

# Palvelumuotoilu apuna artikkelikehityksessä

Nuorten tarpeiden löytäminen yhteiskehittämisen keinoin

Satu Kiiski  
2023



Kuva 1 Nuori tutustumassa artikkeliprototyyppiin

**Palvelumuotoilu apuna  
artikkelikehityksessä**

Nuorten tarpeiden löytäminen  
yhteiskehittämisen keinoin

LAB Ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti

Muotoilija (AMK)

Kokemus- ja palvelumuotoilu

Kevät 2023

Satu Kiiski

Opinnäytetyö 56 sivua

**Service design as an aid in the  
development of an digital article**

Finding the needs of young users  
through co-creation

LAB University of Applied Sciences,  
Institute of Design

Bachelor of Culture and Arts Experience  
and Service design

Spring 2023

Satu Kiiski

Bachelor's thesis 56 pages

## Ohjaus

Auli Haarnio  
*lehtori, kokemus- ja palvelumuotoilu*

## Opponentti

Katri Kakko  
*kokemus- ja palvelumuotoilun opiskelija*



 **LAB University of  
Applied Sciences**

Muotoiluinstituutti  
LAB Ammattikorkeakoulu

# TIIVISTELMÄ

Tämän toiminnallisen opinnäytetyö aiheena oli artikkelikehitys yhteiskehittämisen keinoin nuorille käyttäjäryhmille, ikähaarukkana toimi noin 18–26-vuotiaat. Kehitystyö pohjautui muotoilun menetelmiin ja käyttäjälähtöiseen ajatteluun niin, että Yleisradio Oy saa aineistosta materiaalia artikkelien kehitystyöhön. Menetelmiin lukeutui yhteiskehittämistyöpajaa, käyttäjätestausta ja kyselytutkimusta. Artikkelikehitystä käsiteltiin mobiililähtöisesti ja Yle-palvelun artikkeleiden näkökulmasta.

Tiedonhankinnan kohderyhmänä oli nuoret ja saadusta datamassasta Ylen artikkelikehitys teki prototyypit. Datasta selvisi, että nuorille on tärkeää sisäistää asiat nopeasti, joten koostaminen ja asioiden tiivistäminen oli tärkeää. Heitä puhututti myös videot, inklusiivisuus, artikkeleiden kommentointimahdollisuus ja alkuperäisille lähteille pääseminen. Koska tiivistäminen ja koostaminen oli selvästi nuoria kiinnostava teema, tehtiin prototyypit sen pohjalta. Testasin artikkelityyppiä viiden nuoren kanssa. Opinnäytetyössä selvitettiin myös artikkelikehitystä ja sen trendejä Pohjois-Amerikassa sekä Suomessa. Nuorten tarpeiden huomioiminen artikkelikehitystyössä on tärkeää yhteiskunnallisesti, koska nuoret ovat uusi kasvava median kohderyhmä. Median tuottajien tulee vastata paremmin nuorten tarpeisiin ja toiveisiin.

Loppuproduktina työstä syntyi kevyt opas, joka on erillinen dokumentti sekä taiteellinen projekti. Oppaan nimi on *Palvelumuotoilu <3 Artikkelikehitys*. Opas on saatavilla digitaalisena versiona keväällä 2023. Opas tarjoaa artikkelikehitystyöhön muotoilun työkaluja ja keinovalikoimaa. Oppaassa käsitellään lyhyesti muotoilua, palvelumuotoilua ja yhteiskehittämistä sekä lopussa käydään läpi tapausmuodossa Pasilassa järjestetty yhteiskehittämistyöpaja.

**Asiasanat:** Yhteiskehittäminen, palvelumuotoilu, artikkelikehitys, verkkoartikkelit, Z-sukupolvi, käyttökokemus.

# ABSTRACT

Goal in this practise-based thesis is to help develop articles by the help of co-design. The age of target group is approximately 18-26 years old. The development work is based on design methods and user-oriented thinking so that Yleisradio Ltd receives material from the material for the development of articles. The methods include a co-design workshop, user testing and survey research. Article development based on mobile usage and from the point of view of Yle service articles.

The target group for data acquisition was young people, and Yle's article development made prototypes from the obtained data mass. The data revealed that it is important for young people to internalize things quickly, so preparing and summarizing things is important. Videos, inclusivity, the possibility of commenting on articles and access to original sources also appeal to them. Since condensing and compiling was a theme that interested young people, prototypes were made based on it. I tested the article type with five young users. In the thesis, the article also explored development and its trends in North America and Finland. Considering the needs of young people in article development work is important from a social point of view, because young people are a newly growing media target group. The median producer should respond better to the needs and wishes of young people.

The end product of the work is a booklet type of guide, which is a separate document as well as an artistic project. The guide is called *Service design <3 Article development*. The guide will be available in a digital version in the spring of 2023. The guide offers design tools and a selection of methods for article development work. It briefly discusses design, service design, co-development, and ends with a case study of organizing a co-development workshop in Pasila, Finland.

**Asiasanat:** Co-design, service design, article development, online articles, generation Z, user experience.



# SISÄLLYS

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>	<b>4 KENTTÄTYÖN TULOKSET</b>	<b>37</b>
1.1 Lähtökohdat	2	4.1 Suunnitteluohjurit	38
1.2 Tutkimusasetelma ja tavoitteet	3	4.2 Persoonat	39
1.3 Aikataulu	5	4.3 Jatkotoimenpiteet ja prototyyppi	42
<b>2 PALVELUMUOTOILU ARTIKKELIKEHITYKSEN TUKENA</b>	<b>7</b>	<b>5 PROTOTYYPIN KÄYTTÄJÄTESTAUS</b>	<b>44</b>
2.1 Palvelumuotoilu ja muotoiluprosessi	8	5.1 Käyttäjätestauksen tavoitteet	45
2.2 Yhteiskehittäminen työkaluna	11	5.2 Testaus ja tulokset	46
2.3 Trendien vaikutus artikkelikehitykseen	13	<b>6 KONSEPTI OPPAASTA</b>	<b>48</b>
2.4 Artikkelikehitys maailmalla	16	6.1 Konseptointi	49
2.5 Loppukäyttäjänä Z-sukupolvi	18	6.2 Opas	52
<b>3 YHTEISKEHITTÄMISTYÖPAJA</b>	<b>20</b>	<b>7 YHTEENVETO</b>	<b>54</b>
3.1 Yhteiskehittämistyöpajan lähtökohdat	21	7.1 Tulokset ja jatkotoimenpiteet	55
3.2 Kyselytutkimus	23	7.2 Päätelmät	56
3.2 Menetelmät ja kehittämistehtävä	25	LÄHTEET	
3.4 Työpaja osa 1, Ryhmäkeskustelu	28	LIITTEET	
3.5 Työpaja osa 2, Uutisartikkeli 2.0	32		
3.6 Analyysi menetelmästä	36		

# T Johdanto

1.1 Lähtökohdat

1.2 Tutkimusasetelma ja tavoitteet

1.3 Aikataulu

# 1.1 Lähtökohdat

Työ käsittelee yhteiskehittämistä ja ajankohtaisia teemoja siitä, mitä pitää huomioida käytettävyydessä sekä käyttökokemuksessa, jos haluaa tehdä artikkeleita nuorille nyt ja tulevaisuudessa. Roolini on tuottaa Yleisradion artikkelikehitykselle käyttäjäymmärrystä sekä raivata tietä muotoilulle sekä ihmislähtöiselle ajattelulle. Näin luoden vaikuttavampaa ja nuoria houkuttelevampaa sisältöä sekä sen esitystapoja.

Suoritin syksyllä 2022 harjoittelun Yleisradio Oy:lle ja harjoittelun alussa nousi idea opinnäytetyölle, joka käsittelee digitaalista artikkelikehitystä, nuorten kokemuksia sekä palvelumuotoilua. Tulokulmana opinnäytetyössä toimii siis palvelumuotoilu ja tarkastelen teemoja asiakkaan silmin. Työssä on keskitytty digiympäristön artikkeleihin ja käsiteltävä tapaus rajautuu Yle-sovelluksen sisältöihin. Eli kun käsitelen sanoja artikkelikehitys, uutinen tai juttu, tarkastellaan niitä tällöin mobiili- ja digiversioiden näkökulmasta.

Lopputuotoksena syntyy uutisartikkeliprototyyppi käyttäjätiedon pohjalta sekä konsepti kevyestä muotoiluoppaasta. Opasta keskitytään rakentamaan omien kokemusten pohjalta sekä nuorten näkemysten avulla. Yhteiskehittämistä käsitellään oppaassa tapauksena, jossa kuvataan, miten yhteiskehittäminen työkaluna hyödynsi uutisartikkelin palvelukehitystä. Opas on itsenäinen projekti opinnäytetyön yhteyteen. Sillä ilmaisen itseäni enemmän visuaalisesti sekä taiteellisesti.

Samoin kun tämä opinnäytetyö, oppaan kohdeyleisö on artikkelien kehittäjät, jotka haluavat tehdä sisältöä nuorille. Opas huomioi kohderyhmänä myös heidät, jotka ovat halukkaita ottamaan palvelumuotoilun menetelmiä osaksi artikkelikehitystä tai jotka ovat kiinnostuneita yhteiskehittämisestä työkaluna.

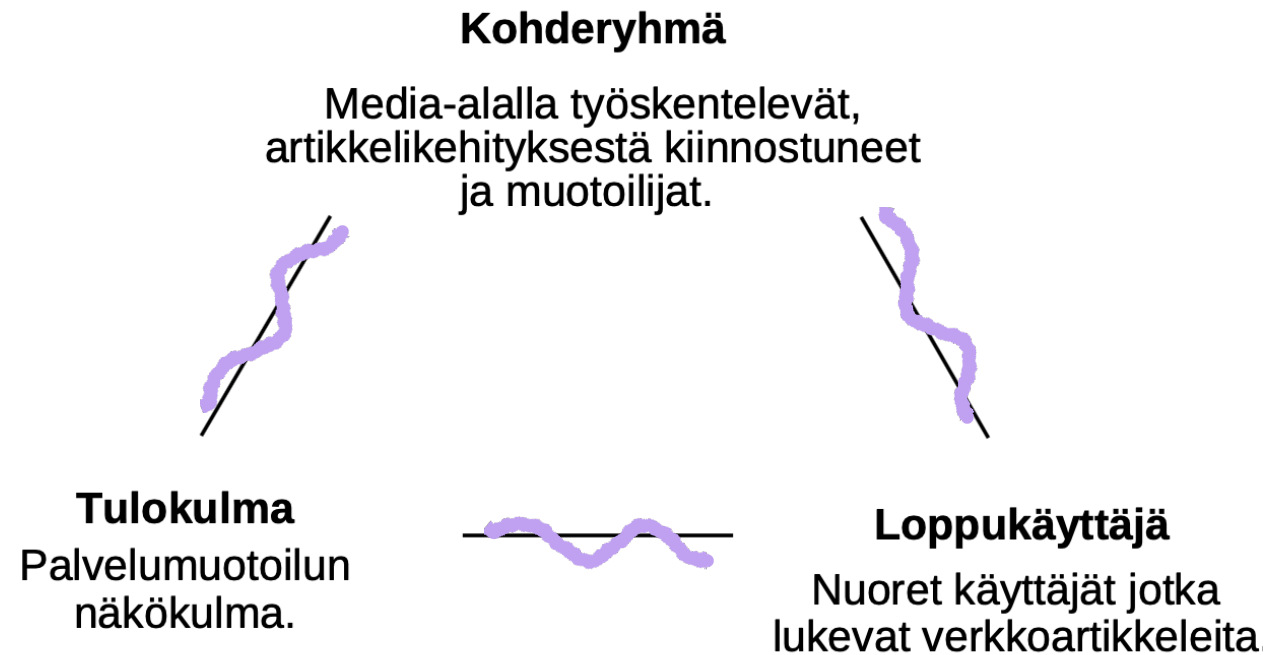
Opinnäytetyön tekstissä tulee myös esiintymään sana verkkokerronta, joka pääasiassa tarkoittaa erilaisia kerronnan tapoja verkossa. Esimerkiksi videota, live seurantaa (esimerkiksi Ylen pentulive), Instagram-tarina tyyliset jutut, pelilliset kerronnan tavat sekä vahvasti audiovisuaaliset jutut. Koska olen itse loppukäyttäjää kuvaava henkilö, tarkastelen asioita myös kriittisesti omasta näkökulmasta. Käytän termiä yhteiskehittäminen läpi työn, vaikka siitä on muitakin virallisia termejä, kuten yhteissuunnittelu, co-design ja participatory design.

Tapausesimerkkinä tullaan tarkastelemaan Yle-palvelun mobiilissa luettavien artikkelien käyttökokemuksen parantamista yhteiskehittämisen avulla, mutta menetelmiä voi soveltaa muidenkin mediatalojen ja pienempien tekijöiden tarpeisiin.

## 1.2 Tutkimusasetelma ja tavoitteet

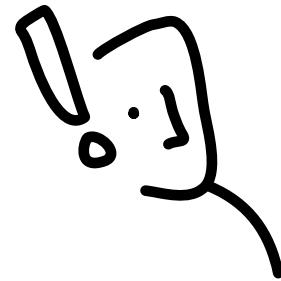
Tavoitteena (kuvio 1) on soveltaa muotoilua artikkelikehityksen ympäristössä. Tuon palvelumuotoilun työkaluja ja toimintapoja mediatalojen arkeen, sekä näytän kuinka palvelumuotoilusta voi olla apua artikkelikehityksessä. Tavoitteena on myös nostaa esille nuorten kokemukset yhteiskehittämisen keinoin ja kuinka sen avulla voidaan rakentaa vahvempaa vuorovaikutussuhdetta nuoreen kohdeyleisöön. Näin luoden tärkeää yhteiskunnallista merkitystä kuuntelemalla nuorten mielipiteitä ja vastaamalla oikeisiin tarpeisiin.

Työssä käsitellään tarkemmin Z-sukupolvea eli noin vuosina 1996–2005 syntyneitä nuoria aikuisia. Opinnäytetyö tehdään itsenäisesti, mutta Yleisradio Oy toimii tukena sekä materiaalien luovuttajana aina tarvittaessa. Työssä tärkeänä näkökulmana on myös nuorten muotoilijoiden tärkeys kehitystyössä.

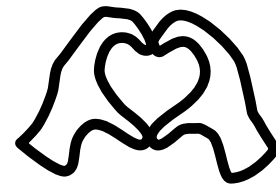


Kuvio 1. Opinnäytetyön raamit.

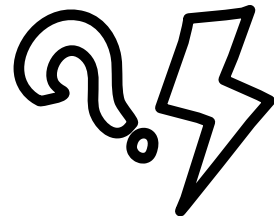
## **Opinnäytetyön tutkimuskysymykset joihin pyrin työlläni vastaamaan:**



Kuinka kohdata nuoret kehitystyössä  
ja miten ottaa heidät huomioon  
verkkoartikkelien kehityksessä?



Mikä luo tällä hetkellä nuorille hyvän  
käyttökokemuksen verkkoartikkelissa?



Miten palvelumuotoilun avulla voi  
luoda ymmärrystä nuorista, heidän  
toiveista, haaveista sekä kipukohtista?

## 1.3 Aikataulu

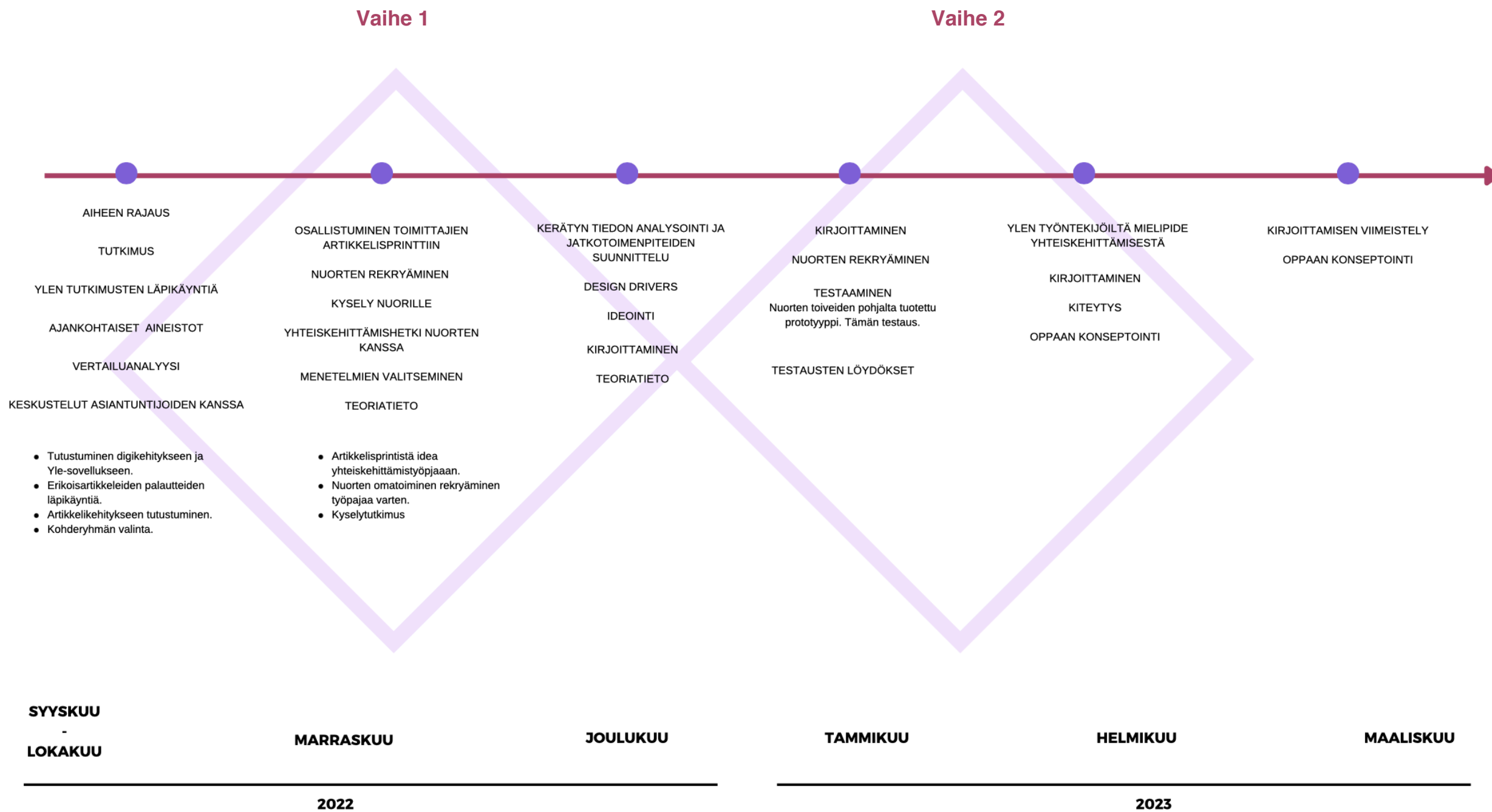
Työ aloitettiin syyskuussa 2022 ja opinnäytetyö saatiin päätökseen maaliskuussa 2023. Opinnäytetyön prosessin lopputuotoksena syntyvä opas on yleisölle luettavissa huhtikuussa 2023. Ideointi aiheesta alkoi syyskuussa, suorittaessani harjoittelua Yleisradio Oylle. Tämän takia opinnäytetyön prosessin aloittaminen ei ollut haastavaa, aiheen rajaaminen itsessään oli vaikeinta. Lokakuussa rajasimme aiheen niin, että kohderyhmänä on kaikki palvelumuotoilusta kiinnostuneet artikkelikehityksessä toimivat, jotka tavoittelevat nuorta yleisöä. Loppukäyttäjänä olisi nuoret ja tulokulmana palvelumuotoilu. Tästä oli helpompi liikkua eteenpäin ja siirtyä marraskuun puolelle, jolloin vertailuanalyysejä sekä pohjustavaa tutkimusta oli jo tehty.

Marraskuussa osallistuin toimittajien artikkelisprinttiin, jossa tutustuin toimittajien mielenmaisemaan ja miten he kokevat artikkelien houkuttelevuuden. Tuolloin suunnittelimme myös yhteiskehittämistyöpajaa nuorille valitsemalla muun muassa menetelmät. Työpajaa ennen julkaisin kyselyn sosiaaliseen mediaan, jossa pystyttiin huomioimaan tulevaa ja saamaan lisää eväitä yhteiskehittämiseen. Aihetta koskevaan teorialietoon perehdyin marras- ja joulukuun aikana.

Joulukuussa työpaja oli ohi ja sen löydösten analysointi vei joulukuun ensimmäiset viikot, josta nostettiin löydökset sekä suunnitteluohjurit. Tämän jälkeen tapasimme jatkotoimenpiteiden suunnittelun merkeissä ja päädyimme siihen, että tammikuussa teen käyttäjätestausta muutamalla nuorella, jotka etsin itse. Kuukauden loppuun mennessä olin saanut testattua viidellä henkilöllä prototyyppiä, kirjoitettua

reilusti tekstiä ja luotua persoonat. Helmikuussa kiteytettiin edellisten testausten löydöksiä ja työn kokonaisuutta. Tämän jälkeen aloin konseptoimaan opasta, jolloin opinnäytetyö lähenteli loppuaan.

Seuraavalla sivulla kuvataan oma opinnäytetyön prosessi (kuvio 2), jonka pohjalla toimii tuplatimantti, se on visuaalisesti yksinkertainen malli, joka esitettiin maailmalle vuonna 2004 ja sen kehittäjänä toimi British Design Council (Ball, 2019). Se auttaa yksinkertaistamaan askelia, joita otetaan missä tahansa muotoiluprojektissa. Tuplatimantin ideaa avataan enemmän luvussa 2.1 ja näytetään kuinka se toimi tukena tässä opinnäytetyössä.



Kuvio 2. Opinnäytetyön aikataulu.



# Palvelumuotoilu artikkelikehityksen tukena

- 2.1 Palvelumuotoilu ja muotoiluprosessi
- 2.2 Yhteiskehittäminen työkaluna
- 2.3 Trendien vaikutus artikkelikehitykseen
- 2.4 Artikkelikehitys maailmalla
- 2.5 Loppukäyttäjänä Z-sukupolvi



## 2.1 Palvelumuotoilu ja muotoiluprosessi

Palvelumuotoilussa painotetaan monipuolisuutta sekä mahdollisuutta tuoda sen menetelmiä moneen ja erilaiseen työpaikkaan. Vaikka Ylellä on jo nyt vahvaa muotoiluosaamista, harjoittelun aikana ilmeni, että palvelumuotoilun työkaluja, erityisesti yhteiskehittämistä, voi aina vahvistaa artikkelikehityksessä. Usein palvelumuotoilua käytetään uudenlaisen asiakaslähtöisen liiketoimintamallin tai palvelukonseptin luomiseen, mutta sitä käytetään nykyään lähes joka paikassa apuna, kun kehitetään digitaalisia palveluja sekä käyttöliittymiä. (Ojasalo ym. 2014, 71–73).

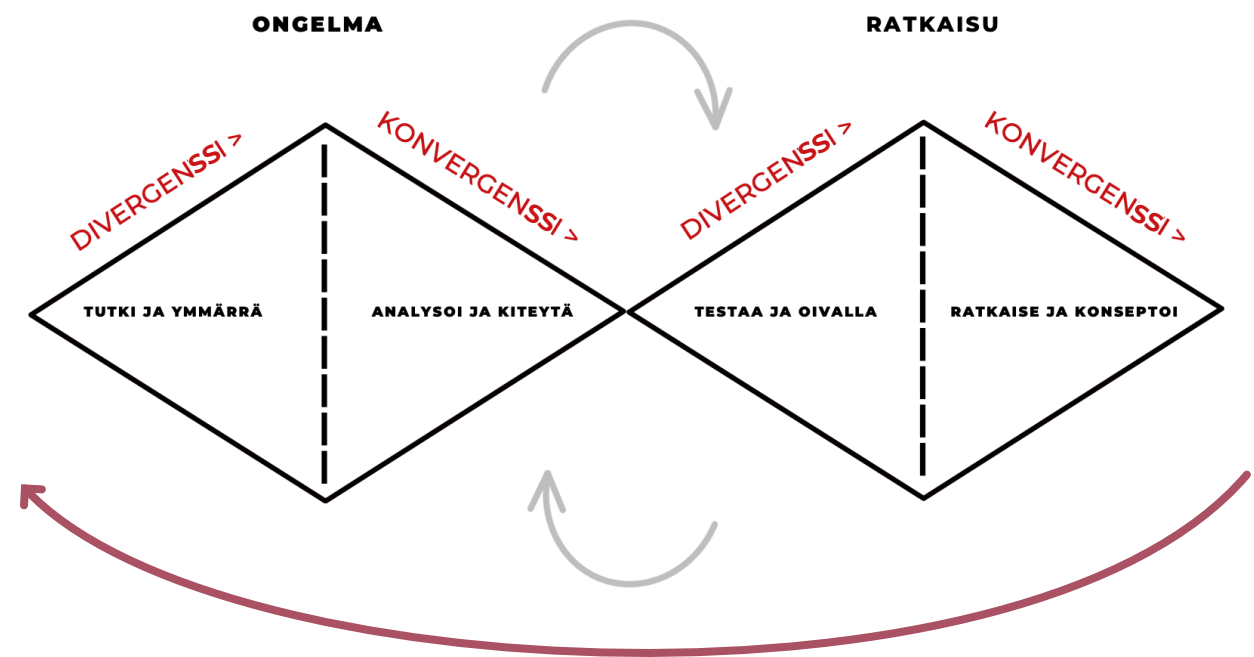
Tässäkin tilanteessa muotoiluajattelu (kuvio 3) ja muotoilun tuominen työprosessiin on koko organisaation osaamista, mutta monesti muotoilijan rooli on tuoda ne uudet menetelmät, työkalut sekä teknologiat osaksi organisaation toimintaa. Vastatakseen koko ajan muuttuvan toimintaympäristön haasteisiin on myös muotoilun alueen osaamisen kehityttävä ja pysyttävä edelläkävijän roolissa. (Miettinen 2014, 16–17).



Kuvio 3. Muotoiluajattelun yksinkertaiset viisi askelta (mukailtu Interaction Design Foundation.)

Opinnäytetyöprosessi voidaan kuvata tuplatimantin mukaan, joka on varmasti tunnetuin muotoilun ja erityisesti palvelumuotoilun prosessimalli. Kuviossa 4 näkyy kuinka yksinkertaisesti se kuvaa sitä, miten kehitystyö hioutuu kahdessa timantissa. Ensimmäinen keskittyy pääasiassa ratkaistavan ongelman ymmärtämiseen, jossa on mukana asiakasymmärryksen keräämistä ja kiteyttämistä. Toinen osa timantista sisältää ratkaisun kehittämistä. Prosessissa tulee tutuksi myös termit divergenssi ja konvergenssi. Divergenssi vaiheessa on avointa suhtautumista ongelmaan ja siinä kerätään tietoa tai ideoita ilman arviointia. Konvergenssissa vuorostaan tietoa analysoidaan ja arvioidaan, jotta voidaan kerätä paras kiteytys tai mahdollisesti näkökulma, jolla edetä. (Palvelumuotoilu Palo 2018.)

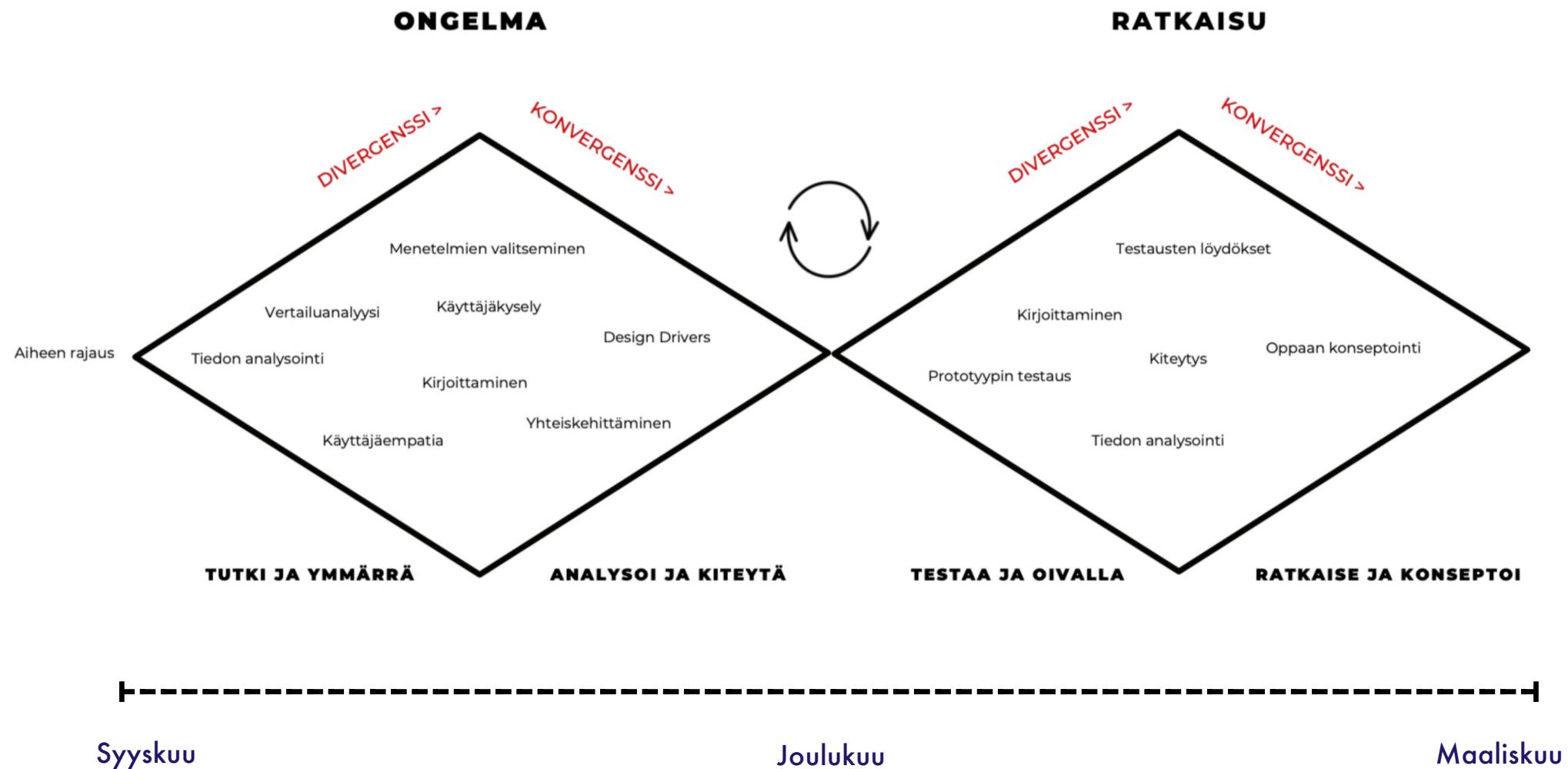
Prosessi voi olla myös triplatimantin muodossa tai muussa vastaavassa, mutta näin se on helpoiten visualisoitavissa. Toin myös omat vaiheeti tuplatimanttiin, jotka näkyvät kuviossa 5. Nuolet puolestaan esittävät iteroivaa kehitystä, eli vaiheiden tarvittaessa toistamista. Siinä toistetaan suunnittelun, toteutuksen ja tarkistuksen sykliä, jotta kehitys parantuisi uudella kierroksella (Right People Group 2022).



Kuvio 4. Tuplatimantti prosessimalli (mukailtu Palvelumuotoilu Palo)

*Palvelumuotoilu on suhteellisen uusi muotoilun ala, joka hyödyntää useiden muiden tieteen- ja muotoilualojen menetelmiä ja käsitteitä. Niiden avulla pyritään luomaan innovaattisia ratkaisuja, jotka ottavat huomioon kehitettävän palvelun kaikkien sidosryhmien tarpeet.*

(Zsifkovits 2022.)



Kuvio 5. Oma opinnäytetyöprosessi yksinkertaistettuna ja liitettyä tuplatimanttimaliin

## 2.2 Yhteiskehittäminen työkaluna

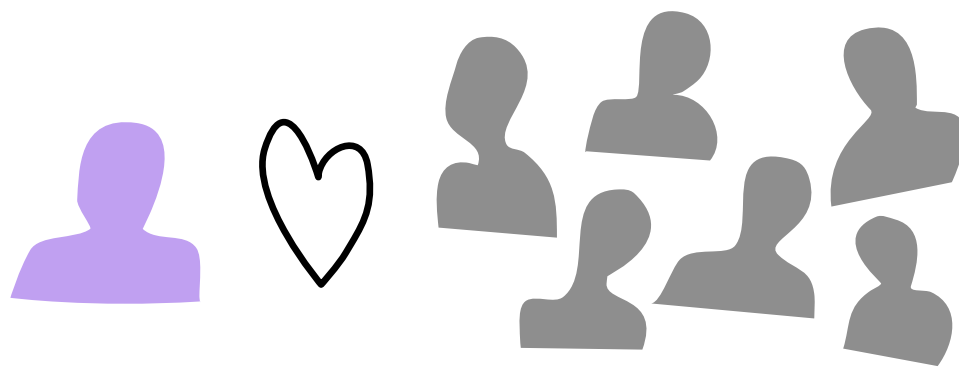
Yhteiskehittämisen tapoja on paljon, mutta keskeisenä ideana on saada kaikki innostumaan kehittämään yhdessä esimerkiksi paremman palvelukokemuksen toivossa. Sitä voi enemmänkin ajatella työkaluna palvelumuotoilussa. Väitän että yhteiskehittämisen pohjalta syntyy lopuksi ratkaisuja, jotka vastaavat oikeita ihmisten tarpeita. Pitää kuitenkin muistaa, ettei ole vain yhtä metodia tai työkalua. Se riippuu kohderyhmästä ja muutenkin ihmisistä, miten he lähtevät mukaan sekä kuinka aktiivista heidän osallistuminen on.

Yhteiskehittämisessä mukaan otetaan työntekijät ja asiakkaat (kuvio 6), jotka pääsevät toimimaan yhdessä ja jakamaan ajatuksia sekä ideoimaan ryhmässä. Loppukäyttäjän mukaan ottaminen edistää arvon rakentumista sekä suunnittelua. Kaikki palvelun osapuolet eivät kuitenkaan tarvitse olla päättämässä millainen kehitettävä palvelu tulee olla, vaan tavoitteena on enemmänkin huomioida kaikki kehittämiskohteeseen liittyvät näkökulmat tiedon keräämis- ja analysointivaiheessa. On tärkeää, että kaikki osapuolet tulevat kuulluksi ja kommunikaatio on sujuvaa, näin käsitys kehitettävästä asiasta on mahdollisimman monipuolinen. Mukana oleville ihmisille on annettava keinoja myös itseilmaisuun. Se voi olla muodonantoa, visualisointia tai esimerkiksi prototypointia. (Tuulaniemi 2011, 117.)

Mutta miten yhteiskehittämistä voi käyttää hyväksi uutisartikkelin palvelukehityksessä nuorelle kohdeyleisölle? Ylen artikkelikehityksessä pääsin suunnittelemaan yhteiskehittämistyöpajaa ensimmäistä

kertaa nuorten kanssa. Yhteiskehittämisen prosessia kuvaa hyvin edellisellä sivulla mainittu, palvelumuotoilussa hyödynnetty ”tuplatimantti”-malli. Aloitetaan etsimällä ratkaistava ongelma, kerätään tietoa, pidetään työpajoja ja tämän jälkeen aletaan kiteyttämään dataa ja konseptoimaan ratkaisua.

Mielestäni yhteiskehittämishetket voivat olla kevyitä tai pidempiäkin työpajoja, mutta silloin kun halutaan kehittää palveluita nuorten kanssa, kannattaa työpajat pitää tiiviinä. Luvussa 3 selitetään tapauksesta, jossa järjestettiin työpaja nuorille ja siitä voidaan huomata, kuinka nopeasti yhteiskehittäminen potkaisee kehitystä käyntiin. Muistaa vain ottaa rohkeasti asiakkaan tai yleisön mukaan kehitykseen. Työpajoissa on hyvä olla asiakkaiden lisäksi myös niitä, joilla on valtaa viedä eteenpäin esille tulleita havaintoja ja konsepteja käytäntöön tai ylipäättään päättää niiden toteuttamisesta (Nieminen 2021, 12).



Kuvio 6. Luo yhdessä yhteisön kanssa

*Et vain kuule heidän ääntään, vaan annat heille mahdollisuuden toimia yhdessä kanssasi. Tavoitteena on luoda yhdessä palveluita sekä tutkia, miten yhteisöt toimivat, ymmärtää miten ratkaisusi nimetään tai miltä sen logon pitäisi näyttää. Yhteisö voi ottaa paljon todennäköisemmin käyttöön palvelun tai käytännön, jonka se auttoi luomaan.*

(Ideo.org 2017.)

## 2.3 Trendien vaikutus artikkelikehitykseen

Palvelumuotoilussa trendeistä puhutaan päivittäin ja varsinkin median ala sekä samankaltaiset työpaikat kohtaavat muutosta päivittäin. Mielestäni on hyvä pysyä herkkänä muutoksille ja haistella tulevia trendejä. Olen kokenut, että näitä on myös hyvä peilata omaan tekemiseen sekä perehtyä siihen minkälainen muutoksen aallokko on ollut. Dufva (2022) kuvaa Sitran julkaisussaan, kuinka esimerkiksi megatrendit antavat kokonaiskuvan tämän hetken muutoksista, mutta myös miten nykyinen järjestelmä on kehittynyt. Myös tämän opinnäytetyön tulokset tukevat Dufvan havaintoja, mutta artikkelikehityksen näkökulmasta.

Vaikka kaikki megatrendit sekä trendit ovat median alalla tärkeitä huomioida, vuoden 2023 julkaistussa megatrendeissa mielestäni tärkeimmäksi nousee kilpailu digivallasta (kuva 2). Tähän sisältyy näkökulmia muotoilusta, käyttäjätiedon keruusta sekä etiikasta. Algoritmeille annetaan yhä enemmän päätäntävaltaa, jolloin kysymykset datankeruusta, läpinäkyvyydestä ja vastuusta korostuvat (Dufva 2023).

Keskustelin Yle-palvelun vastaavan tuottajan, Emma-Leena Ovaskaisen kanssa Ylellä uutisartikkelien muutoksesta. Hänen mukaan suurin osa uutisartikkeleista internetissä ovat pysyneet jo vuosikymmeniä samanlaisina. Samalla muu mediankäyttö on kehittynyt huimaa vauhtia, Facebookin tekstipäivityksistä, Netflixin kautta TikTokkiin. Seuraavissa luvuissa käsitelläänkin enemmän trendien kokonaiskuvaa verkkoartikkelien audiovisuaalisuudesta, yhteiskunnallisesta vaikutuksesta ja käytettävyydestä. Esimerkkejä on niin maailmalta, kuin myös Suomesta.

### **Kilpailu digivallasta kiihtyy**

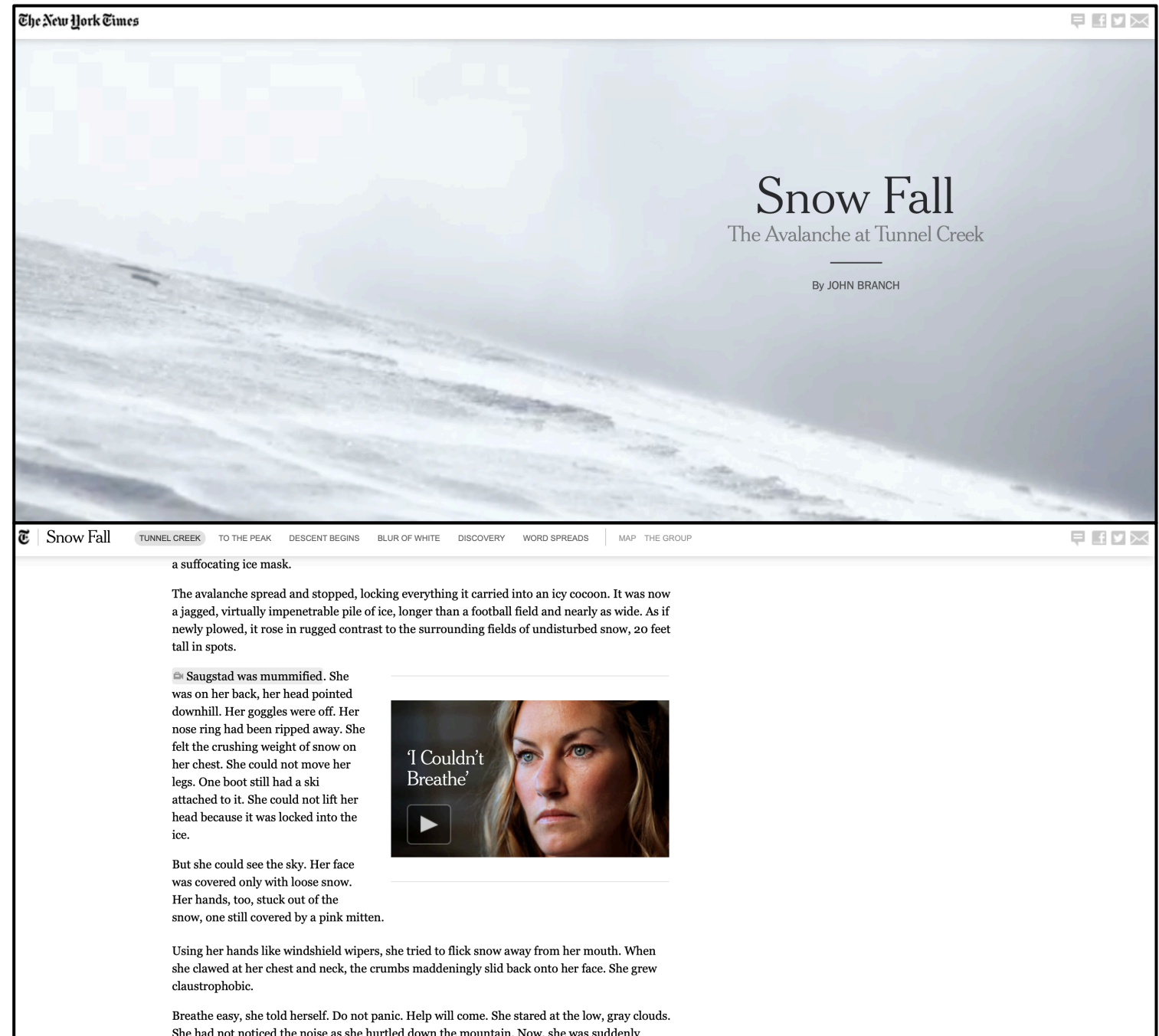
Teknologia kehittyy nopeasti ja uutta teknologiaa otetaan käyttöön uusilla elämän osa-alueilla. Dataa kerätään ja hyödynnetään yhä enemmän ja sen pohjalta tarjotaan uusia räätälöityjä palveluita niin yksilöille kuin organisaatioiden käyttöön. Samalla kiistellään digitaalisesta vallasta, eli siitä, kuka kerää ja hyödyntää dataa, digimaailman pelisäännöistä, teknologian vaatimista resursseista ja yleisemmin teknologian kehityssuunnista.

Kuva 2. Näyttökuva Sitran Megatrendistä 2023 (Sitra)

# Audiovisuaalisuus ja artikkelikehityksen trendit

Vuonna 2012 New York Times julkaisi artikkelin (kuva 3) nimellä *Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek*. Se kertoo tarinan lumivyörystä, joka tapahtui 19. helmikuuta 2012 Tunnel Creekissä, Stevens Passin osassa Washingtonin Cascade Mountainsissa. Tarinassa on useampi osa ja jokaisessa yhdistyy tekstiä niin valokuviiin, videoihin, ääneen ja graafisiin animaatioihin. (Van Krieken 2018.)

Vaikkakin se on nykypäivänä jo vähän vanhentunut, se on tärkeä osa verkkokerronnan historiaa ja sen laajentamista. Sitä voidaan pitää mediauutisten narratiivisten tekniikoiden niin sanottuna blueprinttinä, eli lähtöpisteenä. Myös Ylellä sitä on käytetty esimerkkinä jo vuosia, mutta on aika haastaa tätä. Mitä tulevaisuus tuo ja mitä uutta verkkokerronnan tekijät voi tuoda. Tiedetään että kaikki kilpailevat yleisön koukuttamisesta ja varsinkin palaavista asiakkaista.

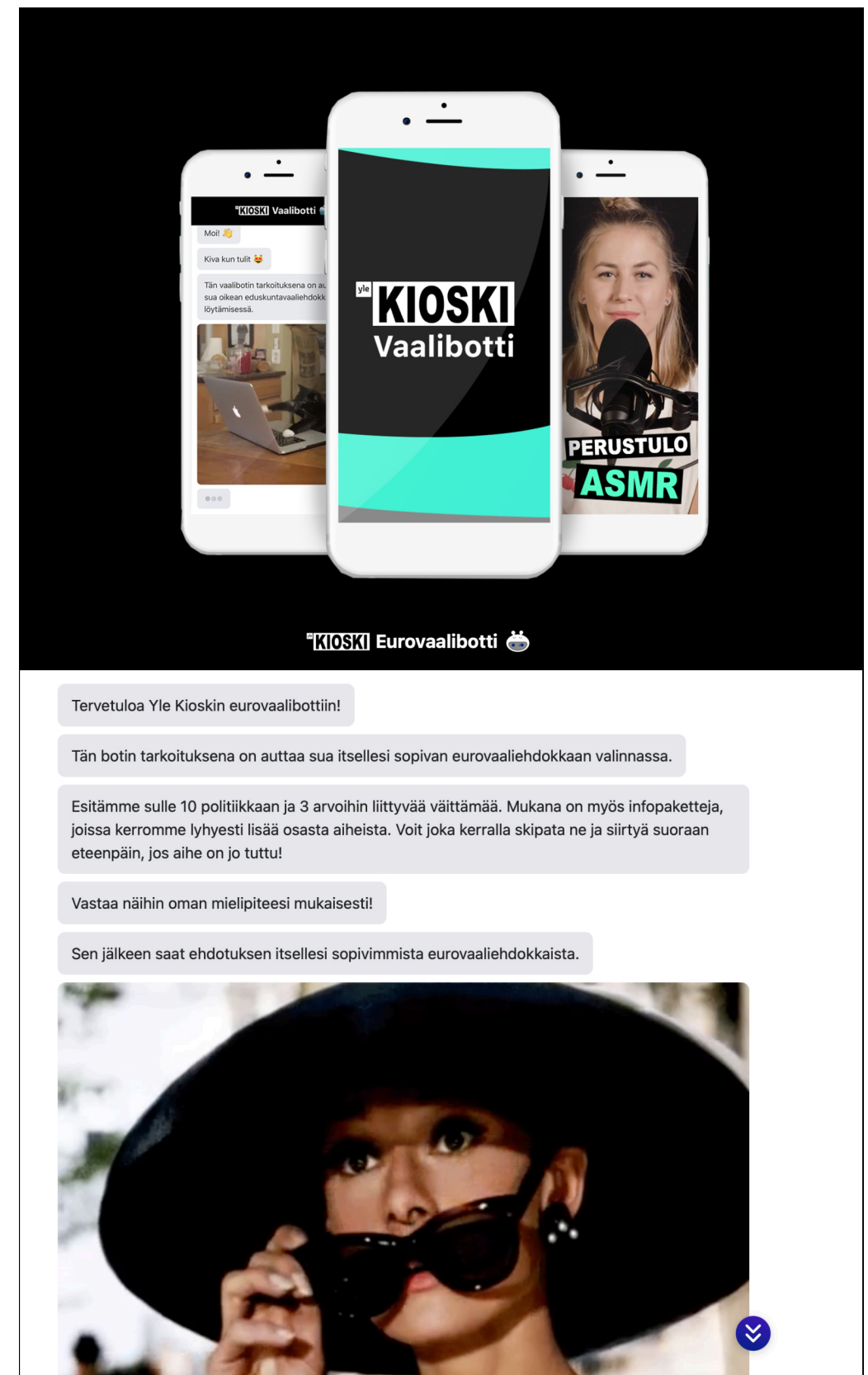


Kuva 3. Näyttökuvat Snowfall artikkelista (The New York Times)



Toinen ajankohtainen onnistunut esimerkki oli vaalibotti projekti (kuva 4), joka tehtiin Yle Kioskin, Suomen Akatemian rahoittaman ALL-YOUTH-tutkimushankkeen ja Sitran kanssa yhteistyössä. Tavoitteena oli tehdä ehdokkaan löytämisestä helpompaa, parantaa ymmärrystä eduskuntavaaleissa ja kasvattaa äänestysaktiivisuutta. Kohderyhmänä oli erityisesti 18–22-vuotiaat ensiäänestäjät. (Nissinen 2019.)

18–24-vuotiaiden äänestysprosentti nousi 8,2 prosenttia ja 24–34-vuotiaissa 4,9 prosenttia (Stenros 2019). Tämä oli merkittävä esimerkki nuorten ja Yleisradion kohdalla yhteiskunnallisesta tärkeästä vaikuttamisesta. Jos kerronnan tapa on mielenkiintoinen, ajankohtainen eikä liian vaativa, parhaimmassa tapauksessa se edistää nuorten osallisuutta. Varsinkin näin tärkeässä asiassa, kuin eduskuntavaalit sekä jokaisen äänioikeus.



Kuva 4. Näyttökuvat Ylen vaalibotin mainoksesta sekä botista (Yle)



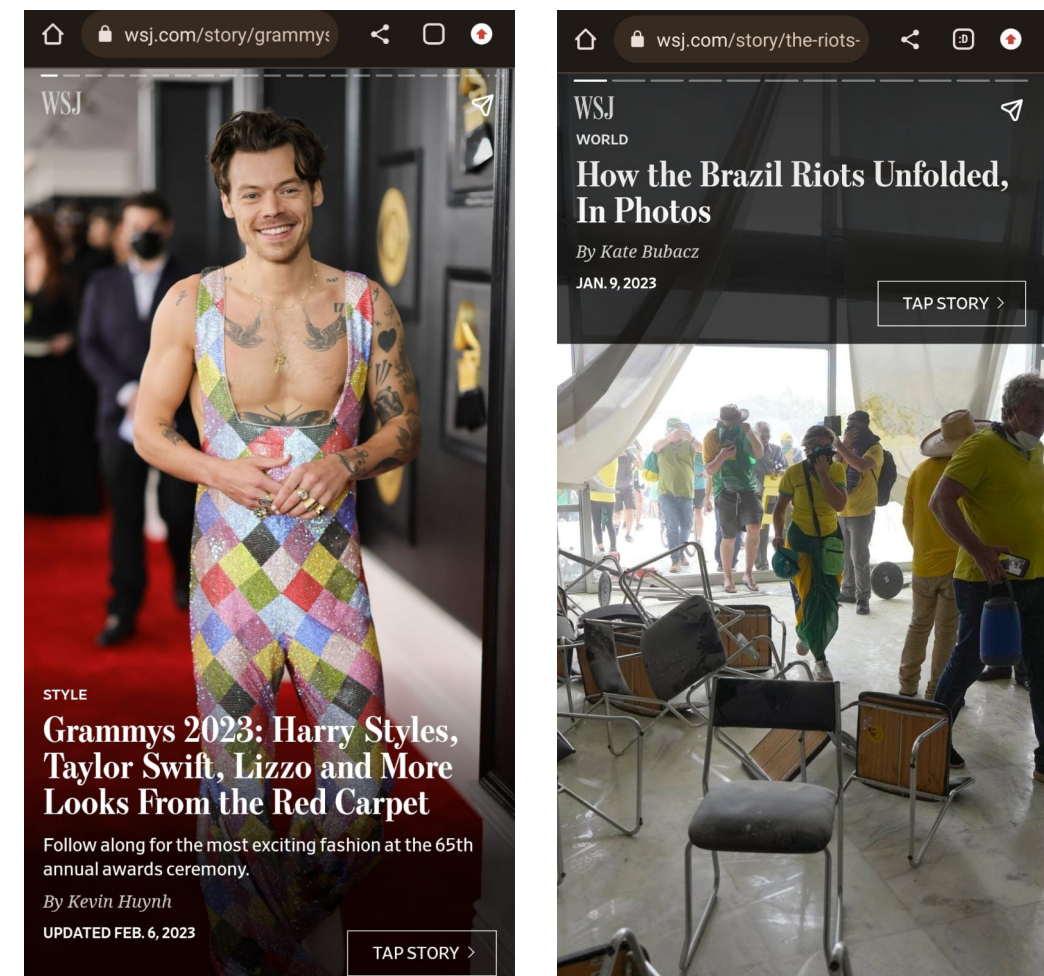
## 2.4 Artikkelikehitys maailmalla

Yle-palvelun luennolla kuulin ajankohtaisista trendeistä Amerikassa. Siellä puhutaan paljon monimuotoisuudesta sekä inklusiivisuudesta, koska ne ovat nuorelle yleisölle merkittäviä ja poliittisesti tärkeitä. Online News Associationin (kuva 5) konferenssissa nousi muun muassa esille se, että nuoret seuraavat henkilöitä, ei medioita. Halutaan olla läsnä eri yhteisöissä ja helposti lähestyttäviä, positiivisia uutisia halutaan tehdä aktiivisesti lisää. Esimerkiksi Washington Post löytää Redditistä nuoret miehet. Redditissä on pystytty luomaan aktiivinen keskusteleva yhteisö ja he järjestävät paljon AMA-tilaisuuksia (ask-me-anything), johon tuodaan toimittajien lisäksi myös asiantuntijoita. (Ovaskainen 2022).

Koska yhä useampi juttu kulutetaan älypuhelimella, on digitaaliset artikkelit tehtävä mobiiliin sopivaksi, eli siten, että niitä on helppo lukea sekä selata pienemmällä kosketusnäytöllä (Upola 2016). Verkkoartikkeleita on alettu tekemään mobiiliin jo vuosia sitten, joten artikkelit ovat myös hyvin kehittyneitä ja niistä on jo eri tyyliä kuin vain mobiiliartikkeli. On erilaisia pelillisiä elementtejä omaavia artikkeleita ja esimerkiksi korttijuttuja, jotka ovat samantyyllisiä kuin Instagram tarinat. Esimerkkinä kuvassa 6 kaksi Wall Street Journalin visuaalista artikkelia, tap storya, jotka ovat helppoja, informatiivisia ja näyttäviä. Ne toimivat jopa paremmin mobiililaitteella.



Kuva 5. Online News Association logo (Online News Association)



Kuva 6. Näyttökuvat Wall Street Journalin artikkeleista (Wall Street Journal)

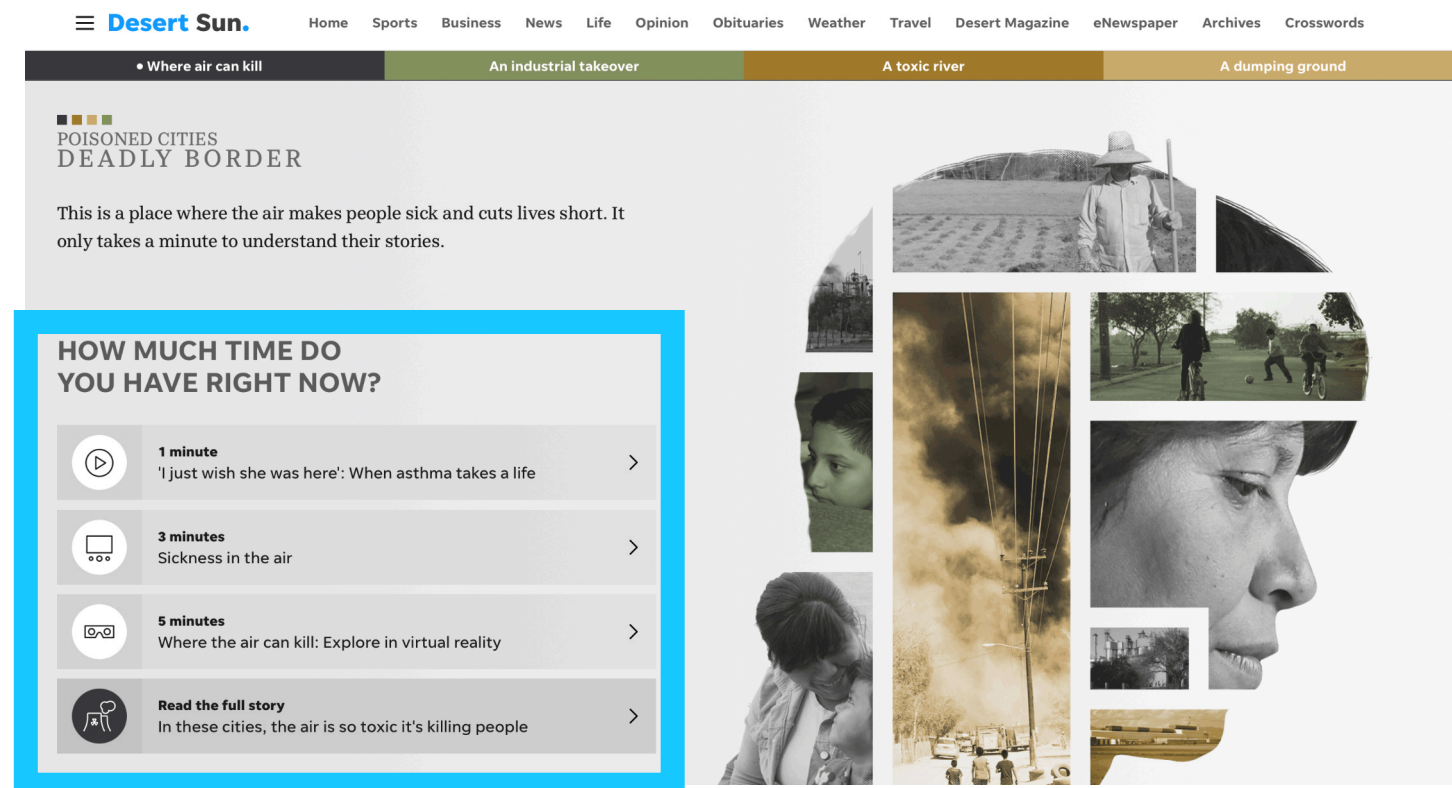
## Nostoja palkinnon saaneista

Online news Associationin konferenssissa palkittiin useita onnistuneita artikkeleita sekä kerronnan tapoja. Esimerkiksi kuvassa 7 *For You Portugal, I Swear* sai palkinnon ”Excellence and Innovation in Visual Digital Storytelling”. Jutussa on vahvat värit ja videot ovat dramaattisia, visuaalisesti sekä narratiivisesti rohkea artikkeli.

Nostan vielä toisen (kuva 8) Excellence and Innovation in Visual Digital Storytelling -palkinnon saaneen artikkelin. Kiinnostava yksityiskohta oli mahdollisuus valita ajankäytön kautta, miten käy artikkelin läpi. Voi valita lyhyempiä pätkiä tai käydä läpi koko artikkeli. Itse kävin läpi virtuaalitodellisuus version sekä kuvakollaasin. Niissä kokonaisuus oli helpoin ymmärtää, koska aikaa ei ollut paljoa. Tämä kokonaisuus sitoo itsensä hyvin käytettävyyteen ja siitä syntyvän käyttökokemuksen.



Kuva 7. Näyttökuva For You, Portugal, I swear! Artikkelista (Divergente)



Kuva 8. Näyttökuva Poisoned Cities artikkelista (Desert Sun)

## 2.5 Loppukäyttäjänä Z-sukupolvi

Itse koin ymmärtäväni enemmän tilannetta, koska olen niin sanottu ”zoomeri” (kuvio 7). Työssä keskitytään siis Z-sukupolveen (eng. Generation Z/Gen Z) eli noin vuosina 1996–2005 (kuvio 8) syntyneet nuoret aikuiset (Pew Research Centre 2020). Haluan muistuttaa, että tätä voi tarkastella kriittisesti, koska moni lähde sanoo eri vuosilukuja Z-sukupolvelle. Mainitsemani vuodet ei ole virallisiin määritelmiin perustuva ja tarkkaa ikäjaottelua sukupolville ole, mutta opinnäytetyöni tapauksissa nuoret ovat iältään noin 18–26-vuotiaita sekä loppukäyttäjät ajatellaan olevan samaa ikäluokkaa. Työharjoittelun aikana huomasin tarpeen median käytössä kohdata enemmän heidän tarpeitaan sekä toiveitaan.

Päätös nuorista kohderyhmänä ei tullut suoraan omista havainnoista, vaan Ylellä on tehty tutkimuksia, joissa samat havainnot nousivat. Näitä tutkimuksia en tuo työhön, koska ne ovat salattuja. Tavoitteena on kuitenkin saada Yle-palveluun enemmän aktiivisia nuoria käyttäjiä, kuin myös nuoria, jotka palaavat palvelun pariin. Tässä isoina kysymyksinä pyöri mitkä asiat sitten luovat nuoria asiakkaita enemmän. Otin tarkastelun kohteeksi käytettävyyden ja kokemuksen palvelumuotoilun näkökulmasta.



Kuvio 7. Z-sukupolvi tunnetaan myös nimellä ”zoomerit”

### Hiljainen sukupolvi

Syntynyt 1928–1945

### Boomer

Syntynyt 1946–1964

### X-sukupolvi

Syntynyt 1965–1980

### Milleniaali

Syntynyt 1981–1996

### Z-sukupolvi

Syntynyt 1996\* jälkeen

\*Kronologista päätepistettä tälle ryhmälle ei ole asetettu

Kuvio 8. Sukupolvet aikajanalla (mukailtu, Pew Research Centre)

Ennen kuin olin päättänyt viralliset loppukäyttäjät, tutustuin erikoisartikkeleiden palautteisiin. Palautetta oli kerätty erilaisten artikkeleiden lopussa useamman kuukauden ajalta. Niitä läpikäydessä sain paremman kuvan siitä, miten erilaisia verkkokerronnan tapoja esimerkiksi Ylellä käytetään. Ylen palveluissa käytetään jo runsaasti esimerkiksi pelillisiä elementtejä, kyselyitä ja laskureita, jotka yleensä herättävät hyvin käyttäjän huomion. Parhaassa tapauksessa käyttäjä hyötyy sekä saa uutta tietoa niiden avulla. Esimerkiksi Ylen Suomi-desk ja Plus-desk kehittää erilaisia muotoja ja heiltä syntyy muun muassa erilaisia laskureita, koneita, pelejä, infografiikkaa sekä 3D-juttuja (Yle Plus-desk).

Kuvassa 9 olin luonut palautteista samankaltaisuuskaavion. Se on hyvä apukeino tiedon ja ideoiden jäsentelyyn joka voi tuoda ideointiin järjestelmällisyyttä (Curedale 2015, 103). En näytä tarkemmin samankaltaisuuskaaviota, koska sisältö ei ole tärkeä tälle työlle. Tärkeimpänä tulee esille minkälainen palautteenanto oli, sekä millä otsikoilla kokosin palautteita ja järjestelin ne Miro alustalle. Tein samanlaiset kaaviot 14 eri erikoisartikkelista. Tästä kokonaisuudesta oli hankalampi saada kuva mitä nuoret ovat ajatelleet, koska palautteista ei saanut selville vastaajan ikää.



Kuva 9. Näyttökuva samankaltaisuuskaaviosta Miro alustalla.





# Yhteiskehittämis- työpaja

3.1 Yhteiskehittämistyöpajan lähtökohdat

3.2 Kyselytutkimus

3.3 Menetelmät ja kehittämistehtävä

3.4 Työpaja osa 1: Ryhmäkeskustelu

3.5 Työpaja osa 2: Uutisartikkeli 2.0

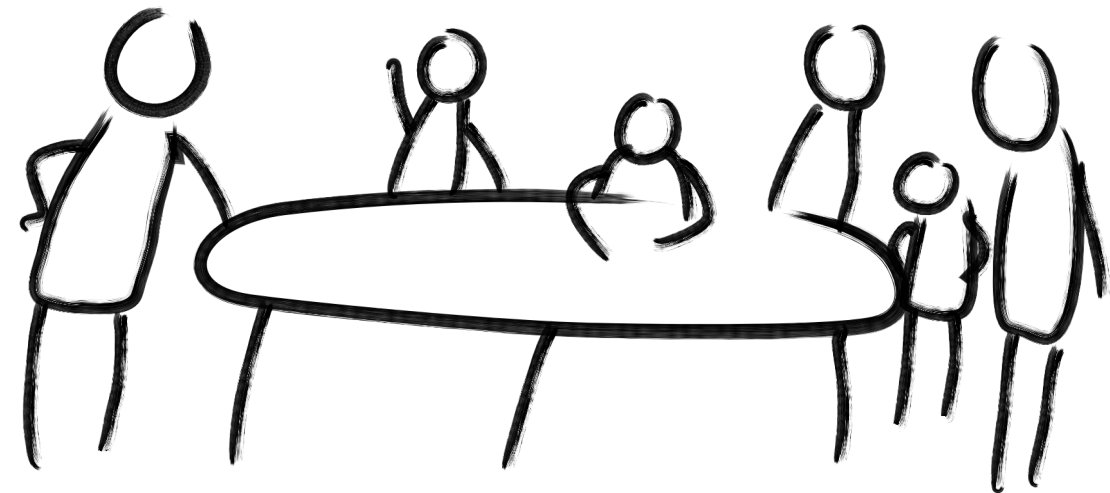
3.6 Analyysi menetelmistä

## 3.1 Yhteiskehittämistyöpajan lähtökohdat

Kun lähdimme suunnittelemaan yhteiskehittämishetkeä yhdessä Soila Laivon kanssa Ylen Asiakkuustiimistä, halusimme rajata tarkasti mitä työpajalta halutaan. Alussa rajasimme kohderyhmän ja tavoitteet (kuvio 9). Työpaja oli toiveissa pitää niin, että osallistujat ovat paikan päällä Pasilassa ja nuoria olisi enintään 13 henkilöä. Tavoitteena oli, että asiantuntijat pääsevät seuraamaan keskustelua, niin etteivät he osallistu keskusteluun paljoa. Apukysymyksiä voi tarvittaessa antaa.

Tärkeintä on se, että mukana on organisaation sisältä ihmisiä, jotka ovat kehittämässä myös samoja asioita mitä nuoret kehittävät. Tilanteesta ei hyödy, jos työntekijät ei pääse paikalle. Tilanteessa pääsee havainnoimaan mitä nuori tekee, mutta siinä tulee paremmin esille myös se mitä nuori ei sanoisi välttämättä isossa ryhmässä. Myös käyttäytyminen sekä arjen kokemuksen tulevat helpommin esille, josta voidaan tehdä havaintoja.

Halusimme rajata työpajassa myös sen, että vältetään kysymyksiä, joihin voi vastata vain kyllä/ei vastauksilla. Työskentelyssä haluttiin pitää koko ajan tulevaisuusnäkökulma ja kaikki keskustelu yritettiin ohjata siihen, miten kehittää tiettyä asiaa eteenpäin. Tämä siksi, jotta saataisiin oikeasti edistettyä artikkeleita.



Kuvio 9. Yhteiskehittämisen suunnittelua yhdessä pöydän ympärillä.

## Osallistujien löytäminen

Yhteiskehittämisen rakenteen suunnittelun yhteydessä aloin etsimään nuoria mukaan. Nuorten rekrytoiminen työpajaan tapahtui omatoimisesti ja jaoin tekemääni kutsua (kuva 10) Yammer-alustalla, omalla Instagram tililläni sekä pyytämällä apua ystäviltä, jotka auttoivat levittämään kutsua heidän tutuille. Itse ilmoittautuminen tapahtui Google Forms alustalla. Kutsussa halusin alleviivata helppoutta ja nuorten osallistujien mielipiteiden tärkeyttä. Palkinto sekä tarjoilut mainittiin, jotta osallistuminen olisi houkuttelevampaa. Palkintona osallistumisesta oli tarjolla joko Finnkinon leffalippupaketin tai 50 euron ravintolalahjakortin Luckiefun's ravintolaan.

Ilmoittautumisaikaa oli kaksi viikkoa, vaikka alun perin aikaa ilmoittautumiseen olisi pitänyt olla noin kuukausi, mutta budjetointikysymysten takia kutsun julkaiseminen myöhästyi. Sain kuitenkin tarvittavan määrän osallistujia nopealla aikataululla. Ilmoittautuneita oli 14 kappaletta, joista yksi jättäytyi pois. Sovimme etukäteen, että otamme maksimissaan 13 osallistujaa, jotta työpajan rakenne pysyy kasassa, sekä aikaa jää rauhallisemmalle keskustelulle.



Hei sinä nuori, max 25vee!  
Meillä on tulossa hetki Ylellä, Pasilassa, jossa pohditaan ja visioidaan tulevaisuuden mediapalvelua ja nyt sulla on mahdollisuus osallistua! Pääset viettämään hetken (noin 2h) yleläisten kanssa. Tapahtuma sisältää tarjoilut paikan päällä ja palkkion osallistumisesta.

Vai onko sulla tuttu/kaveri joka kävisi kriteereihin paremmin? Välitä kutsu hänelle!

Moi!

Meillä on tulossa kiva pikku yhteiskehittämishetki Ylellä Pasilassa ja etsimme sinne nuoria osallistujia. Tavoitteena on visioida yhdessä tulevaisuuden mediapalvelua. Kiinnostaisko sua tai onko sulla esim. kavereita tai tuttuja harrastuksista tai muualta, jotka haluaisi viettää hetken (noin 2h) yleläisten kanssa? Osallistujien ikä olisi hyvä olla akselilla 19-25v. Tapahtuma sisältää tarjoilut paikan päällä ja palkkion osallistumisesta (4x finnkinon lippuja tai 50€ ravintolalahjakortti).

Ilmoittaudu itse tai kutsu kaveri kuulolle! Mukaan et tarvitse kuin itsesi sekä valmius antaa ideoiden sekä ajatusten lentää. Eli mitään tietotaitoa et ennakolta tarvitse!

Paikka: Yle Mediatalo, Uutiskatu 5 (tarkemmat ohjeet saapumiseen tulee myöhemmin sähköpostilla 📧)  
Ajankohta: 25.11. klo 17:00-19:00

👉 Tämän linkin kautta onnistuu osallistuminen ja palkkion valitseminen:  
<https://forms.gle/uw6r4bRpwR7HADjm9>

Ilmoittaudu piakkoin, suljemme lomakkeen kun sopivia osallistujia on saatu mukaan tarvittava määrä ja ilmoitetaan valituille osallistujille 18.11. mennessä!

Ja jos nousee jotain kysymyksiä mieleen niin mulle voi laittaa viestiä millon vaan WhatsApissa 0409313932 tai sähköpostilla [satu.kiiski@yle.fi](mailto:satu.kiiski@yle.fi) 🌟📧

Ilmoittaudu tai vinkkaa kaverille!  
Mukaan et tarvitse kuin itsesi sekä valmius antaa ideoiden sekä ajatusten lentää.

Paikka:  
Yle Mediatalo, Uutiskatu 5, Pasila  
Ajankohta:  
25.11. klo 17:00-19:00

🔗 FORMS.GLE

**Hei nuori! Tule visioimaan tulevaisuuden mediapalvelua Pasilaan!**

yle

👍 💬 ➦ 515

Kuva 10. Kutsut Instagramissa ja Yammerissa.

## 3.2 Kyselytutkimus

Ennen yhteiskehittämishetkeä luotiin kyselytutkimus (liite 1), joka oli avoin ja se rakennettiin maksullisella SurveyPal alustalla. SurveyPal antoi kustoimoida rakennetta hyvin. Marraskuun 2022 toisella viikolla se julkaistiin Instagramissa, siinä nuoret pystyivät vastata samoihin asioihin mitä tulimme käsittelemään tulevassa yhteiskehittämistyöpajassa. Kyselytutkimus tehtiin sen takia, jos kyselystä nousisikin jotain huolia tai toiveita nuorilta erityisen paljon. Tällöin ne voi ottaa esille työpajassa. Muuten kyselyssä oli ajankohtaisia teemoja, esimerkiksi kirjautumisesta Yle-sovellukseen.

Kysely oli jaossa viikon ajan ja sitä jaettiin myös Ylen Instagram tilillä @yle (kuva 11) ja yhteensä vastauksia tuli 69 kappaletta, mutta niistä rajattiin tarkasti vain 18–25-vuotiaiden vastaukset ja lopulliseksi vastausmääräksi jäi 28 kappaletta. Kyselyssä oli mahdollisuus kohderyhmää vanhempienkin vastata, koska on havaittu tilanteita, jossa suuret massat ihmisiä vastaa kyselyyn, vaikka aihe ei koske heitä. Havainnot ovat tulleet Ylen Asiakkuuden tiimistä. SurveyPalilla pystyi kuitenkin helposti suodattamaan yli 25-vuotiaiden vastaukset pois. Tällä tavoin varmistetaan, että nuorten vastaukset ovat oikeasti nuorilta.



Kuva 11. Kyselytutkimuksen mainostamista @yle Instagram tilillä



# Yhteenveto kyselyn vastauksista

Digiutusten pariin suunnataan yleensä kaverin jakaman linkin kautta tai uutissovelluksesta. Uutispalvelun etusivulla, oli se sitten sovelluksessa tai selaimessa, nuoret yleensä selailevat tuoreimpia ja kiinnostavimmat saattaa avata ja lukea. Jos nuori saapuu linkin kautta suoraan johonkin tiettyyn juttuun, vastaajista suurin osa siirtyy suoraan pois palvelusta. Toiseksi eniten äänestettynä oli ”siirryn toiseen juttuun”.

18–20-vuotiailla enemmistöstä ei ollut Yle-sovellusta. Kyselyssä he, jotka vastasivat sen ettei heillä ole, kysyttiin myös mikä olisi syy siihen, että nuori lataisi Yle-sovelluksen. Helppous saada tietää uutiset korostui, kuin myös se, että ei ole tajunnut ladata tai mainostaminen mennyt ohi. Yle-sovelluksessa parhaaksi asiaksi koettiin nopea tapa lukea uutiset, ilmoitukset, ei mainoksia, ilmoitusten kustomointi, maksuttomuus. 21–25-vuotiailla Yle-sovelluksessa tärkeäksi nousi selkeä käytettävyys, omien suosikkiutusten korostaminen sekä ajankohtaisuus.

Kyselyssä (liite 2) haluttiin tietää myös olisiko jotain elementtejä mitä nuoret haluaisivat lisää, tai vaihtoehtoisesti poistaa. Tähän vastattiin osittain asioita mitä sovelluksissa oli jo, mutta muun muassa vastauksissa näkyi hakukoneen helpottamista ja aiheita enemmän. Muita uutissovelluksia tai palveluita mitä nuoret käyttävät, vastauksissa nousi Helsingin Sanomat, Iltasanomat, Iltalehti tai sitten sosiaalinen media, esimerkiksi Facebook, josta nuori seuraa yleisempiä uutissivuja. Myös Ampparit uutissovellus sekä The Guardian mainittiin.

Tärkeimmät jutut uutisjuttujen sisällön esittämisen tavassa 18–20-vuotiaille oli sujuva teksti, video, audio, tiivis kokonaisuus sekä mahdollisuus personoida näkymiä. Kun taas 21–25-vuotiailla tärkeimmiksi nousi järjestyksessä video, sujuva teksti, tiivis kokonaisuus, kuvat, audio ja interaktiivisuus sekä personointi (kuvio 10).



*On myös kiva lukea uutisia pohjustavia tekstejä. Esimerkiksi monilla tämän hetken uutisilla on pidempi historia joita ei välttämättä tiedä/muista, jolloin kokoavat katsaukset miten tähän on päädytty ovat mielestäni hyviä.*



*Sujuva teksti omalla kohdallani tarkoittaa sitä että juttu voi olla pituudeltaan mitä vain. Jutusta pitää kuitenkin selvitä minulle jokin ydinajatus tai kokonaiskuva, jotta olen kokenut sen sujuvaksi. Pidän erityisesti ”aihe pähkinänkuoressa” tai ”tästä on kyse” tyyppisistä sisällöistä.*

Kuvio 10. Kyselystä nostettuja kommentteja nuorilta

### 3.3 Menetelmät ja kehittämistehtävä

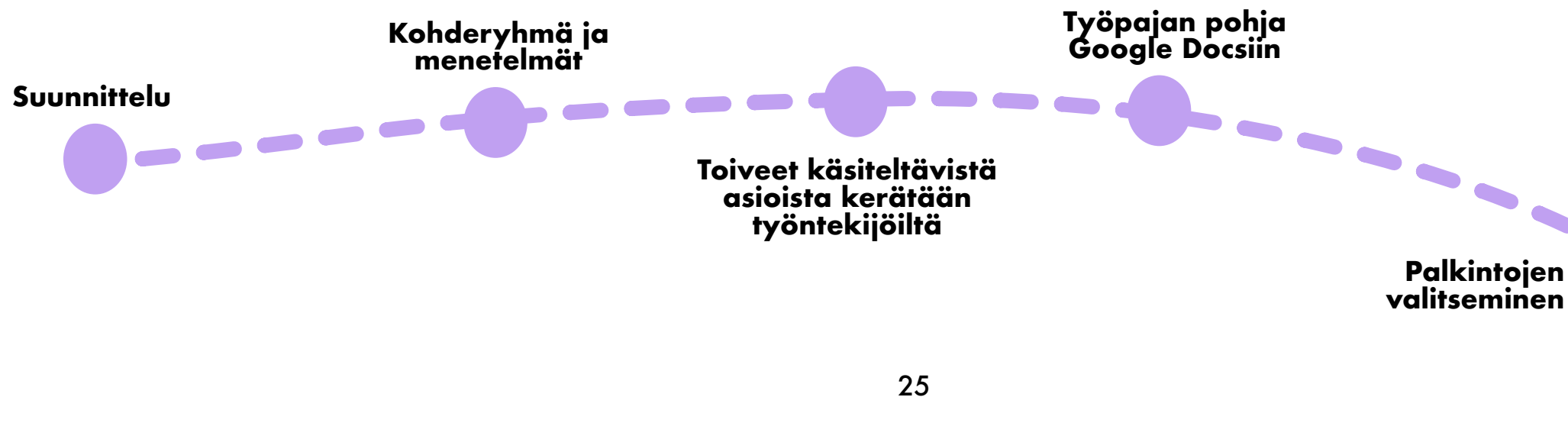
Työpajan (kuva 12) ensimmäisessä osassa oli tavoite lämmitellä ja keskustella ryhmissä mediankäytöstä ja saada nuoret keskustelemaan keskenään. Pääasiallisena kehittämistehtävänä nuorten osallistujien tavoitteena oli kehittää niin sanottu ”Uutisartikkeli 2.0”. Teemoina toimi innovatiivinen, kokemuksellinen ja vuorovaikutteinen. Uutisartikkelin tulisi osua alle 25-vuotiaiden arjen mediankäyttöön niin, että he haluaisivat kuluttaa Ylen uutisartikkeleita päivittäin. Kuviossa 11 nähdään yksinkertaista polkua työpajan suunnittelusta.

Ryhmäkeskustelu valittiin osaksi työpajaa, koska siinä vuorovaikutus painottuu ryhmässä olevien väliselle vuorovaikutukselle. Tavoitteena on saada osallistujat keskustelemaan teemasta tai aiheesta keskenään, näin ollen saaden tutkimusaineistoa. (Valtonen ym. 2020.)



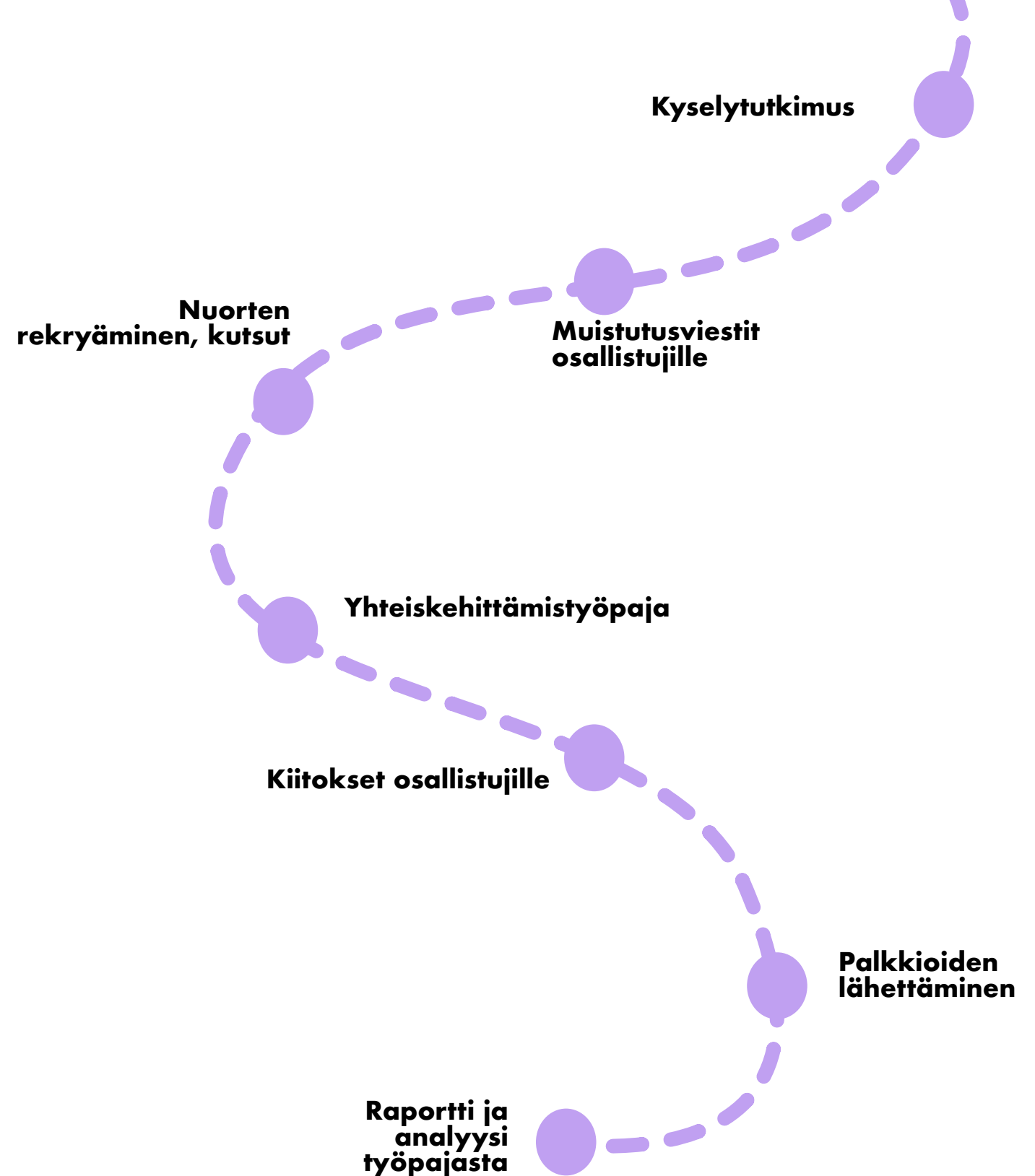
Kuva 12. Työpajan aloituspuheita

#### Työpajan prosessin kuvaus



Uutisartikkeli 2.0 oli enemmän konkreettisesti osallistavampaa lähestymistapa työpajaan. Halusimme että se sisältää enemmän ideointia, vapaata visualisointia sekä keskustelua. Visualisointi ja ideoimisen tuominen paperille on aina hieman osallistavampaa nuorten kanssa, kuin esimerkiksi pelkkä muistilaputtaminen. Työpajassa olisi kuitenkin mahdollisuus molemmille tavoille, ettei osallistujalla tule paineita täyttää valkoista paperia. Tärkeintä että osallistujien ideat ja tutkimuksen havainnot tallentuu hyvin myös siihen paperille, johon nuoret saavat tuottaa visualisointeja.

Kokonaisuudessaan tilaisuudelle oli varattu aikaa kaksi tuntia. Illan aikana nuoret jaettiin kolmeen ryhmään (3–4 henkilö/ryhmä), jossa he suorittivat tehtävät. Tilana toimi Pasilassa Ylen Mediatalon neloskerros. Päätimme että jokaiseen ryhmään menee osaksi yksi Ylen työntekijä, joka ottaa muistiinpanot keskustelusta. On myös hyvä huomioida, että yhteiskehittämistyöpajassa palaute koski perusuutisjuttua Yle-sovelluksessa ja kaikkia kehitysideoita ei voi käyttää kaikissa erilaisissa verkkojutuissa, mutta yhteiskehittämistä voi soveltaa aina tilanteen mukaan.

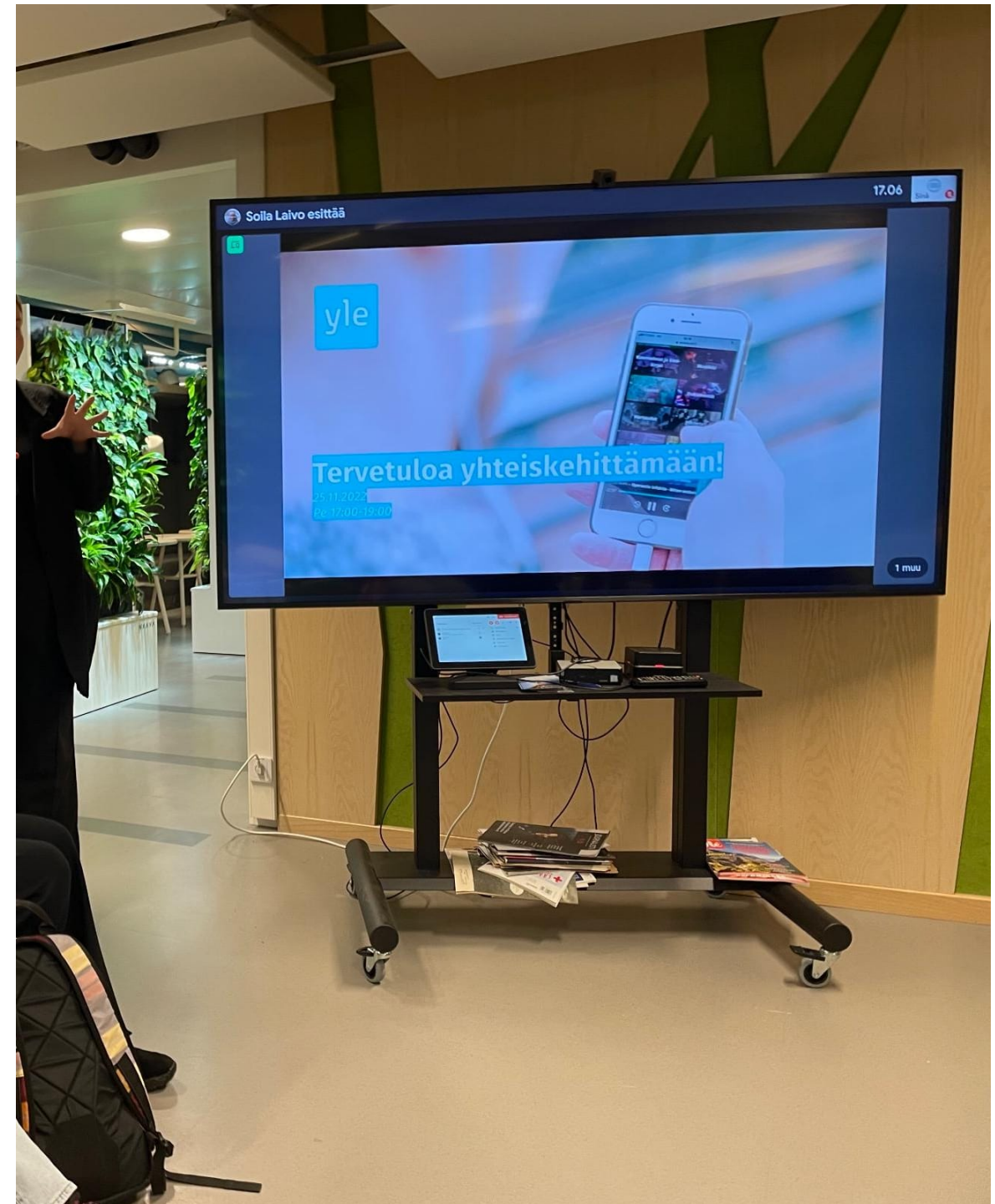


Kuvio 11. Yhteiskehittämistyöpaja Ylellä, yksinkertaistettu prosessi.



## Työpajan aikataulu

Työpajan runko (liite 7) haluttiin pitää tiiviinä. Ilta aloitettiin klo 17:00 Mediatalossa ja osallistujat haettiin Mediatalon ala-aulasta. Osallistujat paikalle opastaessa esittelimme nopeasti missä tilassa työskennellään ja tarjosimme pientä syötävää. Aloitimme klo 17:10 esittelemällä itsemme kuva 13) ja kertomalla mitä työpajassa tulee tapahtumaan ja nopeasti, mikä yhteiskehittämisen idea on sekä miksi tarvitaan apua nuorilta. Seuraavaksi osallistujat jakautuivat ryhmiin ja ryhmäkeskustelut alkoivat klo 17:15, tähän oli varattu aikaa noin 25 minuuttia, jotta ryhmissä kerkeisi syntyä keskustelua ja jotta ryhmässä oleva työntekijä kerkeää kirjata keskustelua ylös. Ryhmäkeskustelun jälkeen siirryttiin takaisin yhteiseen tilaan, jossa käytiin läpi seuraava osa. Kyseessä oli kehittämistehtävä, Uutisartikkeli 2.0, johon oli varattu 40 minuuttia aikaa, koska se sisälsi visualisointia, keskustelua ja syvempää pohdintaa. Lopussa jokainen esitteli ryhmänä oman tuotoksensa viidessä minuutissa, tehtiin yhteenveto illan huomioista yhteisesti ja työpaja saatiin päätökseen 19:00.



Kuva 13. Yhteiskehittämistyöpaja Ylellä, puhujana Satu Kiiski

### 3.4 Työpaja osa 1: Ryhmäkeskustelu

Yhteiskehittämistyöpaja alkoi ryhmäkeskustelusta. Työpajassa jakauduttiin ryhmiin ja aloitettiin rennolla keskustelulla, jota ohjasi ryhmässä oleva työntekijä ja kaikki esittelivät alussa itsensä. Kaikissa ryhmissä keskustelu eteni sujuvasti ja nuorilta tuli paljon huomiota jo heti alkuun (kuvio 12). Ryhmissä olevat työntekijät kirjasivat keskustelua ylös, olin mukana myös yhdessä ryhmässä, jotta saan nuoriin paremman kontaktin.

Ryhmäkeskustelu sisälsi yhdeksän lämmittelykysymystä (liite 6) ja niitä ei näytetty osallistujille. Niihin sisältyi muun muassa miten käyttää päivittäin mediaa, mitkä ovat suosikki sovelluksia ja mihin menee etsimään lisätietoa, jos jotain suurta on tapahtunut maailmalla. Paneuduimme myös siihen miten nuori arjessa kuluttaa uutisia, mikä niissä on tärkeää ja mitkä elementit miellyttävät. Keskustelun lopussa kysyimme kuinka monella on Yle-sovellus ja pyysimme lataaman sen. Loppuajan keskustelimme sovelluksen toimivuudesta. Joihinkin kysymyksiin saatettiin jäädä pidemmäksi aikaa keskustelemaan ja joihinkin nuorilla ei ollut niin paljon sanottavaa. Kokonaisuudessaan ryhmäkeskustelulle oli aikaa 25 minuuttia. Kun kysymykset oli saatu käytyä läpi, ryhmä käytti noin 10 minuuttia Yle-sovelluksen selaamiseen ja siitä keskustelemiseen.



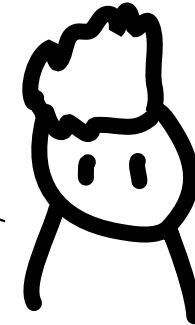
Kuvio 12. Nuoren kommentti ryhmäkeskustelussa

## Nostot ja kommentit keskustelusta

Nuorilla nousi paljon erilaisia mielipiteitä (kuvio 13), mutta niistä sai selkeitä nostoja. Suosituimpina sovelluksina oli Instagram, Snapchat, TikTok. Myös Facebook, Pinterest, Youtube, Discord ja BeReal mainittiin. Jos maailmalla tapahtuu jotain, ensimmäisenä siitä kuulee jonkun muun ihmisen kautta esimerkiksi Whatsapp ryhmissä tai perheenjäseneltä. Joillakin se tulee sattumalla esimerkiksi Google Discoveryn kautta. Jos siitä lähtee etsimään lisätietoa, niin se on yleensä Googlen kautta jonkun median luo. Yleensä se on Helsingin Sanomat tai Yle. Osalla BBC, Kesksuomalainen tai Ylen Instagram.



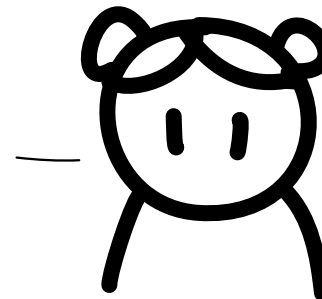
*Instagram. Katon vaan tarinoita nykyään.  
Olen perinteisempi käyttäjä, Helsingin  
Sanomia ja Yle, Yle Areena. Aina kun on  
tylsää niin menen Googleen.*



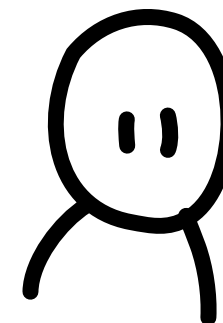
*BeReal on niin "autenttista" - ei  
tunnu niin sosiaaliselta medialta  
ja kiva kun voi olla kavereiden  
kanssa yhteyksissä.*



*Kokeili ladata joskus BeRealin mutta en  
päässyt siihen oikein mukaan, yleinen  
mielipide siitä että jos kaikki kaverit ei käytä  
niin ei silloin muakaan kiinnosta käyttää.*

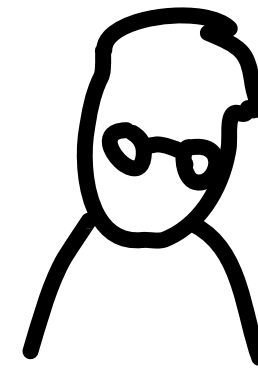


*Kaveri on aina aktiivinen uutisten  
suhteen ja mitä maailmalla tapahtuu  
joten sen ig stoorista huomaa  
maailman tapahtumat, jakaa aina  
ensin. Eli muiden ihmisten kautta,  
hesari myös yksi paikka.*

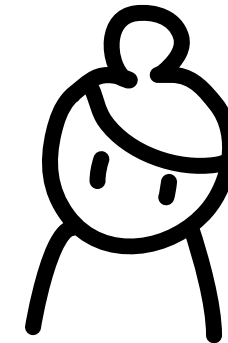


*Twitterissä aktiiviset ihmiset ja  
niiden kautta kuulee. Päätwiittejä  
postataan myös muille käyttäjille  
vaikka et seurais niitä.*

Jotkut välttävät kokonaan uutisia, koska ei halua uppoutua negatiivisiin uutisiin. Pienempi osa nappaa muun muassa IG-stoorien kautta uutiset ja osaa häiritsee, jos ei tiedä mitä on tapahtunut. Otsikko ja alaotsikko tärkeitä. Nostot ja yhteenvedo sekä tiivistelmät ovat nuorille tärkeitä. Videoissa mainokset ärsyttävät ja niitä ei jaksaa odottaa läpi. Kommenttikentät jakaa mielipiteitä. Suurin osa haluaa nähdä miten on kommentoitu tai äänestettyä juttua, esimerkiksi peukulla. Osalle kommenttikentät ovat hieman ahdistavia eikä halua eksyä sinne, varsinkin jos aihe on itselle tärkeä ja ei halua lukea ikäviä kommentteja.



Nopea media kuten ig ja tiktok, jos joku ei kerree tai pysty, sellanen on hyvä mahdollisuus.



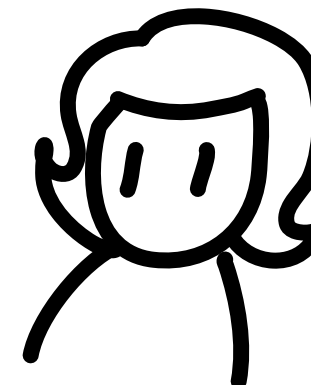
Ylen insta on hyvä jos ei halua katsoa uutisia niin pysyy kärryllä, toki seuraan tekstimuodossa olevaa uutista myös.



Raskasta seurata kun on pahaa. Etäisyys hyvä pitää. Pommitus Puolassa esim semmonen mistä ois kuitenkin halunnut saada tietoa lisää, sitä oli mielenkiintosta seurata.



Aina välillä tulee mieleen että mitäköhän tapahtuu. Välillä googlaan Ylen ja selailen. Mutta ei edes joka päivä.



Kaikkein tärkeimmät jutut tiedettävä. Päivän loppu mennessä haluan tietää kaiken.

Kuvio 13. Nuorten nostetut pääkommentit ryhmäkeskustelusta



# Nostot keskustelusta, Yle-sovellus

Ryhmäkeskustelun (kuva 14) päätteeksi jokainen ryhmänvetäjä tiedusteli, kuinka monella on Ylen sovellus. Yle-sovellus oli yhdellä osallistujalla ja hän oli ladannut sen ilmeisemmin joskus Uuden Musiikin Kilpailun takia, koska siellä voi äänestää. Loput 10 osallistujaa saivat tehtäväkseen ladata sovelluksen. Sovelluksesta mainittiin paljon kehitysideoita (kuvio 14), muun muassa ehdotettiin sisällön priorisointia, selkokielen kategorisointi, alkusivulle luettelo niistä uutisista mitä haluaa lukea juuri silloin. Sillä hetkellä huonoksi koettiin siis kategorisointi, yksi osallistuja mainitsi, että ei ole pystynyt lataamaan sovellusta koska ei ole puhelimessa tilaa. Profiilisivulla olevasta tekstistä mikä selittää miksi käyttäjätunnus kannattaa tehdä, tykättiin. Pentulive oli monelle tuttu Yle-sovelluksesta ja yksi mainitsi miellyttäväksi sen että livet erottaa etusivulta.

*Mun vanhemmat puhuu  
vietnamia, olis tosi kiva jos olisi  
selkokielellä jokin kategoria heti.  
Mun vanhemmat lukee tosi  
mielellään uutisia.*

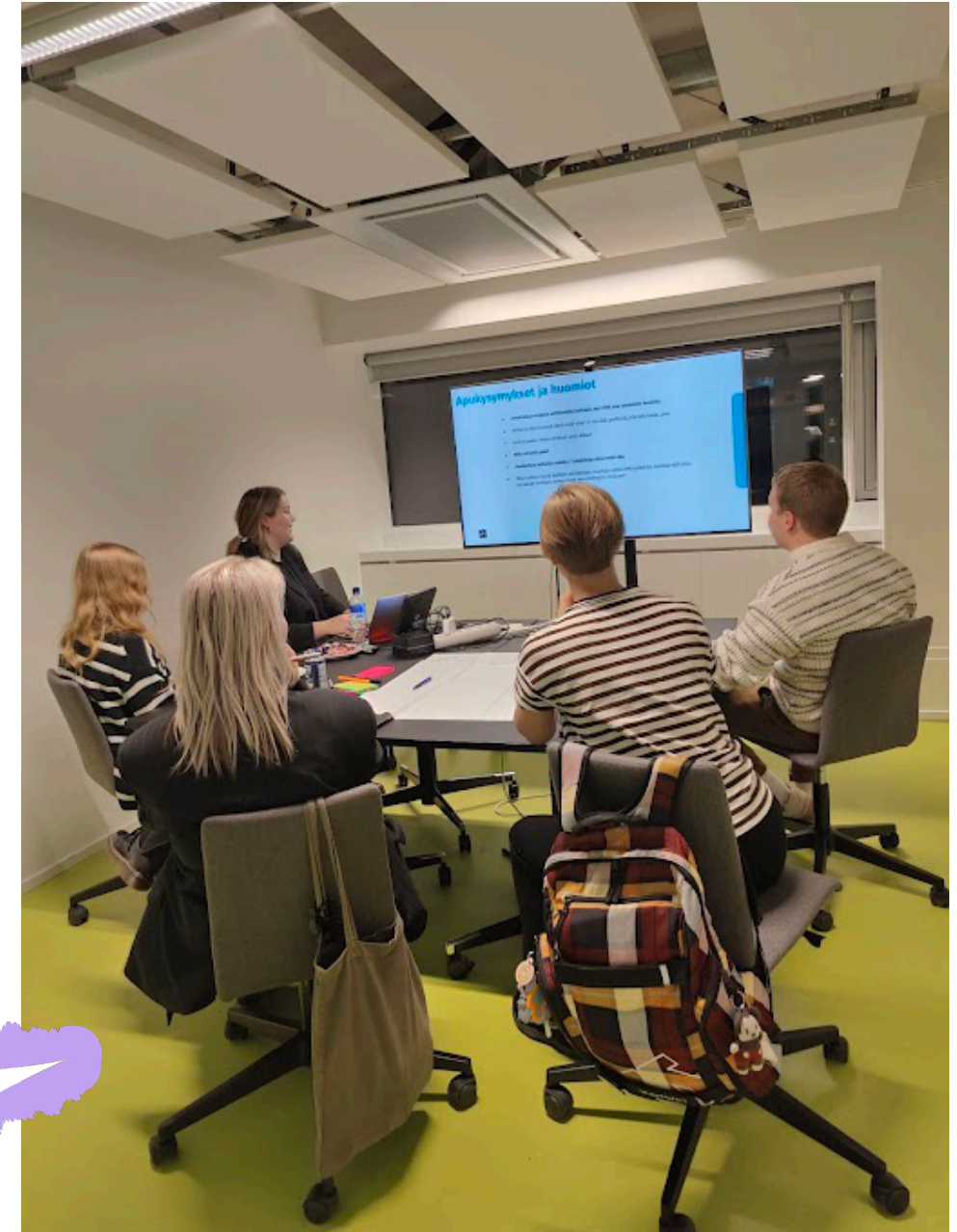
*Se olis kiva, jos alkusivulle  
tulisi luettelo että mitä uutisia  
haluat lukea juuri silloin.*

*Tää ei oo kovin  
kategorisoitu.*

*Mulla on tää sovellus myös sen  
takii, että voi tykkäillä  
kommenteista. Ärsyttää  
Hesarissa se, ettei voi tykkäillä  
kommenteista.*

*Profiilijutussa tykkään kun  
se kertoo heti, miksi  
pitäisi tehdä tunnus*

*Puhuin just yhden vaihtarin kanssa,  
toivois helppolukuisia asioita. Sen  
voisi tarjota helposti löydettäväksi.*



Kuva 14. Työpajan ryhmäkeskustelu

Kuvio 14. Kommentteja nuorilta Yle-sovelluksesta



## 3.5 Työpaja osa 2: Uutisartikkeli 2.0

Ryhmissä nuoret pääsivät kehittämään Uutisartikkeli 2.0, joka on innovatiivinen, kokemuksellinen ja vuorovaikutteinen. Näillä sanoilla rohkaistiin nuoria ajattelemaan mahdollisuuksia mitä artikkelikokemus voisi olla heille. Ryhmissä syntyi paljon keskustelua ja jokaisella ryhmällä oli iso paperi, tusseja sekä muistilappuja, johon oli mahdollista piirtää ideoita ja ajatuksia siitä minkälainen artikkeli voisi olla.

Paperille (kuvio 15) oli kirjoitettu valmiiksi vain Uutisartikkeli 2.0 ja pituudeltaan paperi oli noin metrin sekä leveydeltään 60 cm. Uutisartikkelin tulisi osua alle 25-vuotiaiden arjen mediankäyttöön niin, että he haluaisivat kuluttaa tässä tilanteessa Ylen uutisartikkeleita päivittäin. Osallistujien neuvottiin unohtamaan aihe ja keskittyä siihen, miten artikkeli esitellään, tai niin sanotusti, tarjoillaan. Heille oli valittu uutisartikkeli valmiiksi, jotta työpajan kokonaisuutta voidaan hallita paremmin. Jos aikaa olisi esimerkiksi päivän verran, voisi jokainen ryhmä valita eri artikkelin, jota kehittää.

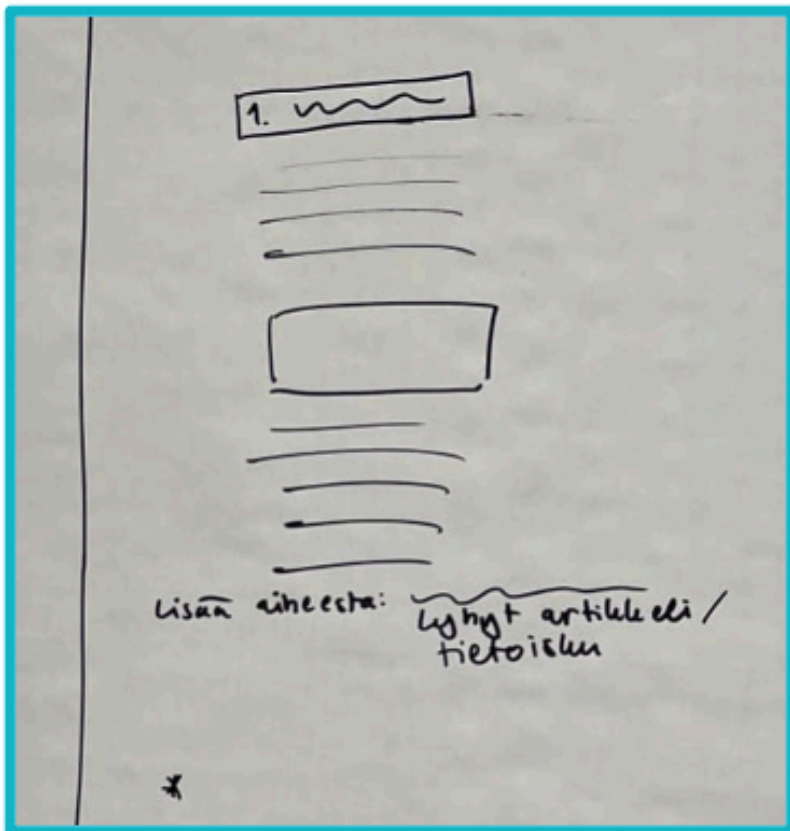
Ideana oli myös teettää B tehtävä siitä, miten asiakas voisi jatkaa artikkelista eteenpäin, mutta kaksi tuntia oli juuri riittävä ryhmäkeskustelulle ja Uutisartikkeli 2.0 tehtävälle. Silloin kun aikaa on tiukasti, niin on hyvä valita sopiva artikkeli tai kehitettävä kohde valmiiksi osallistujille.

Ryhmillä oli myös tarjolla apukysymyksiä näytöllä. Kysymyksissä painotettiin sitä, että unohdetaan empatia artikkeleita kohtaan. Niitä saa muokata täysin mieleisekseen. Oli se sitten elementtien muodossa tai muussa rakenteessa. Kysymyksissä tavoiteltiin muun muassa miten artikkeli voisi alkaa, mitä ottaisiin pois, millaisia osioita siinä voisi olla. Halusin myös tietää millaisia hyviä sisällön esittämisen muotoja osallistujat muistavat, tai mistä he ovat pitäneet, ja pystyisivätkö he tuomaan sen artikkeliin.

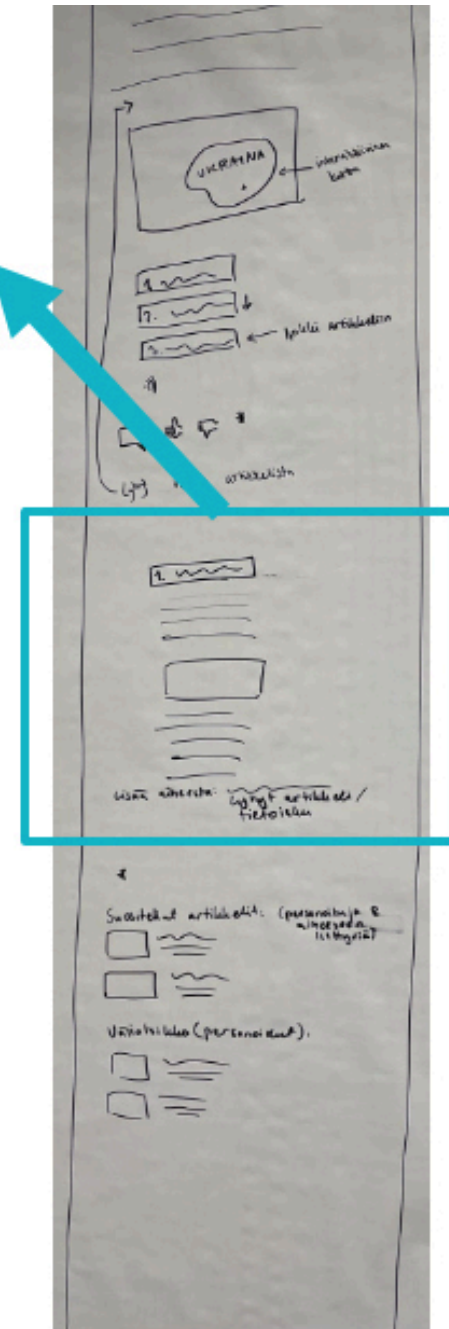


Kuvio 15. Paperi johon nuoret saivat piirtää ja ideoida uuden uutisartikkelin

# Ryhmien ideoinnin tulokset



Kuva 15. Ryhmä 1 ideointi paperille

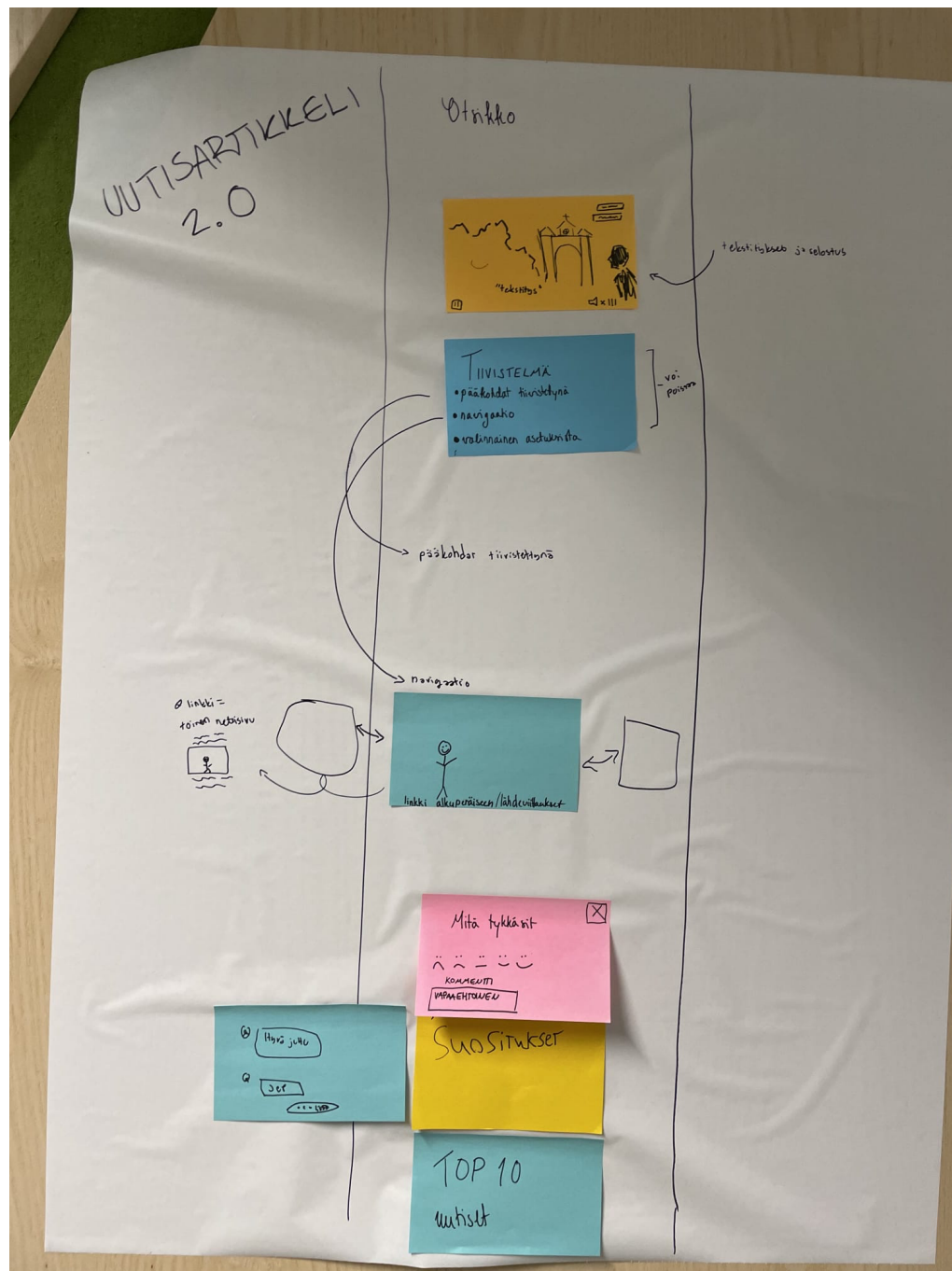


## RYHMÄ 1

Kehittämistehtävän jälkeen ensimmäinen ryhmä esitteli työnsä. He kiinnittivät huomiota siihen, että otsikko ja ingressi ovat hyvät johdattajat juttuun, koska niistä saa heti käsityksen mistä on kyse. Heti jutun alussa pitäisi kuitenkin olla tiivistelmä, jotta kiireessä pystyy saada käsityksen uutisesta tai päättää jatkaa sen jälkeen juttuun. Tämä voi olla vaikka luetelmakohta tai boksi, jonka voi halutessaan avata.

Ideoinnissa syntyi myös ajatus siitä, että heti jutun alussa voisi olla kartta, jossa näytetään tapahtumapaikka. Sen kanssa voi olla myös mahdollisesti jotain interaktiota, jossa käyttäjä voi klikkaamalla sukeltaa tapahtumapaikkaan.

Kuvassa 15 on ryhmältä myös ehdotus jutun jakamisesta numeroitujen väliotsikoiden avulla, jotta käyttäjä voisi päättää missä järjestyksessä jutun lukee ja klikkaamalla väliotsikon kohtaa listalla, juttu aukeaa siihen luettavaksi tai hyppää haluttuun kohtaan. Lopussa olisi syventävät linkit aiheesta sekä personoidut linkit.



Kuva 16. Ryhmä 2 ideointi paperille

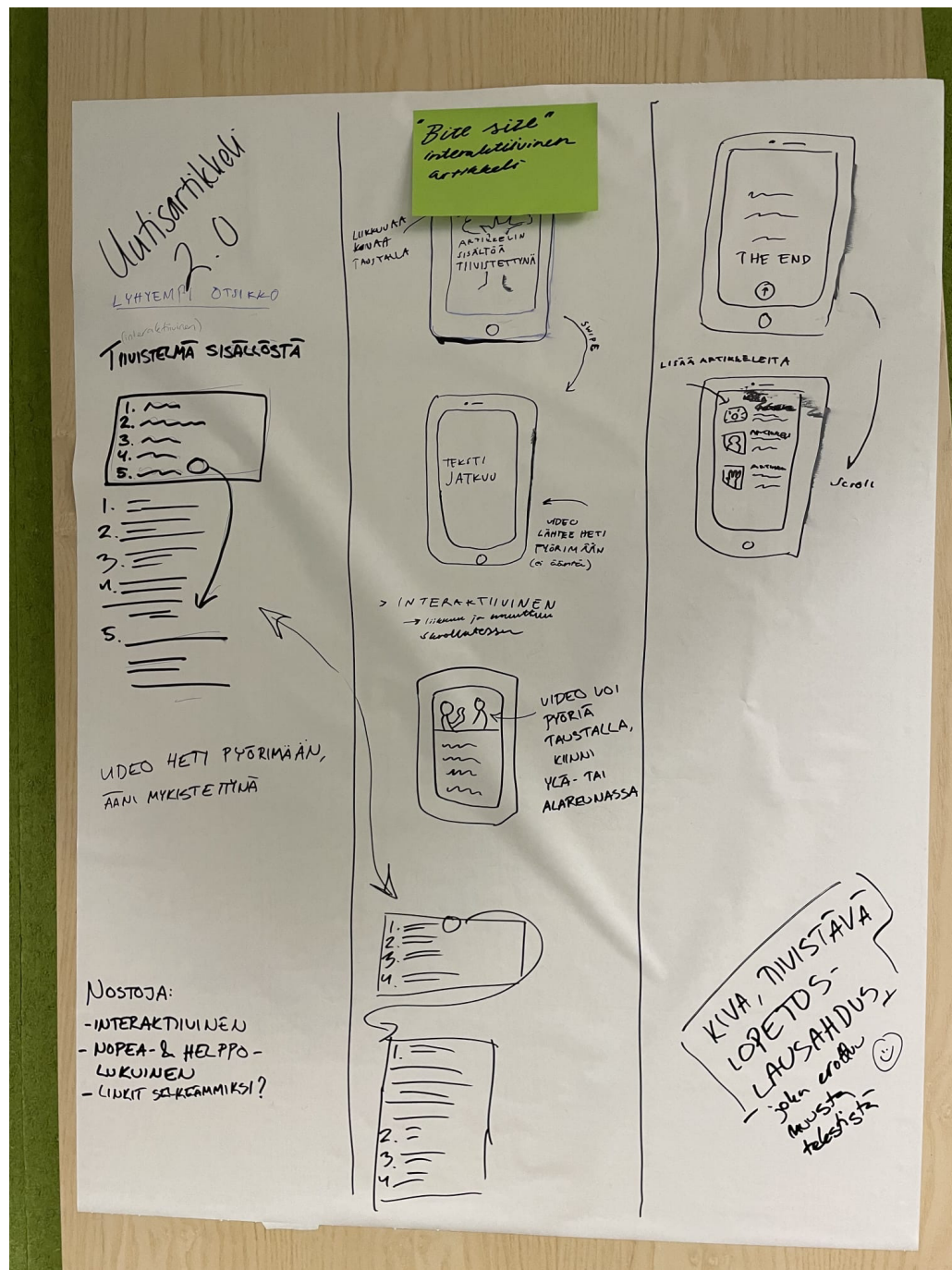
## RYHMÄ 2

Ryhmä 2 lähti muistilappujen kanssa esittämään merkittäviä huomioita inklusiivisuudesta. Kuvassa 16 yläosassa keltaisella lapulla kuvataan videota, joka ryhmän mukaan saa lähteä automaattisesti pyörimään, mutta äänet eivät saa olla päällä. Tekstitykset pitää olla, koska siitä on hyötyä heille, mutta myös monelle muulle käyttäjälle.

Ryhmän mukaan tiivistelmä jutun alussa on hyvä, jotta voi nopeasti vilkaista onko juttu sellainen, johon haluaa käyttää enemmän aikaa. Haluavat myös linkityksen tiivistyksessä, että pääsee suoraan haluttuun kohtaan. Kuvia tietystä aihepiiristä voisi olla vaakakarusellina tarjolla, eli yksi kuva näkyvissä tekstin välissä, mutta pyyhkäisemällä pääsisi selaamaan lisää.

Kevyt palautteenanto hymynaamoilla toimittajan suuntaan loi kiinnostusta ja huomio kiinnittyi myös suosituksiin jota juttuja lopussa on. Nykyiset suositukset ryhmän mielestä hyviä, mutta niiden jälkeen voisi olla TOP10 suosituimmat, niin saisi katsauksen myös koko tarjontaan. Kommentoinnissa pitäisi olla pari parasta kommenttia heti näkyvissä, eikä nappulaelementin takana.





Kuva 17. Ryhmä 3 ideointi paperille

### RYHMÄ 3

Kolmas ryhmä lähti ideomaan heti erilaisia ratkaisuja, kuten kuvasta 17 ilmenee. Ajatus tiivistämisestä nousi vahvasti esille ja ryhmä keksi sille nimen Bite Size- artikkeli. Tiivistelmä toimisi samalla tavalla kuin oppikirjoissa alaotsikot. Artikkelin voisi olla kevyesti interaktiivinen, nopea ja helppolukuinen. Kuitenkin huomiona nuorilta se, että interaktiivisuus ei välttämättä ole aina kivaa artikkeleissa, niissä on riski että vaatii enemmän käyttäjältä. Artikkelin voisi paketoita loppulauseella. Se olisi paksulla fontilla tai alhaalla olisi nuoli tai joku vähän piilossa oleva laatikko. Kun sen vetää esille tulisi lisää ehdotuksia.

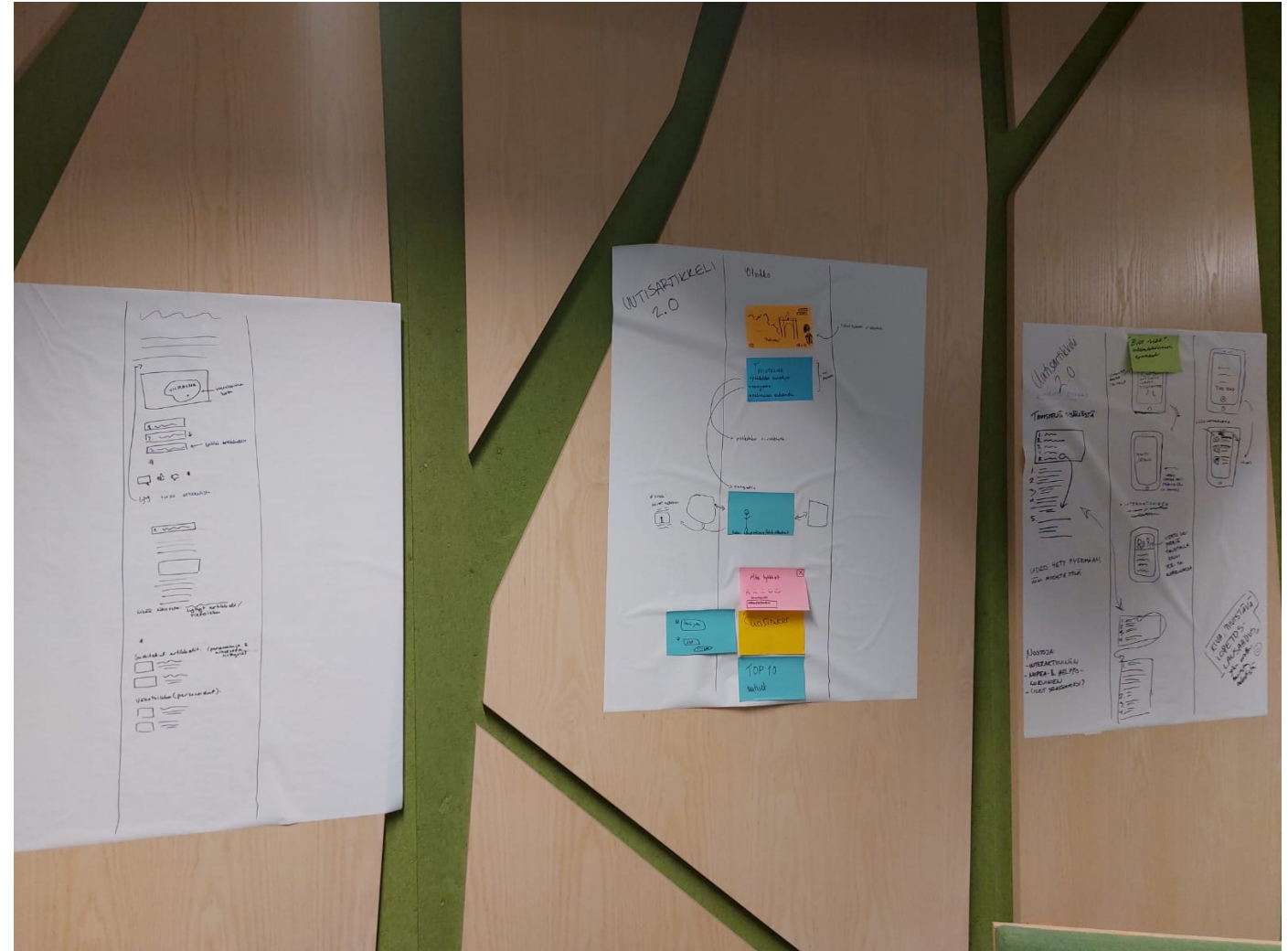
Tämä ryhmä halusi poistaa linkit artikkelin lopusta, koska eivät tajunneet, että ne ovat linkkejä. Lopussa syntyi myös idea siitä, että video pyörisi jutun mukana jossain kulmassa kiinnitettynä niin sitä voisi aina katsoa, kun haluaa. Useimmiten sisältö on osittain yhden ryhmäläisen mukaan tylsää, niin sillä välin artikkelia voi lukea eteenpäin.

## 3.6 Analyysi menetelmästä

Tavoitteeksi oli saada osallistumaan kaikkia sukupuolia, jotta mielipiteitä tulisi mahdollisimman erilaisilta ihmisiltä. Tällä kertaa ryhmä oli homogeeninen, koska kaikki olivat opiskelijoita. Siitä tilanne oli mieluinen, että osallistujissa oli kaikkia yksi, ikäjakaumalta 19–25-vuotta. Yleläiset pääsivät kuuntelemaan pohdintaa kasvokkain nuorten arjesta, tätä tyyliä olisi hyvä käyttää useammin talon sisällä ja se herätti innostunutta keskustelua Ylen työntekijöissä aikaan.

Kaksi tuntia oli lyhyt aika, mutta siinä tuli hyvää keskustelua sekä havaintoja. Nuoria on hankalampi saada pidemmäksi aikaa työpajoihin, mutta tällä kertaa oli sellainen ryhmä osallistujia, että olisi varmasti mennyt myös kolmen tunnin työpaja. Mielestäni kaikkien verkkokerronnan ja digikehityksen asiantuntijoiden pitäisi olla vähintään pari kertaa puolen vuoden sisällä päästä kuuntelemaan nuoria. Fyysisestä läsnäolosta hyötyy huomattavasti enemmän, kun pääsee jakamaan nuorten kanssa ajatuksia. Lopussa syntyi myös hyvää spontaania keskustelua.

Osallistujia tuli pääkaupunkiseudulta, mutta myös Lahdesta. Palkkio oli mielestäni tarpeeksi houkutteleva ja arvoltaan korkea. Nuoria on hankala saada paikan päälle työstämään ideoita, jos he eivät koe saavansa siitä tarpeeksi takaisin. Osallistujista suurin osa valitsi Finnkinon lahjaliput palkinnoksi. Ilmapiiiri oli kannustava ja mieluisa, kaikki pääsivät osallistumaan keskusteluun ja jo tällaisella kokonaisuudella (kuva 18) saatiin kehitysideoita, joita pystyttiin lähtemään viemään eteenpäin.



Kuva 18. Kaikkien ryhmien kehitystehtävän visualisoinnit seinällä

# Kenttätöön tulokset

4.1 Suunnitteluohjurit

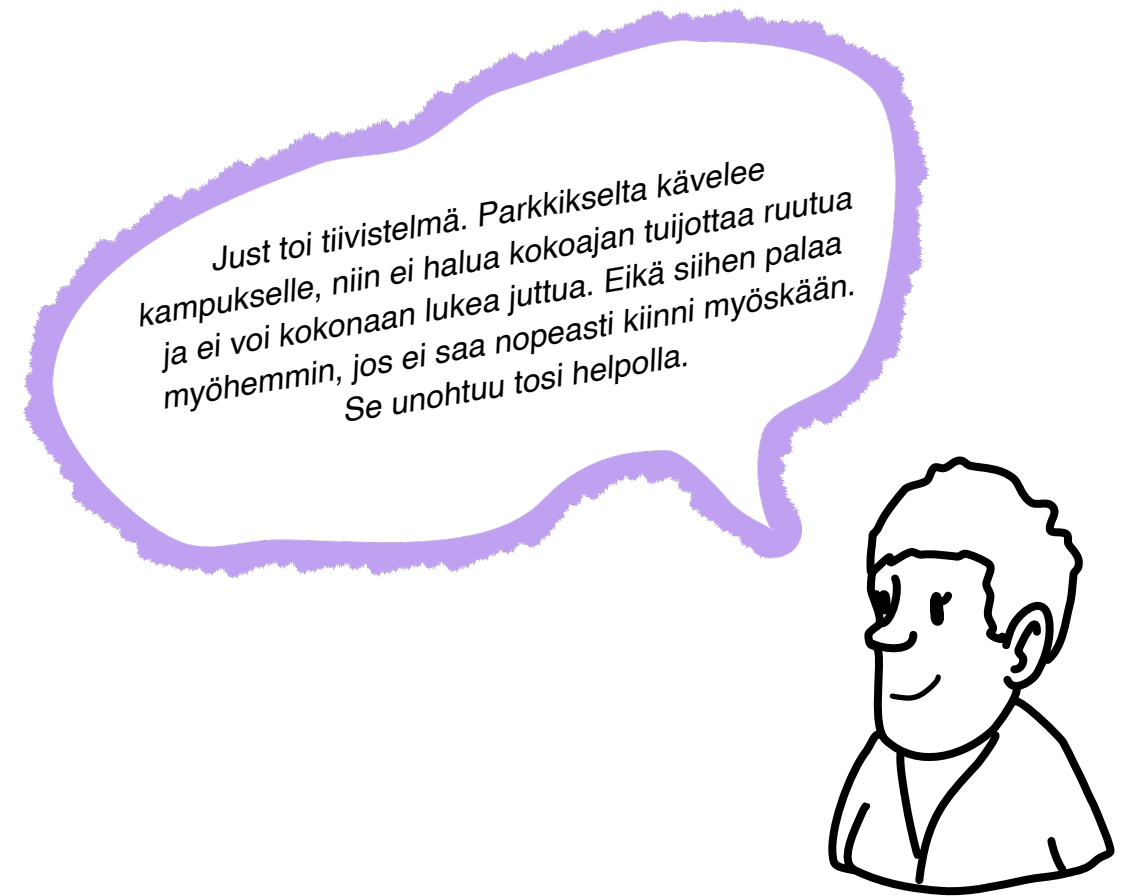
4.2 Persoonat

4.3 Jatkotoimenpiteet ja prototyyppi

## 4.1 Suunnitteluohjurit

Muotoilutyötä ohjaavat niin sanotut suunnitteluohjurit. Ne syntyivät kaiken kerätyn asiakastutkimuksesta syntyneen datan havainnoimisella (kuvio 17) ja yhdistämällä. Ohjurien avulla tuodaan käyttäjien tarpeet suunnittelun keskiöön. (Tuulaniemi 2011, 156).

Suunnitteluohjureissa huomioitiin myös mikä herätti kiinnostusta Ylen työntekijöissä ja mihin he kokivat tarvetta tarttua. Yhteiskehittämistyöpajassa eniten keskustelua synnytti koostaminen sekä tiivistäminen. Tällä nuoret tarkoittivat lyhyempiä juttuja tai koosteita, mitkä saadaan niin sanotusti ”puraistua” kerralla ja aikaa artikkelin ymmärtämiseen riittäisi vaikka ruuhkaisessa metrossa (kuvio 16). Merkittävä huomio oli se, vaikka kaikki ryhmät tekivät eri huoneissa ryhmätyöt, niin kaikki toivat uutisartikkeliin tärkeänä elementtinä tiivistämisen, joten se valittiin tärkeimmäksi suunnitteluohjuriksi.



Kuvio 16 . Keskustelussa havaittu merkittävä huomio jonka nuori mainitsi

1

### Koosta ja tiivistä

Nuoret käyttäjät kaipaavat lyhyempiä juttuja ja koosteita palveluun, tämä tuli vahvasti kaikilta ryhmiltä.

2

### Alkuperäisille lähteille pääseminen helposti

Juttuihin alkuperäisten lähteiden linkkaaminen. Avoimuus lisää luotettavuutta ja vapautta lukemiseen.

Ei tarvitse epäillä lukiessaan.

3

### Kommentointi herättää mielipiteitä

Parhaat kommentit näkyvissä, pitäisi tietää milloin kommentointi on ja milloin ei.

4

### Autoplay ei ole ongelma, kunhan muistaa että video on mutella

Videon painaminen päälle saattaa johtaa tunteeseen siitä, että nyt sitä pitää jäädä katsomaan. Autoplaylla lähtevä voi luoda kevyemmän startin. Automaattisesti mykistetty.

Kuvio 17. Datasta syntyneet neljä suunnitteluohjuria



## 4.2 Persoonat

Persoonat edustavat yleensä ryhmää ihmisiä, joilla on yhteisiä kiinnostuksen kohteita, yhteisiä käyttäytymismalleja tai demografisia yhtäläisyyksiä (TISDD 2018). Rakensin kerätyn käyttäjätiedon pohjalta kolme persoonaa. Persooniin yhdistyy niin käyttäjäkyselyn sekä yhteiskehittämisessä syntyneen datan massa eli tietoa yleisestä mediankäytöstä ja mielipiteitä, tarpeita sekä ajatuksia myös Yle-sovelluksesta. Näissä persoonissa olevat henkilökuvat on otettu kuvaamaan oikeaa ihmistä Pixabay kuvapankista. Hannalle (kuvio 17) on tärkeää muiden huomioiminen muun muassa tekstitysten muodossa ja interaktiivisuus mietityttää, koska joskus se saattaa olla taakka hänelle.



### HANNA HUOMIO

**22, opiskelija**  
**TikTok, BeReal, Instagram**

Muiden huomioiminen tärkeää, vaikka itse ei olisi kohderyhmää, haluaa että esimerkiksi selkokieli on mahdollisuus joka verkkosivulla. Tiivistetyt kokonaisuudet kiinnostaa.

*"Raskasta seurata kun on pahaa. Etäisyys hyvä pitää. Pommitus Puolassa esim semmonen mistä ois kuitenkin halunnut saada tietoa lisää, sitä oli mielenkiintosta seurata."*

#### Yleinen mediankäyttö ja mietteitä Yle-sovelluksesta:

- Video saa lähteä autoplayllä, mutta äänet ei saa olla päällä. Pitää olla tekstitykset, koska inklusiivisuus todella tärkeää koskien kaikkia, ei vain itseä.
- Kevyt palautteenanto hymynaamoilla toimittajan suuntaan kiinnostaa.
- Interaktiivisuus ei välttämättä aina kivaa artikkeleissa, niissä on se riski että vaatii enemmän käyttäjältä.

Saapuu pääasiassa uutissovelluksen kautta verkkouutisten pariin ja selaa tuoreimmat otisikot sekä hahmottelee kokonaiskuvaa. Jos on enemmän aikaa, saattaa syventyä enemmän aiheisiin kiinnostusta herättäneiden otsikoiden takana.

Kuvio 17. Käyttäjädatabasta syntynyt käyttäjäpersoonana Hanna



Jacobille (kuvio 18) tärkeää on lähteet sekä luotettavuus. Syventävät linkit aiheesta ja personoidut linkit miellyttävät, koska avoimuus lisää luotettavuutta. Tällöin ei tarvitse epäillä lukiessaan. Hänelle myös jutun rakenteella on väliä. Uutisten pariin hän menee pääasiassa selaimen kautta tai kaverin jakaman linkin kautta ja uutisten parissa käyttäytyminen on lähinnä satunnaista selailua.



*"Kokeili ladata joskus BeRealin mutta en päässyt siihen oikein mukaan, yleinen mielipide siitä että jos kaikki kaverit ei käytä niin ei silloin häntäkään kiinnosta käyttää."*

*"Kaveri on aina aktiivinen uutisten suhteen ja mitä maailmalla tapahtuu joten sen ig stoorista huomaa maailman tapahtumat, jakaa aina ensin. Eli muiden ihmisten kautta."*

## JACOB JÄSENTÄJÄ

**24, opiskelija**  
**Discord, BBC, Facebook, Instagram**

Luotettavuus ja lähteet tärkeitä,  
maailmanuutiset kiinnostaa

### Yleinen mediankäyttö ja mietteitä Yle-sovelluksesta:

- Juttupalasessa olisi väliotsikko, tekstiä, kuvia ja ohjauslinkit syventäviin juttuihin ja lähteisiin.
- Jutun lopussa olisi syventävät linkit aiheesta sekä personoidut linkit.
- Heti jutun alussa voisi myös olla kartta, jossa näytettäisiin tapahtumapaikka. Se voisi olla myös interaktiivinen niin, että sinne sukeltamalla näkisi vaikka uutisia samalta seudulta.
- Avoimuus lisää luotettavuutta ja vapautta lukemiseen. Ei tarvitse epäillä lukiessaan.

### Suuntaa uutisten pariin:

1. Selaimen kautta (yle.fi)
2. Kaverin jakaman linkin kautta

Uutisten parissa käyttäytyminen on lähinnä satunnaista selailua ja tuoreimpien tarkastelua.

Mali (kuvio 19) on kiireinen, joten hänelle koostaminen on tärkeää. Silloin voi nopeasti vilkaista onko juttu sellainen, johon haluaa käyttää enemmän aikaa. Uutisten pariin hän pääasiassa suuntaa kaverin lähettämän linkin kautta tai uutissovelluksesta.



*"Nopea media kuten ig ja tiktok, jos joku ei kerkee tai pysty, sellanen on hyvä mahdollisuus"*

*"Instagram. Katon vaan tarinoita nykyään."*

## **MALI METRO**

**20, opiskelija**  
**TikTok, Instagram**

Kiireinen, hetken ehtii lukea uutisia ruuhkaisissa julkisissa.

### **Yleinen mediankäyttö ja mietteitä Yle-sovelluksesta:**

- Otsikko ja ingressi ovat hyvät johdattajat juttuun, niistä saa heti käsityksen, mistä kyse.
- Tiivistelmä jutun alussa on hyvä, jotta voi nopeasti vilkaista onko juttu sellainen, johon haluaa käyttää enemmän aikaa. Myös linkkaus tiivistyksessä, että pääsee suoraan haluttuun kohtaan.
- Kaipaavat lyhyempiä juttuja ja koosteita palveluun.

### **Suuntaa uutisten pariin:**

- 1.Kaverin lähettämän linkin kautta
- 2.Uutissovelluksesta

Uutispalvelun etusivulla henkilö selailee tuoreimmat ja lukee kiinnostavimmat jutut. Otsikot on tärkeimmät. Joissain tilanteissa tulee vain tietyn uutisen luo.

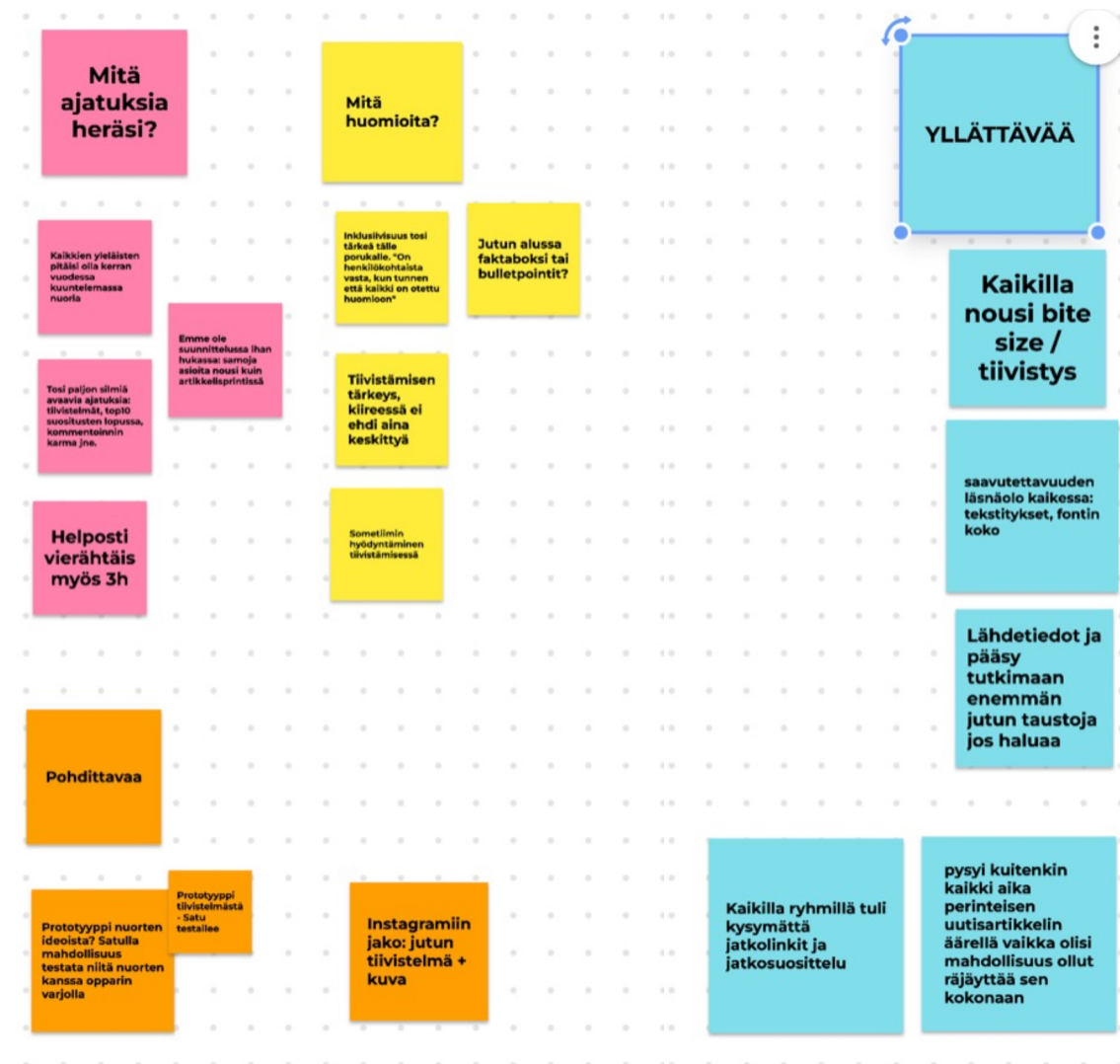
## 4.3 Jatkotoimenpiteet ja prototyyppi

Jo tähänastinen prosessi oli antanut hyvää käyttäjäymmärrystä Ylen artikkelikehitykselle. Jotta saataisiin vielä iteroivampaa kehitystä sekä lisää edennyttä käyttäjäymmärrystä, oli tarve tehdä prototyypit sekä testata niitä. Yhteiskehittämisestä syntyneet ideat ja ajatukset vietiin siis heti ketterällä tahdilla kehitykseen ja tammikuussa 2023 prototyyppejä testattiin, käyttäjätestausta käsitellään enemmän luvussa 5.

Purimme työpajaa viikko sen jälkeen. Kävimme läpi mikä onnistui, mitä ajatuksia heräsi ja mitä jatkotoimenpiteitä tehdään. Purku tapahtui Google Jamboard alustalle (kuva 19). Ylen työntekijät kokivat yhteiskehittämisen silmiä avaavaksi. Tajuttiin myös, että inklusiivisuus oli tällä testiryhmällä tärkeä näkökulma. Merkittävä huomio oli myös se, että kehittäminen pysyi perinteisen uutisartikkelin äärellä, vaikka olisi ollut mahdollisuus räjäyttää artikkelin rakenne. Työpajojen purkaminen on tärkeää myös sen kannalta, jotta voidaan parantaa työskentelyä aina seuraavalle kerralle ja tiedetään mitä kukakin työntekijä lähtee kehittämään.

*Tämä oli ensimmäinen kokeilu että miten pienesti ja nopeasti päästään kokeilemaan jotain löydöstä testeistä!*

-Kommentti Ylen työntekijältä

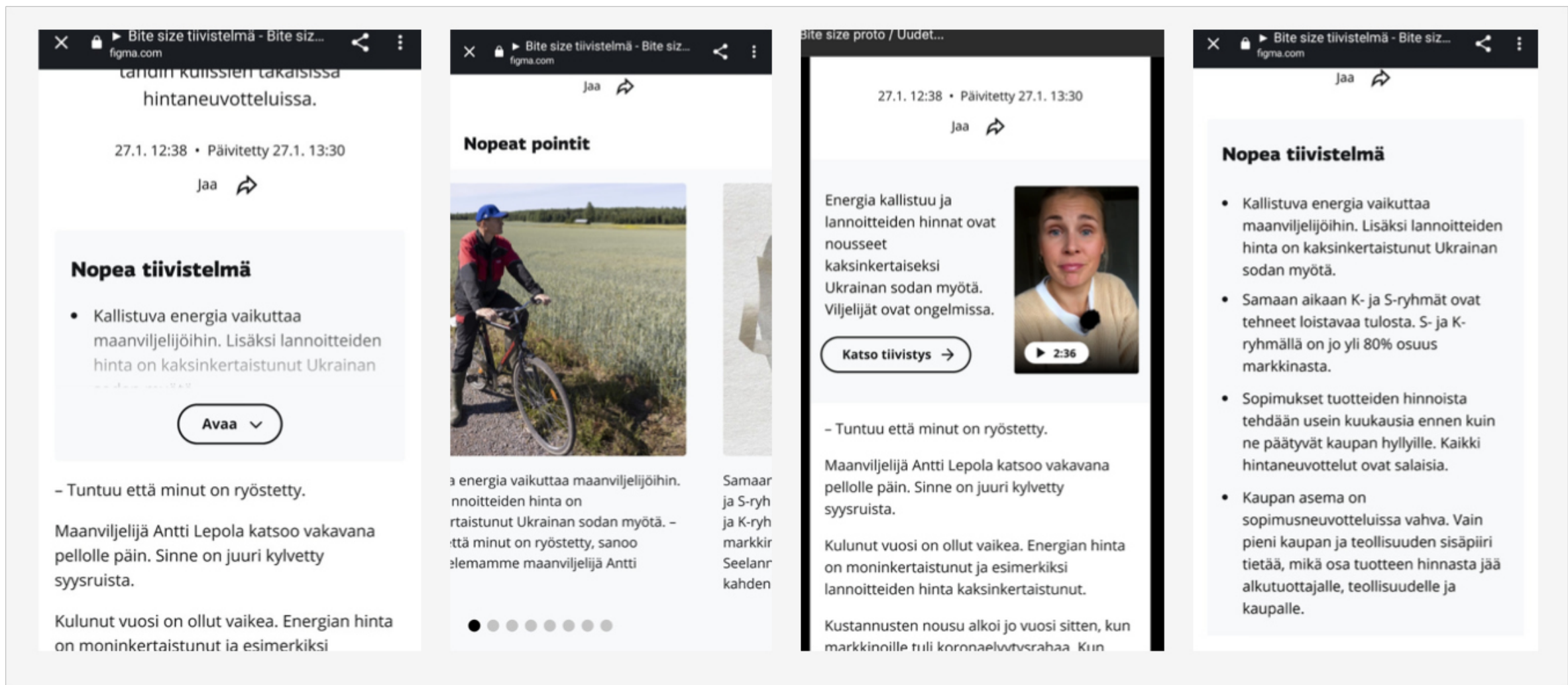


Kuva 19. Näyttökuva Google Jamboardista johon työpajan purkaminen tapahtui



# Tiivistämisen ja koostamisen prototyyppi

Lähtökohtana prototyypeissa oli eniten käyttäjädatassa noussut teema eli tiivistäminen ja koostaminen. Sillä välin, kun muut muotoilun ohjurit olivat myös erinomaisia, esimerkiksi kommentoinnin mahdollisuus sekä videot, niin koostamisen eri tavat on se mihin pureuduttiin prototyypissä ja testauksessa. Eri prototyyppiversioita tehtiin neljä ja näistä kuvassa 20 vasemmalta lähtien on napautuksella avautuva infolaatikko, niin sanottu korttijuttu, jota voi pyyhkäistä, lyhyt videokooste ja viimeisenä valmiiksi avoinna oleva infolaatikko. Prototyypit on rakentanut Heini Kärkkäinen Ylen designtiimistä ja ne on tehty Figma alustalla.



Kuva 20. Koostamisen ja tiivistämisen prototyypit, tekijänä Heini Kärkkäinen Yle designtiimi

# 5 Prototyypin käyttäjätestaus

5.1 Käyttäjätestauksen tavoitteet

5.2 Testaus ja tulokset

## 5.1 Käyttäjätestauksen tavoitteet

Tammikuun aikana etsin satunnaisella otannalla tuttujeni kautta viisi henkilöä, joilla testasin prototyyppejä. Käyttäjätestauksella tavoiteltiin erityisesti avointa palautetta, jota voi verrata edellisessä yhteiskehittämistyöpajassa saatuun dataan. Vaatimuksia käyttäjätestaukselle oli muutama. Testaajat eivät välttämättä ole muotoilun tai median alalta eikä aktiivisia Yle-palvelun käyttäjiä. Mukana olisi kaikkia sukupuolia ja testattavia olisi vähintään kolme. En ehtinyt saamaan 18–20-vuotiaita osallistujia testaamaan, mutta silti pysyttiin kohderyhmässä. Kutsun (kuva 21) testaukseen loin nopeasti Canva alustalla ja siinä halusin painottaa testauksen helppoutta sekä mahdollisuus valita päivämäärä. Lopuksi testaus kuitenkin siirtyi viikolla niin sovimme uudet ajat osallistujien kanssa.

# TERVETULO A TESTAAMAAN YLEN ARTIKKELIPROTOTYYPPEJÄ!

Ollaan Ylellä yhdessä nuorten kanssa kehitetty idea tiivistetystä artikkelista ja nyt sulla on mahdollisuus tulla testaa niiden prototyyppejä! Tuu antamaan rehellinen mielipide mikä toimii ja mikä ei.

Kesto noin 30min – 1h

Jos haluat osallistua niin laita viestiä tai sähköpostia pikaisesti ennen kuin ajat ovat täynnä. Testaus tapahtuu yksilötestauksena eli ryhmäpainetta ei ole :)

puh. 0409313932  
satu.kiiski@student.lab.fi



**18.1.**  
**19.1.**  
**22.1.**  
**24.1.**  
**25.1.**  
**26.1.**

**Nämä päivämäärät ovat vapaana! Mainitse ilmoittautuessasi sinulle paras päivä ja toivomasi aika klo 9–15 väliltä.**

**Vaatimukset:**

Olet 18–25-vuotias

Et ole aktiivinen Yle-sovelluksen käyttäjä

Toimiva netti/etäyhteys jos osallistut etänä

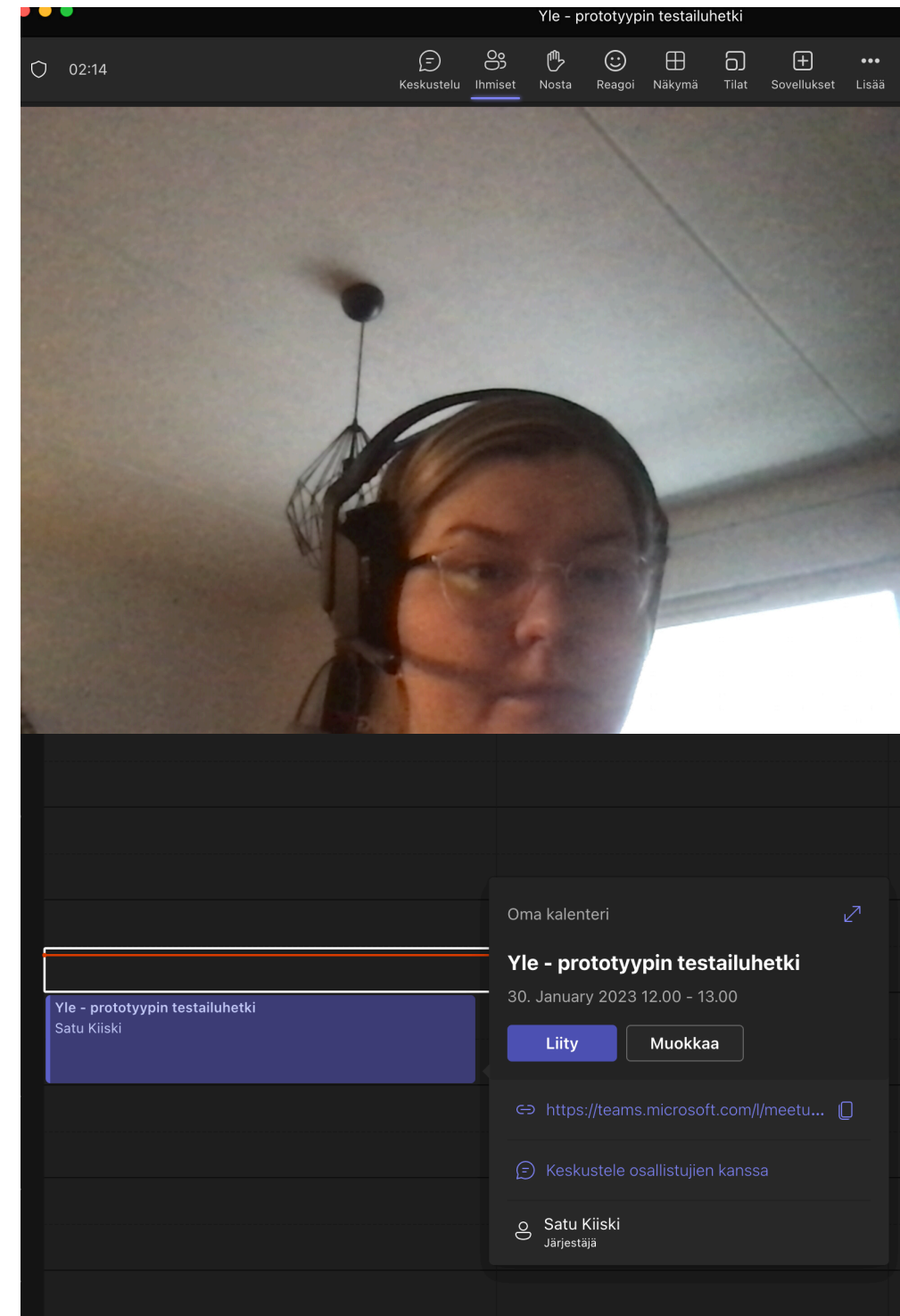
Jos haluat osallistua paikan päällä niin nähdään LAB ammattikorkeakoulun Mikkulankadun kampuksella

Kuva 21. Kutsu artikkeliprototyyppien testaukseen

## 5.2 Testaus ja tulokset

Tavoitteena oli saada mukaan työssäkäyviä tai työttömiä nuoria, jotta saisin näkemyksiä sekä mielipiteitä käyttökokemuksesta myös heiltä. Tämä siksi, koska edellisestä työpajasta artikkelikehitys oli saanut jo paljon dataa nuorista opiskelijoista ja heidän käyttäytymisestä. Lopulta testattaviksi valikoitui kolme työssäkäyvää ja kaksi opiskelijaa, jotta heidänkin mielipiteitä voidaan verrata sekä arvioida keskenään.

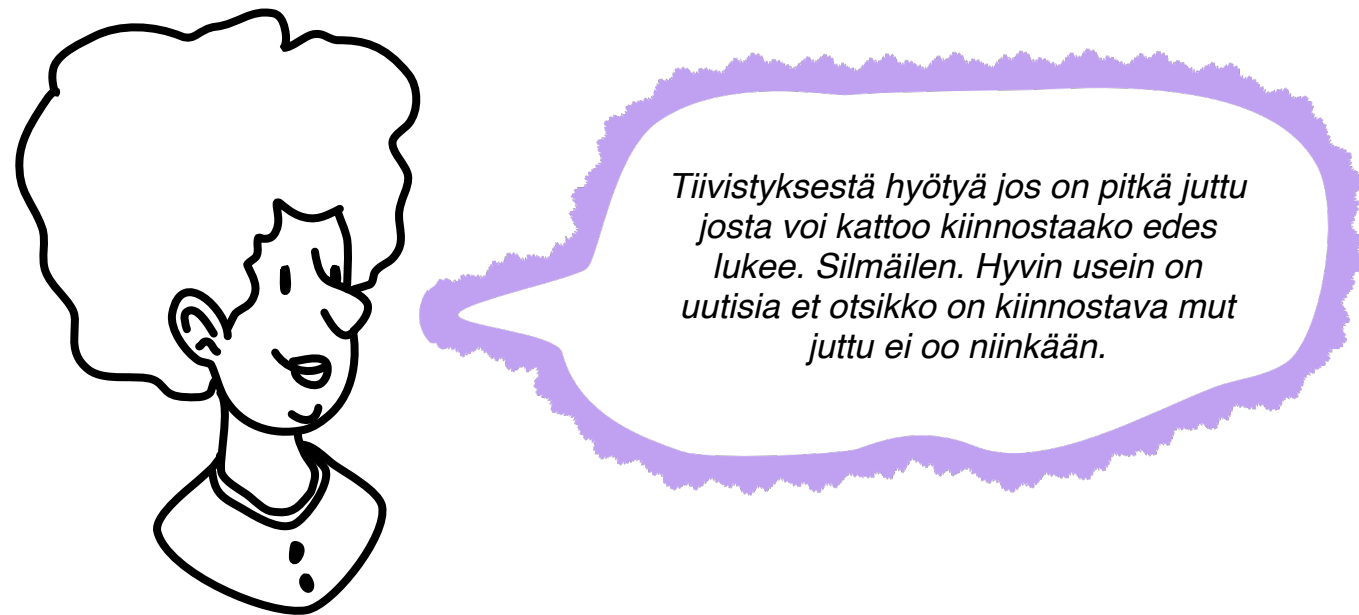
Testaus alkoi kuvitteellisesta tilanteesta, jossa testaja saisi linkin uutisartikkeliin sosiaalisen median tai esimerkiksi WhatsApin kautta. Tämä on nuorelle kohdeyleisölle luonteva reitti päätyä Ylen artikkelin pariin. Testauksen alussa muistutin, että prototyyppi on tehty Figma alustalla, joka ei edusta aitoa sivua. Kysymykset keskittyivät siihen kokeeko nuori tiivistelmän hyödylliseksi ja miksi erityisesti halutaan, että uutisartikkeli on tiivistetty. Testattavilta kysyttiin myös mikä prototyypeistä oli suosikki ja mistä ei tykännyt. Kaikissa kysymyksissä vaadittiin perusteluja, jotta päästään syvälle ongelmakohtiin, jos sellaisia tulee ilmi. Testausten pituus vaihteli 20–40min ja testaukset suoritettiin 23–29.1.2023 aikavälillä. Kaksi testauksista tapahtui Teams alustalla (kuva 22) ja loput kolme oli läsnä.



Kuva 22. Näyttökuva Microsoft Teams alustalta testauksen alkaessa



Kun testaukset olivat ohi, tuloksista ilmeni, että paras tyyli koostaa oli avautuva infolaatikko sekä lyhyt valmiiksi avoinna oleva infolaatikko (liite 4). Eniten pohdintaa aiheutti videoselite. Ilmeni että videot koetaan kivoina, mutta ne eivät aja tiivistyksen ideaa testattaville. Yksi testattavista mainitsi, että hän kokee videot sellaisiksi joita katsotaan Tiktokista. Yhteenvetona käyttäjätestauksista nousi selkeästi se, että testattavilla oli samat huomiot mitä yhteiskehittämistyöpajasta. Tiivistys on hyödyllinen, ja jos sitä tarvitsee niin yleensä helppouden tai kiireen takia (kuvio 20).



Kuvio 20. Nuoren kommentti koostamisesta testauksen aikana



# Konsepti oppaasta

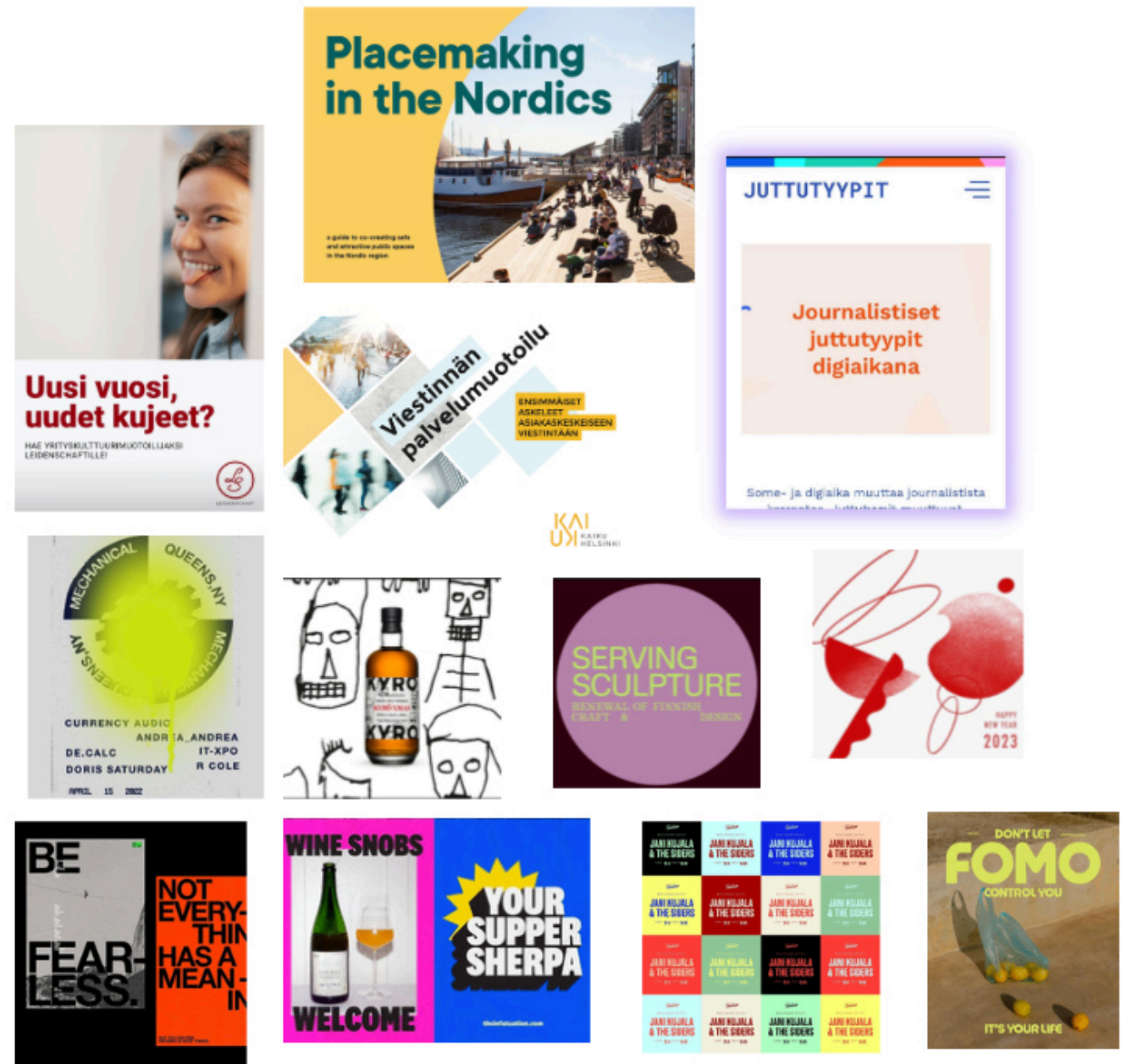
6.1 Konseptointi

6.2 Opas

## 6.1 Konseptointi

Oppaan kokoaminen alkoi helmikuun alkupuolella. Hain inspiraatiota ulkonäköön (kuvio 21) eri sosiaalisen median alustoilta muun muassa Pinterestistä ja Instagramista. Keräsin kirjoittamisen ohella visuaalista inspiraatiota oppaaseen ja tavoitteena oli ottaa mukaan jotain orgaanista ja hauskaa visuaalista ilmettä. Sellaista, että opasta ei pelkää ottaa käteensä henkilö, joka ei tiedä muotoilusta mitään.

Oppaan idea on tuoda kaikkien luettavaksi muotoilun mahdollisuudet ja siinä kerrotaan palvelumuotoilusta sekä mitä se voi auttaa artikkelikehityksessä. Se on oma taiteellinen sekä luova projekti ja se innosti ihmisiä Ylellä. Konseptointivaiheessa minulla oli haaveena tehdä myös fyysinen kopio oppaasta, mutta pääasiassa se olisi digitaalisena luettava. Oppaaseen ei siis ollut mitään toimeksiantoa, mutta se tuntui luontevalta loppuproduktilta. Halusin liittää oppaaseen linkin opinnäytetyöhöni, jolloin lukija pääsee lukemaan tarkemmin taustatukena toimivasta työstä.

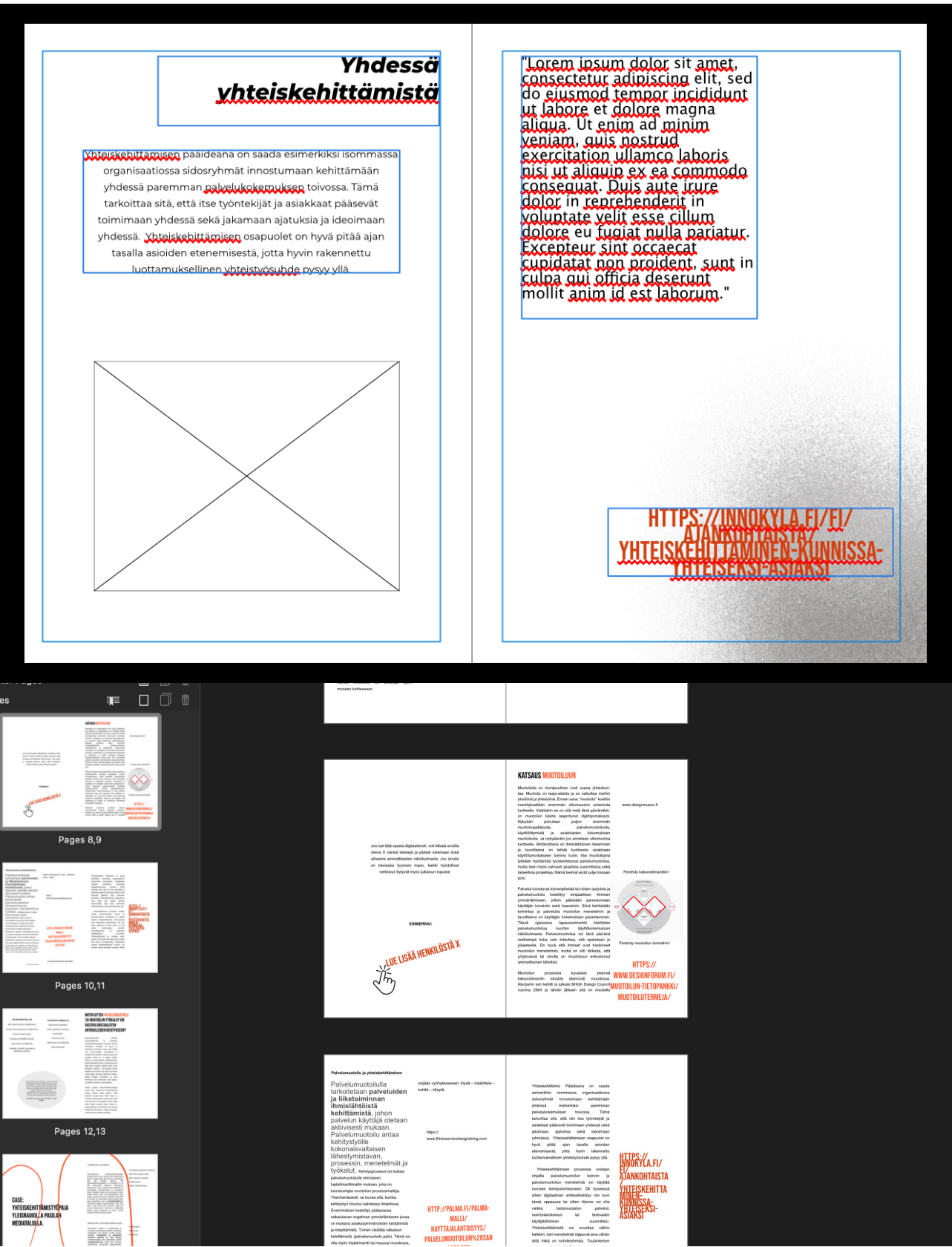


Kuvio 21. Moodboard tukemaan oppaan visuaalista ilmettä

# Luonnostelu

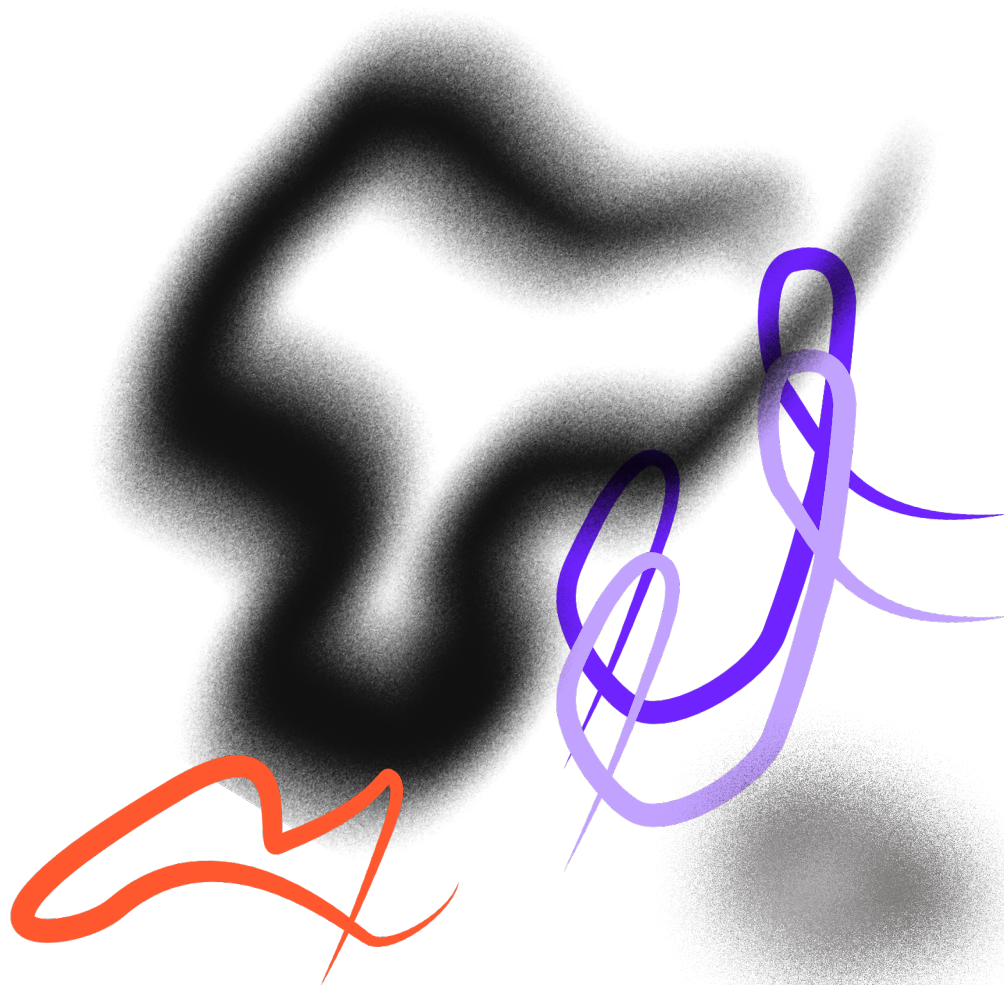
Aloitin kirjoittamalla oppaan sisältöä, koska se helpotti jäsentämään rakennetta. Kokosin sitä Affinity Publisher taitto-ohjelmaan (kuvio 22), joka oli minulle entuudesta tuttu. Halusin tuoda sivuille linkkejä, joista lukijat pääsevät lukemaan tarkempaa infoa tai teoriaa esimerkiksi palvelumuotoilusta. Jos lukija käy opasta läpi digitaalisesti, hän pääsee oranssia tekstiä klikkaamalla tiedon lähteelle.

Värimaailman halusin aluksi olevan kirkkaan punaoranssia ja tummanharmaata. Tämä kuitenkin muuttui enemmän laventelinsävyiseen maailmaan. Graafisina elementteinä taustalla halusin olevan trendikkäitä orgaanisia muotoja, mutta myös spray-effeektejä (kuvio 23). Yritin pitää tekstin tiiviinä ja sivut yksinkertaisina kokonaisuuksina. Tämä sen takia, jotta idea oppaan nopeasta läpikäynnistä säilyy ja oppaaseen tarttuminen tuntuu mielenkiintoiselta (kuvio 24).



Kuvio 22. Palstoitusta ja rakenteen luonnostelua





Kuvio 23. Oppaan graafisia elementtejä



Kuvio 24. Oppaan graafista luonnostelua

## 6.2 Opas

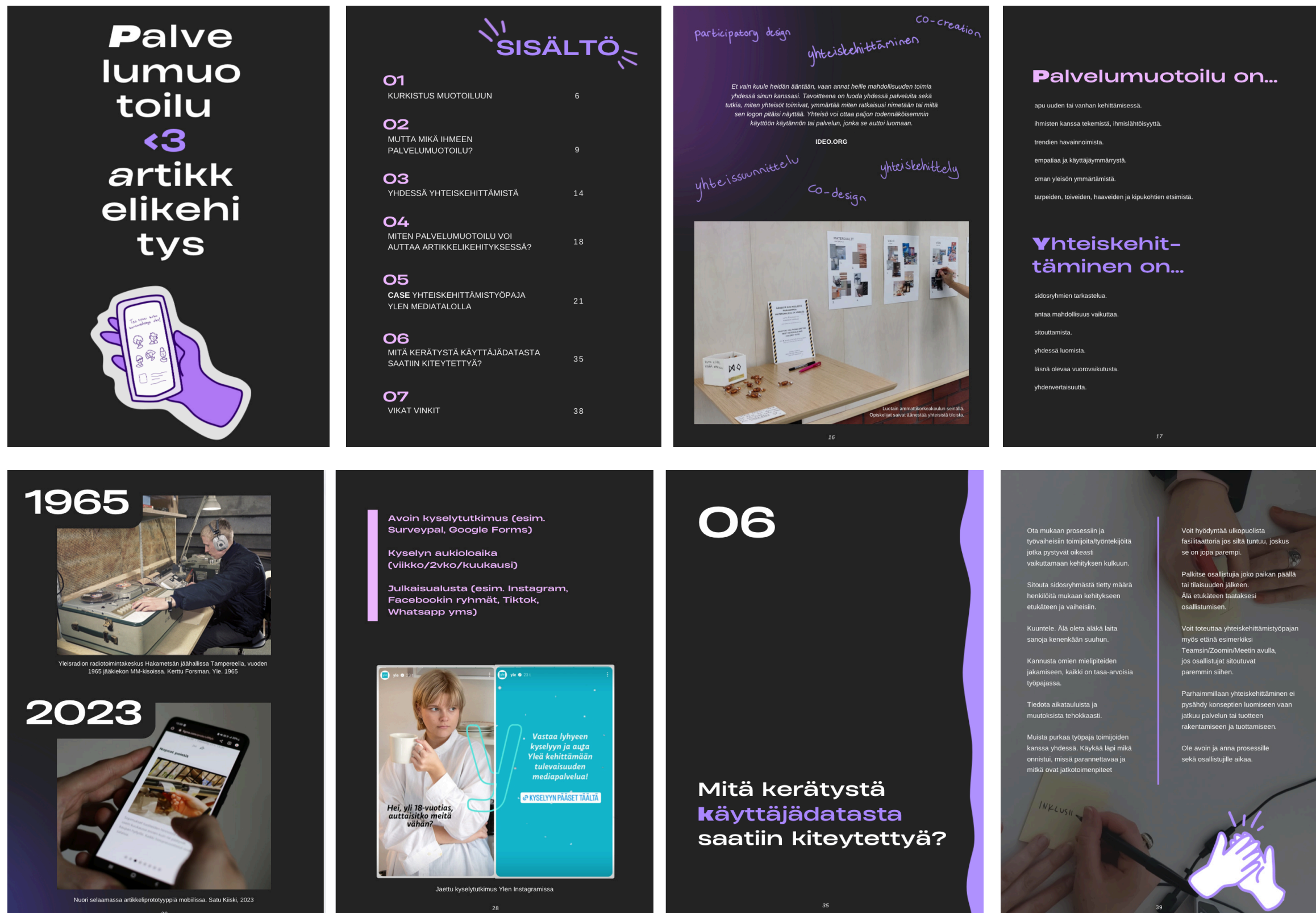
Lopullinen konsepti sai paremman muodon kun, vaihdoin fontteja ja taustaväriksi muotoilulle ominaisen mustan. Oranssista väristä (kuvio 25) olin vielä tekovaiheessa epävarma, mutta ennen julkaisua pystyn muuttamaan värejä vapaasti. Oppaassa tulee olemaan noin 40 sivua ja sivut pidetään ilmavina. Aseteltuani tekstin oppaaseen, en kokenut enää valkoisen taustan olevan hyvä vaihtoehto, joten muutin sen syvän tummanharmaaksi.

Seuraavalla sivulla on otoksia konseptista (kuvio 26) ja sisällysluettelo. Oppaassa käsitellään aiheita teemoittain. Alussa tehdään katsaus muotoiluun ja palvelumuotoiluun, jonka jälkeen käydään läpi yhteiskehittäminen Ylellä. Lopussa on vielä koottu neuvoja yhteiskehittämisestä kiinnostuneille.



Kuvio 25. Oppaan kansilehden suunnittelua





Kuvio 26. Näyttökuvia keskeneräisestä oppaasta

A large, stylized white number '7' is positioned on the left side of the slide, partially overlapping the title text.

# Yhteenveto

7.1 Tulokset ja jatkotoimenpiteet

7.2 Päätelmät

## 7.1 Tulokset ja jatkotoimenpiteet

Suunnitteluprosessin ja työskentelyn siirtäminen mahdollisen nopeatempoiseen ja helppoon käyttäjätestaukseen säästää aikaa sekä vaivaa kaikilta. Eikä asioiden tarvitse olla täysin valmiita, että niitä voisi testata tai kehittää yhdessä. Tällaisessa tilanteessa kun halutaan kokemuksia nuorilta, kannattaa heidät ottaa jo alussa mukaan kehittämiseen, jotta voidaan taata nuorille hyvä käyttökokemus. Työskentelyn lopussa huomasin selkeästi, kuinka tämän hetken 18–25-vuotiaille nousee tärkeäksi asioiden tietoon saaminen nopeasti, koska elämä on kiireistä. Palvelumuotoilun avulla saadaan ymmärrystä nuorista ja varsinkin, jos on muotoilusta kiinnostunut työyhteisö sekä ollaan valmiina palkkaamaan nuoria muotoilijoita töihin.

Testausten jälkeen loin raportin (liite 3) sekä koosteen tuloksista ja lähetin ne eteenpäin Ylen designtiimille. Näiden avulla he pystyivät vielä tekemään prototyyppeihin muutoksia ennen laajempia testauksia. Testauksia tapahtui enemmän Lahden Duuniexpossa 2023, jossa olin myös mukana. Päivän aikana nousi samoja havaintoja liittyen tiivistykseen kuin aiemmin. Itse en jatkanut enää tässä vaiheessa mukana artikkelikehityksen apuna, vaan keskityin konseptoimaan opasta.

Kysyin Ylen designtiimin Heini Kärkkäiseltä, kuinka yleensä testausten jälkeen lähdetään eteenpäin. Ideaa alkuun tulevista lyhenteistä ehdotetaan sisältöpuolelle. Tekemiäni testausten tuloksia käytetään siihen, että kerrotaan kehityksessä kuinka tekstimuotoinen koonti alussa toimii paremmin kuin videot tai kortit, koska ne tuntui liian pitkiltä nuorille. Asiantuntijat saivat siis apua verkkoartikkelien kehittämistyöhön opinnäytetyöni kokeiluista.

Lopussa koin saavani paljon vapautta sille mitä työni kanssa teen. Oppaan luominen tuntui luonnolliselta ja se tuli myös omasta halusta markkinoida muotoilijoiden osaamista. Kuka vain voi toteuttaa palvelumuotoilua, mutta jos organisaatiossa on siihen erikoistuneet henkilöt niin työskentely rullaa paljon paremmin. Lähtökohtana oli oppaan säilyttäminen tiiviinä sekä helppona kokonaisuutena.

## 7.2 Päätelmät

Opinnäytetyöprosessin alussa yhteydenpito ohjaajaan oli hidasta ja ohjaaja muuttui useampaan otteeseen työn aikana. Sain kuitenkin tammikuussa pysyvän ohjaajan ja käytin hyödykseni kaikki ohjausajat. Niistä oli paljon hyötyä, koska välillä aiheen rajauksessa pysyminen oli hankalaa. Koen että löytöjeni avulla Yle pystyy jatkamaan prototyyppien jatkokehitystä rikkaampana. Minä puolestaan sain ymmärrystä Z-sukupolvesta sekä vahvempaa osaamista yhteiskehittämisen toteuttamisesta ja oman osaamisen tuomisesta isoon organisaatioon. Työn loputtua koen tehneeni yhteiskunnallisesti merkittävää työtä, koska olen vaikuttanut nuoren käyttäjän arkeen positiivisesti.

Asiantuntijaidentiteettini kasvoi ja vuorovaikutus työyhteisössä oli sujuvaa. Työn loppuunsaattaminen laadukkaana opinnäytetyönä motivoi, koska saan Yleisradiolta palkan tehdystä työstä. Vaikka Ylellä tehdään aktiivisesti käyttäjätutkimusta, koin että tuotin ymmärrystä enemmän myös omasta näkökulmasta, koska olen vielä nuori muotoilija. Kokonaisuutena opinnäytetyöni vahvisti ammatillista kasvua ja asiantuntijuutta.

# LÄHTEET

Ball, J. 2018. The Double Diamond. Design Council. Viitattu 11.12.2022 Saatavissa <https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/the-double-diamond/>

Curedale, R. 2015. Design Thinking Pocket Guide 2<sup>nd</sup> edition. Amerikka: Design Community College Inc.

Dufva, M., Rowle, C. 2022. Heikot signaalit 2022. Sitra. Julkaisu. Viitattu 11.9.2022. Saatavissa <https://www.sitra.fi/julkaisut/heikot-signaalit-2022/#heikot-signaalit-ja-megatrendit>

Dufva, M., Rekola, S. 2023. Sitran Megatrendit 2023. Sitra. Julkaisu. Viitattu 12.1.2023. Saatavissa <https://www.sitra.fi/julkaisut/megatrendit-2023/#trendit>

Ideo.org. 2017. Design Kit: Co-creation session. Ohjejulkaisu. Viitattu 12.1.2023. Saatavissa <https://www.designkit.org/methods/co-creation-session>

Miettinen, S. 2014. Muotoiluajattelu. E-kirja. Viitattu 26.11.2022 Saatavissa rajoitetusti <https://www.finna.fi/Record/aalto.995478754406526#versions>

Nieminen, V., Kirjavainen, H., Lang, M., Jäppinen, T. 2021. Kuinka onnistua yhteiskehittämällä? Case: Vaikeasti tavoitettavat nuoret ja heidän palvelunsa. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. Viitattu 19.11.2022. Saatavissa <https://www.kuntaliitto.fi/julkaisut/2021/2110-kuinka-onnistua-yhteiskehittamalla>

Nissinen, H. 2019. Yle Kioskin, Sitran ja All-youth-hankkeen yhteisprojekti aktivoi nuoria vaalien pariin. Sitra. Uutinen. Viitattu 20.1.2023. Saatavissa <https://www.sitra.fi/uutiset/vaalibotti-nuorille/>

Ojasalo, K., Moilanen, T., Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro. Uudistettu painos 2014. Viitattu 10.11.2022

Ovaskainen, E. 2022. Luento artikkelimuutoksesta. Yle-palvelun aamukokous. 10.11.  
Palvelumuotoilu Palo. 2022. Viitattu 15.12.2022 Saatavissa <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-prosessin-vaiheet/>

Pew Research Center. 2020. What we know about Gen Z so far. Julkaisu. Viitattu 2.1.2023. Saatavissa <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/>

Right People Group. 2022. Mikä on iterointi ketterässä ketterässä ketterässä ja miksi se on tärkeää IT-projekteissa? Blogi. Viitattu 12.1. Saatavissa <https://rightpeoplegroup.com/fi/mika-on-iterointi-ketterassa-ketterassa-ketterassa-ja-miksi-se-on-tarkeaa-it-projekteissa/>

Stenros, N. 2019. Nuoret tavoittaa nuorten keinoilla. Sitra. Blogi. Viitattu 20.1.2023. Saatavissa <https://www.sitra.fi/blogit/nuoret-tavoittaa-nuorten-keinoilla/>

This is Service design doing. 2018. Creating personas. TISDD. Menetelmäjulkaisu. Viitattu 18.2.2023. Saatavissa: <https://www.thisisservicedesigndoing.com/methods/creating-personas-2>

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum. Viitattu 25.11.2022 Saatavissa rajoitetusti <https://www.finna.fi/Record/kirjava.415464505530784d4141414141413d3d>

Tuulaniemi, J. 2011, Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum. Viitattu 25.11.2022 Saatavissa rajoitetusti <https://www.finna.fi/Record/kirjava.415464505530784d4141414141413d3d>

Upola, T. 2016. Kerronnan megatrendit x10 näin journalismi muuttuu. Medium. Artikkel. Viitattu 5.12.2022. Saatavissa <https://medium.com/@terhiu/kerronnan-megatrendit-x10-nain-journalismi-muuttuu-528bdf6b520f>

Valtonen, A., Viitanen, M. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Kappale 7. Helsinki: Gaudeamus. Verkkojulkaisu. Saatavissa rajoitetusti <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789523456167>

Van Krieken, K. 2018. Multimedia Storytelling in Journalism: Exploring Narrative Techniques in Snow Fall. MDPI. Artikkel. Viitattu 1.11.2022 Saatavissa <https://www.mdpi.com/2078-2489/9/5/123/htm>

Ylen Plus-deski. Yle. Kotisivut. Viitattu 20.2.2023. Saatavissa <https://plus.yle.fi/#tekijat>

Zsifkovits, D., 2022. Palvelumuotoilun viestintään tulee kiinnittää huomiota varsinkin muotoilupprojektien alkuvaiheessa. Lapin Yliopisto. Väitöstutkimusjulkaisu. 30.11.2022. Saatavissa <https://www.epressi.com/tiedotteet/tiede-ja-tutkimus/vaitos-palvelumuotoilun-viestintaan-tulee-kiinnittaa-huomioita-varsinkin-muotoilupprojektien-alkuvaiheessa.html>



# KUVALÄHTEET

Kuvio 3. Muotoiluajattelun yksinkertaiset viisi askelta (mukailtu Interaction Design Foundation.) Viitattu 10.2.2023. Saatavissa [www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process](http://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process)

Kuvio 4. Tuplatimantin prosessimalli (mukailtu Palvelumuotoilu Palo.) Viitattu 15.1.2023. Saatavissa <https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=palvelumuotoilu+palo+tuplatimantti&ie=UTF-8&oe=UTF-8>

Kuva 2. Näyttökuva Sitran Megatrendistä 2023. Viitattu 20.1.2023. Saatavissa <https://www.sitra.fi/julkaisut/megatrendit-2023/#esipuhe>

Kuva 3. Näyttökuvat Snowfall artikkelista. Viitattu 20.11.2022. Saatavissa <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>

Kuva 4. Näyttökuvat Ylen vaalibotin mainoksesta sekä botista. Viitattu 8.12.2022. Saatavissa <https://vaalibotti.yle.fi/epv2019/>

Kuva 5. Online News Assosiation logo. Viitattu 6.1.2023. Saatavissa <https://journalists.org/branding/>

Kuva 6. Näyttökuva Wall Street Journalin artikkeleista. Viitattu 17.1.2023. Saatavissa <https://www.wsj.com/story/grammys-2023-doja-cat-lizzo-and-the-most-exciting-looks-from-the-red-carpet-a8c3881a> ja <https://www.wsj.com/story/the-riots-in-brazil-in-photos-071f0df5>

Kuva 7. Näyttökuva For You, Portugal, I swear! Artikkelista. Viitattu 13.12.2022. Saatavissa <http://por-ti-portugal.divergente.pt/en/e/>

Kuva 8. Näyttökuva Poisoned Cities artikkelista. Viitattu 13.12.2022. Saatavissa <https://eu.desertsun.com/poisoned-cities/air/>

Kuvio 8. Sukupolvet aikajanalla (mukailtu, Paw Research Centre.) Viitattu 14.1.2023. Saatavissa <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/>

# LIITTEET

## Liite 1. Kyselytutkimus



### Vastaa lyhyeen kyselyyn ja auta Yleä kehittämään tulevaisuuden mediapalvelua!

Nyt sinulla on tilaisuus tuoda vapaasti esille ajatuksia, toiveita ja ideoita liittyen tulevaisuuden mediapalveluun. Pohdi kysymyksiä käyttömukavuuden ja kokemusten näkökulmasta sekä mieti mitä tunteita aiheista herää. Kyselyn tekoon menee noin 10min ja vastaukset ovat anonymoijia. Lomake sulkeutuu 20.11. klo 18.

#### Otsikko

Ikä

Mitä kautta yleensä suuntaat digiutisten pariin?

Jos saavut uutispalvelun etusivulle, olit sitten sovelluksessa tai selaimessa, niin mitä teet ensimmäisenä?

Jos saavut linkin kautta suoraan johonkin tiettyyn juttuun, siirrytkö lukemisen jälkeen...

Onko sinulla Yle-sovellus

Jos sinulla ei ole vielä Yle-sovellusta, mikä olisi syy ladata se?

Oletko kirjautunut Yle-sovellukseen?

Minkä syyn takia kirjauduit Yle-sovellukseen?

Mikä saisi sinut kirjautumaan sovellukseen?

Mikä on parasta Yle-sovelluksessa?

Jos pystyisit, niin mitä ominaisuuksia/elementtejä/toimintoja lisäisit Yle-sovellukseen? Vai ottaisitko jotain pois?

Käytätkö mitään muita uutissovelluksia tai palveluita? Miksi juuri niitä?

Mikä näistä seuraavista vaihtoehtoista on sinulle tärkeintä mobiilisissa luettavien uutisjuttujen sisällön esittämisen tavassa?

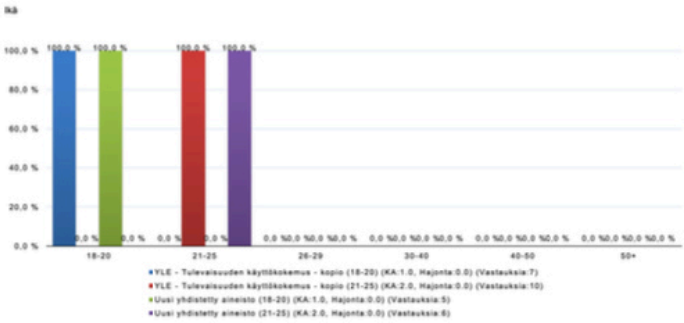
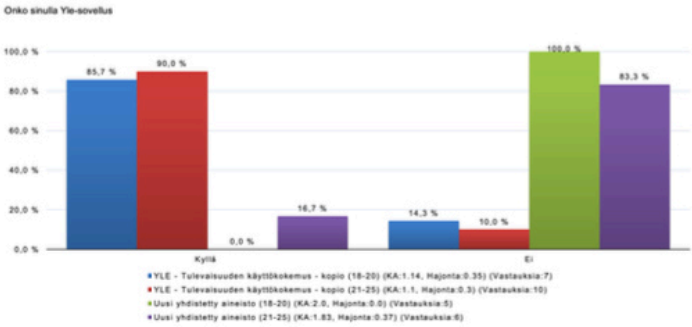
Onko sinulla antaa hyvää esimerkkiä edellisessä kysymyksessä mainitsemastasi/valitsemastasi vastauksesta?

Vapaa sana! Nouseeko mieleen muita huomioita tai hyviä esimerkkejä?

Liite 2. Kyselyn vastaukset

Jos saavut uutispalvelun etusivulle, olit sitten sovelluksessa tai selaimessa, niin mitä teet ensimmäisenä? (YLE - Tulevaisuuden käyttökokemus - kopio (21-25))

- Selaan tuoreimmat otsikot ja hahmotelen kokonaiskuvaa. Sitten, jos on enemmän aikaa, saatan syventyä enemmän aiheisiin kiinnostusta herättäneiden otsikoiden takana.
- Selaan uutisia ja jos on joku kiinnostava uutinen luen sen
- Scrollaan kaikkien sotsauidisten ohi ja selaan etusivun muuten läpi
- Rupean selaamaan artikkeleita läpi silmäillen otsikoita
- Katsон tuoreimmat uutiset
- Selailen uutisia eteenpäin lukien otsikoita
- Selaan uutisia ja luen itselle mielenkiintoiset ja tärkeät jutut..
- Luen uutisvahdin aamukoosteen. (Aamukooste oli ennen parempi lyhyine teksteineen eikä pekillä linkillä itse uutiseen.)
- Selaan otsikoita läpi
- Selaan koko sivun läpi ja katsон kokonaiskuvaa uutisista ja sitten luen ne mitkä kiinnostaa

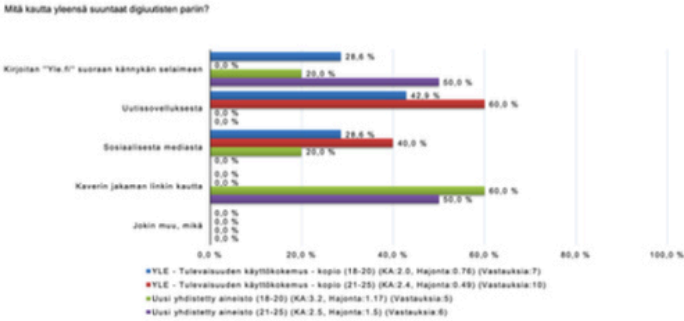


Jos saavut uutispalvelun etusivulle, olit sitten sovelluksessa tai selaimessa, niin mitä teet ensimmäisenä? (Uusi yhdistetty aineisto (18-20))

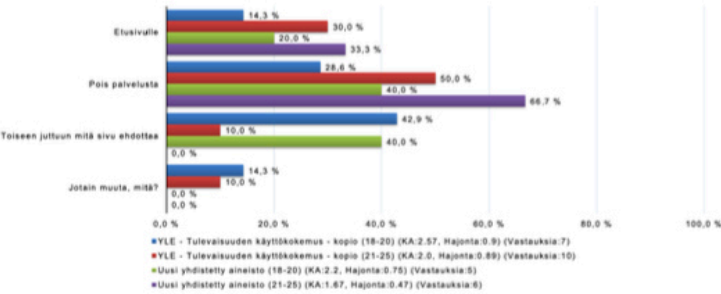
- Selaan uutisia läpi, jos joku uutinen kiinnostaa luen sen.
- Silmäillen läpi etusivun eri kategorioiden otsikoita ja valitsen niistä mielenkiintoisimman jonka luen kokonaan.
- Alan selata ja katsон mielenkiintoisimmat otsikot
- etsin mielenkiintoisimmat otsikot
- Selaan kaiken kiinnostavan läpi

Jos sinulla ei ole vielä Yle-sovellusta, mikä olisi syy ladata se? (Uusi yhdistetty aineisto (18-20))

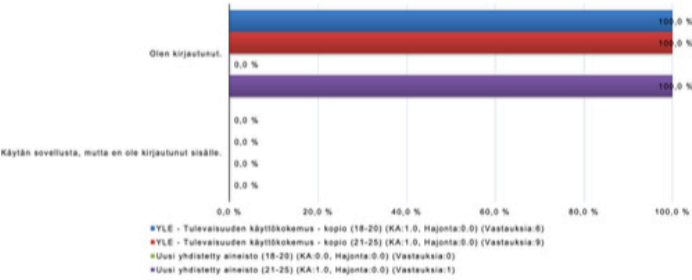
- Ei ole vain tajunnut hankkia. Ylen uutis sivu selaimessa ole jotenkin tuntunut kaikkein kätevimmältä niin en ole lähtenyt etsimään sovellusta.
- Ei en itsessään tiedä! Ei ole tullut ladattua, kun en tiedä sovelluksesta juuri mitään. Sen "mainostaminen" on mennyt kyllä itseltä aivan ohi. Yle Areena kyllä löytyy.
- Helppo käyttöisyys
- en osaa sanoa
- Jos se helpottaisi elämää huomattavasti



Jos saavut linkin kautta suoraan johonkin tiettyyn juttuun, siirrytkö lukemisen jälkeen...



Oletko kirjautunut Yle-sovellukseen?



Jos saavut uutispalvelun etusivulle, olit sitten sovelluksessa tai selaimessa, niin mitä teet ensimmäisenä? (YLE - Tulevaisuuden käyttökokemus - kopio (18-20))

- Selaan vähän sivua
- Selaan uutisia.
- Selailen vain
- Hyvä
- Katsон "tuoreimmat" tai tietyn uutisen, jota varten saavuin sivulle
- Selaan etusivua
- Selailen muuta kiinnostavien otsikoihin.

Jos saavut linkin kautta suoraan johonkin tiettyyn juttuun, siirrytkö lukemisen jälkeen... - Jotain muuta, mitä? (YLE - Tulevaisuuden käyttökokemus - kopio (21-25))

- Vaihdelen joko poistun, jatkan juttuun linkitettyihin otsikoihin ja juttuihin tai saatan jatkaa palvelun muuta selaamista

Minkä syyn takia kirjauduit Yle-sovellukseen? (YLE - Tulevaisuuden käyttökokemus - kopio (18-20))

- Ei mitään tiettyä syytä.
- ???
- Tosi hyvä
- Saan tallennettua jutut
- omat tietoni tallentuvat sillemi
- Ei muista.



# Liite 3. Käyttäjäkyselyn raportti

Mikä näistä seuraavista vaihtoehtoista on sinulle tärkeintä mobiilisissa luettavien uutisjuttujen sisällön esittämisen tavassa?

- 18–20v
- 1. Sujuva teksti
- 2. Video
- 3. Audio
- 4. Tiivis kokonaisuus
- 5. Mahdollisuus personoida näkymänsivellusta, interaktiivisuus

- 21–25v
- 1. Video
- 2. Sujuva teksti
- 3. Tiivis kokonaisuus
- 4. Kuvat
- 5. Audio, interaktiivisuus ja personointi
- 6. Väliä asettelu (muu)

"Sujuva teksti omalla kohdallani tarkoittaa sitä että juttu voi olla pituudeltaan mitä vain, jutusta pitää kuitenkin selvitä minulle jokin ydinajatus tai kokonaiskuva, jotta olen kokenut sen sujuvaksi. Pidän erityisesti "aihe pätkinäkymästä" tai "tästä on kyse" -tyyppistä sisällöstä"

" Uutiseen lisätyt kuvat havainnollistavat ja lyhyissä videoissa voisi olla lisätietoa tai uuttinen tiivistettyä"

" Selkokieli, saavutettavuus ja käytettävyys otettu huomioon, kikkiosikot, hyvä ja kiinnostava kuvat"

" On myös kiva lukea uutisia pohjustavia tekstejä. Esimerkiksi monilla tämän hetken uutisilla on pitempi historia joita ei välttämättä tiedä/musta, jolloin kokevat katsaukset miten tähän on päädytty ovat mielestäni hyviä."

Vastauksia 69kpl  
18–25-vuotiaita 28kpl  
18–20 => 12kpl  
21–25 => 16

## Mitä kautta yleensä suuntaat digi uutisten pariin?

18–20  
Kaverin jakaman linkin kautta tai uutissovelluksesta.

21–25  
Uutissovelluksesta, kirjoittaa yle.fi kännykän selaimeen, kaverin jakaman linkin kautta.

Jos saavut uutis palvelun etusivulle, olit sitten sovelluksessa tai selaimessa, niin mitä teet ensimmäisenä?

18–20  
Tuoreimmat, selailua, kiinnostavimmat/mat lukee, otsikot. " Katson "tuoreimmat" tai tietyn uutisen, jota varten saavu in sivulle.

21–25  
Uutis palvelun etusivulla: Otsikot, tuoreimmat, uutisvaih din aamukooste, lukee ne mitkä kiinnostaa => otsikolla vällä. "Selaan tuoreimmat otsikot ja hahmottelen kokonais kuvaa. Sitten, jos on enemmän aikaa, saatan syventyä enemmän aiheisiin kiinnostusta herättäneiden otsikoiden takana."

Jos saavut linkin kautta suoraan johonkin tiettyyn juttuun, siirrytkö lukemisen jälkeen...  
18–20 -> pois palvelusta tai toiseen juttuun mitä sivu ehdottaa  
21–25 -> pois palvelusta, toiseen juttuun

"Joskus törmään kiinnostavaan uutiseen, joskus joku lähettää linkin ja joskus etsin itse tarkoituksella. Ja joskus poistun heti tai siirryn seuraavaan uutiseen, jos näen houkuttelevan uutisen."

18–20 => Enemmistöllä ei ole Yle-sovellusta.  
Mikä olisi syy siihen että laittaisit Yle-sovelluksen?  
-Saada uutiset helposti.  
-En itse asiassa tiedä! Ei ole tullut ladattua, kun en tiedä sovelluksesta juuri mitään.  
-Sen "mainostaminen" on mennyt kyllä itseltä aivan ohi. Yle Areena kyllä löytyy.  
-Saada helposti tietää uutiset.  
-Ei osaa sanoa tai ei ole vain tajunnut hankkia.  
-Ylen uutis sivu selaimessa ole jotenkin tuntunut kaikkein kätevimmältä niin en ole lähtenyt etsimään sovellusta.

## Mikä on parasta Yle-sovelluksessa?

18–20v  
Nopea tapa lukea uutiset  
-Ilmoitukset  
-Ei maksa  
Ilmoitusten kustomointi  
-Ei mainoksia tiellä niinkuin esim. Ilta lehdessä

21–25v  
-Selkeä käytettävyys 4x  
-Omien suosikki uutisten korostaminen  
-Ajankohtaisuus 2x

Jos saisit lisätä jotain Yle-sovellukseen mitä se olisi vai ottaisitko jotain pois?

18–20v  
-Päivän otsikoissa ei olisi vain otsikkoja vaan ihan juttuja jo  
-Ohjelma opas  
-Lisää "aiheet" sovellukseen. Siis "urheilu" yms. lisäksi niitä joita jutun lopussa usein on. Esim. "koulu" tai "musiikki"

21–25v  
-Helpottaisin uutisten hakemista/hakukonetta  
-Lii an suppea valikoima uutisia etusivulla. Usein tulee vaihdettua ylen jälkeen lukemaan esim guardian sivuston uutisia tai jopa iltasanomien aihe uutisia. Yleä käytän näistä vähiten. Guardianista esim näkee ajantasaista päivitystä paremmin

21–25 => Enemmistöllä on Yle-sovellus Ne joilla ei ole, mikä olisi syy ladata?

"Jos uutisia ei tuis someen"  
-Helppous saada tietää uutiset  
-Mennyt kyllä itseltä aivan ohi.  
-Yle Areena kyllä löytyy.  
-En koe tarvetta.  
-Vie tilaa puhelimesta.  
-Jos helpottaisi elämää huomattavasti

Oletko kirjautunut Yle-sovellukseen? Ne jotka ovat kirjautuneet sovellukseen, miksi:

18–20v  
-Omat tiedot tallentuu tilille  
-Saa tallennettua jutut  
-Ei tiettyä syytä, ei musta.

21–25 v  
-Mustaakseni sitä suositeltiin jossain yhteydessä.  
-Yle Areena.  
-Koska en jaksanut joka kerta sovelluksen avatessa tulevaa ilmoitusta siitä että pitäisi kirjautua.  
-Joskus tarvitsin Yle-tunnusta johonkin, jonka jälkeen olen vain pitänyt sen.  
-Tallennusmahis.  
-Yleisöäänestykset.  
"Muuten vain. Yleensä kirjaudun jokaiseen sovellukseen."

## Mitä muita uutissovelluksia tai palveluita käyttää ja miksi?

18–20v

- Helsingin Sanomat, Helsingin Sanomat, mutta sitten alkoi tulla liikaa ilmoituksia.
- Iltasanomat => ("kaipaa hömppää")
- Ei uutissovelluksia ladattuna, fb seuraa yleisimpiä uutissivuja niin tulee syöttöeseen.
- Ei käytä

21–25v

- "Käytän ja seuraan sosiaalisessa mediassa. Kaipaan välillä asiasisältöjen ja vaikeidenkin uutisaiheiden rinnalle viihteellisempää sisältöä ja joskus jopa niitä kikkioitsikoita vaikka ne usein enemmän ärsyttävätkin. Myös uutisointi hieman eri näkökulmasta tai jokin tietty aihe, lisätieto jne. ovat itselle sellaisia seikkoja jotka houkuttelee käyttämään useampia palveluja ja kanavia. Luon siis ehkä jonkinlaista tasapainoa ja haen eri näkökulmia käyttämällä eri palveluita."
- En käytä, somen kautta luen uutislinkit
- Aamulehden digilehtenä, koska olen pirkanmaalta
- Ampari-uutissovellus
- IS nettiselaimella jos on tylsää
- Muita uutissovelluksia ei ole kuin Ylen, mutta somessa seuraan laajemmin eri medioiden sisältöjä, koska ne ovat helposti saatavilla yhdestä paikasta.
- Guardian
- Hs ja yle, jos etsin jotakin tietoa, esim koronatilastot aiemmin
- Ei erikseen sovelluksia, selaimella lähinnä

## Mikä on parasta Yle-sovelluksessa?

18–20v  
Nopea tapa lukea uutiset  
-Ilmoitukset  
-Ei maksa  
Ilmoitusten kustomointi  
-Ei mainoksia tiellä niinkuin esim. Ilta lehdessä

21–25v  
-Selkeä käytettävyys 4x  
-Omien suosikki uutisten korostaminen  
-Ajankohtaisuus 2x

Jos saisit lisätä jotain Yle-sovellukseen mitä se olisi vai ottaisitko jotain pois?

18–20v  
-Päivän otsikoissa ei olisi vain otsikkoja vaan ihan juttuja jo  
-Ohjelma opas  
-Lisää "aiheet" sovellukseen. Siis "urheilu" yms. lisäksi niitä joita jutun lopussa usein on. Esim. "koulu" tai "musiikki"

21–25v  
-Helpottaisin uutisten hakemista/hakukonetta  
-Lii an suppea valikoima uutisia etusivulla. Usein tulee vaihdettua ylen jälkeen lukemaan esim guardian sivuston uutisia tai jopa iltasanomien aihe uutisia. Yleä käytän näistä vähiten. Guardianista esim näkee ajantasaista päivitystä paremmin

## Mitä kautta yleensä suuntaat digi uutisten pariin?

18–20  
Kaverin jakaman linkin kautta tai uutissovelluksesta.

21–25  
Uutissovelluksesta, kirjoittaa yle.fi kännykän selaimeen, kaverin jakaman linkin kautta.

Jos saavut uutis palvelun etusivulle, olit sitten sovelluksessa tai selaimessa, niin mitä teet ensimmäisenä?

18–20  
Tuoreimmat, selailua, kiinnostavimmat/mat lukee, otsikot. " Katson "tuoreimmat" tai tietyn uutisen, jota varten saavu in sivulle.

21–25  
Uutis palvelun etusivulla: Otsikot, tuoreimmat, uutisvaih din aamukooste, lukee ne mitkä kiinnostaa => otsikolla vällä. "Selaan tuoreimmat otsikot ja hahmottelen kokonais kuvaa. Sitten, jos on enemmän aikaa, saatan syventyä enemmän aiheisiin kiinnostusta herättäneiden otsikoiden takana."

Jos saavut linkin kautta suoraan johonkin tiettyyn juttuun, siirrytkö lukemisen jälkeen...  
18–20 -> pois palvelusta tai toiseen juttuun mitä sivu ehdottaa  
21–25 -> pois palvelusta, toiseen juttuun

"Joskus törmään kiinnostavaan uutiseen, joskus joku lähettää linkin ja joskus etsin itse tarkoituksella. Ja joskus poistun heti tai siirryn seuraavaan uutiseen, jos näen houkuttelevan uutisen."

18–20 => Enemmistöllä ei ole Yle-sovellusta.  
Mikä olisi syy siihen että laittaisit Yle-sovelluksen?  
-Saada uutiset helposti.  
-En itse asiassa tiedä! Ei ole tullut ladattua, kun en tiedä sovelluksesta juuri mitään.  
-Sen "mainostaminen" on mennyt kyllä itseltä aivan ohi. Yle Areena kyllä löytyy.  
-Saada helposti tietää uutiset.  
-Ei osaa sanoa tai ei ole vain tajunnut hankkia.  
-Ylen uutis sivu selaimessa ole jotenkin tuntunut kaikkein kätevimmältä niin en ole lähtenyt etsimään sovellusta.

## Mitä muita uutissovelluksia tai palveluita käyttää ja miksi?

18–20v

- Helsingin Sanomat, Helsingin Sanomat, mutta sitten alkoi tulla liikaa ilmoituksia.
- Iltasanomat => ("kaipaa hömppää")
- Ei uutissovelluksia ladattuna, fb seuraa yleisimpiä uutissivuja niin tulee syöttöeseen.
- Ei käytä

21–25v

- "Käytän ja seuraan sosiaalisessa mediassa. Kaipaan välillä asiasisältöjen ja vaikeidenkin uutisaiheiden rinnalle viihteellisempää sisältöä ja joskus jopa niitä kikkioitsikoita vaikka ne usein enemmän ärsyttävätkin. Myös uutisointi hieman eri näkökulmasta tai jokin tietty aihe, lisätieto jne. ovat itselle sellaisia seikkoja jotka houkuttelee käyttämään useampia palveluja ja kanavia. Luon siis ehkä jonkinlaista tasapainoa ja haen eri näkökulmia käyttämällä eri palveluita."
- En käytä, somen kautta luen uutislinkit
- Aamulehden digilehtenä, koska olen pirkanmaalta
- Ampari-uutissovellus
- IS nettiselaimella jos on tylsää
- Muita uutissovelluksia ei ole kuin Ylen, mutta somessa seuraan laajemmin eri medioiden sisältöjä, koska ne ovat helposti saatavilla yhdestä paikasta.
- Guardian
- Hs ja yle, jos etsin jotakin tietoa, esim koronatilastot aiemmin
- Ei erikseen sovelluksia, selaimella lähinnä

21–25 => Enemmistöllä on Yle-sovellus Ne joilla ei ole, mikä olisi syy ladata?

"Jos uutisia ei tuis someen"  
-Helppous saada tietää uutiset  
-Mennyt kyllä itseltä aivan ohi.  
-Yle Areena kyllä löytyy.  
-En koe tarvetta.  
-Vie tilaa puhelimesta.  
-Jos helpottaisi elämää huomattavasti

Oletko kirjautunut Yle-sovellukseen? Ne jotka ovat kirjautuneet sovellukseen, miksi:

18–20v  
-Omat tiedot tallentuu tilille  
-Saa tallennettua jutut  
-Ei tiettyä syytä, ei muista.

21–25 v  
-Mustaakseni sitä suositeltiin jossain yhteydessä.  
-Yle Areena.  
-Koska en jaksanut joka kerta sovelluksen avatessa tulevaa ilmoitusta siitä että pitäisi kirjautua.  
-Joskus tarvitsin Yle-tunnusta johonkin, jonka jälkeen olen vain pitänyt sen.  
-Tallennusmahis.  
-Yleisöäänestykset.  
"Muuten vain. Yleensä kirjaudun jokaiseen sovellukseen."



# Liite 4. Käyttäjätestauksen tulokset

Mari, 24	Jyri, 23
Työssäkäyvä	Teollisen muotoilun opiskelija
<p>Ei aktiivinen Ylen palvelujen käyttäjä.</p> <p><b>Videoselite:</b> "Aivan liian nopeesti menee videossa tekstit".</p> <p>Ymmärtää idean korttiselitteessä.</p> <p><b>Miksi tiivistys hyödyllinen?</b> Tiivistyksestä hyötyä jos on pitkä juttu josta voi kattoo kiinnostaako edes lukee. Silmällä. Hyvin usein on uutisia et otsikko kiinnostava mut juttu ei oo niinkään.</p> <p><b>Minkälaisissa tilanteissa kaipaa tiivistystä?</b> Ei tuu eritystä tilannetta mieleen missä tiivistystä kaipaa.</p> <p><b>Lemppari tiivistystyyli:</b> "Avautuva infoboksi lemppari, sä pääset juttuun suoraan tai sit voi valita avata sen, mutta ei oo kuitenkaan pakko".</p> <p>"On kivaa painaa avaa nappia, kiva osallistua vaikka se on pientä klikkailua".</p> <p><b>Korttijuttu:</b> "Sekin kiva, mutta kuvista vois saada enemmänki irti. Jos ois kiinnostava uutinen. Kuvat vie liikaa tilaa samoin avoinna oleva uutinen".</p> <p><b>Vähiten kiinnostava tiivistystyyli:</b> "Kuvat näkee jo ite jutussa nii korttijuttu vähä meh."</p>	<p><b>Liittyen protoon:</b> "Luku aika arvio kiva näkyvillä"</p> <p><b>Videoselite:</b> Ei välillä jaks lukea, on huono siinä joten video parempi. "Non stoppina kuvat parempia kuin influensseri selittämässä. En tykkää kun joku puhuu jutusta "naamalle", välillä voi olla mutta muuten enemmän kuvitusta."</p> <p><b>Avautuva infoboksi:</b> Nopea tiivistelmäboksi kiva koska aina ei ehdi kattomaan edes 3min videoita. =&gt; Tällaista etsii aina "tekstin sekamelskasta" useasti. Jos haluaa pitkän kaavan kautta lukea niin voi, ei ns. spoilaa juttua.</p> <p><b>Avoinna oleva tiivistelmäboksi:</b> "Hyvä koska ei tarvitse klikkailla, mutta toiselta jollekin joka halua lukea koko jutun voi spoilata". Antaa lukijalle mahdollisuuden paneutua mutta voi skipata. Opparia varten esim voi tiivistelmän kautta kattoo käsitteleeök juttu sun kannalta relevanttia aihetta.</p> <p><b>Korttijuttu:</b> Tuntuu hitaammalta, mutta toisaalta pitää kiinni kuvan avulla jutussa mukana. Pystyy joka ikiseen juttuun paneutumaan koska on kuvaa ja tekstiä eli "näkee ja lukee".</p> <p><b>Lemppari:</b> Kakkonen eli avautuva infoboksi.</p> <p><b>Inhokki:</b> "Video ei oo loppujen lopuks niin nopee."</p> <p><b>Milloin tiivistelmästä on sinulle hyötyä?</b> "Julkisissa kerkee muutaman tiivistelmän lukee, tai lukemisen ymmärtäminen on mulle ongelma etten saa pitkistä tekstistä kiinni niin helposti. "</p>
Emma, 24	Jenny, 23
Luokanopettajaksi opiskeleva	Työssäkäyvä
<ul style="list-style-type: none"><li>Infoboksi on Ylen jutuista tuttuja, sen tyyppiisiä ennenkin törmännyt. Uutisensa yleensä löytää facebookista.</li><li>Videoselitteen video ei avautunut vaikka oli hyvä netti (iPhone 13)</li></ul> <p><b>Infoboksi ja videoselite:</b> Uskoo hyödylliseksi ja kokee hyötyä tiivistämisestä, opettajaksi opiskelevan näkökulmasta kuitenkin lukutaito paranee esim. infoboksissa, koska se tukee aivojen toimintaa lukemalla, video voi vaikuttaa tulevaisuudessa oppimiseen.</p> <p><b>Videoselite:</b> Miettii videon tarkoitusperää, siinä on hyvä tässä ajassa kun videoihin on totuttu, tiedonlevityksessä paras. Vaihduva kuva tosi hyvä, ettei oo vaan sitä selitystä.</p> <p><b>Korttijuttu:</b> Ymmärtää miten toimii korttijuttu, mutta hänen mielestään "huonoin vaihtoehto". Vaikka siitäkin tykkää, kokee että siinä on vähän liikaa kaikkea mukana. Toisaalta siinä on inhimillinen kulma mikä jää kokonaan infoboksista pois. Mutta korttijuttu kivempi ihan omana uutistyylinään (tällä tarkoitti esim ig tarinoita ja ihan omana uutistyylinään korttijutut).</p> <p>"Lapsuuden lukuharrastus kantaa koko elämän." -kommentti lukemisen tärkeydestä nuoremmille.</p> <p><b>Missä kokee tiivistämisen tärkeäksi:</b> Tuli mieleen koronauutiset. "Tosi tärkeä pysyy kärryllä rajoituksissa yms kaikesta nopeesti. Koska ohjeet muuttuu lvko välein."</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Mainitse Ylen tiktokin ja tykkää siitä.</li></ul> <p><b>Mikä oli lemppari:</b> Avautuva infoboksi ja video paras, mutta eri tilanteissa. Esim. Luennoilla kokee ettei voi kattoo videoita tai muissa ruuhkasissa äänekkäissä paikoissa joten sillo infoboksi paras. Infoboksi sellane et siitä jatkaa uutiseen helposti.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Ei lähtisi muuttaa tiivistystä alusta pois, koska kokee hyödylliseksi.</li></ul>	<p><b>Keskustelusta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Testaajan huomio: kun uutiset on suunniteltu puhelimelle, niin siinä käy helpommin niin, että jos hän huomaa että juttu on pitkä, niin poistuu suoraan palvelusta/uutisesta ja siirtyy johonkin muuhun sovellukseen.</li><li>Latasi Yle-sovelluksen tän vuoden puolella, miksi? =&gt; uutinen oli helpompi avata sillä sovelluksella.</li><li>Jos selaa uutispalvelua, niin se on enemmän iltapäivälehtiä.</li><li>Mainitsee Ylen tiktokista, se on kiva ja sitä jaksaa kattoa, helppo.</li></ul> <p><b>Korttijuttu:</b> "Liukuu helposti seuraavaan, omassa tahtissa voi lukea, tästä tulee sellainen instagram fiilis."</p> <p><b>Videoselite:</b> "Tuttu tiktokista nainen" videot useasti yhdistää tiktokkiin.</p> <p><b>Infobokseista:</b> Tuttuja, tällaisia nähnyt ehkä ennenkin Ylellä tai jossain muussa palvelussa esim. IS</p> <p><b>Koetko tiivistämisen hyödylliseksi, miksi haluat sen?</b> "Ehdottomasti tykkään, tykkään lukea uutisia, mutta jos on tosi paljon tekstiä niin en jaks lukea tällöin tiivistys hyvä. Voi myös keskittymiskyky vaikuttaa siihen ettei jaks lukea."</p> <p><b>Mikä oli lemppari:</b> Infoboksi, kiva että pääasiat on pallojen kautta =&gt; "tunnen olevan jo niin vanha että infoboksi toimii mulle". Infoboksi lemppari koska ne on "ihanasti pisteillä valmiiksi auki".</p> <p><b>Mistä tykkää vähiten:</b> "Video ei mieluinen. Niitä ei tule niinkään avattua. Ihan sama minkälaisessa jutussa on niin videoita katselee mielummin tiktokissa."</p> <p><b>Missä näkee hyötyä tiivistämisessä?</b> Sosiaalisessa mediassa tottakai. "Ylellä oli (joku, ei muistanut nimeä) youtubettaja jolla oli hyviä lyhennettyjä videoita</p> <p>Yleensä jos asiat on tiktok tyylillä niin se on helppoa tiivistämistä "Muu nuoremmat tuskin lukee (niinkuin hän) paljon niin heille kaikki videolla."</p> <p>Eniten näkee tiivistämisen elementit kaikkein hyödyllisimpinä esim insta stooreissa ja tiktokissa. Helpoo ja nopeaa</p>

## Eero, 25

Työssäkäyvä

Ei aktiivinen uutispalveluiden käyttäjä.

Infoboksi:

"Kolmas oli paras koska se oli lyhyt ja ytimekäs eikä tarvii klikkailla turhia"

"Ei tarvitse käyttää aikaa koko jutun lukemiseen."

Videoselite:

"En jaks kuunnella selityksiä."

Milloin kaipaat tiivistystä, missä tilanteissa näet hyödylliseksi?

"Sillon joskus kun oli koulussa niin halusin sen tiivistelmän alusta esim wikipediassa kun ei ehtinyt tai ei jaksanut lukea koko juttua."

"En mä tota tiivistystä lähtis poistamaan"



Tervetuloa viettämään mukava ilta Ylellä. Sinut on valittu osallistumaan yhteiskenittämishetkeen ja tässä sähköpostissa on käytännön ohjeita sekä muuta, jotta ilta olisi kaikille mukava!

Suosittelun saapumaan paikalle hyvissä ajoin, jotta päästään hyvin vauhtiin!

nataa, tämä kaikki on tosi kevyttä. Paikalle tulee myös muutama ylälainenkin ja he eivät malta odottaa että pääsevät kuulemaan teidän ajatuksia sekä ideoita. Paikalla on myös tarjoilut!

**Uutiskatu 5, 00240 Helsinki.** Voit käydä odottamaan aulaan, tullen hakemaan teidät sieltä ja lähdetään sitten porukalla muutama kerros ylöspäin niin päästään rauhallisempaan tilaan.

Tässä minun puhelinnumero jos tulee jotain pikaista kysyttävää: 0409313932.

Satu Kiiski, Yle-palvelu

**4.** Milton L. "A New" = "The Middle" modification of M.L. ("with" part)

- Product** "In Internet. Via cellulare, lo smartphone."

Etätyö on liian nopeasti tullut osaksi arkipäivää.

- Etsi yksi sinua kiinnostava artikkeli

# Illan aikataulusta

17.00	Paikalle saapuminen, tarjolla pikkupurtavaa!	
17.10	Illan agenda	
17.15	Jakaudutaan ryhmiin & ryhmäkeskustelu	25min
17.40	Kehittämistehtävät A&B	40min
18.20	Ideoiden esittely	5min/ryhmä
18.50	Loppuyhteenveto	

- 11 nuorta + 4 yleläistä
- 19–25-vuotiaita
- Rekry verkostoista
- Palkkio Finnkinon liput tai ravintolalahjakortti
- Järjestettiin Mediatalon neloskerroksessa

Yhteiskehittämishetken järjesti Satu Kiiski ja Soila Laivo. Tapahtuma oli Sadun harjoittelun päätöstyö ja siinä käsiteltiin muun muassa teemoja artikkelisprintistä, joka pidettiin toimittajien kesken viikkoa ennen.

Nuorten rekry tapahtui Google Formsilla, aikaa oli kolme viikkoa. Ikähaitariltaan osallistujat olivat 19-25-vuotiaita. Satu jakoi kutsua eri ammattikorkeakouluihin sekä ystävän kautta hänen nuorille Instagram seuraajille. Palkkiona osallistumisesta osallistujat saivat valita joko 4x Finnkinon leffalippupaketin tai 50€ ravintolalahjakortin Luckiefun's ravintolaan.

Illan aikana nuoret jaettiin kolmeen ryhmään (3-4henk/ryhmä), jossa he suorittivat tehtävät. Tilana toimi Mediatalaon neloskerros 4267 - liukuovitila, puisto ja ympärillä olevia neukkareita.