästi tietoa ja oikeat ihmiset mukaan viemään sanomaa eteenpäin. Vastaaja epäili, että kaikki tarvittavat "moottorit" eivät olleet mukana tapahtumassa.	Lisää apukäsiä viestintäkanaville. Myös loppukäyttäjät enemmän mukaan suunnitteluun ja heille myös infopaketteja. Kaikille edes 6-luokkalaisille ei ole selkeätä mikä on esim. Discord.	Nuoret myös mukaan kun suunnitellaan viestintää, eli viestintää myös heille, jotka pelaavat. Vähentää aikuisten tarvetta ohjata ja selittää. Lisää apuja Dicord / Twich ylläpito tiimeihin. Viihteellisyys näkökulma pidettävä mukana. Lisäksi pedagoginen näkökulma pidettävä mukana.
Suurimmat esteet	Huonot verkkoyhteydet ja ihmisten erilaiset TVT-taidot sekä ymmärrys pelaamista kohtaan	Omassa pisteessä riittävät määrät laitteita, mutta verkkoyhteys paikoitelleen katkeillut	Verkon laatu vaihteleva	Verkon laatu vaikuttaa käyttäjäkokemukseen. Lisäksi lapset / nuoret turhautuu

Taulukko 8. Haastattelun yhteenveto

6 Johtopäätökset ja pohdinta

6.1 Yhteenveto ja johtopäätökset

Kehitystyö sai alkunsa kohdeyrityksen kanssa käydyistä yhteisistä keskusteluista. Keskustelun aikana nousi esiin tarve selvittää, millainen käyttäjäkokemus opettajilla ja nuoristomella on Online pelitapahtumassa. Tarve määritteli kehittämistyölle päätavoitteeksi selvittää käyttäjäkokemus ja mallintaa tämä. Tavoitetta kohti edettiin tutustumalla aikaisemmin tuotettuun palvelumuotoilunkäsikirjaan ja päätyemällä tekemään kyselytutkimus. Kyselytutkimus valikoitui tiedonkeruumenetelmäksi, koska tutkimuksessa on haluttu tuoda esiin kohderyhmän ajatukset ja kokemukset pelitapahtumasta. Konstruktiivinen tutkimusmenetelmä toimi osana tiedonkeruumenetelmää, sillä haluttiin luoda jotakin konkreettista. Tässä kehittämistyössä haluttiin mallintaa käyttäjäkokemus mallintamalla käyttäjäpersoonat, käyttäjäkokemuksen mittaaminen, empatiakartat, tunnepyramidit ja käyttäjäpolku. Tutkimuksen tietoperustan pohjalta määriteltiin, että käyttäjäkokemusta tutkittaessa on otettava huomioon koko käyttäjien kulkema käyttäjäpolku. Tästä syystä kyselytutkimus teemoitettiin eri vaiheisiin, ennen tapahtuman alkua, sen aikana ja jälkeen. Lisäksi kyselyn avulla pyydettiin tapahtumaan osallistuneilta kehittämisehdotuksia. Teemojen kysymykset rakentuivat vahvasti saman teeman ympärille, vaikka kussakin kyselyn vaiheessa kysymysten määrä vaihteli. Kyselytutkimus oli myös rakennettu niin, että käyttäjäpersoonien identifioiminen olisi mahdollista.

Opinnäytetyö on luonteeltaan konstruktiivinen case- tutkimus. Konstruktiivinen tutkimus soveltuu hyvin, kun halutaan luoda konkreettiset mallit. (Ojasalo ym. 2009. 66) Tässä opinnäytetyössä on käytetty konstruktiivista menetelmää useasti, sillä konkreettisia malleja on luotu useita kappaleita. Case- tutkimuksen vaatimuksina on useasti, että kysymysten tulisi olla muotoa, miten ja miksi (Kananen 2003, 28–54). Kyselylomakkeessa on juuri käytetty case- tutkimukselle olennaisia kysymysasetteluja.

Tutkimuksen tietoperustassa määriteltiin, että käyttäjäkokemusta halutaan tutkia myös käyttäjäpolun näkökulmasta. Käyttäjäpolun mallintamisen mahdollistamiseksi, kyselytutkimus sisälsi kysymyksiä ennalta määritellyistä teemoista.

Tutkimuskysymys:

Miten opetushenkilökunnan ja nuorisotoimen käyttäjäkokemus voidaan mallintaa?

Tutkimuksen kyselytutkimuksen perusteella pystyttiin tunnistamaan neljä käyttäjäpersoonaa, jotka mallinnettiin. Käyttäjäpersoonat ovat fiktiivisiä henkilöitä, jotka kiteyttävät

käyttäjien erilaiset käyttäytymismallit. Malleissa tuodaan esille profiilien motivaatiot, tarpeet ja roolit. (Suomidigi 2019.)

Karelian Gaming tapahtumaan osallistui useampi kunta ja kyselytutkimus lähetettiin 38 pelitapahtumaan osallistuneelle henkilölle. Vastajille lähetettiin kolme muistutusta kyselytutkimukseen osallistumisesta, mutta vastauksia saatiin silti takaisin vain 12 kappaletta. Vastanneiden henkilöiden osalta tunnistettiin neljä erilaista käyttäjäpersoonaa. Käyttäjäpersoonat nimettiin ”Teknillinen seikkailija”, ”Vastuullinen edelläkävijä”, ”Varovainen puurtaja” sekä ”Nuori ja sinnikäs kokeilija”. Käyttäjäpersoonien avulla haettiin kyselyyn vastanneista fiktiivisiä henkilöitä, jotka vastaavat tutkimusjoukkoa. Persoonan avulla kohdeyritys pystyy paremmin mitoittamaan ja räätälöimään pelitapahtuman sekä siihen tarvittavat välineet kunkin profiiliin / persoonan mukaan.

Käyttäjäpersoonana teknillinen seikkailija on sinut tekniikan kanssa. Hänellä on kokemusta pelaamisesta, ainakin jollakin tasolla. Vastuullinen edelläkävijä on tietoinen digitalisaation mahdollisuuksista, mutta samalla hän pohjaa päätökset faktaan nojautuen. Hän on vastuunkantaja, joka haluaa varmistaa, että myös muilla tapahtumaan osallistuvilla on asiat hyvin. Varovainen puurtaja tekee työnsä hyvin, mutta on tietyllä tavalla vanhanaikainen, eikä hän ole mukavuusalueellansa. Kannustamalla hän kuitenkin voittaa pelkonsa ja lähtee mukaan. Hän kokee myös onnistumisen tunteita, kun hän pystyy tekemään jotakin uutta. Nuori ja sinnikäs kokeilija on nuori ja opetusuran alussa. Hän on osittain syntynyt digitalisaation kanssa ja tekniikka on osa hänen arkeansa. Hän lähtee heti mukaan uusiin kokeiluihin. Hän rakastaa ajatusta pelitapahtumien järjestämisestä koulupäivän aikana.

Kyselytutkimuksen avulla haluttiin myös selvittää käyttäjäpolku. Kyselytutkimukseen vastanneilta haluttiin selvittää, millaisia tunteita heillä oli ennen pelitapahtumaa, sen aikana ja tämän jälkeen. Käyttäjäpolku on mallinnettu, jossa tuotu esiin myös kosketuspisteet sekä tekniikka (laitteet), joka on ollut käyttäjäryhmällä käytössä pelitapahtuman aikana. Jotta käyttäjäpolun voi hahmotella tulee ensin hahmottaa fiktiiviset persoonat. Toisena askeleena on luoda arviointikaavio ja viimeisenä luodaan tehtävämallit. (Szabo 2017, 73–74.)

Käyttäjäpolun lisäksi mallinnettiin jokaiselle tunnistetulle käyttäjäryhmälle empatiakartta. Haluttiin selkeästi tuoda esiin mitä kyseinen ryhmä sanoo, tekee, tuntee ja ajattelee. Empatiakartan tarkoitus on sekä vahvistaa käyttäjäprofiileissa tunnistettuja ominaisuuksia, mutta lisäksi tuoda vielä vahvemmin esille millaisia ihmisiä profiilien takana on ja millaiset heidän tarpeensa ovat. Käyttäjien asenteiden ja käyttäytymisen visualisointi empatiakartalla auttaa UX-tiimejä saavuttamaan syvän loppukäyttäjien ymmärtämisen. Kartoitusprosessi paljastaa myös mahdolliset aukot olemassa olevissa käyttäjätiedoissa. Empatiakartta on ns. visualisointi, jota käytetään ilmaisemaan, mitä tiedämme tietystä käyttäjätyypistä. Empatiakartta

luo yhteisen ymmärryksen käyttäjien tarpeista ja auttaa organisaatioita päätöksenteossa. (Gibbons 2018.)

Kyselytutkimuksen perusteella käyttäjäkokemus eroaa varsin paljon kyselyn osallistuneiden keskuudessa ja pelitapahtuma herättää erilaisia tunteita kussakin vastaajassa. Tutkimuksen tuulosten perusteella voisi todeta, että yksi ja sama viestintämalli ei toimi kaikilla. Käyttäjäkokeusta vahvistaakseen tarvittaisiin räätälöityjä lähestymistapoja.

Kyselytutkimuksessa kuitenkin kävi selkeästi esiin, että käyttäjät ovat olleet varsin tyytyväisiä kohdeyrityksen toimintaan ja tukeen, jota he ovat saaneet. Keskiarvo on 3, asteikolla 1–5. Silti parantamisen varaa näyttää olevan. Kyselytutkimuksessa käytetyt kysymykset sekä vastaukset löytävät tämän raportin liitteenä.

Raportissa on mallinnettu niin käyttäjäkokemus, käyttäjäpersoonat sekä jokaiselle henkilölle on mallinnettu empatiakartta. Koska verkkokyselyyn vastanneita oli ainoastaan kaksitoista kappaletta, päätti tukija validoida tuloksia haastattelemalla Karelian Gaming tapahtumaan osallistuneita. Kolmelle eri henkilölle lähetettiin sähköpostia, jossa kysyttiin mahdollisuudesta haastatella saman teeman ympäriltä. Ainoastaan yksi vastaaja palasi takaisin asiaan ja antoi suostumuksen haastattelulle. Haastattelu järjestettiin pikaisella aikataululla, vain kaksi päivää suostumuksenannon jälkeen. Haastattelu toteutettiin Microsoft Teams sovelluksen kautta ja haastatteluun oli varattu tunti aikaa. Haastattelu taltioitiin. Hyvin nopeasti haastattelun aikana kävi selväksi, että haastateltava sopi raportissa laadittuihin käyttäjäpersoonaan ja empatiakarttaan. Haastateltava profiloitui selkeästi ”nuoreksi ja sinnikkääksi edelläkävijäksi”, jolla on selkeä intohimo, rohkeutta ja riittävää sinnikkyyttä puskea uudenlaiset projektit lävitse kotikunnassa. Kävi selvästi ilmi, että pelaaminen on lähellä omaa sydäntä ja selvästi pelaaminen nähdään yhteisöllisyyttä kasvattavana kokemuksena. Haastateltava näki mahdollisuudet lisätä myös pedagogista näkökulmaa pelaamisen kautta, sitä siis voidaan myös vahvistaa. Voidaan selkeästi päätellä, että kyseisen käyttäjäpersoonan kohdalta kyselytutkimuksen tulokset on analysoitu ja tulkittu oikein. Myös vastaajan kertoman perusteella voidaan myös vetää yhtäläisyyksiä muihin persooniin, joka lisää myös näiden luotettavuutta.

KPI, eli Key Performance indikaattorit ovat olennainen osa myös käyttäjäkokemuksen mittaamisessa. On tärkeätä, että tunnistetaan ja valikoidaan oikeat mittarit. Kehitystyössä päätettiin käyttämään ennen kaikkea CES mittaria sekä tunnepyramidia. Customer Effort Scoreon mittaamalla saatu arvo, joka mittaa ja ilmaisee, miten vaivattomasti asiakas on voinut asioida yrityksen kanssa. (Natunen 2019.) Tunteiden mittaaminen on lisääntynyt, sillä tunteilla on suoranainen vaikutus siihen, miten asiakas kokee palvelun tai tuotteen. Positiiviset

tunteet tuovat lisäarvoa organisaatiolle, kun taas negatiiviset tunteet vähentävät brändin arvoa ja asiakkaan käyttäjäkokemusta. (Korkiakoski 2019, 70.)

Käyttäjäkokeemusta haluttiin mitata ja raportissa esiteltiin sekä Easy net score tulokset, että tunnepyramidit, jokaiselle käyttäjäpersoonalle. Mittaus mallinen on tarkoitus tuoda lisäarvoa ja tietoa mitkä asiat pelitapahtuman osalta toimi hyvin, missä käyttäjäkokemus oli hyvällä tasolla sekä missä asioissa olisi selkeästi parannettavaa. Tunnepyramidien tarkoitus on selvittää, millaiset tunteet käyttäjillä on ja miten eritoten positiivisia tunteita voisi vahvistaa ja hyödyntää jatkossa, jos vastavanalaisia tapahtumia järjestetään. Negatiiviset tunteet on hyvä tiedostaa sillä ne voivat olla uuden tapahtuman este.

Opinnäytetyön alkuperäisenä tavoitteena oli selvittää millainen, on opettajien ja nuorisotoimen käyttäjäkokemus. Tätä haluttiin selvittää mm. siitä syystä, että vastaavanlaisten pelitapahtumien järjestäminen olisi helpompaa. Myös ajatus mahdollisen vastarinnan kitkemisestä ja ennakkoluulojen vähentäminen. Monella aikuisella on ennakkoluuloja pelaamista kohtaan ja sitä ei nähdä pedagogisesta näkökulmasta kasvattavana toimintana. Pelaamista ei myöskään yleisesti ottaen koeta aikuisten keskuudessa yhteisöllisyyttä ja myös motorisia ja visuaalisia taitoja kehittävänä toimintana. Työn tarkoituksena oli löytää kipupisteet ja työkalut selvittävää, miten näihin voitaisiin vaikuttaa. Voiko ihmisten ennakkoluuloihin ja asenteihin vaikuttaa, jos tunnustetaan häiritsevät tekijät. Voisiko pelitapahtumia järjestää mittaamalla kaavalla, jos tiedossa on ns. esteet. Voisiko Karelian Gaming kaltaisia tapahtumia kopioida ja viedä myös muihin kuntiin ja kaupunkeihin.

Tutkimuksen päätavoitteena oli mallintaa Karelian Gaming pelitapahtumaan osallistuneiden opettajien ja nuorisotoimen käyttäjäkokemus. Useimmat ongelmat voidaan ratkaista yksinkertaisesti parantamalla viestintää. Viestinnän parantamisen tavoitteena on yhteisymmärryksen saavuttaminen. Parhaimpia viestintätapoja yhteisymmärryksen tavoitteluun on visuaalisen kartan piirtäminen, eli mallintaminen. Mallinnus on hyödyllinen työkalu. Se ei ainoastaan auta asioiden ymmärtämisessä ja hahmottamisessa, vaan se auttaa myös löytämään aukkoja ja ristiriitoja niin strategiassa kuin muissa lähestymistavoissa. (Szabo 2017, 9–10.)

Tavoitteena oli, että kyselytutkimuksen vastaajien määrä olisi ollut suurempi kuin mitä se oli. Tämä tuotti hankaluuksia mm. työn validoinnin näkökulmasta. Myös tulosten analysointi oli paikoitellen haastavaa. Kesken opinnäytetyöprosessin päätettiin myös toteuttaa teemahaastattelu. Teemahaastattelu onnistui hyvin, mutta tässäkin ongelmaksi jäi vain yhden vastaajan kertomus. Haastateltavan profiili osui kuin osuikin juuri yhden fiktiivisen käyttäjäpersoonan alle. Tämä toi luotettavuutta ja haastattelun perusteella voitiin myös hieman saada näkemyksiä muista persoonista, mutta näitä ei kuitenkaan täysin pystytä validoimaan

yhden haastattelun perusteella. Näin ollen tutkimus jäi hieman alkuperäisestä tavoitteesta mitä tulee vastaajien määrään ja luotettavuuteen. Olosuhteisiin nähden alkuperäiseen pää-tavoitteeseen kuitenkin päästiin ja kaikki mallit saatiin rakennettua, vaikka haasteita olikin. Pää-tavoitteen pitäisi tukea opinnäytetyön alkuperäistä tavoitetta tuomalla esiin erilaiset käyttäjäkokemukseen vaikuttavat mallit. Käyttäjäpersoonat viitoittavat tietä ja poistavat ns. ”ostonesteitä”. Mallit tuovat myös tietoa mitkä asiat toimivat ja missä olisi hyvä parantaa, jotta ennakkoluuloja voidaan vähentää. Eritoten ns. heikot lenkit ovat tunnistettavissa, jolloin niihin voidaan suunnata personoidumpaa viestintää. Lisäksi voidaan tuoda enemmän esiin myös pedagogista näkökulmaa.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen tietoperustan kirjoittamisessa on hyödynnetty kattavasti tieteellisiä vertaisarvioituja kansainvälisiä artikkeleita, kansainvälisiä kirjalähteitä sekä kotimaisia artikkeleita, - että kirjalähteitä. Konstruktiivisen tutkimusmenetelmän ja tapaustutkimuksen kirjallisuudesta löydettiin erilaisia malleja aihepiiriin liittyen, joiden pohjalta päädyttiin myös valittujen tutkimusmenetelmien käyttöön ja mallien rakentamiseen. Kirja- ja lehtiartikkelilähteitä hyödynnettiin monipuolisesti tietoperustan kirjoittamisessa. Lähteitä hyödynnettiin termien avaamisessa. Lisäksi hyödynnettiin yleisesti aiheen ympäriltä olevaa tietoa ja malleja. Erilaisten mallien avulla on pyritty avaamaan aihetta entuudestaan ja selvittää erilaiset prosessit ja niiden sisällöt ja tavoitteet. Valinnoilla pyrittiin tietoperustan suhteen varmistamaan lähdeaineiston laadukkuus ja luotettavuus.

Tutkimukseen haluttiin lisätä tutkittavan ilmiön luotettavuutta ja saada vahvistus, että esitetyt käyttäjäkokemuksen mallit ovat paikkansapitäviä. Päädyttiin tekemään vielä haastattelut henkilöille, jotka olivat osallistuneet Karelian Gaming pelitapahtumaan.

Oleellisia kysymyksiä tutkimustyön osalta ovat validiteetti ja reliabiliteetti, jotka kulkevat koko tutkimuksen läpi poikkileikkaavasti. Käsitteitä tuleekin pohtia koko tutkimuksen ajan. Useasti nämä kaksi käsitettä määritellään kahdesta eri näkökulmasta. Onko tutkimusmenetelmä validi ja reliaabeli, että ovatko tuloksista johdetut päätelmät valideja ja reliaabeleja. (Hiltunen 2009, 1.)

Validiteetti ilmaisee ennen kaikkea, miten hyvin tutkimuksessa käytetty tutkimusmenetelmä mittaa sitä tutkittavaa ilmiön ominaisuutta, jota on ollut tarkoitus mitata. Oikeuttaako käytetty aineisto, tutkimusmenetelmä ja saadut tulokset esitetyt väitteet. Validiteetilla tarkoitetaan päätelmien sopivuutta, käyttökelpoisuutta ja mielekkyyttä, joita mittaustuloksista tehdään. (Hiltunen 2009, 2–3.)

Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimusmenetelmän näkökulmasta, miten luotettavasti sekä toistetavasti käytetty mittaus- tai tutkimusmenetelmä mittaa käsiteltävää ilmiötä. Reliabiliteetilla on tärkeä tehtävä, sillä tämän avulla punnitaan, johtuuko tutkimustulos vain sattumista, vai pystytäänkö tulokset riippumattomasti toistamaan. (Hiltunen 2009, 4–5.)

Kehittämistyössä on huomioitu huolellisuus, tarkkuus ja rehellisyys. Kyselytutkimukseen osallistuneille on kerrottu avoimesti mitä kehitystyöllä tavoitellaan ja mikä heidän osuutensa on kehittämistyön osalta. Kyselytutkimukseen osallistuneille painotettiin, että heitä ei yksilöidä ja heidän anonymiteettinsä säilyy. Kyselytutkimus oli myös laadittu niin, että vastaajia ei pystytty identifiomaan vastausten perusteella.

Tutkimuksen validiteettiin ja reliabiliteettiin vaikutettiin tekemällä kyselytutkimuksen lisäksi haastattelu, jolla tutkimuksen luotettavuutta ja toistettavuutta lisätään. Onnistuttiin haastattelemaan vain yksi henkilö, mutta henkilön vastaukset korreloivat siinä määrin kerättyyn ja analysoituun aineistoon, että tutkimusta voidaan pitää varsin luotettavana.

Validiteettiin ja reliabiliteettiin kuitenkin voidaan osoittaa kritiikkiä, sillä kyselytutkimukseen vastasi ainoastaan kaksitoista henkilöä, vaikka tutkimus lähetettiin kaiken kaikkiaan kolmekymmenelle kahdeksalle henkilölle. Vastausprosentti jäi näin olleen varsin alhaiseksi, joka heikentää tutkimuksen luotettavuutta sekä tutkimuksen toistettavuutta.

6.3 Tulosten käytettävyys ja jatkokehittämisehdotukset

Opinnäytetyön tuloksina syntyi raportti sekä käyttäjäkokemuksen mallinnukset. Tutkimuksesta syntyneet mallit olivat, käyttäjäkokemuksen mittaamisen mallit, käyttäjäpersoonat, käyttäjäpolku sekä empatiakartat jokaiselle käyttäjäpersoonalle. TBBZ esports Oy voi hyödyntää malleja käyttäjäkokemuksen kehittämisessä, johtamisessa sekä MINT- hankkeen laajentamisessa koskemaan muitakin Suomen kuntia. Opettajien käyttäjäkokemuksen ymmärtäminen on olennainen osa koko tapahtuman järjestämisen kannalta, sillä opettaja ja nuorisotoimi on se taho, joka tapahtuman käytännössä järjestää oppilaille. Mikäli opettajat ja nuorisotoimi eivät sitoudu tapahtumien järjestämiseen, ei tapahtumia järjestetä.

Kohdeyritys voi käyttää käyttäjäpolkumallia vahvistaakseen käyttäjäkokemusta. On hyvä ymmärtää mitä kuikin vaihe herättää käyttäjissä, sekä millaisia haasteita tapahtumaketjussa ilmenee. Käyttäjäpolun avulla kohdeyritys voi rakentaa parempaa käyttäjäkokemusta sekä purkaa mahdollisia ”oston” esteitä, eli tässä tapauksessa tapahtumaan osallistumatta jättämiseen tai tapahtumaan uudestaan mukaan lähtemiseen. Mitä matalampi kynnys ja mitä positiivisempi kuva käyttäjällä on, sitä helpommin hänestä tulee jatkuva käyttäjä. Tunnepyramidin hyödyntäminen onkin tässä oiva työkalu. Lisäksi kohdeyritys voi käyttää erilaisia

mittausmenetelmiä varmistaakseen käyttäjäkuntansa uskollisuuden, niin brändiä, kuin uusia tapahtumia kohtaan.

6.4 Jatkokehitysehdotukset

Jatkokehitysehdotuksena Trailblazerille on ottaa tämän tutkimuksen tulokset käyttöön käyttäjäkokemusta kehittäessä. Kyselytutkimuksen tuloksista ja tutkimuksen johtopäätöksistä on nähtävissä, millainen on opettajien ja nuorisotoimen käyttäjäkokemus ja mitkä asiat siihen vaikuttavat. Opinnäytetyön päätavoite oli mallintaa käyttäjäkokemus. Huomioimalla käyttäjäkokemuksen mittaustulokset, käyttäjäpersoonat, tunnepyramidit, empatiakartat ja tapahtuman käyttäjäpolku, voi kohdeyritys kehittää Online pelitapahtumia. Kohdeyritys voi ottaa mallit osaksi toiminnan johtamista ja kehittämistä.

Online pelitapahtumaan osallistuneilta tulleet kehitysehdotukset ja toiveet perustuvat ennen kaikkea viestinnän selkeyttämiseen. Opettajilla ja nuorisotoimella, jotka eivät ole kovinkaan tietoisia online- pelaamisesta ja erilaisista alustoista, olisi myös mahdollisuus osallistua tapahtumaan, jos viesti olisi selkeä. Lisäksi käyttäjiltä tuli toivetta, että myös kohderyhmälle, eli itse oppilaille oleva viestintä selkeytetään ja heidät osallistetaan mukaan alusta lähtien. Pelaajille on tärkeätä viestiä, jotta heillä on selkeä ymmärrys mistä on kyse. Viestinnän selkeyttäminen saattaa vähentää rauhattomuuden tunnetta, jota luokissa ja pelialustoilla (Discord ja Twitch) oli havaittavissa. Viestinnän selkeyttäminen parantaa opettajien ja nuorisotoimen käyttäjäkokemusta. Useimmat ongelmat voidaan siis ratkaista viestintää parantamalla. Viestinnän parantamiseen ja yhteisymmärryksen tavoittelemiseen tulisi käyttää erilaisia käyttäjäkokemuksen mallintamisen kartoja. Lisäksi on hyvä muistaa, että luodut karrat eivät ole ikuisia ja niitä tulee päivittää säännöllisin väliajoin.

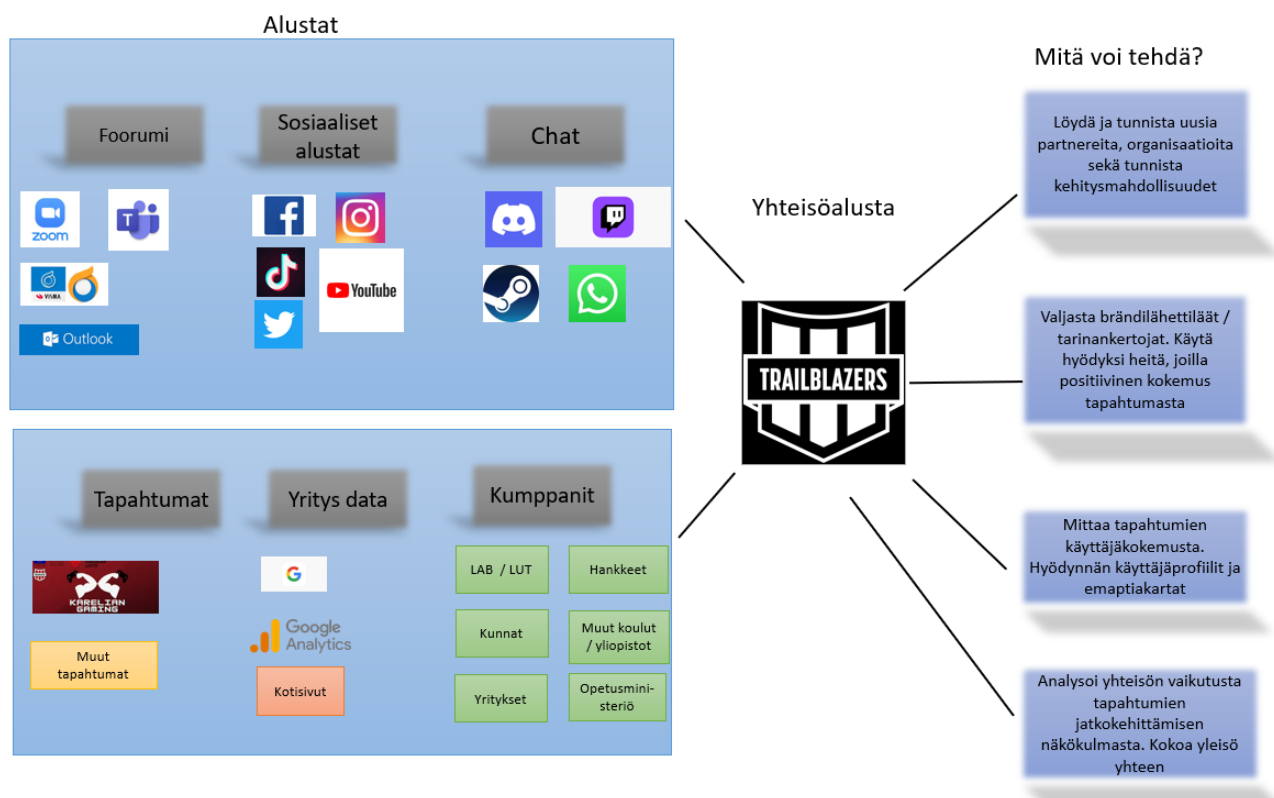
Käyttäjiltä tuli vahvasti esiin sana yhteisöllisyys. Yhteisöllisyys on suurin syy, miksi vastaavanlaisia tapahtumia halutaan lisää. Kohdeyritys on näin ollen oikealla tiellä ja vastaa vahvasti myös Suomi- mallin ja uuden opetussuunnitelman digitaalisten valmiuksien lisäämiseen.

Ehdotuksena on, että kohdeyritys keskittyy yhteisöllisyyden luomiseen toimimalla tietyn tyyppisenä yhteisöalustana. Kohdeyrityksellä on useita kosketuspisteitä, joiden kautta ovat kontaktissa erilasiin yleisöihin.

Kuviossa 28 on esiteltyä yhteisöalustakartta, jossa koottuna yhteen foorumit, jonka kautta kohdeyritys lähestyy erilaisia yleisöjä. Kohdeyritys mainostaa erilaisilla sosiaalisilla alustoilla ja eritoten TikTok on noussut etenkin nuorten, mutta myös aikuisten ja yritysten keskuudessa uudeksi viestintäkanavaksi. TiKTokin käyttöä siis suositellaan käytettäväksi tapahtumien markkinointiin, mutta myös tietoisuuden lisäämiseen. Yritys käyttää tällä hetkellä

pelitapahtumissa ennen kaikkea Discordia ja Twitchiä pelitapahtuman alustoina. Steam nousi esiin haastattelussa ja myös WhatsApp pikaviestintäkanavana. Tapahtumia tulisi nostaa vahvasti esiin erilaisissa kosketuspisteissä (kanavissa). Lisäksi yrityksen olisi hyvä analysoida olemassa olevaa informaatiota (dataa), erilaisten analyysisivustojen kautta. Datat avulla saadaan arvokasta tietoa, jolloin käyttäjäkokemusta voidaan parantaa sekä sitä voidaan räätälöidä jokaiselle käyttäjäpersoonalle ryhmälle erikseen. Lisäksi tietoa voidaan räätälöidä ja kohdistaa erilaisille kumppaneille, jotka ovat tärkeitä pelitapahtumien mahdollistamiseksi. Kohdeyritys voi löytää ja tunnistaa uusia partnereita, organisaatioita sekä tunnistaa uusia kehitysmahdollisuuksia erilaisia kosketuspisteitä hyödyntäen ja niitä analysoida. Kohdeyrityksen kannattaa ehdottomasti hyödyntää pelitapahtumassa olevien käyttäjäkokemuksia, eritoten heitä, jotka ovat tuoneet positiivisen kokemuksen esiin. Käyttäjaprofiilit ”nuori ja sinnikäs edelläkävijä” ja ”teknillinen edelläkävijä” profiilien hyödyntäminen ja heidän valjastamisensa ns. brändilähettiläiksi. Nämä lähettiläät voivat vaikuttaa positiivisesti muiden käyttäjäkokemukseen sekä halukkuuteen lähteä mukaan vastaavanlaisiin pelitapahtumiin.

Kohdeyrityksen olisi hyvä mitata säännöllisin ajoin käyttäjäkokemusta sekä hyödyntää eri käyttäjäkokemuksen malleja. Lisäksi kohdeyrityksen on hyvä pysähtyä ja analysoida jokaisen tapahtuman jälkeen käyttäjäkokemusta ja parantaa tätä jatkuvalla syklillä. Kohdeyritys voi erottautua joukosta ja luoda aivan uudenlaisten tavan osallistaa ja jakaa tietoa e-urheilusta kokoamalla yleisö yhteen yhdelle alustalle.



Kuvio 28. Trailblazers yhteisöalusta

7 Loppusanat

Raportin kirjoittamisessa on hyödynnetty laajasti tietoa eri lähteistä. Raportin kirjoittamien ja aihe on ollut opinnäytetyön kirjoittajalle mieluisa ja se on tukenut kirjoittajan työelämää. Raportin kirjoittaja vaihtoi työpaikkaa opinnäytetyön kirjoittamisen aikana, jolloin ratkaiseva tekijä työpaikan saannille oli tietämys e- urheilusta, käyttäjäkokemuksesta, käyttäjäpersoonista sekä pelaamisesta ylipäätensä. Lisäksi opinnäytetyön aiheen innottomana tutkija on syventynyt etuudestaan eri pelialustoiden toimintoihin, sekä streeamuksen saloihin myös teknillisestä näkökulmasta katsottuna.

Kirjoittaja haluaa kiittää kohdeyritystä sekä kaikkia kyselyyn ja haastatteluun osallistuneita henkilöitä. Lisäksi iso kiitos LAB ammattikorkeakoululle ja eritoten opinnäytetyön vastaavalle opettajalle Taina Orpanalle aihevinkistä ja kaikesta tuesta kehitystyöprosessin aikana. Kiitokset kuuluvat myös Trailbalzerille, sekä Ville Suutarille LAB ammattikorkeakoulun puolelta ja Erno Salmelalle LUT yliopiston puolelta. Kiitos opinnäytetyön mahdollistamisesta.

Nummelassa 16.5.2022

Heidi Seppälä

Lähteet

Aalto University. 2012. Käyttäjäpersoonat herättävät käyttäjät eloon. Blogi. Viitattu 20.9.2021. Saatavissa <https://blogs.aalto.fi/itainnovaatiopalvelu/2011/10/20/kayttajapersoonat-herattavat-kayttajat-eloon/>

Bevan, Nigel. n.d. What is the difference between the purpose of usability and user experience evaluation methods? Artikkel. Viitattu 11.8.2021. Saatavissa <https://citeserx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.460.6252&rep=rep1&type=pdf>

Brown, Jennifer- Leigh. 2018. Empathy Mapping: A Guide to Getting Inside a User's Head. Kolumni. Viitattu 26.1.2022. Saatavissa <https://www.uxbooth.com/articles/empathy-mapping-a-guide-to-getting-inside-a-users-head/>

Discord. 2022. Viitattu 26.1.2022. Saatavissa <https://discord.com/>

Faranello, Scott. 2016. Practical UX Design. E-kirja. Viitattu 11.8.2021. Saatavissa: <http://web.b.ebscohost.com.ezproxy.saimia.fi/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fMTIyODUxNV9fQU41?sid=0bfea2af-e579-4157-a8d8-6965b5527910@sessionmgr103&vid=0&format=EB&rid=1>

Gibbons, Sarah. 2018. Empathy Mapping: The First Step in Design Thinking. Artikkel. Viitattu 26.4.2022. Saatavissa <https://www.nngroup.com/articles/empathy-mapping/>

Hiltunen, Leena. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Jyväskylän Yliopisto. Viitattu 27.3.2022. Saatavissa http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ ja_reliabiliteetti.pdf

Interaction Design Foundation. 2021. Personas – A Simple Introduction. Artikkel. Viitattu 21.9.2021. Saatavissa ISO. 2010. Julkaisu. Viitattu 8.8.2021. Saatavissa <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-1:v1:en>

IteWiki. n.d. Käyttöliittymä- & käyttäjäkokemussunnittelu (UI & UX Design). Kolumni. Viitattu 30.8.2021. Saatavissa <https://www.itewiki.fi/opas/kayttoliittymasuunnittelu-ux-user-experience-design-eli-kayttajakokemus/>

Kananen, Jorma. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Opinnäytetyö. Viitattu 8.8.2021. Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Karelian Gaming. 2021. Viitattu 6.9.2021. Verkkosivu. Saatavissa <https://kareliangaming.fi/>

Karlin, Mikko-Pekka. 2020. Discord – virtaviivainen viestintäpalvelu. Blogi. Viitattu 26.1.2022. Saatavissa <https://www.kuulu.fi/blogi/discord-virtaviivainen-puheviestintapalvelu/>

- Kevin, Nichols., Donald, Chesnut. 2014. UX for Dummies. E-kirja. Viitattu. 8.8.2021. Saatavissa <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.saimia.fi/lib/lab-ebooks/reader.action?docID=1674223>
- Klaus, P., Maklan, S. 2012. EXQ: a multiple-item scale for assessing service experience. Journal of Service Management. Artikkel. <https://lut.primo.exlibrisgroup.com/>
- Koivisto, M., Säynäjäkangas, J., Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun Bisneskäsikirja. Viitattu 9.8.2021. Alma Talent
- Kraneis, Samuli., Rantala, Kalle. 2018. Kaikki E-Urheilusta. Viitattu 19.1.2022. Otavan Kirjapaino
- Kreapal. n.d. Asiakaskokemus, Opas asiakaskokemuksen kehittämiseen. Artikkel. Viitattu 8.8.2021. Saatavissa <https://www.kreapal.fi/wp-content/uploads/asiakaskokemus-opas.pdf>
- Lehto, S. 2020. Palvelumuotoilun prosessit ja kehitys. Hämeen Ammattikorkeakoulu. Opin- näytetyö Viitattu. 4.8.2021. Saatavissa https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/347269/Susanna_Lehto.pdf?sequence=2&isAllowed=y&fbclid=IwAR0VBABFPF1ZHmFSam4s4RdMRHE-ovBIYzxxhAOSy_wzYjgNW1JHCHsLGQZCM
- Luukka, Kari. 2001. Konstruktiivinen tutkimusote. Blogi. Viitattu 25.1.2022. Saatavissa <https://metodix.fi/2014/05/19/lukka-konstruktiivinen-tutkimusote/>
- Maechler, Nicolas., Neher, Kevin., Park, Robert. n.d. From touchpoints to journeys: Seeing the world as customers do. Artikkel. Viitattu 7.9.2021. Saatavissa <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/from-touchpoints-to-journeys-seeing-the-world-as-customers-do>
- Maijala, Raisa. 2018. Empatiaa kehittämässä. Osa 2 – empatia tutkimuksen kohteena. Artikkel. Viitattu 26.1.2022. Saatavissa: <https://www.palvelupolkuja.fi/yleinen-fi/empatiaa-kehittamassa-osa-2-empatia-tutkimuksen-kohteena/>
- Matz, Kevin. 2013. Architecting Usability. Artikkel. Viitattu 30.8.2021. Saatavissa <http://architectingusability.com/2012/06/28/donald-normans-design-principles-for-usability/>
- Minttiin. 2021. Viitattu 6.9.2021. Saatavissa <https://www.minttiin.fi/>
- Nielsen, Lene. 2019. Personas – User Focused Design Second Edition. E-kirja. Viitattu 20.9.2021. Saatavissa <https://link-springer-com.ezproxy.cc.lut.fi/content/pdf/10.1007%2F978-1-4471-7427-1.pdf>

Noreldzaihan, Mohd, Raisa., Rosidah, Musab., Mazzini, Muda. 2015. Reconceptualisation of Customer Experience Quality (CXQ) Measurement Scale. Artikkel. Viitattu 19.3.2022. Saatavissa <https://pdf.sciencedirectassets.com/282136/1-s2.0-S2212567116X00044/1-s2.0-S2212567116301289/main.pdf?X-Amz-Security->

Nuortekoski. n.d. Ohjeita Discordin käyttämiseen. Artikkel. Viitattu 26.1.2022. Saatavissa <https://nuortekoski.fi/osallistu-discord/>

OAJ. Koulutuksen digitalisaatio. 2021. Viitattu 11.7.2021. Saatavissa <https://www.oaj.fi/politiikassa/koulutuksen-digitalisaatio/>

Ojasalo, Katri., Moilanen, Teemu. Ritalahti, Jarmo. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Viitattu 25.1.2022. WSOYpro.

Opetus ja kulttuuriministeriö. 2021. Harrastamisen Suomen malli. Viitattu 4.8.2021. Saatavissa <https://minedu.fi/suomen-malli>

Pennanen, Elina. 2018. Millä mittareilla asiakaskokemusta kannattaa mitata? Viitattu 26.1.2022. Saatavissa <https://www.asml.fi/blogi/nakokulmia-asiakaskokemuksen-mittamiseen/>

Prototyprio. 2016. The Difference Between UI and UX Design. Artikkel. Viitattu 7.9.2021. Saatavissa <https://blog.prototypr.io/the-difference-between-ui-and-ux-design-f229efd19bdc>

Puusa, Anu., Juuti, Pauli. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Viitattu 26.9.2021. Gaudeamus.

Revel.design. 2020. Key factors that influence user experience. Artikkel. Viitattu 29.8.2021. Saatavissa https://revel.design/website-design/key-factors-that-influence-user-experience/?_cf_chl_managed_tk__=pmd_iEd-HDVx308eGTD.0b6WpogPWRHqQOHF5SrbOmgHxFTQ-1630045434-0-gqNtZGzNAvujcnBszQgl

Rosenzweig, Elizabeth. 2015. Successful User Experience: Strategies and Roadmaps. E-kirja. Viitattu 11.8.2021. Saatavissa <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.saimia.fi/lib/lab-ebooks/reader.action?docID=2122438>

Sallinen, Ville. 2010. Käyttäjäkokemuksen määrittelyn erot eri käyttäjäryhmien ja kehittäjien välillä sekä niiden merkitys. Kandidaatintyö. Viitattu 8.8.2021. Saatavissa https://lut-pub.lut.fi/bitstream/handle/10024/113777/kandi_ux_v087_final.pdf?sequence=2&isAllowed=

Savolainen, H. Vilkkö, R. Vähäkylä, L. 2017. Oppimisen tulevaisuus. Viitattu 8.8.2021. Gaudeamus.

SEUL. Suomen Elektroonisen urheilun liitto. 2021. Viitattu 11.7.2021. Saatavissa <https://seul.fi/e-urheilu/>

Szabo, P. 2017. User experience mapping: get closer to your users and create better products for them. E-kirja. Viitattu. 1.4.2022.

Sitra. 2017. Megatrendit, Matka tulevaisuuteen. Sitra megatrendikortit. Viitattu 29.8.2021. Saatavissa <https://media.sitra.fi/2016/01/10093022/2017-07-05-Sitra-megatrendikortit-web-FIN.pdf>

Suomidigi. 2019. Käyttäjäpersoonat. Artikkel. Viitattu 20.9.2021. Saatavissa <https://www.suomidigi.fi/ohjeet-ja-tuki/menetelmat/kayttajapersonat>

Teknologian tutkimuskeskus VTT. 2009. Viitattu 20.9.2021. Saatavissa <https://www.vttresearch.com/sites/default/files/pdf/tiedotteet/2009/T2508.pdf>

Tuomi, Jouni., Sarajärvi, Anneli. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Viitattu 21.8.2021. Tammi Helsinki.

Tuulaniemi, Juha. 2016. Palvelumuotoilu. Viitattu 20.10.2021. Kariston kirjapaino Hämeenlinna.

Trailblazers.2021. Viitattu 6.9.2021. Saatavissa: <https://trailblazers.gg/mika-on-trailblazers/>

Trustmary. 2022. Customer effort score (CES) – Mittari käyttäjäkokemuksen mittaamiseen. Artikkel. Viitattu 26.1.2022. Saatavissa: <https://trustmary.com/fi/asiakaskokemus/customer-effort-score-ces-mittari-kayttajakokemuksen-mittaamiseen/>

Twitch. 2022. Viitattu 26.1.2022. Saatavissa <https://www.twitch.tv/p/en/about/>

Twitch tv. 2021. Twitchin peruskurssi. Viitattu 26.1.2022. Saatavissa. <https://www.twitch.tv/creatorcamp/fi-fi/learn-the-basics/twitch-101/>

UserTesting. 2018. UI vs. UX: What's the difference between user interface and user experience? Artikkel. Viitattu 30.8.2021. Saatavissa <https://www.usertesting.com/blog/ui-vs-ux>

Wesolko, Dane. 2016. The Theory of Affordances. Blogi. Viitattu 30.8.2021. Saatavissa: <https://medium.com/@danewesolko/the-theory-of-affordances-cb51fd138b3e>

Yablonski, Jon. 2020. Laws of UX, Using Psychology to Design Better Products & Services. E-kirja. Viitattu 28.9.2021. Saatavissa <https://web-a-ebscohost->

com.ezproxy.saimia.fi/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzI0NTAyNDI0fX0FO0?sid=f0276919-13d8-4b9c-ba75-bc108f415fbc@sdv-sessmgr03&vid=0&format=EB&lpid=lp_v&rid=0

Yachin, Jonathan, Moshe. 2018. The 'customer journey': Learning from customers in tourism experience encounters. Artikkele. Viitattu 19.9.2021. Saatavissa: <https://pdf.sciencedirectassets.com/282075/1-s2.0-S2211973618X00038/1-s2.0-S2211973618300795/main.pdf?X-Amz-Security-Token=>

Liite 1: Karelian Gaming käyttäjäpolku

Parhaillaan oleva Käyttäjäkokemus			
Käyttjäpolku	Ennen pelitapahtumaa	Pelitapahtuman aikana	Pelitapahtuman jälkeen
Kosketuspisteet	Pelitapahtuman visuaalinen ilme Yhteydenotto oppilaitokseen ja opettaji Kohdeyrityksen esittely (brändi) Teams Palverit Discordin ja Twitch	Karelia Gaming tuki saatavilla ongelmatilanteissa Oppilaiden tuki Digitutor opettaja Discordin ja Twitch	Kollegat Oppilaat Karelia Gaming kysely (palvelukäsikirja)
Käyttöliittymät (Discord & Twitch)	Ei ole tuttu entuudestaan On tuttu etuudestaan Olen käyttänyt aikaisemmin	Käyttöliittymä aika helppo oppia Käyttöliittymää oli suhteellisen miellyttävä käyttää Käyttöliittymä on varsin selkeä Käyttöliittymä voisi ohjata paremmin tapahtuman kulussa Käyttöliittymä ohjaa huonosti miten toiminnot voi peruuttaa Käyttöliittymät ovat suhteellisen helpot ymmärtää tapahtumat etenevät suhteellisen loogisessa järjestyksessä Käyttöliittymässä virheen tekemisen mahdollisuus on suhteellisen pieni	Käytän jatkossa En käytä En osaa sanoa
Välineet	Kannettava tietokone Tietokone desktop Oppilaiden kännykät Tabletit Televisio Omat välineet	Kannettava tietokone Tietokone desktop Oppilaiden kännykät Tabletit Televisio Omat välineet	Kannettava tietokone Tietokone desktop Oppilaiden kännykät Tabletit Televisio Omat välineet
Verkko	Kiinteä verkko Mobiilidata	Kiinteä verkko Opettajan mobiilidata Oppilaiden mobiilidata	
Kanavat	Sähköposti Esimes Wilma Kuulin työkaverilta Kohdeyritys oli suoraan yhteydessä	Discord ja Twitch Puhelin Sähköposti	Sähköposti Wilma Instagram Facebook Kotisivut Kunta Esimes
Tunteet	Jännitys Odotus Epävarmuus Epätietoisuus Ei odotuksia Kiireentuntu Korkeat odotukset Hyvä tunne Tuttu tapahtuma entuudestaan Innostus	Helppotus Positiivinen tunne Verkkongelmat häiritsivät ajoittain Ei herättänyt tunteita lainkaan Hauskuus Pakonomaisuus Epävarmuus Luottamus oppilaiden osaamiseen Ymmärsin mistä on tapahtumassa on kyse Tuki saatavilla ongelmatilanteissa Tapahtuman järjestely on työläs tai osittain työläs Tapahtuman aikana paljon ongelmia	Hyvä tapahtuma Hyvä olo Ilo oppilaiden puolesta Iloiset, mutta tekniset ongelmat harmittavat Kaikilla oli hauskaa Kiire, muut työt jäi tekemättä Eriäinen koulupäivä Ärsyyntenisyytys Levottomuus Ei tuntunut mitään Positiivinen kokemus Osallistuisin uudestaan Tieto E-urheilusta lisääntyi jonkin verran Suosittelisin suurella todennäköisyydellä muuta osallistumaan vastaavaan tapahutmaan Yhteisöllisyys
Mahdollisuudet			
Käyttäjän matka tapahtuman aikana ----->			

Liite 2: Karelian Gaming visuaalinen käyttäjäpolku



<p>Käyttäjien tunteet Mitä käyttäjä tuntee?</p>	 <p>Rakastunut Jännitys, Odotus Epävarmuus, Epätietoisuus, Ei odotuksia, Kiireentuntu, Korkeat odotukset, Hyvä tunne, Tuttu tapahtuma entuudestaan, Innostus</p>	 <p>Helppous, Positiivinen tunne, Verkkoongelmat häiritsevät ajoittain, Ei herättänyt tunteita lainkaan, Hauskuus, Pakonomaisuus, Epävarmuus, Luottamus oppilaiden osaamiseen, Ymmärsin mistä on tapahtumassa on kyse, Tuki saatevilla ongelmatilanteissa, Tapahtuman järjestely on työläs tai osittain työläs, Tapahtuman aikana paljon ongelmia</p>	 <p>Yhteisöllisyys, Hyvä tapahtuma, Hyvä olo, Ilo oppilaiden puolesta, Iloiset, mutta tekniset ongelmat harmittavat, Kaikilla oli hauskaa, Kiire, muut työt jäi tekemättä, Erläinen koulupaiva, Arsyntyisyys, Levottomuus, Ei tuntunut mitään, Positiivinen kokemus, Osallistuisin uudestaan, Tieto E-urheilusta lisääntynyt jonkin verran, Suosittelisin suurella todennäköisyydellä muita osallistumaan vastaavaan tapahtumaan, Yhteisöllisyys</p>
<p>Prosessin kulku Kuka vastaa pelitapahtuman kulusta?</p>	<p>Karelia Gaming</p> <p>Kunnat</p> <p>Rehtori / esimiehet</p> <p>Opettajat</p> <p>Nuorisotoimi</p> <p>Digitutor</p>	<p>Yksittäinen Opettaja vastaa omasta ryhmästä</p> <p>Oppilaat</p> <p>Karelia Gaming</p> <p>Digitutor</p> <p>Nuorisotoimi, jokainen vastaa omasta ryhmästä</p>	<p>Karelia Gaming</p> <p>Yksittäinen Opettaja vastaa omasta ryhmästä</p> <p>Nuorisotoimi, jokainen vastaa omasta ryhmästä</p> <p>miro</p>
<p>Mahdollisuudet</p>	<p>Twitter</p> <p>TIKTOK</p> <p>Youtube</p> <p>Uudet kunnat</p> <p>Pelitapahtuman konseptointi & "myyminen" eteenpäin</p> <p>Suosittelijat / brändilähettiläs</p> <p>Oppilaiden osallistaminen</p> <p>Uudet kumppanit</p> <p>Käyttäjä- kokemuksen vahvistaminen</p> <p>Data, käyttäjäprofiilit , kohdennettu viestintä</p>	<p>Oikea aikainen tuki</p> <p>Selkeä vastuiden jako</p> <p>Uudet kumppanit</p> <p>Viestinnän selkeyttäminen</p> <p>Uusia alustoja</p> <p>Käyttäjä- kokemuksen vahvistaminen</p>	<p>Yhteisöllisyyden alustana toimiminen</p> <p>TIKTOK</p> <p>Jälkimarkki- nointi</p> <p>Lisää vihteellisiä tapahtumia</p> <p>Käyttäjä- kokemuksen vahvistaminen</p> <p>Brändilähettiläs</p> <p>Uudet kumppanit</p> <p>Räätälöity viestintä</p> <p>miro</p>

Liite 3. Haastattelurunko

Taustatiedot:

- Sukupuoli?
- Ikä?
- Toimipiste?
- Titteli
- Osallistuitko Karelian Gaming tapahtumaan?
- Pelaatko pelejä, jos pelaat niin mitä ja millä laitteella (PC, kännykkä, pelikonsoli, joku muu?) (Seikkailupelejä, urheilupelejä, toimintapelejä tms.)
- Onko sinulla lapsia
- Pelaatko itse tai joku perheestäsi e- urheilua?
- Oliko Discord ja Twitch entuudestaan tutut alustat?
- Miten määrittelisit omat TVT- taidot 1–5?

2. Nykytila

- Oliko Karealia Gaming tapahtuma sinulle tuttu ennen kuin päätit osallistua tapahtumaan?
- Missä kohtasit palvelun brändin ensimmäisen kerran?
- Millainen mielikuva sinulle muodostui tapahtumasta ennen sen alkamista?
- Mitä kautta päädyit Karelian Gaming tapahtumaan?
- Olitko saanut suosituksia?
- Mitä tunteita herätti ennen tapahtumaa?

3. Ennen pelitapahtumaa

- Minkä takia päädyit lähtemään mukaan Karelian Gaming tapahtumaan?
- Törmäsitkö Karelian Gaming markkinointiin?
- Oliko markkinointi mielestäsi laadukasta ja kattavaa

- Mitä tunteita tapahtuma herätti?

4. Pelitapahtuman aikana

- Millaiseksi koit pelitapahtuman?
- Mikä pelitapahtumasta teki/ei tehnyt laadukasta?
- Vastasiko pelitapahtuma odotuksiasi?
- Millaisena koit Karelian Gamingin osallisuuden?

5. Pelitapahtuman jälkeen

- Täyttikö pelitapahtuma odotukset?
- Mitä tunteita se herätti?
- Onko tapahtumassa ollut jotain, mikä on yllättänyt?
- Millainen mielikuva pelitapahtumasta jäi?
- Muuttuiko mielikuva?
- Oletteko ajatelleet osallistuvanne tapahtumaan uudestaan?
- Suositteletteko tapahtumaa, jos ette tai kyllä, niin miksi?
- Miten tapahtuman voisi järjestää paremmin?

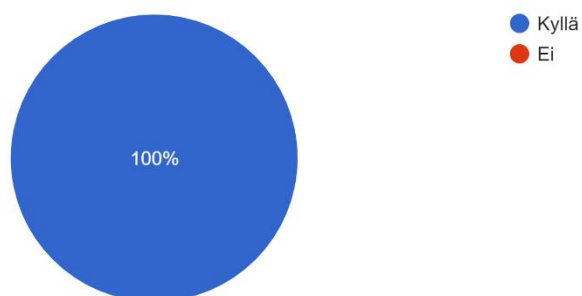
6. Palvelukanavat

- Mitä kautta toivoisit, että pelitapahtuman viestintä hoidettaisiin?
- Onko nyt käytössä olevat kanavat riittävät ja yhteneviä keskenään?

Liite 4. Kyselytutkimuksen kysymykset ja vastaukset

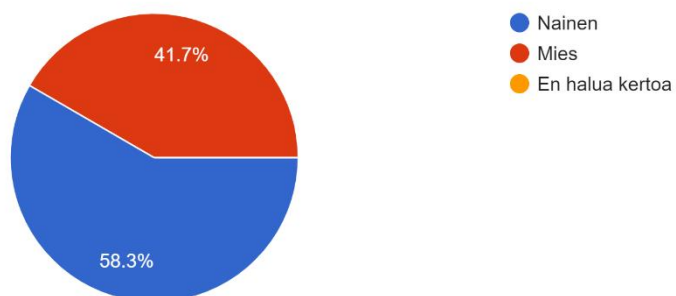
1. Osallistuitko Karelia Gaming tapahtumaan?

12 responses



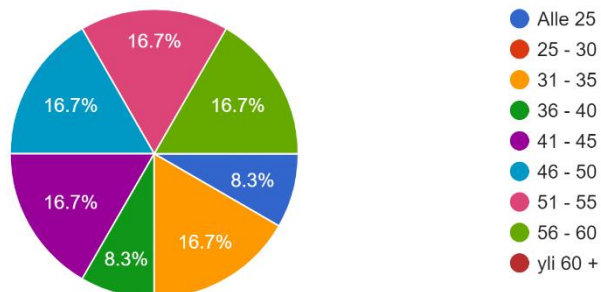
2. Vastaajan sukupuoli

12 responses



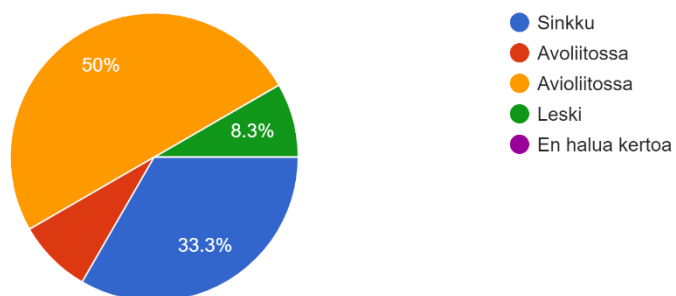
3. Vastaajan ikä

12 responses



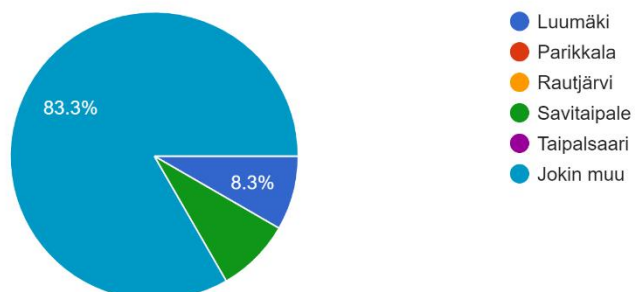
4. Sivilisaäty

12 responses



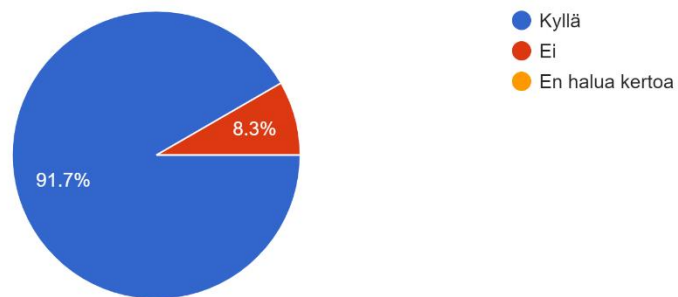
5. Missä asut?

12 responses



6. Minulla on lapsia?

12 responses



7. Mitä harrastat?

12 responses

- Maastopyöräily, videotuotanto, elektroniikka, musiikki.
- Lukeminen, neulominen, liikunta
- liikkumista
- kuntoliikuntaa
- Monipuolinen liikunta ja lukeminen.
- kalastusta ja liikuntaa
- Käsitöitä, tanssia, laulua, soittamista
- käsitöitä
- Lukemista, remppaa
- neulominen, jooga, musiikki, lukeminen, ulkoilu
- soitan omaksi iloksi, luottamustoimet

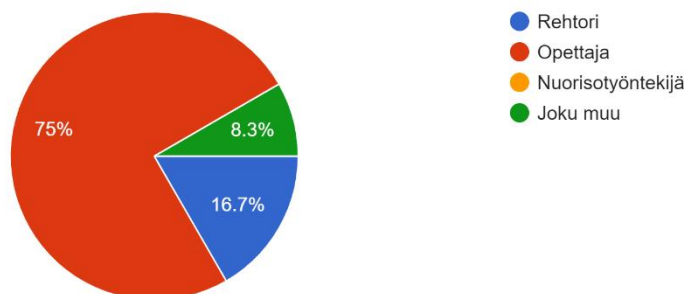
8. Mistä olet kiinnostunut?

12 responses

- musiikista
- -
- Monista asioista :)
- Käsityöt
- -
- Liikunta, lukeminen ja lasten kanssa puuhailu.
- kalastuksesta ja liikunnasta
- Itseni kehittämisestä eri alueilla
- Historia, yhteiskunta etc. vähän kaikesta
- ks. harrastukset

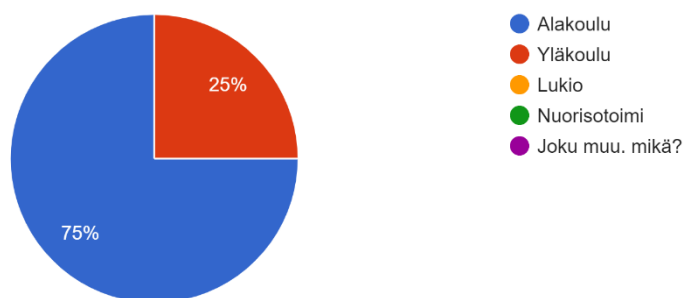
9. Toimenkuvani

12 responses



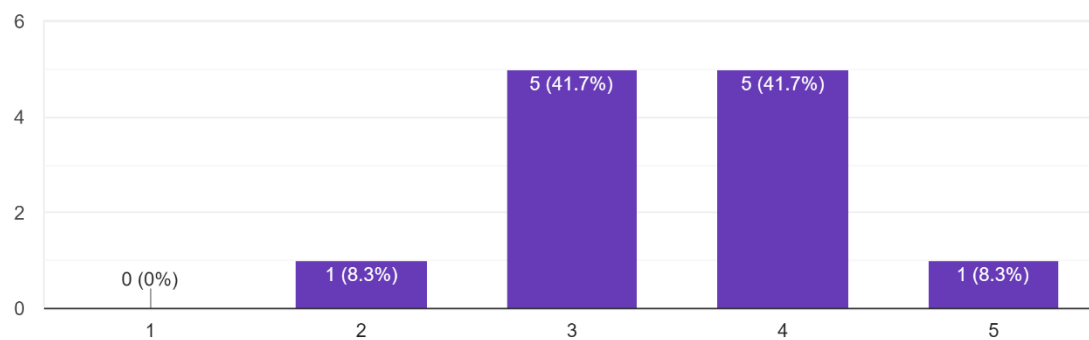
10. Toimipiste

12 responses



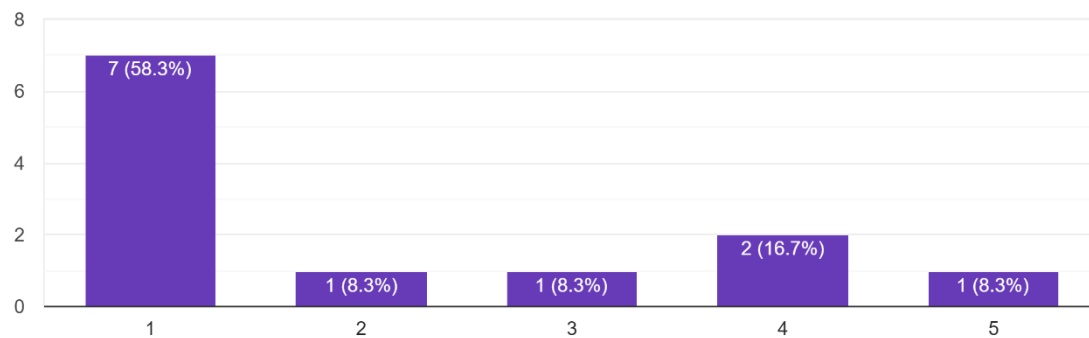
11. Omien TVT - taitojen arviointi

12 responses



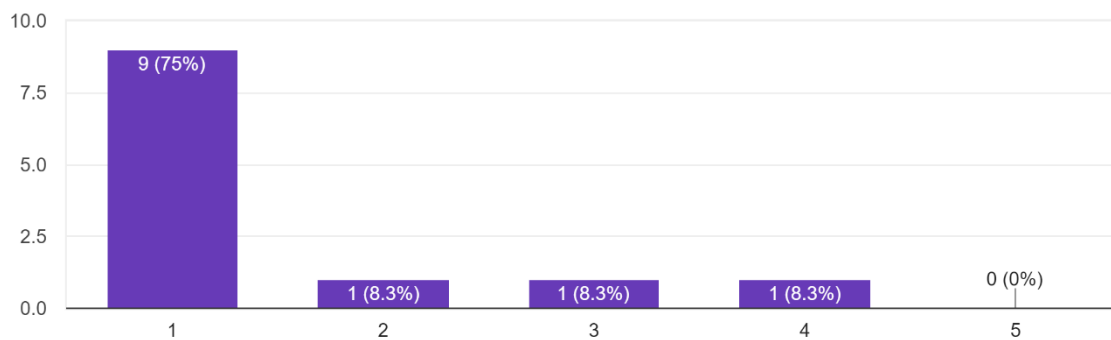
12. Pelaan mobiilipelejä puhelimella?

12 responses



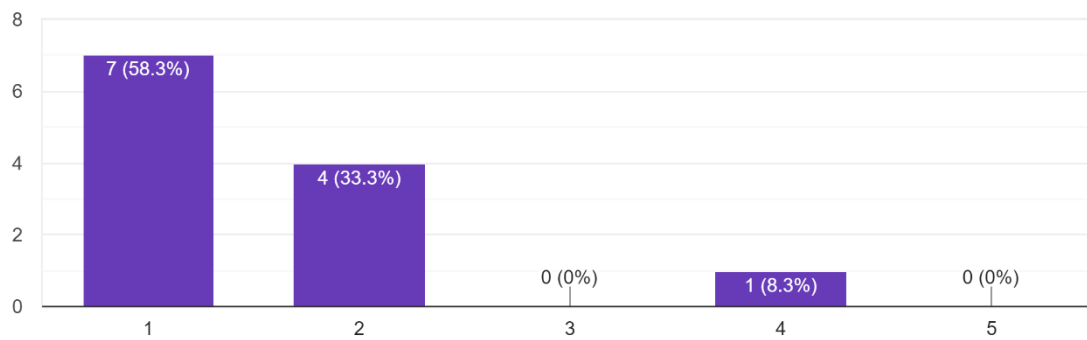
13. Pelaan konsolipelejä (PlayStation, Nintendo, Xbox yms.)

12 responses



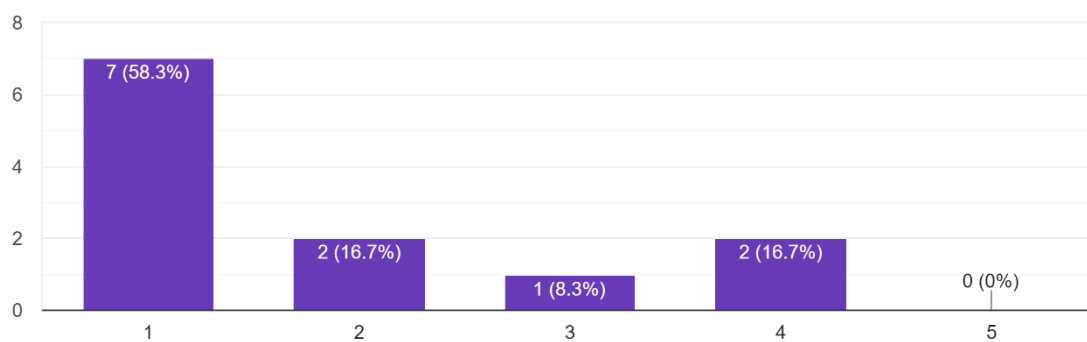
14. Pelaan tietokonepelejä (desktop)

12 responses



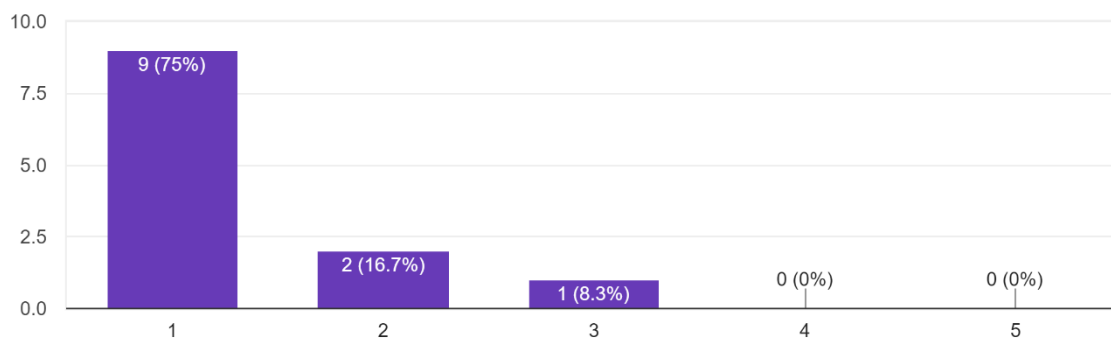
15. Pelaan seikkailupelejä

12 responses



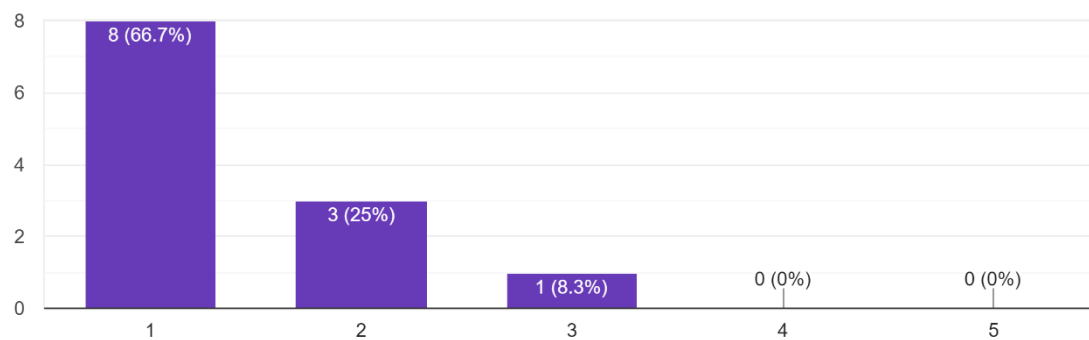
16. Pelaan roolipelejä

12 responses



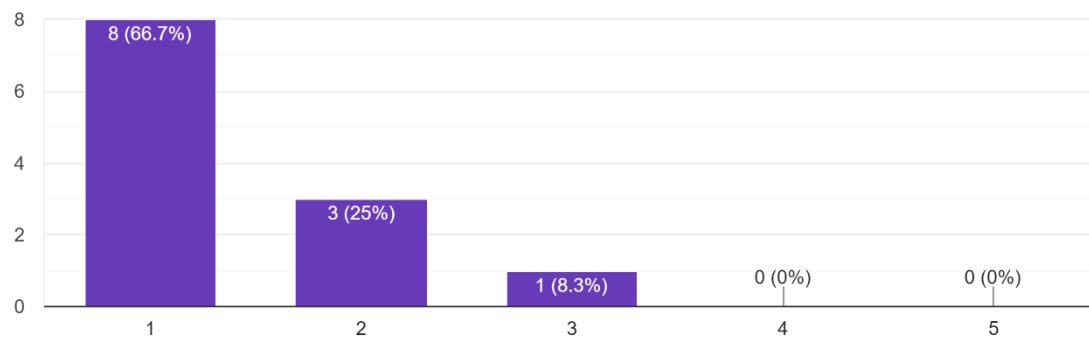
17. Pelaan toimintapelejä

12 responses



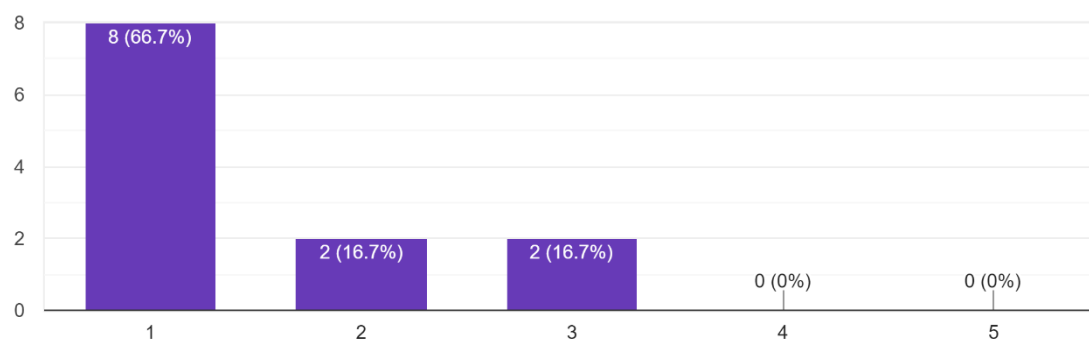
18. Pelaan simulaatiopelejä

12 responses



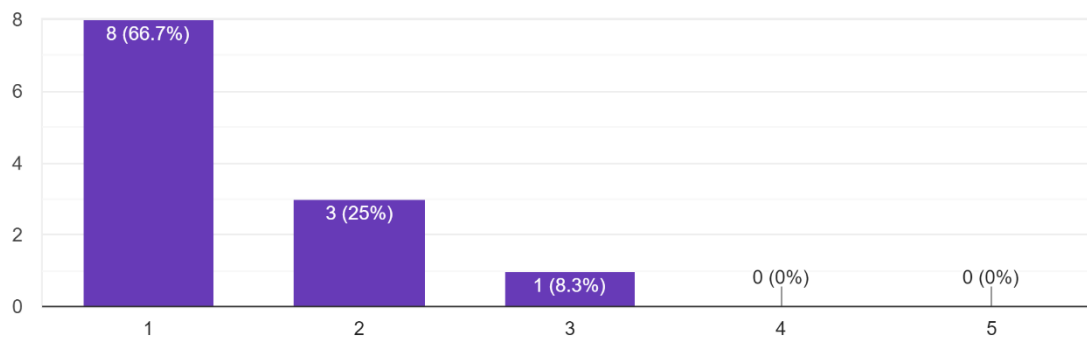
19. Pelaan strategiapelejä

12 responses



20. Pelaan urheilupelejä

12 responses



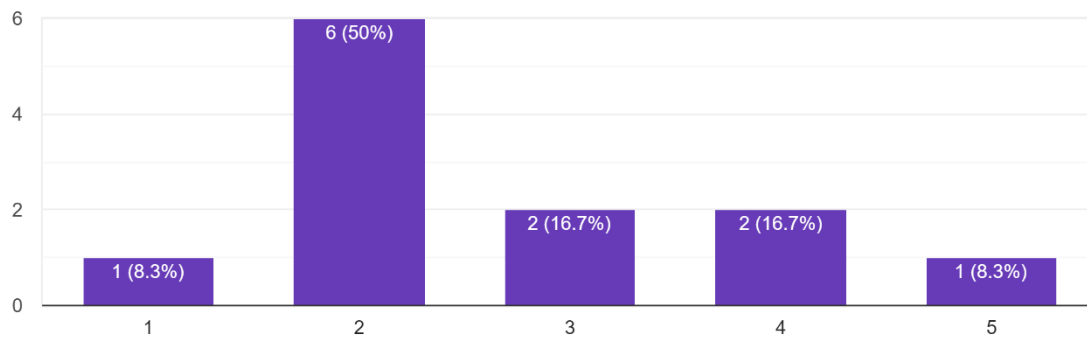
21. Pelaan jotain muuta. Mitä?

3 responses

- En pelaa
- Lautapelejä
- Pokemon Go :)

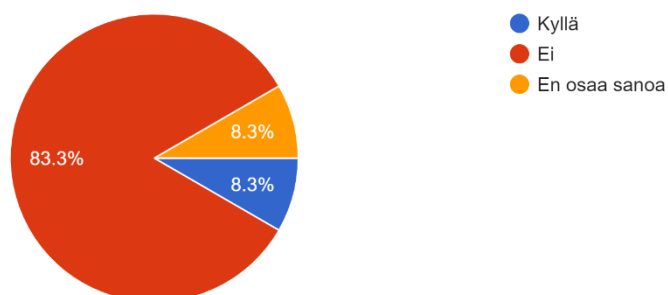
22. Minulle pelaaminen ja e-urheilu on entuudestaan tuttua?

12 responses



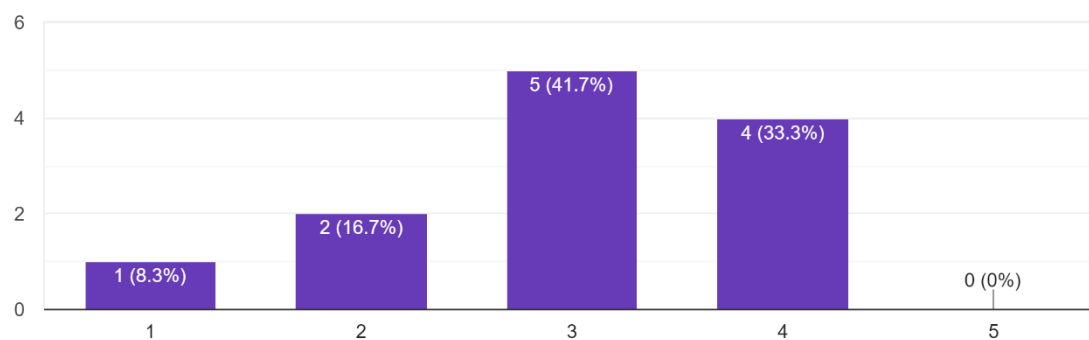
23 .Joku perheestäni pelaa e- urheilua?

12 responses



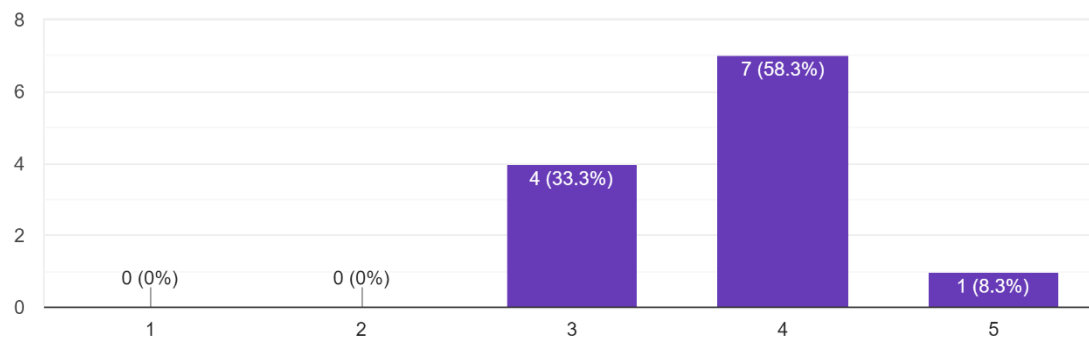
24. Koin, että pelitahtuman ulkoasu (Karelia Gaming) oli puhutteleva?

12 responses



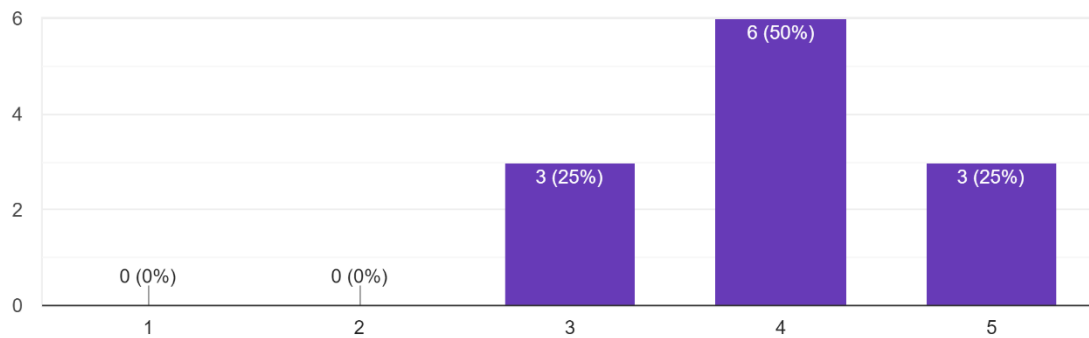
25. Koin, että pelitapahtuman visuaalinen esittely (Powerpoint / Teams palveri) oli selkeä?

12 responses



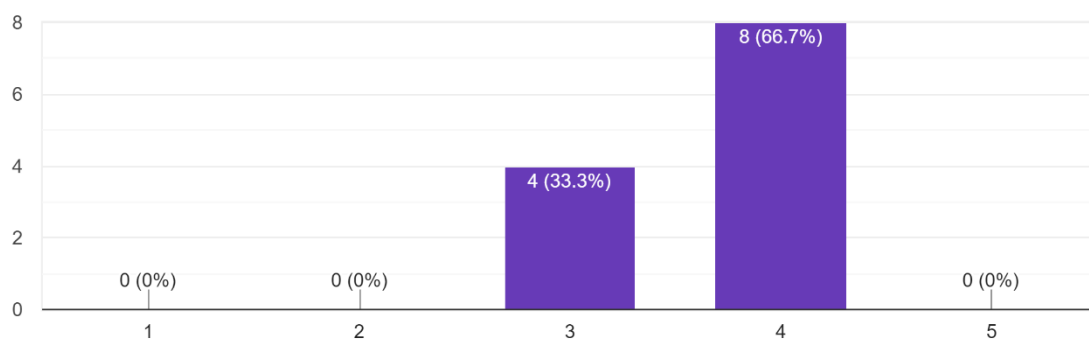
26. Ymmärsin mikä oli Karelia Gaming tapahtuman tavoite?

12 responses



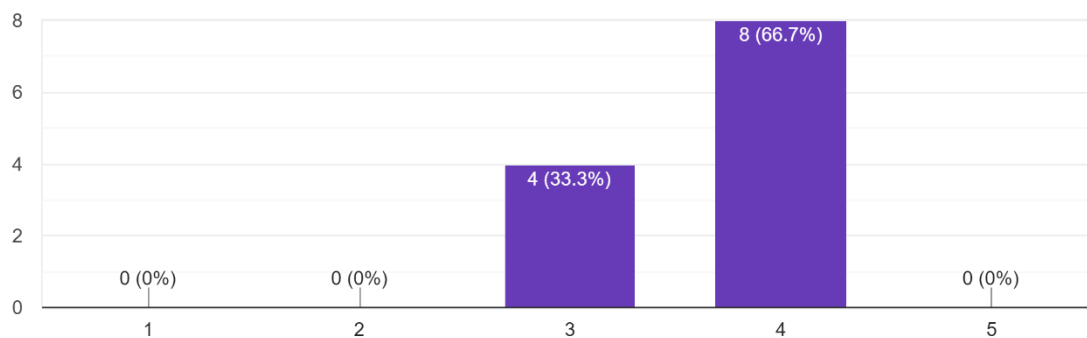
27. Koin, että pelitapahtumasta oleva tieto oli helposti löydettävissä?

12 responses



28. Koin, että pelitapahtuman esijärjestelyt oli hyvin hoidettu?

12 responses



29. Mikä sai sinut lähtemään mukaan tapahtumaan?

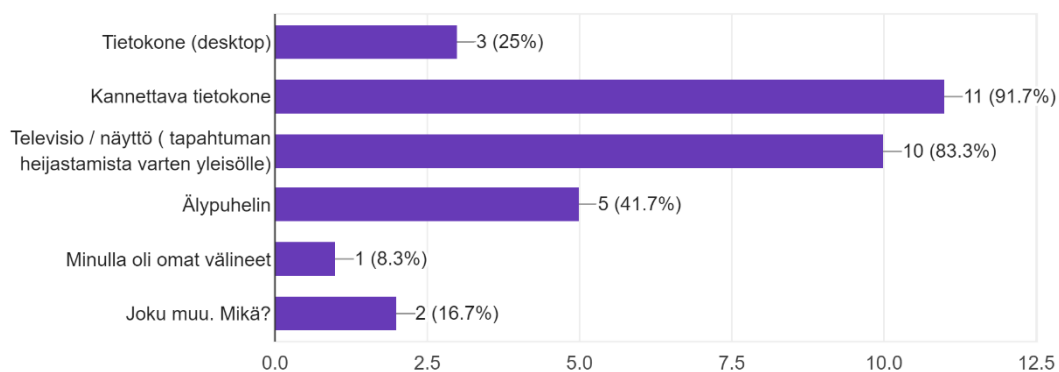
12 responses

- -
- Sain Ernolta kutsun :)
- Sähköposti tapahtuman järjestäjältä
- oppilaat
- työnkuva
- Tiesin, että luokassani on paljon oppilaita, jotka pelaavat erilaisia pelejä, joten uskoin, että oppilaat innostuisivat tällaisesta tapahtumasta.
- Luokallani oli asiasta kiinnostuneita oppilaita.
- Kiinnostus asiaan ja se, että myös oppilaita kiinnosti erittäin paljon.
- lasten innostus
- Työn puolesta ATK tuki

- Ajattelin tarjota tällaista oppilaille, vaikka itse en ehkä niin innostunut ole. Heitä var-
tenhan tätä työtä kuitenkin teen. Oppilaat kyllä innostuivat.
- sosiaalinen paine... esimies patisteli

30. Työpaikallani on käytössä hyvät TVT- laitteet, jolla tapahtuman sai järjestettyä?

12 responses



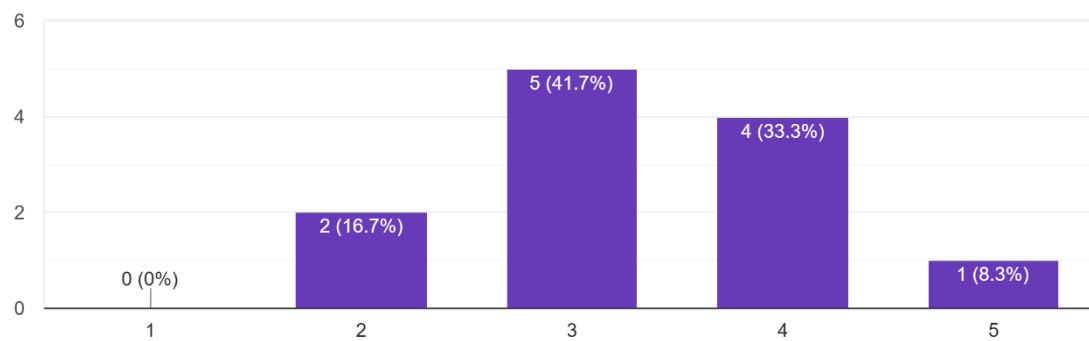
30. a) Joku muu. Mikä?

2 responses

- iPadit, oppilaiden omat älypuhelimet
- pädit

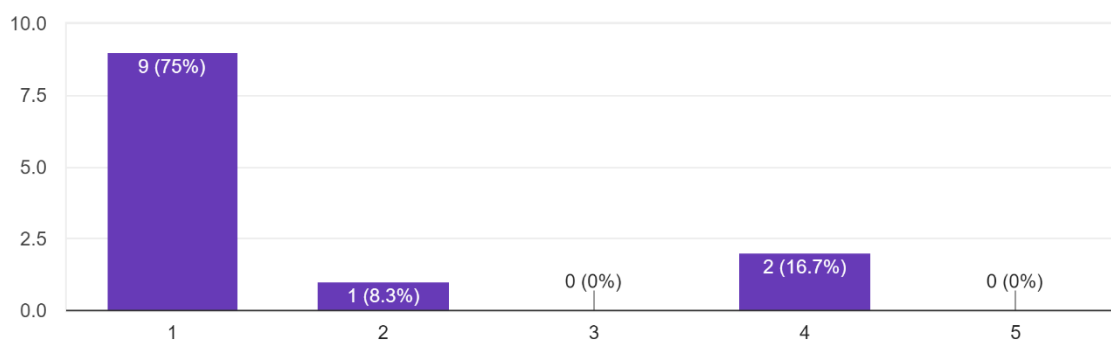
31. Työpaikallani on käytössä hyvä verkkoyhteys?

12 responses



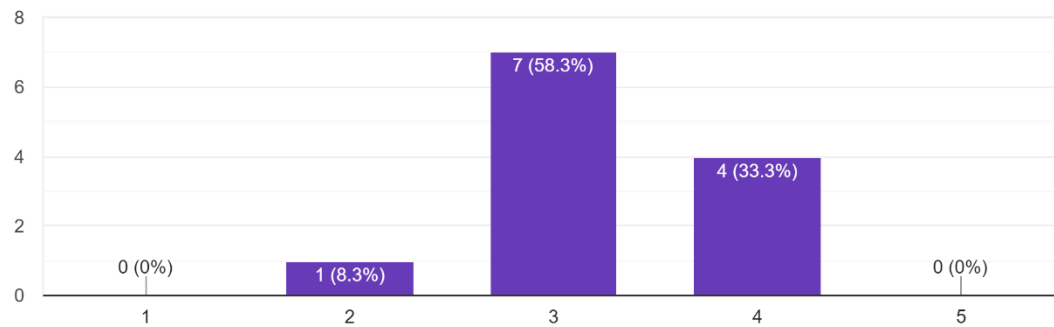
32. Discord ja Twitch oli minulle entuudestaan tutut sovellukset ?

12 responses



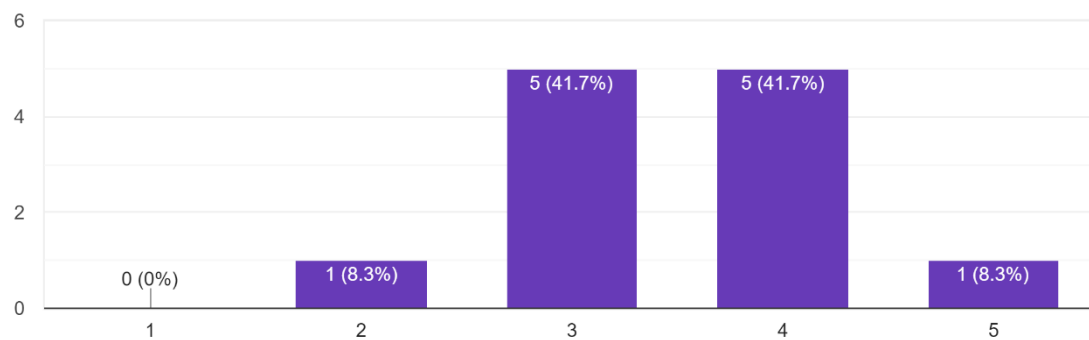
34. Käyttöliittymiä oli miellyttävä käyttää? (Discord, Twitch)

12 responses



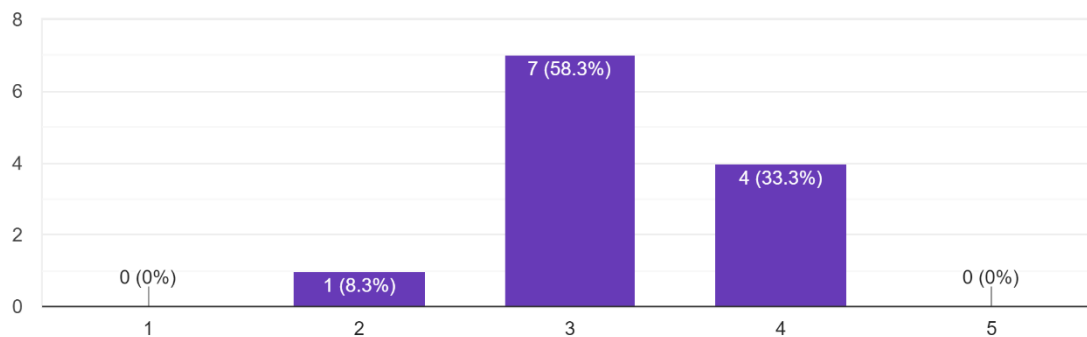
33. Käyttöliittymät oli helppoa oppia? (Discord, Twitch)

12 responses



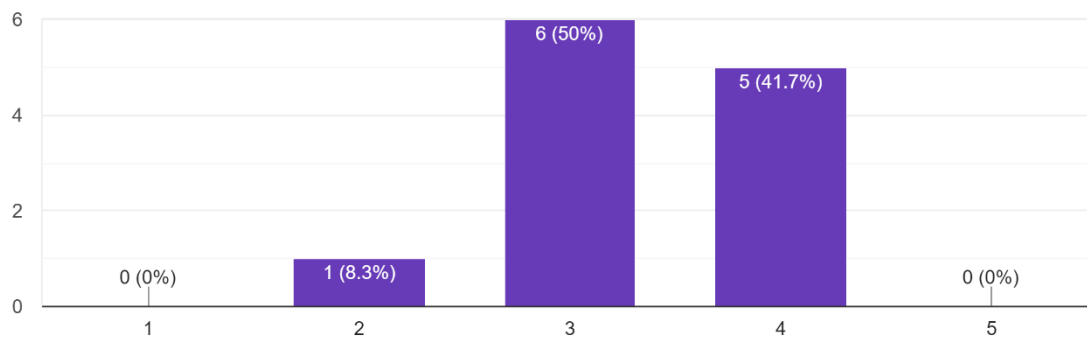
34. Käyttöliittymä oli miellyttävä käyttää? (Discord, Twitch)

12 responses



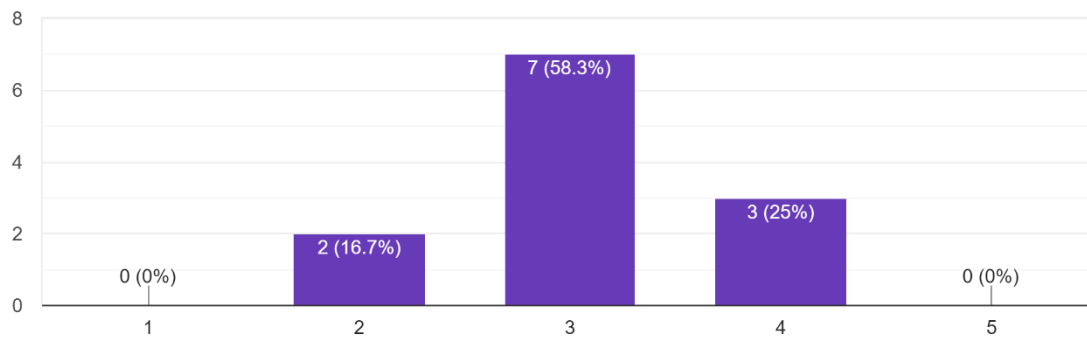
35. Käyttöliittymä on selkeä? (Discord, Twitch)

12 responses



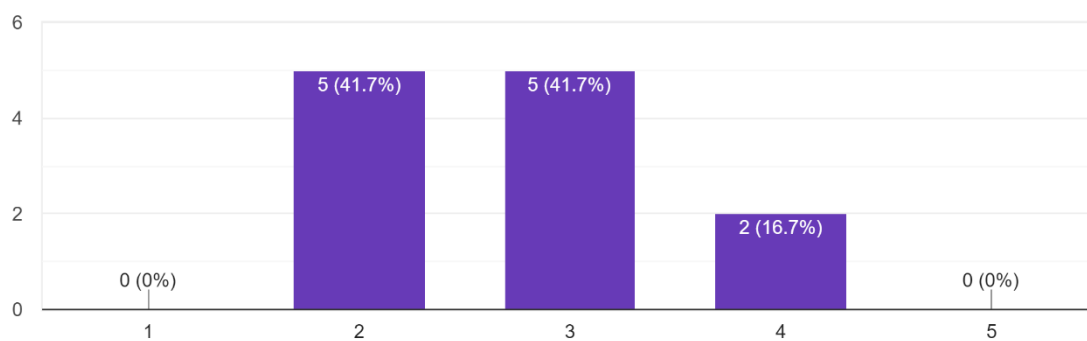
36. Käyttöliitymä ohjaa tapahtuman kulussa? (Discord, Twitch)

12 responses



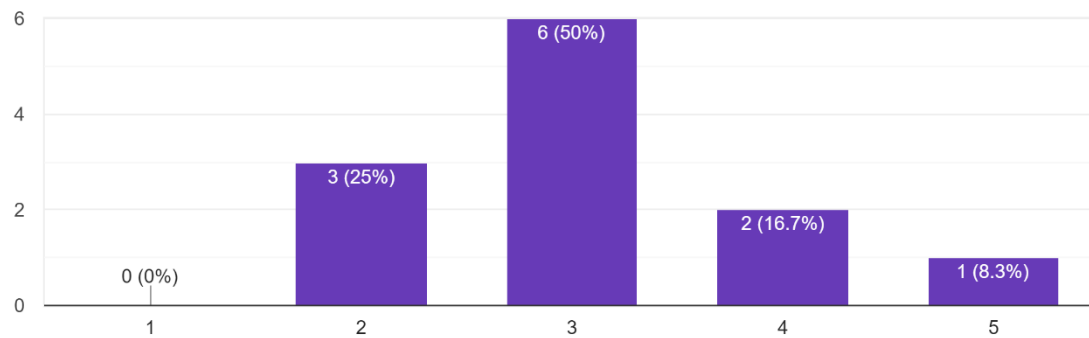
37. Käyttöliitymät ohjaa selkeästi miten toiminnot voi peruuttaa? (Discord, Twitch)

12 responses



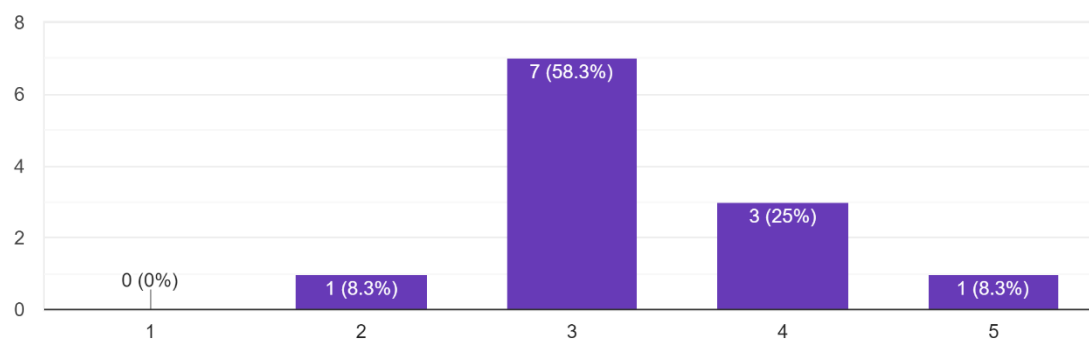
38. Käyttöliitymät ovat helposti ymmärrettävät? (Discord, Twitch)

12 responses



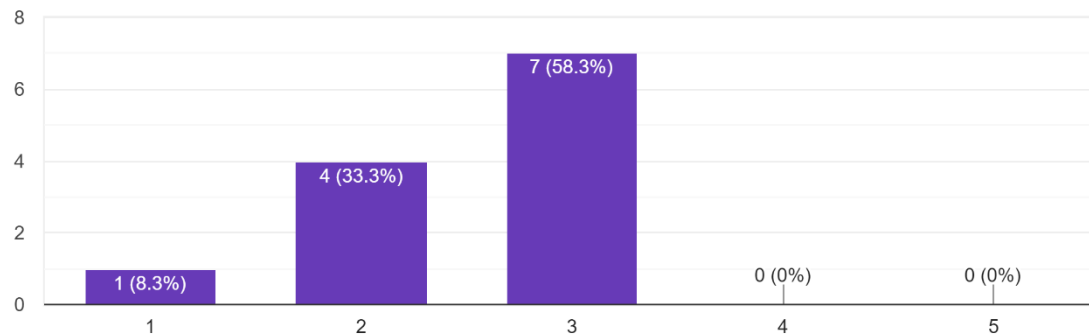
39. Käyttöliitymissä tapahtuman toiminnot etenevät loogisessa järjestyksessä? (Discord, Twitch)

12 responses



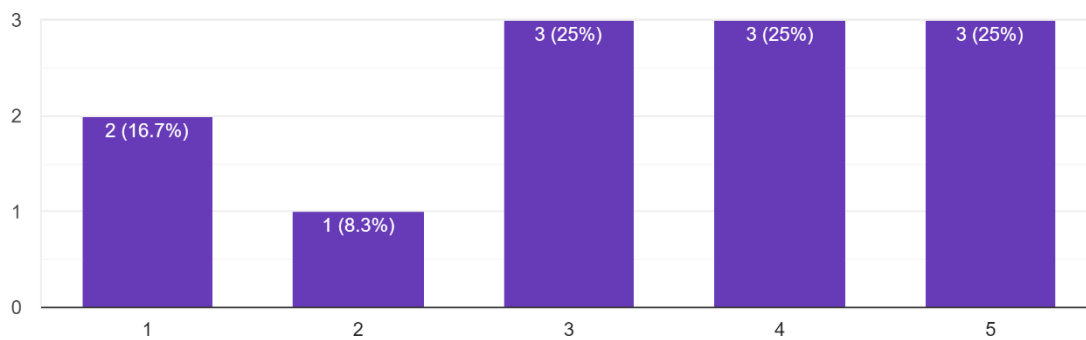
40. Käyttöliitymissä virheen tekemisen mahdollisuus on suuri? (Discord, Twitch)

12 responses



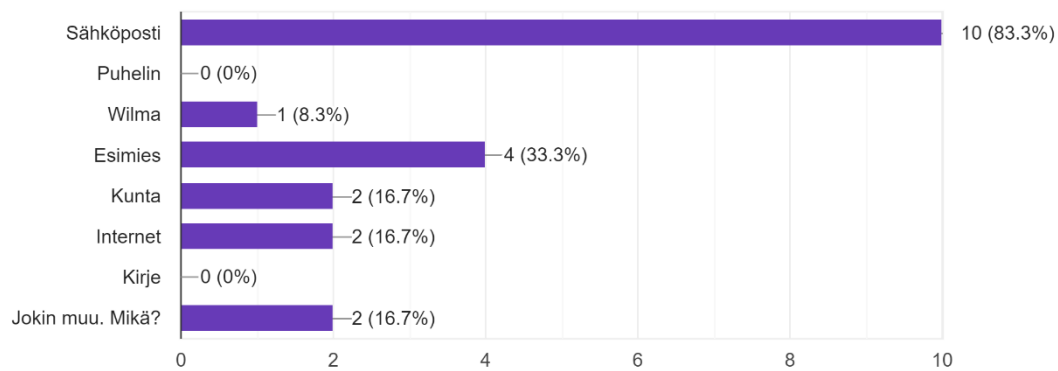
41. Ennen Karelia Gaming pelitapahtuman alkua minulla oli selkeä tieto mistä on kyse ja mitä minulta odotetaan?

12 responses



42 .Mitä kautta sait tietoa tulevasta tapahtumasta?

12 responses



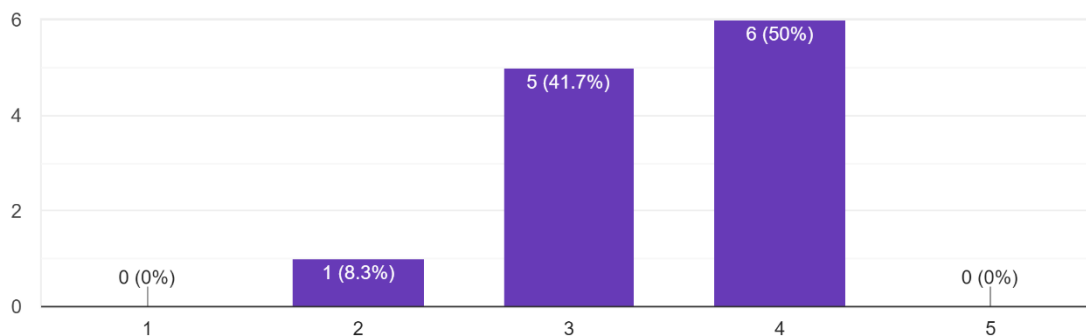
42. a) Joku muu. Mikä?

2 responses

- Kaupungin nuorisotyöntekijä
- Opettajat

43. Ennen pelitapahtuman alkua koin olevani innostunut, kun sain olla mukana tekemässä jotakin uutta?

12 responses



44. Kerro mitkä olivat odotukset ja mitä tunteita koit ennen tapahtuman alkua?

12 responses

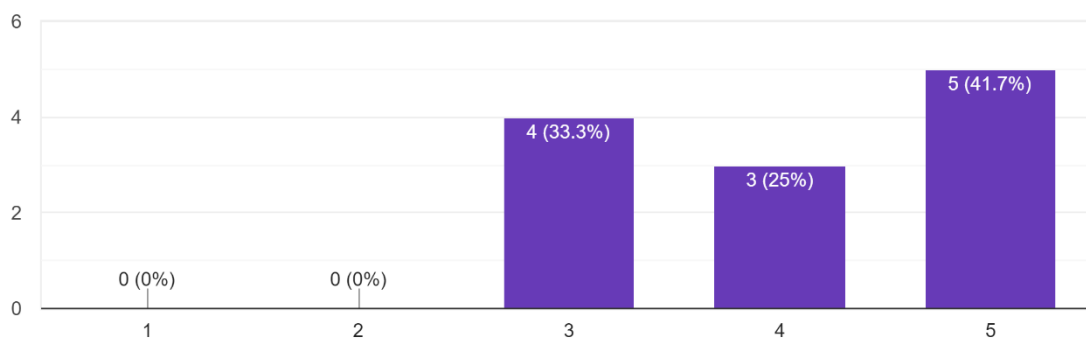
testi

- Olin osallistunut luokkani kanssa samanlaiseen tapahtumaan aikaisemminkin, oli minulle tuttua.
- jännitys, miten koneet toimivat pelitapahtuman aikana
- Odotuksena mukava tapahtuma oppilaille ja tunteita ei tämä minulle herättänyt.
- ok olo
- Odotin hyvin järjestettyä tapahtumaa, johon oppilaat innokkaasti ottavat osaa. Hie- man jännitin omaa osaamistani, koska pelimaailma ei ole itselleni tuttu ja jouduin tätä varten luomaan tunnukset paikkoihin, joista en tiennyt mitään.
- Ennen infotilaisuutta epätietoisuutta.
- Pieni epävarmuus onnistumisesta lähinnä omien taitojen suhteen. Muuten positiivi- sen odottavat tunnelmat.

- en osannut oikein odottaa mitään
- Kiirettä selvittää et kaikki toimii kaikilla
- Olin epäselvissä fiiliksissä, mutta silti hyppäsin syvään veteen, koska ei ole oppilaitteni vika, että en välttis loista tv-tutuissa.
- Omalla epämukavuusalueella on aina ikävää ja hankalaa olla, mutta uutta pitää kokeilla ja antaa oppilaille mahdollisuus tapahtumiin silloin, kun niitä järjestetään! Uutta voi oppia vanhemmallakin iällä. Lievästi turhautti, kun ei ollut mitään käsitystä tarvittavista sovelluksista

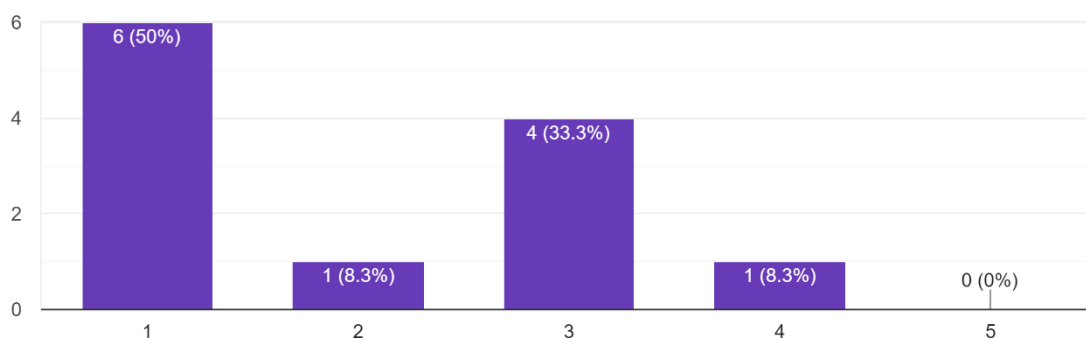
45. Ymmärsin mistä tapahtumassa oli kyse?

12 responses



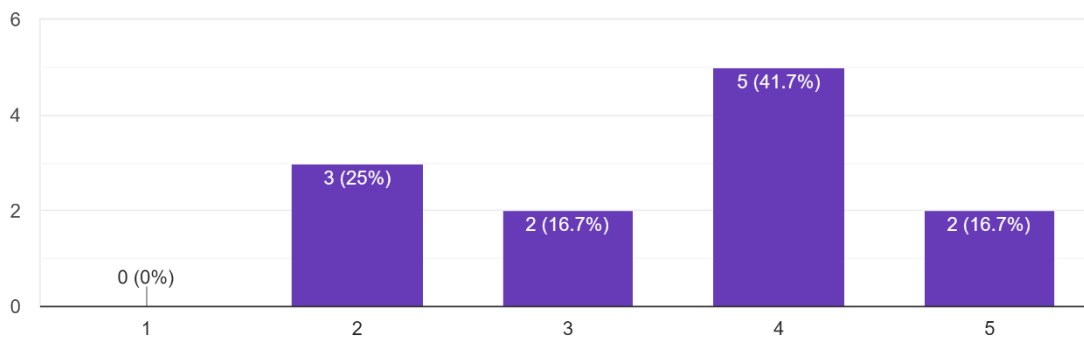
46. Pelitapahtuman aikana kokeilin itse myös pelaamista?

12 responses



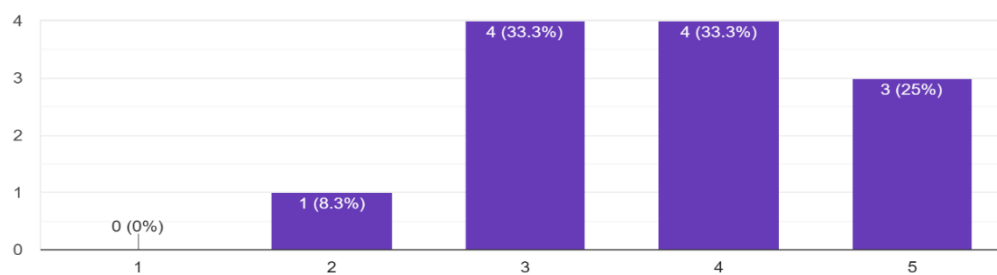
47. Pelitapahtuman aikana olevat ohjeet olivat selkeät ja tiesin mitä seuraavaksi tapahtuu?

12 responses



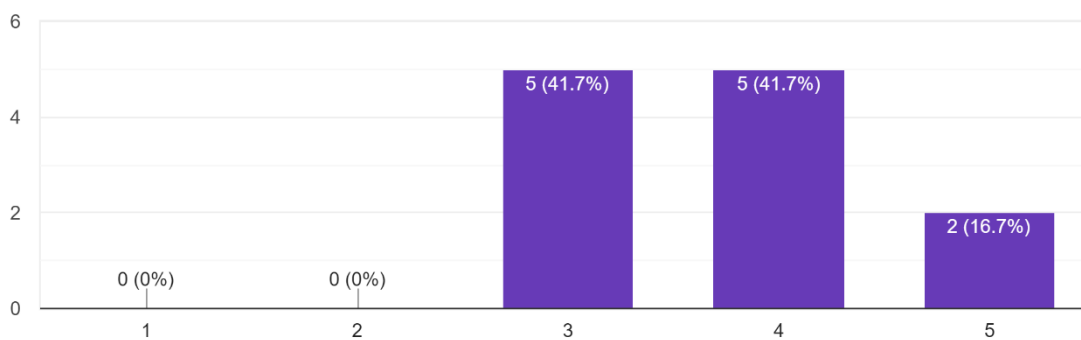
48. Olitko tyytyväinen saamaasi tukeen pelitapahtuman aikana?

12 responses



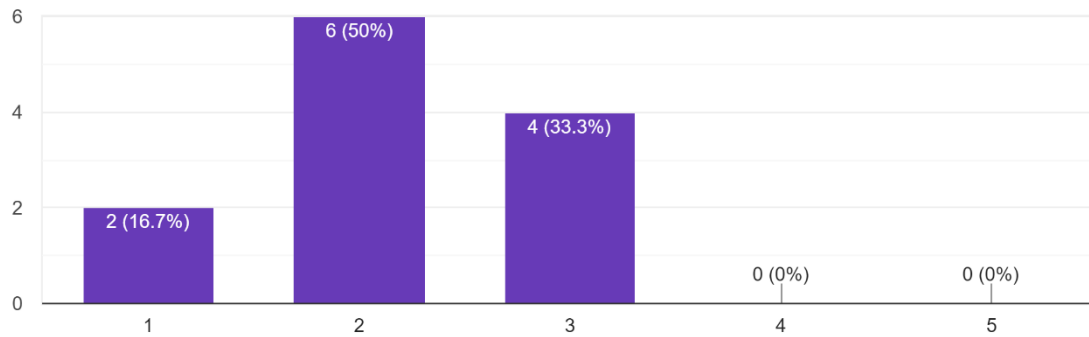
49. Tiesin kenen puoleen kääntyä ongelmatilanteissa?

12 responses



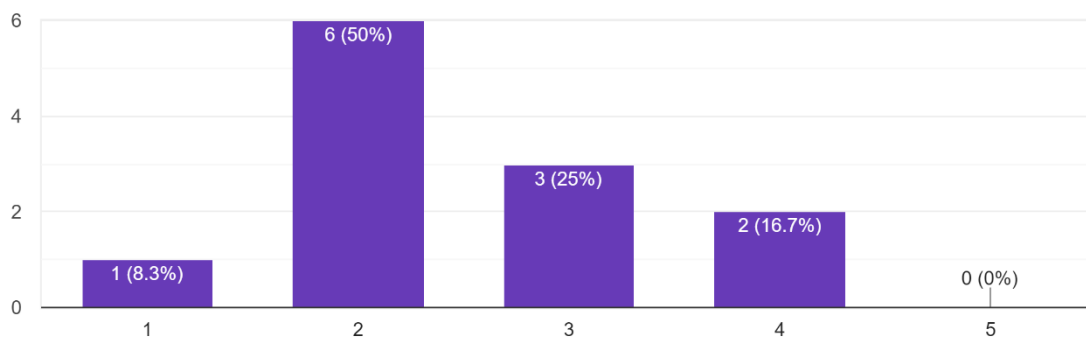
50. Koitko tapahtuman järjestämisen työlääksi?

12 responses



51. Pelitapahtuman aikana oli paljon ongelmia?

12 responses



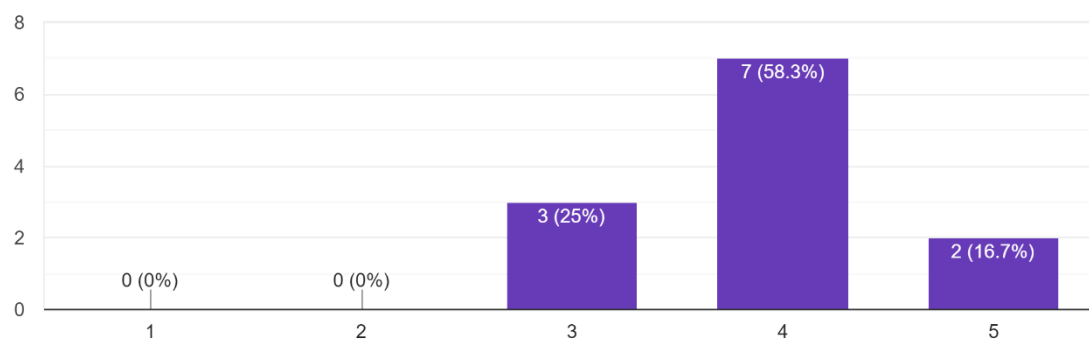
52. Mikä oli päällimmäisin tunne, jonka koin pelitapahtuman aikana?

12 responses

- -
- Innostuneisuus
- onnistumisen ilo
- Ei ollut tunnetiloja erityisemmin päällä.
- ok olo
- Ilo oppilaiden innostuessa niin kovasti tapahtumasta. Helpotus, että osaisin käyttää annettuja palveluita.
- onnistumisen tunne
- Positiivinen tunne, mutta ajoittaiset tekniset ongelmat laskivat tunnelmaa luokassa.
- hauskuus
- Työ, joka pitää hoitaa
- Epäselvyys ja toisaalta myös helpotus, kun homma oli joillain siellä ohjaimissa hanskassa.
- Viive esimerkiksi Kahooteissa ärsytti enemmän oppilaita kuin opettajaa, nettiyhteys päätki myös. Päällimmäisin tunne lienee epävarmuus: oppilaat tiesivät melko tarkkaan mitä tuleman pitää, mutta jouduin vain luottamaan siihen, että oppilaani osaavat homman nyt paremmin kuin itse. Apua saatiin koulun digituutorilta ja tvt-laitevas-
taavalta.

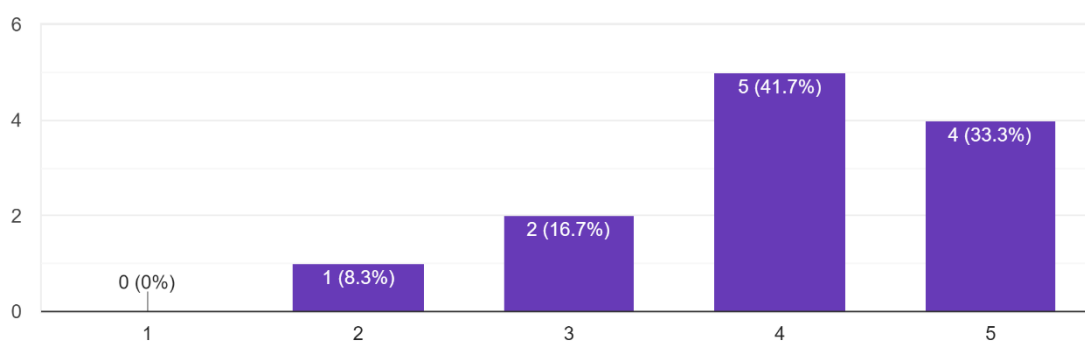
53. Karelia Gaming tapahtuma oli positiivinen kokemus?

12 responses



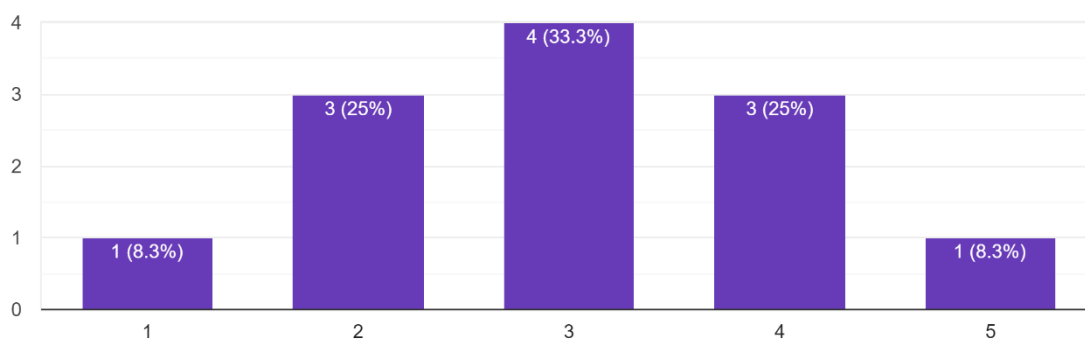
54. Osallistuisitko uudelleen vastaavanlaiseen tapahtumaan?

12 responses



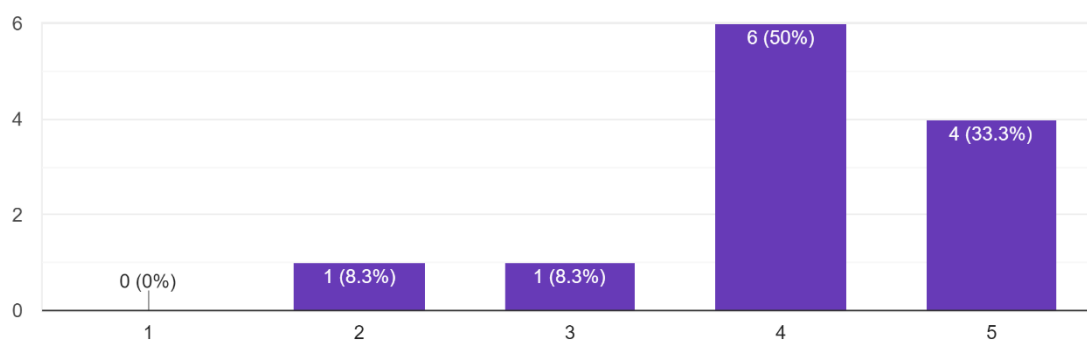
55. Lisääntyikö tietosi e-urheilusta?

12 responses



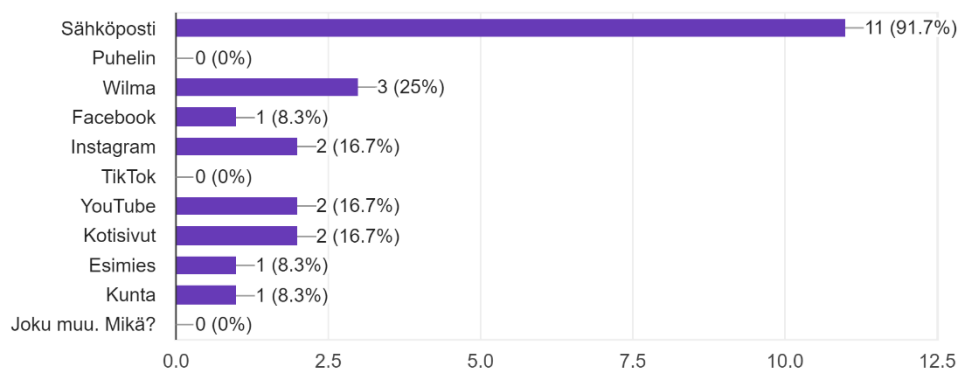
56. Suositteisitko muita osallistumaan vastaavanlaiseseen tapahtumaan?

12 responses



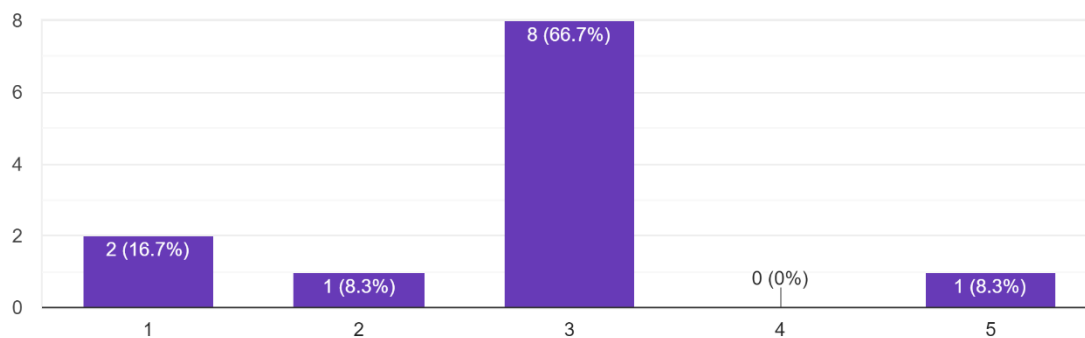
57. Mitä kanavia pitkin toivoisit saavasi tietoa uusista tapahtumista?

12 responses



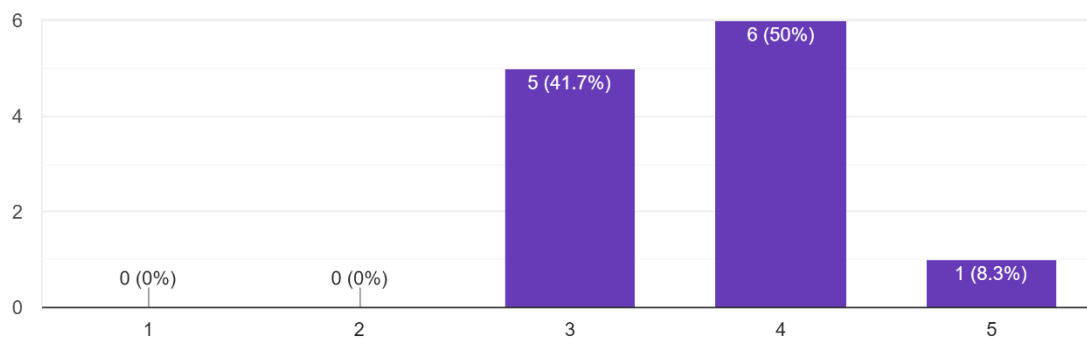
58. Koin helpotusta kun tapahtuma päättyi?

12 responses



59. Koin innostusta ja haluan lisää tämänkaltaisia tapahtumia

12 responses



60. Mitkä olivat päällimmäiset tunnelmat pelitapahtuman jälkeen?

12 responses

- -
- Hyvä tapahtuma
- hyvä olo
- Ei vielääkään tuntunut miltään.
- ok olo
- Ilo oppilaiden puolesta.
- positiiviset
- Positiiviset, mutta harmitti tekniset ongelmat.
- että olipa kaikilla hauskaa
- Kiirettä piti, muut hommat seuraavaksi

61. Miksi osallistuisit uudestaan, tai miksi et?

12 responses

- -
- Hyvä tapahtuma
- Jos osallistuisin uudestaan, niin kokemus aiheesta lisääntyisi
- Jos oppilaat innostuvat aiheesta, niin mikä ettei.
- työnkuva
- Osallistuisin uudestaan, sillä oppilaista on mukava päästä pelaamaan samaan tilaan porukalla. Yhdessä pelaaminen on kehittävää toimintaa.
- Myönteinen kokemus paitsi itselle, myös usealle oppilaalleni.
- Meillä on laitteet paremmat nykyään, joten haluaisin kokeilla uudestaan. Oppilaatkin tykkäsivät.
- tiedän lasten pitävän tästä
- Työn puolesta
- Oppilaiden vuoksi, tarjotakseni heille jotain sellaista, mitä koulussa en tavallisesti pysty tarjoamaan.
- Osallistuisin uudestaankin, nyt kaikki sujui ehkä entistä jouhevammin

62. Saiko tapahtuma muuttamaan käsitystäsi online-pelaamisesta? Miten?

12 responses

- Ei
- ei
- -
- Ei oikeastaan
- ei, muutenkin jo ihan hyvä kuva
- Yhteisöllisyys tuli paremmin esille, mitä kuvittelen aiemmin.
- Olin skeptinen siitä, että tapahtuma onnistuisi Online.
- Ei.
- Ei muuttanut oikeastaan mitenkään

63. Mitä sinulle jäi käteen pelitapahtumasta?

12 responses

- -
- Oppilaiden innostus
- Onnistunut kokemus, mutta vähän sekava
- Miten suuri vaikutus sillä on oppilaitten maailmaan.
- ok olo
- Toive, että vastaavanlaisia järjestettäisiin lisää.
- lisää tietoa
- Kokemusta
- hyvä mieli
- Työ muiden joukossa

- Kaikenlaisista tapahtumista voi näköjään selvitä, vaikka aihe ei liiemmin kiinnosta. Mukavaa oli huomata, miten oppilaat auttoivat ja neuvoivat toisiaan ja opeakin!

64. Mitä muuta haluat kertoa kokemuksestasi? Mitä voisi parantaa?

12 responses

- -
- Hyvä juttu
- Enemmän ennakkoinformaatiota
- EDn muuta
- Lanit on mukava olla livenä, jos korona sallii vaan
- En keksi parannettavaa. Toivoisin, että jatkossakin olisi aloitusinfoja, joissa opetaan käyttämään palveluita. Ne helpottivat suuresti tapahtumaan osallistumista omalta kohdaltani.
- Alun pulmat, jos on ennakoitavissa ja vältettävissä, niihin kannattaa kiinnittää jatkossa huomiota.
- Työläintä oli jakaa pelikoodeja oppilaille. Slihen joku muu systeemi.
- ehkä vähän selkeyttää ohjeistuksia
- Aina voi säätää, nettikatkot ja viiveet haittaa.
- Ehkä silleen supervalmis paketti, jossa joku on jo luonut kaikki tunnukset ja salasanat ja muut sellaiset. Ei aina vaan jaksaisi kaikkea tuollaista itse säätää.
- En osaa sanoa.

65. Sana vapaa

2 responses

- -
- Puuhatkaa vaan uudestaan vastaavia tapahtumia