

Teemu Tammilehto

Uutissovelluksen pelillistäminen

Tietotekniikan pro gradu -tutkielma

26. lokakuuta 2020

Jyväskylän yliopisto

Informaatioteknologian tiedekunta

Tekijä: Teemu Tammilehto

Yhteystiedot: teemu.tammilehto@gmail.com

Ohjaajat: Paavo Nieminen ja Jukka Varsaluoma

Työn nimi: Uutissovelluksen pelillistäminen

Title in English: Gamification of a news application

Työ: Pro gradu -tutkielma

Opintosuunta: Tietotekniikka

Sivumäärä: 72+4

Tiivistelmä: Tässä tutkielmassa selvitetään, miten pelillistäminen vaikuttaa nuorten (18–29-vuotiaat) käsityksiin uutissovelluksesta ja uutisten uskottavuudesta. Tutkimuksessa haastateltiin 15 henkilöä, jotka kokeilivat pelillistetyn uutissovelluksen prototyyppejä. Uutisten lisäksi prototyypissä oli pelillistettyinä elementteinä tehtäviä, pisteitä ja tilastoja.

Tutkimusaineistoa analysoitiin laadullisen tutkimuksen keinoin fenomenografisella otteella. Tutkimustulokset pyrkivät vastaamaan kolmeen kysymykseen: (1) Millaisia kokemuksia uutissovelluksen pelillistäminen herättää nuorissa käyttäjissä (18–29-vuotiaat)? (2) Voiko pelillistäminen lisätä nuorten käyttäjien mielenkiintoa uutisia kohtaan? (3) Vaikuttaako pelillistäminen nuorten kokemukseen uutisten uskottavuudesta? Tutkimusaineistossa painottui myönteisesti pelillistämiseen suhtautuvat, mikä otettiin huomioon tuloksia analysoidessa.

Tutkimuksen perusteella pelillistetyillä elementeillä on mahdollisuus lisätä nuorten mielenkiintoa uutisia kohtaan, mikä vahvistaa aiempien tutkimusten hypoteeseja. Etenkin omaa uutiskulutusta koskevat tilastot kiinnostavat nuoria käyttäjiä ja olisivat mediataloille helppo keino kokeilla pelillistämistä. Pelillistetyt elementit eivät myöskään muuttaneet nuorten käsitystä uutisten uskottavuudesta, minkä journalistit ovat aiemmin nostaneet uhkakuvaksi. Tämän tutkimuksen tulokset ovat hyödyksi etenkin media-alan tekijöille, joita kiinnostaa nuorten käyttäjien parempi sitouttaminen.

Avainsanat: pelillistäminen, uutiset, uutissovellus, media, journalismi

Abstract: This Master's thesis examines how gamification affects younger users' (18–29) assumptions of a news application and of news credibility. This research consists of 15 interviews with people who have used a prototype news application built for this research. The prototype has a news feed but also tasks, points and statistics as gamified elements.

This thesis is a qualitative research and uses phenomenography as an analysing method. The goal of this thesis was to answer to three research questions: (1) What kind of experiences younger users have about the gamification of a news application? (2) Can gamification increase younger users' interest in news? (3) Does gamification have an effect on the credibility of news? This research material consists of users who are mostly positive about gamification, which has been taken into account when evaluating the results.

Based on the research material, one could say that gamification has a chance to increase younger users' interest in news, which was already proposed in earlier research regarding this topic. Younger users are especially interested in having news statistics in their news application, which would be easy to implement in existing applications. The gamified elements of the prototype did not have an effect on the credibility of the news, which has been seen as a possible threat arising from gamification in previous research. This thesis is especially useful to media workers, who want to better engage younger audiences.

Keywords: gamification, news, news application, media, journalism

Kuviot

Kuvio 1. Kuvakaappaus Ylen Trollitehdas-utispelistä.....	17
Kuvio 2. Kuvakaappaus The Guardianin MP Expenses -pelillistämistä.....	18
Kuvio 3. Kuvakaappaus Yle Tunnuksen tarjoamista historiatiedoista.....	21
Kuvio 4. Kuvakaappaus Times of Indian Times-pisteiden ansaintamahdollisuuksista.....	24
Kuvio 5. Kuvakaappaus Yle.fi-sovelluksen etusivusta iPhonella 11.8.2020.....	37
Kuvio 6. Kuvakaappaus Yle.fi-sovelluksen tuoreimmat-listauksesta iPhonella 11.8.2020.....	38
Kuvio 7. Kuvakaappaus Yle.fi-sovelluksen artikkelista iPhonella 11.8.2020.....	39
Kuvio 8. Piiroshahmotelma prototyypisovelluksen välilehdistä.....	40
Kuvio 9. Valmiin prototyypisovelluksen välilehdet.....	44

Sisältö

1	JOHDANTO	1
2	UUTISJOURNALISMI 2020-LUVULLA	3
2.1	Uutisjournalismin keskeisiä käsitteitä	3
2.2	Uutiset siirtyvät sanomalehdistä älypuhelimiin	5
2.3	Älypuhelimet ja mobiilisovellukset uutisjournalismissa	7
2.4	Sitoutuminen on tärkeä mittari verkon uutisjournalismissa	8
3	PELILLISTÄMINEN	10
3.1	Historia	10
3.2	Määrittely	11
3.2.1	Deterdingin, Dixonin, Khaledin ja Nacken määritelmä	11
3.2.2	Huotarlin ja Hamarin määritelmä	12
3.3	Jaottelua	13
3.3.1	Elementit	13
3.3.2	Palveluntarjoajat	14
3.4	Pelillistäminen tässä tutkimuksessa	15
4	UUTISJOURNALISMIN PELILLISTÄMINEN	16
4.1	Uutispelit	16
4.2	Uutispalvelun pelillistäminen	18
4.2.1	Mahdollisuudet	19
4.2.2	Uhat	20
4.2.3	Keinoja	22
5	MENETELMIEN VALINTA JA AINEISTON KERUU	25
5.1	Tutkimusmenetelmän valinta ja tutkimuskysymykset	25
5.2	Haastattelurungon laatiminen	28
5.3	Koehaastattelu	30
5.4	Aineiston kerääminen ja käsittely	30
5.5	Analyysimenetelmän valinta	32
6	PROTOTYYPPI	35
6.1	Käyttötarkoitus	35
6.2	Suunnittelu	37
6.3	Suunnittelupäätösten perusteet	40
6.4	Rakentaminen	42
7	TULOKSET	45
7.1	Ensihavainnot haastattelutilanteista ja aineistosta	45
7.2	Aineiston analyysi	47
7.3	Nuorten käyttäjien kokemukset uutissovelluksen pelillistämisestä	48
7.3.1	Tehtävät	49
7.3.2	Pisteet	51

7.3.3 Tilastot	52
7.4 Uutissovelluksen pelillistäminen ja mielenkiinto uutisia kohtaan	54
7.5 Uutissovelluksen pelillistäminen ja uskottavuus	55
7.6 Mitä tulokset tarkoittavat media-alalle?	56
8 YHTEENVETO	59
LÄHTEET	60
LIITTEET	67
A Haastattelurunko tutkimushaastatteluihin	67

1 Johdanto

Uutisjournalismi on yhä tiukemmassa puristuksessa kilpaillessaan ihmisten huomiosta alati monipuolisemmaksi muuttuvassa media- ja viihdeympäristössä. Media on murroksessa, jossa perinteinen paperinen sanomalehti on menettänyt asemiaan digitaalisten kanavien noustessa yhä suurempaan suosioon (Media Audit Finland 2020). Samaan aikaan digitaalisella puolella mediatilat ovat ongelmissa rahoituksen kanssa, kun yleisö ehti internetin alkuaikoina tottua lukemaan uutisensa ilmaiseksi (Hurmeranta 2012, 39; Newman ym. 2019, 9).

Mediatilat etsivät kuumeisesti uusia ansaintamalleja ja tapoja, joilla pyrkivät pitämään käyttäjänsä yhä pidempään omien sisältöjensä parissa sitouttamalla heitä paremmin (Lehmann ym. 2012). Sitoutuneempi käyttäjä viettää pidemmän ajan älypuhelinsovelluksessa tai verkkosivulla, käy niissä useammin ja vuorovaikuttaa sisällön kanssa (Ferrer Conill ja Karlsson 2015, 9).

Suomalaiset ovat Euroopan mittakaavassa harvinainen kansa, kun lähes kaksi kolmasosaa suomalaisista etsii ensisijaisesti uutisensa verkkosivujen tai mobiilisovellusten kautta (Newman ym. 2019, 83). Erityisesti nuorten mediankäyttö on murroksessa. Lähes neljä viidestä 18–29-vuotiaasta suomalaisesta käyttää tänä päivänä pääosan mediasisällöistään älypuhelimella ja yli puolet saman ikäisistä nuorista kuluttaa mediasisältönsä älypuhelimissa nimenomaan sovelluksissa (Kantar TNS Oy 2019).

Älypuhelinsovelluksissa on myös uudenlaisia mahdollisuuksia käyttäjien sitouttamiseen. Pelillistäminen on noussut 2010-luvulla valtavirtaan niin tieteellisessä keskustelussa kuin bisnesmaailmassa (Deterding ym. 2011). Useiden eri alojen sovelluksia ja palveluita on edellisen kymmenen vuoden aikana pelillistetty, myös journalismin saralla. Vos ja Perreault (2020) ovat tutkimuksessaan nostaneet esiin journalistien huolen pelillistämisen vaikutuksesta uutisten uskottavuuteen. Ferrer Conill (2018, 250) on tutkinut journalismin pelillistämistä pääasiassa tekijöiden näkökulmasta ja ehdottaa jatkotutkimusta käyttäjien kantilta katsottuna.

Tässä tutkimuksessa haastateltiin 15 suomalaista 18–29-vuotiasta älypuhelimellaan uutisia lukevaa henkilöä ja pyrittiin sen perusteella vastaamaan kolmeen tutkimuskysymykseen:

- Millaisia kokemuksia uutissovelluksen pelillistäminen herättää nuorissa käyttäjissä (18–29-vuotiaat)?
- Voiko pelillistäminen lisätä nuorten käyttäjien mielenkiintoa uutisia kohtaan?
- Vaikuttaako pelillistäminen nuorten kokemukseen uutisten uskottavuudesta?

Tämän tutkimuksen osana valmistettiin uutissovelluksen prototyyppi, johon rakennettiin kolme pelillistettyä elementtiä: tehtävät, pisteet ja tilastot. Prototyyppiä käytettiin yhteistoiminnallisessa arvioinnissa, jossa tutkimushaastateltava sai ensin kokeilla prototyyppiä, minkä jälkeen häntä haastateltiin. Haastateltavien vastaukset analysoitiin laadullisen tutkimuksen keinoin, jolloin saatiin syvällistä tietoa aihealueesta, joka jalostettiin hypoteeseiksi jatkotutkimukselle ja mediakehitykselle.

Tutkimustulosten perusteella pelillistetyillä elementeillä on mahdollisuus lisätä nuorten käyttäjien mielenkiintoa uutisia kohtaan, ja etenkin henkilökohtaiset tilastot uutiskulutuksesta kiinnostavat nuoria käyttäjiä. Pelillistämällä ei ollut tämän tutkimuksen perusteella vaikutusta uutisten uskottavuuteen. Tutkimustuloksissa on otettava huomioon, että aineisto koostuu pääosin myönteisesti pelillistämiseen suhtautuvista haastateltavista.

Tässä tutkimuksessa on kuusi sisältöaluetta. Luvuissa 2 ja 3 käydään läpi uutisjournalismin ja pelillistämisen taustoja. Luvussa 4 puolestaan yhdistetään nuo kaksi osaa ja käsitellään uutisjournalismin pelillistämistä. Luvussa 5 kerrotaan tämän tutkimuksen menetelmien valinnasta ja aineiston keruusta. Luvussa 6 puolestaan kerrotaan tätä tutkimusta varten rakennetusta prototyypistä. Lopuksi esitellään luvussa 7 tämän tutkimuksen tulokset sekä niistä kumpuavat johtopäätökset. Viimeinen luku 8 vetää yhteen tämän koko tutkimuksen.

Tutkimus on toteutettu yhteistyössä tutkijan työnantajan Yleisradion kanssa ja tutkimusta varten on saatu työskentelyapurahaa koulutusrahasto KOURA:sta sekä palvelu- ja edunvalvontajärjestö YTY:stä.

2 Uutisjournalismi 2020-luvulla

Mediamailma muuttuu kovaa vauhtia, kun sanomalehti menettää asemiaan ja digitaalisten kanavien suosio kasvaa (Media Audit Finland 2020). Perinteiset sanomalehdet etsivät uusia ansaintamalleja sen jälkeen, kun internetin alkuhuumassa ilmaiseksi annetut sisällöt rampauttivat tulovirtoja (Hurmeranta 2012, 39). Seuraava murroskin on jo tulossa, kun älypuhelimesta on tulossa paitsi kaiken median, mahdollisesti jopa kaiken elämän keskus (ks. luku 2.3).

Älypuhelin on myös medialle väylä päästä kiinni yleisöön ja heistä saataviin tulovirtoihin. Etenkin nuorempi osa väestöstä käyttää pääasiallisesti älypuhelimia internetin selaamiseen (Tilastokeskus 2019). Mediatilat näkevät nuoret arvokkaana käyttäjäryhmänä, koska heistä on kasvamassa, tai kasvanut jo, uuden sukupolven asiakkaita. Esimerkiksi Yleisradio kiinnittää tekemisessään erityishuomiota nuorempien kohderyhmien tavoittamiseen. Yleisradion strategian tekemisen ensimmäinen painopiste oli vuonna 2019 panostaa 15–29-vuotiaisiin suomalaisiin, joille halutaan tarjota entistä sopivampia sisältöjä (ks. Yleisradio 2019).

Tässä luvussa avataan uutisjournalismin perusteita ja suomalaisten mediankäyttöä etenkin nuoremman väestön osalta. Suomalaisten tottumuksia peilataan myös tietyiltä osin kansainvälisiin trendeihin. Tämä luku kertoo myös tiivistetysti, miten uutisjournalismia mitataan verkossa.

2.1 Uutisjournalismin keskeisiä käsitteitä

Journalismi kaikessa laajuudessaan voidaan kuvata työksi, jolla tuotetaan ajankohtaista ja faktapohjaista joukkoviestimien sisältöä (Kuutti 2012, 68). Journalismi on yksi osa joukkoviestintää, ja Kuutti (2012, 68) listaa sen tehtäviksi totuudenmukaisen ja olennaisen tiedon välittämisen, yhteiskunnan ja vallanpitäjien kriittisen tarkastelun sekä sananvapauden ja julkisen keskustelun edistämisen.

Yksinkertaistettuna voisi sanoa, että journalismi pyrkii selittämään maailmaa, jossa ihmiset elävät. Kuten Kuutti (2012, 68) muistuttaa, journalismia ovat muovanneet paitsi yhteiskun-

nalliset olot myös tekninen kehitys. Journalismi voidaan käsittää kaiken tässä luvussa esitetyn asian kattokäsitteeksi, jota tarkennetaan tietyiltä osin pienempiin osakokonaisuuksiin.

Yksi tällainen pienempi osakokonaisuus on verkkojournalismi. Kuutti (2012, 217) kuvaa verkkojournalismia tietokoneavusteiseksi journalismiksi, jossa internetiä hyödynnetään tiedonhankinnassa ja julkaisemisessa eri muodoissa (teksti, kuva, ääni- ja videotiedostot). Ominaista verkkojournalismille on multimediallisuus, hypertekstuaalisuus ja vuorovaikutteisuus (Kuutti 2012, 217). Verkkojournalismin sisällä voidaan puhua vieläkin tarkemmista käsitteistä kuten mobiilijournalismista. Mobiilijournalismiksi kuvataan journalismia, joka hyödyntää mobiililaitteita journalismin jakamisessa erilaisin tavoin (Westlund 2013, 8). Näitä tapoja voivat esimerkiksi olla teksti- tai multimediamviestit ja mobiilisovellukset.

Mobiilijournalismin sisällä voidaan erotella vielä omanaan uutissovellukset, jotka hyödyntävät mobiililaitteiden (pääasiallisesti älypuhelinien tai tablettien) natiiveja, laitteelle nimenomaan tarkoitettuja ominaisuuksia (Westlund 2013, 7). Tänä päivänä uutissivustojen verkkosivut suunnitellaan useimmiten ensisijaisesti mobiililaitteilta luettavaksi, jolloin mobiiliverkkosivu ja sovellus voivat näyttää varsin samanlaisilta. Sovellukset kuitenkin käyttävät hyväksi kaikkia mobiililaitteiden tarjoamia mahdollisuuksia, jolloin käyttökokemus on usein mobiiliverkkosivua miellyttävämpi. Myös tietoa käyttäjistä on helpompi kerätä.

Mobiililaitteiden yleistyessä mediatalot rakensivat aluksi ensisijaisesti mobiiliverkkosivuja, mutta sittemmin yhä useampi mediatalo on alkanut panostaa nimenomaan omaan natiiviin uutissovellukseensa (Westlund 2013, 11). Suomessa käytännössä kaikilta isoilta mediataloilta löytyy oma natiivi mobiilisovelluksensa.

Tässä tutkimuksessa puhutaan myös median murroksesta, joka kulminoituu kuluttajien siirtymisestä painetuista julkaisuista verkkojulkaisuihin. Sanomalehti on julkinen ja yleisesti saatavissa oleva painotuote, joka käsittelee ajankohtaisia ja yleisesti kiinnostavia asioita (Kuutti 2012, 168). Aikakauslehti puolestaan käsittelee useimmiten suppeampaa aihealuetta ja ilmestyy harvemmin kuin sanomalehti (Kuutti 2012, 8).

Muutamissa kohdin tässä tutkimuksessa viitataan myös journalismin etiikkaan. Koska journalismi pyrkii totuudenmukaiseen tiedonvälitykseen ja yhteiskunnan kriittiseen tarkasteluun, joutuvat journalismin tekijät pohtimaan myös tietynlaisia moraalisia kysymyksiä. Näitä ovat

esimerkiksi todenmukaisuus, puolueettomuus, tasapuolisuus, yksityisyyden kunnioittaminen, intressiristiriidat, yhteiskunnan yleinen etu ja laillisuus (Kuutti 2012, 69).

Käsitteenä verkkojournalismi voi olla välillä hankala, sillä verkko on journalismin viitekehksessä pitkälti tiedonvälityskanava siinä missä radio tai televisiokin. Tietenkin verkkojournalismilla on ominaispiirteitään, mutta tätä tutkimusta lukiessa on helpompaa mieltää verkko yhtenä väylänä, jonka kautta journalismia julkaistaan. Mobiilijournalismin käsitteestä puhuttaessa huomataan jälleen käsitteiden tietty rajoittuneisuus. Tänä päivänä käytännössä kaikissa mobiililaitteissa on myös internet, jolloin mobiililaitteilla päästään käsiksi verkossa olevaan journalismiin. Näin ollen verkko- ja mobiilijournalismi tietyiltä osin sulautuvat toisiinsa.

Tässä tutkimuksessa käsitellään etenkin uutisjournalismia, joka ei edellä mainituista käsitteistä poiketen ole välineestä riippuvainen. Uutisjournalismia voi olla niin printtimediassa, radiossa, televisiossa, verkossa kuin mobiilissakin. Uutinen on journalistinen juttu- ja ohjelmatyyppi, jolle on tyypillistä uuden, yllättävän ja merkittävän tiedon kertominen äskettäin tapahtuneesta tai tietoon saadusta, yleisesti kiinnostavasta asiasta (Kuutti 2012, 209). Uutisjournalismin käsitettäkään ei kuitenkaan kannata tätä tutkimusta lukiessa ajatella liian suppeasti, sillä uutisiakin on monia erilaisia: lyhyitä, pitkiä, ajankohtaisia, taustoittavia, historiaa selittäviä ja niin edelleen.

Media on ennen kaikkea vastuussa lukijoilleen, kun se pyrkii luottamuksen ylläpitämiseen. Kuutti (2012, 69) kuitenkin muistuttaa myös yhteiskunnan normeista, kuten painovapauslaista, radiovastuulaista ja rikoslaista. Verkkojournalismia koskevat tänä päivänä myös esimerkiksi erilaiset tietoa-asetukset, kuten Euroopan Unionin yleinen tietosuojaa-asetus GDPR (ks. Tietosuojavaltuutetun toimisto 2020).

2.2 Uutiset siirtyvät sanomalehdistä älypuhelimiin

Median edellinen suuri murros alkoi internetin yleistyessä vuosituhaten vaihteessa. Perinteisten sanomalehtien ansaintalogiikka ajautui kriisiin sanomalehtiyhteisön kadotessa verkkoon, jolloin laskevat lukijamäärät johtivat ilmoitusmäärien pienentymiseen ja sitä kautta hintojen laskuun (Hurmeranta 2012, 180). Murrosta vauhditti mediatalojen päätös siirtyä in-

ternettiin ilmaisen sisällön voimin, minkä takia internetin mediasisällöistä ei vielä tänä päivänäkään haluta mielellään maksaa (Hurmeranta 2012, 39; Newman ym. 2019, 9).

Mediamurroksen kolme keskeistä käsitettä ovat digitalisoituminen, internet ja digitaalinen yhdentymisen (Hurmeranta 2012, 38). Huomionarvoista on, ettei edellisessä murroksessa ollut kyse vain sisältöjen siirtämisestä internetiin vaan myös siitä, että mediatalojen kanssa kilpailevat monet muut sisällöntuottajat (Hurmeranta 2012, 180). Toisaalta 2020-luvulla on todennäköisesti edessä seuraava suuri murros, kun mediasisältöjä kulutetaan yhä enemmän älypuhelimilla.

Siirtymä sanomalehdistä verkkomaailmaan ja älypuhelmiin on tapahtunut 2010-luvun kuluessa. Vuonna 2011 vielä 96 prosenttia kaikista suomalaisista luki painettua sanoma- tai aikakauslehteä viikoittain, kun vuonna 2018 vastaava luku oli enää 75 prosenttia (Media Audit Finland 2019). Samalla aikavälillä älypuhelimien käyttö sanoma- tai aikakauslehden lukemiseen on kasvanut koko väestössä kahdeksasta prosentista 50 prosenttiin. Newman ym. (2020, 9) arvioivat, että koronaviruksen aiheuttama pandemia ja eristysolosuhteet ovat entisestään vähentäneet perinteisten printtilehtien suosiota, mikä todennäköisesti vauhdittaa siirtymistä digitaalisiin uutisvälineisiin.

Sanomalehtien liiton tutkimuksessa enää 37 prosenttia 18–24-vuotiaista nuorista kertoi käyttävänsä viikoittain painettua sanomalehteä ja 15 prosenttia painettua aikakauslehteä (Sanomalehtien liitto 2019). Sen sijaan sanomalehtien maksuttomia digitaalisia palveluja käytti 67 prosenttia saman ikäisistä nuorista. Ikähaarukan alkupäässä muutos tuntuu vielä korostuvan. Sirén (2018, 11) totesi, että 24 prosenttia suomalaisista 15-vuotiaista nuorista lukee vähintään kerran viikossa sanomalehteä. Samassa tutkimuksessa verkkouutisia kertoi lukevansa joka toinen 15-vuotias. Kyselyn termi verkkouutiset on kuitenkin varsin laaja-alainen, johon vastaajat saattoivat sisällyttää oman näkemyksensä mukaisia verkkosivustoja.

Huomionarvoisia Sanomalehtien liiton tutkimuksessa ovat myös jo aiemmin mainitut muut kilpailevat sisällöntuottajat. 18–24-vuotiaiden suomalaisten keskuudessa suosittuja uutislähteitä ovat Google (44 prosenttia), Facebook (41 prosenttia), YouTube (34 prosenttia) ja Instagram (29 prosenttia).

Internet ja älypuhelin ovat suomalaisille nuorille tätä päivää. Tilastokeskus (2019) tutkimuk-

sen mukaan 16–34-vuotiaista suomalaisista kaikki käyttävät internetiä ja 96 prosenttia useita kertoja päivässä. Samaisen tutkimuksen mukaan internetin pääasiallinen käyttöväline on matkapuhelin (98 prosenttia). Internet oli lähes yhtä suosittua jo vuonna 2011, mutta tuolloin matkapuhelimia oli internet-käytössä koko väestön mittakaavassakin vasta 42 prosentilla (Tilastokeskus 2011). Nuorten matkapuhelinkäyttöä ei vielä vuoden 2011 tilastoissa eritelty.

2.3 Älypuhelimet ja mobiilisovellukset uutisjournalismissa

Suomalaiset nuoret ovat erittäin aktiivisia älypuhelinkäyttäjiä, jolloin myös uutiset kulutetaan yhä useammin älypuhelimien kautta. Mind Monitor Media 2019 -tutkimuksen mukaan 78 prosenttia 18–29-vuotiaista suomalaisista käyttää merkittävän osan mediasisällöistä kännykällään, kun vuonna 2014 vastaava lukema oli 45 prosenttia (Kantar TNS Oy 2019). Myös mobiilisovellusten käyttö älypuhelimien ensisijaisena medialähteenä on nousussa. Vuonna 2016 suomalaisnuorista 42 prosenttia sanoi käyttävänsä älypuhelimessa mediasisältöjä aina sovelluksen kautta, kun vuonna 2019 vastaava luku oli 59 prosenttia (Kantar TNS Oy 2019).

Älypuhelimien käyttö uutislähteenä on nousussa laajemminkin maailmalla. Oxfordin yliopiston Reuters-instituutti tutkii vuosittain laaja-alaisesti mediamaailman kehitystrendejä. Vuoden 2020 tutkimuksessa (Newman ym. 2020, 5) media-alasta ja journalismista kysyttiin 80 000 ihmiseltä 40 eri maassa ympäri maailmaa. Tutkimuksen vastaajista 69 prosenttia käyttää älypuhelimia uutisten lukemiseen viikoittain. Suomen väestössä lukema on sama ja ensimmäistä kertaa tutkimushistoriassa älypuhelin on ohittanut tietokoneen uutisten kuluttamisen välineenä. Seitsemän vuoden aikana tietokoneiden käyttö uutiskulutuksessa on Suomessa laskenut 80 prosentista nykyiseen 58 prosenttiin ja viikoittainen älypuhelinkäyttö puolestaan lisääntynyt 41 prosentista nykyiseen 69 prosenttiin. Nuorten osuuksia ei ole tässä tilastossa eritelty.

Suomalaiset käyttäjät erottuvat joukosta ensisijaisessa uutislähteen valitsemisessa. Maailman mittakaavassa 29 prosenttia ihmisistä etsii ensisijaisesti uutisensa suoraan mediatalon verkkosivulta tai mobiilisovelluksesta, kun Suomessa näin toimii 64 prosenttia väestöstä (Newman ym. 2019, 13). Koko maailman mittakaavassa uutismedian verkkosivujen tai sovellusten käyttö ensisijaisena lähteenä on laskussa, etenkin 18–24-vuotiaiden parissa, kun vain 16 pro-

senttia avaa ensisijaisesti uutisen sen alkuperäisestä lähteestä (Newman ym. 2020, 23). Sen sijaan 38 prosenttia samasta ikäryhmästä lukee uutisensa ensisijaisesti sosiaalisen median kautta.

Huomionarvoista on myös, miten älypuhelin muuttaa ihmisten uutistottumuksia laajemmin kuin vain lukuvälineenä. Älypuhelin kulkee koko ajan mukana ihmisten taskuissa ja vierailut uutissivustoille jakautuvat tasaisemmin koko päivän ajalle (Newman ym. 2019, 15). Samalla älypuhelimien katsomisesta esimerkiksi aamuisin alkaa tulla rutiini. Iso-Britanniassa älypuhelin on jo syrjäyttänyt TV:n ensisijaisena uutislähteenä heräämisen jälkeen (Newman ym. 2019, 15).

2.4 Sitoutuminen on tärkeä mittari verkon uutisjournalismissa

Sanonta valheesta, emävalheesta ja tilastosta on syytä lausua ääneen tämän alaluvun alussa. Tilastoista puhuttaessa tapoja ja tulkintoja on lähes yhtä monta kuin aiheesta puhujiakin. Melkein minkä tahansa asian saa perusteltua tilastoja väännelemällä (Huff 1974).

Käyttäjien sitoutumista tai sitouttamista voidaan kuvata käyttökokemuksen laatuna, joka alleviivaa käytön myönteisiä puolia (Lehmann ym. 2012, 164). Käyttäjät jäävät ikään kuin verkkosivun tai -sovelluksen valtaan, eivät ainoastaan käytä vaan myös sitoutuvat siihen. Käyttäjät sijoittavat asiaan aikaa, huomiota ja tunnetta. Käyttäjien sitoutumista voi yksinkertaistettuna ajatella kattoterminä kaikelle verkkotoiminnan mittaamiselle, siinä missä vaikkapa katsojaluvuilla mitataan televisiota ja levikkimäärällä sanomalehtiä. Internetissä käyttäjällä on koko ajan valintoja edessään, joten hänen huomionsa on ensisijainen työkalu verkkosivuja ja -sovelluksia suunnitteleville tekijöille (Lehmann ym. 2012, 165).

Sitoutuminen itsessään on hieman liian laaja termi ollakseen yksiselitteinen, koska sen sisälle mahtuu paljon asioita. Verkkosivun tai -sovelluksen käyttötavasta riippuen sitoutumisen mittareita voivat olla esimerkiksi yksittäisten käyttäjien määrä, klikkaussuhde (CTR), sivulataukset tai sivulla vietetty aika (Lehmann ym. 2012, 166). Mittarit ovat hieman erilaisia toisiinsa verrattuna, mutta melko loogisia. Enemmän on usein parempi.

Mittarit ovat kuitenkin monisyisiä, eivätkä yksittäisinä kerro välttämättä totuudenmukaista

kuvaa. Sivustolla saattaa olla paljon sivulatauksia, mutta jos uniikkeja käyttäjiä on vähän ja sivustolla vietetään vähän aikaa, on sitoutuminen alhaista. Sitoutumista on myös erilaista. Lehmann ym. (2012, 166) jakavat sitoutumismittarit kolmeen eri kategoriaan: suosio, aktiivisuus ja lojaalisuus. Suosioon vaikuttavat uniikit käyttäjät, käyttäjät ylipäättänsä ja sivulatausten määrä. Aktiivisuuden alle lasketaan sivustolla keskimäärin käytetty aika ja sivustolla klikattujen asioiden määrä. Lojaalisuus taas muodostuu paluuaktiivisuudesta ja aktiivisista päivistä, jolloin lukija on käynyt sivustolla.

Uutisjournalismia mitataan verkossa pitkälti edellä mainituin keinoin. Suomessa Kansallinen mediatutkimus (ks. Media Audit Finland 2020) nojaa verkkokävijöitä koskevassa osuudessaan Finnish Internet Audience Measurement (2020) -sivuston lukuihin. FIAM julkaisee listausta verkkosivustoista kuukausitavoittavuuden perusteella. Kuukausitavoittavuuteen lasketaan sivustoilla ja sovelluksissa eri päätelaitteilla käyneet suomalaiset internet-käyttäjät. Uniikkien kävijöiden lisäksi FIAM tarkkailee käyttäjämäärää, sivulatauksia ja verkkopalvelussa käytettyjä minutteja. Uutispalvelut laitetaan useimmiten järjestykseen uniikkien kävijöiden tai kokonaiskäytön mukaan, mutta käytetty aika on mediataloille sisäisesti tärkeä mittari (ks. esim. Yleisradio 2020b).

Käytetty aika ei ole kuitenkaan ongelmaton mittari. Monesti toimivin uutisteksti on lyhyt ja informatiivinen, jolloin sen lukemiseen ei mene paljoakaan aikaa ja sivulla käytetty aika jää pieneksi. Lagun ja Lalmas (2016, 114) ehdottavatkin tarkemmaksi mittariksi ns. ikkuna-aikaa (viewport time), jonka avulla pystytään tarkemmin analysoimaan käyttäjän uutisartikkelissa tekemiä liikkeitä. Kaksikko argumentoi käyttäjän liikkeiden olevan parempi mittari uutiskontekstissa, koska niiden avulla esimerkiksi nähdään kuinka pitkälle käyttäjä artikkelissa eteni ja vuorovaikutiko hän sisällön kanssa. Lagun ja Lalmas (2016, 119) esittävät TUNE-mallin (Topics of User Engagement with News), jossa on neljä tasoa sitoutumiselle. Pomppulukija tarkoittaa käyttäjää, joka ei vuorovaikuta artikkelin kanssa ja poistuu sivulta 10 sekunnissa. Pinnallinen lukija viihtyy sivulla pidempään, mutta lukee alle puolet artikkelista. Syvälukija lukee yli puolet ja useimmiten koko artikkelin. Kokonainen lukija lukee lähes aina koko artikkelin ja vuorovaikuttaa sisällön kanssa jättäen esimerkiksi kommentin.

3 Pelillistäminen

Tässä luvussa kerrotaan, mistä termi pelillistäminen on syntynyt ja esitellään kaksi erilaista määritelmää pelillistämiseksi, joiden synteisiä tässä tutkimuksessa käytetään.

3.1 Historia

Tiedemaailmassa termi pelillistäminen (engl. *gamification*) nousi dokumentoidusti esille ensimmäisen kerran vuonna 2008 (Deterding ym. 2011). Joskin esimerkiksi pelien motivoiviksi tekijöiksi ja niiden mahdollista hyötykäyttöä opetuksessa tutkittiin jo ainakin 1980-luvulla (Malone 1981). Tuolloin asiasta ei kuitenkaan vielä puhuttu pelillistämisenä.

Termin 'keksijäksi' itseään tituleeraa Nick Pelling, joka omien sanojensa mukaan puhui jo vuonna 2003 pelillistämisestä (ks. *Gamification World* 2011). Pellingiä harvoin kuitenkaan mainitaan pelillistämistä koskevassa akateemisessa keskustelussa, koska hänen määritelmänsä pelillistämisestä oli varsin erilainen kuin nykyisin vallalla oleva. Pelling kutsui pelien käyttäjäliittymien viemistä kaupallisiin elektroniisiin laitteisiin pelillistämiseksi.

Vuonna 2010 pelillistäminen alkoi terminä yleistyä tieteellisessä keskustelussa, mihin Deterding ym. (2011) yrittivät vastata omalla määritelmällään. Huotari ja Hamari (2012) puolestaan tarjosivat oman määritelmänsä vuotta myöhemmin. Kahden toisiaan täydentävän määrittelyn julkaisun jälkeen pelillistämisen käsittely kasvoi 2010-luvulla kovaa vauhtia. Vuonna 2014 tieteellisten tekstien tiivistelmiä ja viittauksia käsittelevästä Scopus-tietokannasta löytyi 330 pelillistämistä käsittelevää mainintaa (Hamari, Koivisto ja Sarsa 2014, 2). Vuonna 2016 mainintoja löytyi jo 1767 kappaletta (Koivisto ja Hamari 2019, 194).

Pelillistämisen historiaa käsitellessä on syytä muistaa myös termin kohtaama kritiikki. Etenkään alkuvaiheessa markkinointitermin kaltainen sana ei vakuuttanut kaikkia. Esimerkiksi pelitietokirjailija Ian Bogost luonnehti seuraavasti (Bogost 2011):

"Pelillistäminen on konsulttien keksimää markkinoinnin hevonpaskaa, joka yrittää kaapata villit ja himoitut videopelit bisneksen harmaaseen ja toivottomaan jätemaahan."

Bogost (2020) oli yhdeksän vuotta alkuperäisen mielipiteensäkin jälkeen yhä sitä mieltä, etteivät uutispelit ja varsinkaan uutisjournalismin pelillistäminen pystyneet valtaamaan kovinkaan suurta alaa digitaalisen median murroksen keskellä.

3.2 Määrittely

Pelillistämisestä on vallalla useita määritelmiä, joista tässä alaluvussa esitellään kaksi. Ensimmäisen ja laajimmin hyväksytyt ovat tehneet Deterding ym. (2011). Huotari ja Hamari (2012) puolestaan halusivat omassa artikkelissaan tarkentaa edellä mainittua määritelmää kattamaan myös palvelumarkkinoinnin näkökulmaa. Määritelmässä on paljon yhteistä, mutta jälkimmäinen on tarkemmalle kohdealueelle määritelty, eikä se siksi ole yhtä laajasti lainattu ja omaksuttu. Tässä luvussa avataan kahden määritelmän syntyprosesseja, joiden kautta eroavaisuudet aukeavat paremmin.

3.2.1 Deterdingin, Dixonin, Khaledin ja Nacken määritelmä

Pelillistäminen ei terminä suinkaan syntynyt 2000-luvun alkupuolella tyhjiöstä. Siihen liittyviä ideoita ja ajattelumalleja oli käsitelty jo aiemminkin, mutta Deterding ym. (2011) halusivat määritellä akateemisen konseptin, jonka kautta tutkimusta voidaan kartoittaa. Heidän määritelmänsä pelillistämislle oli yksinkertaisuudessaan:

Pelillistäminen tarkoittaa pelisuunnittelun elementtien käyttämistä ei-pelillisissä asiayhteyksissä.

Määritelmää voi vielä pilkkoa pienempiin osiin tarkemman kokonaiskuvan ymmärtämiseksi. Juul (2005) klassisen määritelmän mukaan peli on sääntöihin perustuva muodollinen järjestelmä, jossa on seuraavat ominaisuudet:

- Mitattava ja vaihteleva lopputulos, jolla voi olla erilainen arvo.
- Pelaaja yrittää vaikuttaa sen lopputulokseen, mikä synnyttää pelaajassa tunteita.
- Pelaajan toiminnan lopputulokset ovat valinnaisia ja neuvoteltavissa.

Pelisuunnittelun elementtien käyttämisellä Deterding ym. (2011) painottavat, että kyse on tiettyjen asioiden lainaamisesta. Olisi erikoista kutsua kokonaista peliä pelillistetyksi. Toki

rajanveto pelin tai pelillistetyn elementin välillä on hankalaa, kuten Deterding ym. (2011) osoittavat artikkelinsa esimerkillä. 2010-luvun alun suosituksessa FourSquare-palvelussa käyttäjä kirjasi itsensä sovelluksen virtuaalimaailmassa sisään erilaisiin reaali maailman paikkoihin puhelimensa avulla. Ajattelutavasta riippuen hän joko käytti tai pelasi sovellusta.

Edellä mainitusta esimerkistä on helppo huomata, ettei ei-pelillisen asiayhteyden määrittäminen ole aina ongelmaton. Deterding ym. (2011) eivät halua vetää selkeää rajaa, jossa peli lakkaa olemasta peli. Tärkeämpää heidän määritelmässään on, että pelillistäminen tapahtuu pelille tavallisen asiayhteyden ulkopuolella. Lisäksi Deterding ym. (2011) linjasivat, että pelillistäminen liittyy nimenomaan pelisuunnitteluun, ei peliteknologioihin tai pelien käytäntöihin. Huotari ja Hamari (2012) näkevät asian toisin.

3.2.2 Huotarin ja Hamarin määritelmä

Huotari ja Hamari halusivat tarkentaa Deterdingin ja kumppaneiden määritelmää, jota he pitivät liian järjestelmäpainotteisena. Kaksikko lähestyi pelillistämistä artikkelissaan (Huotari ja Hamari 2012) enemmän markkinointikulmasta, jolloin määritelmäksi muodostui:

Prosessi, jossa parannetaan palvelua lisäämällä siihen käyttömahdollisuuksia pelillisille kokemuksille käyttäjän yleisen arvonsaannin kasvattamiseksi.

Jo määritelmän sanavalinnoista voi huomata, miten se lainaa asioita markkinoinnin puolelta. Huotari ja Hamari (2012) näkevät selkeitä yhtymäkohtia pelien ja palvelumarkkinoinnin kanssa. Pelien suunnitteluelementit rinnastuvat palveluun ja peli itsessään palvelujärjestelmään. Lisäksi Huotarin ja Hamarin määritelmä vastaa eri kysymykseen kuin Deterdingin ja kumppaneiden vastaava, kun siinä käsitellään pelillistämisen tavoitetta sen varsinaisen olemuksen sijaan.

Huomionarvoista on myös, että Huotari ja Hamari (2012) kritisoivat aiempia määritelmiä siitä, että tulkinnat perustuvat pelillisiin elementteihin, joista yhtäkään ei kuitenkaan pystytä toteamaan peleille uniikiksi. Kaksikon kritiikkiä voi verrata edellisen alaluvun esimerkkiin, jossa ei voida yksiselitteisesti todeta, pelataanko vai käytetäänkö FourSquare-sovellusta.

Toisaalta Huotari ja Hamari (2012) haastavat ajatuksen siitä, voiko peliä pelillistää. Heidän

tulkintansa mukaan näin voi tehdä, jolloin syntyy niin sanottu metapeli. Pelin ja palvelun yhdistäminen ei välttämättä tarkoita pelillistämistä, jos peli on tilanteessa ydinpalvelu. Esimerkkinä Huotari ja Hamari (2012) käyttävät geokätköpeliä ja puistoa. Jos peli tuo ihmisiä puistoon, ei kyse ole heidän määritelmässään pelillistamisestä. Jos puisto puolestaan tarjoaa ihmisille geokätköpelin, kyse on pelillistamisestä.

3.3 Jaottelua

Pelillistäminen itsessään on varsin laaja termi, kuten alaluvun 3.2 määrittely osoittaa. Tämän luvun tarkoituksena on jaotella määritelmän alle mahtuvia asioita osiin, joita esitellään esimerkkien avulla.

3.3.1 Elementit

Deterding ym. (2011) jakavat omassa määritelmässään pelillistämiseen liittyvät pelisuunnittelun elementit viiteen eri tasoon, jotka ovat seuraavat:

- käyttöliittymän suunnittelumallit
- pelisuunnittelun mallit ja pelimekaniikat
- suunnittelumallit ja heuristiikat
- pelisuunnitteluyksiköiden konseptuaaliset mallit
- pelisuunnittelun käytänteet.

Käyttöliittymän suunnittelumalleilla Deterding ym. (2011) viittaavat erilaisiin pelien käyttöliittymien ominaispiirteisiin. Näitä voivat olla esimerkiksi pistetilastot, pelisuorituksista saatavat arvomerkit tai pelissä edettävät tasot. Näiden elementtien käyttäminen pelillistämisen kontekstissa on varsin suoraviivaista, kun niitä voidaan konkreettisesti lisätä myös ei-pelilliseen ympäristöön.

Pelisuunnittelun mallit ja pelimekaniikat ovat varsin selkeä oma jaottelunsa. Pelien toimintamekaniikkoja voidaan tuoda myös ei-pelillisiin ympäristöihin, vaikkei kyseessä olisikaan peli. Suunnittelumalleilla ja heuristiikoilla Deterding ym. (2011) viittaavat yleisemmin suunnitteluongelmien ratkaisemiseen ja suunnitteluratkaisujen analysointiin.

Pelisuunnitteluyksiköiden konseptuaaliset mallit ovat jo varsin abstraktin tason käsitteistöä, joista Deterding ym. (2011) mainitsevat esimerkkinä MDA-kehiksen. MDA on lyhenne sanoista mekaniikka, dynamiikka ja estetiikka, ja MDA-kehiksen tarkoituksena on tuoda formaali tapa pelien ymmärtämiseen (Hunicke, LeBlanc ja Zubek 2004).

Viimeisellä viidennellä tasolla Deterding ym. (2011) puhuvat laajemmassa kontekstissa pelisuunnittelun käytänteistä, kuten pelitestaamisesta, pelikeskeisestä suunnittelusta ja arvotietoisesta pelisuunnittelusta.

3.3.2 Palveluntarjoajat

Huotari ja Hamari (2012) puolestaan jaottelevat omassa määritelmässään pelillistämistä sen palveluntarjoajien kautta. Palveluntarjoajalla tarkoitetaan tässä kontekstissa tahoa, joka tuo pelillistämisen mukaan kyseessä olevaan palveluun. Neljä palveluntarjoajatasoa ovat:

- ydinpalveluntarjoaja
- kolmannen osapuolen palveluntarjoaja
- asiakas itsessään
- toinen asiakas.

Huotari ja Hamari (2012) avaavat jaotteluaan myös esimerkein. Ydinpalveluntarjoaja tuo pelillistämisen palveluun esimerkiksi silloin, kun vaatekauppa tarjoaa alennuksia asiakkaille, jotka kirjaavat itsensä sisään jonkin kolmannen osapuolen paikkapalvelun kautta. Kolmas osapuoli puolestaan on palveluntarjoajana silloin, kun pelillistäminen ei liity suoraan ydinpalvelun toimintaan. Esimerkiksi kahvilaan voi tulla asiakkaita sen takia, että kolmannen osapuolen paikannuspalvelussa saa useammin kirjautumalla itselleen arvomerkin.

Asiakas puolestaan voi toimia pelillistäjänä esimerkiksi urheilubaarissa jääkiekko-ottelua katsoessaan (Huotari ja Hamari 2012). Hän voi ystäviensä kanssa luoda säännöt juomapeleihin, jonka suoritukset riippuvat jääkiekko-ottelun tapahtumista. Toinen asiakas voi tuoda pelillistämisen mukaan palveluun vaikkapa vinkkilistojen avulla. Esimerkiksi FourSquare-palvelussa aiemmin kahvilassa käynyt käyttäjä voi jättää seuraavalle käyttäjälle tekemisvinkin jonottamisen ajaksi.

3.4 Pelillistäminen tässä tutkimuksessa

Edellä on esitelty kaksi erilaista pelillistämisen määritelmää ja niiden tapoja jaotella pelillistämisen elementtejä. Deterding ym. (2011) määritelmä on yksinkertaisempi kuin Huotari ja Hamari (2012) ja täten helpommin ymmärrettävä.

Tässä tutkimuksessa pelillistetyt elementit esitellään uusina uutissovelluksen ominaisuuksina, joten on tärkeää määritellä pelillistäminen riittävän yksinkertaisesti tutkimushaastateltaville. Tutkimushaastattelujen alussa haastateltaville on kerrottu Deterding ym. (2011) määritelmä, jos heillä ei ole ollut omaa aiempaa käsitystä pelillistämisestä.

Huotari ja Hamari (2012) ovat puolestaan omassa määritelmässään ansiokkaasti tarttuneet enemmänkin pelillistämisen tavoitteisiin kuin sen varsinaiseen olemukseen. Tämän tutkimuksen tuloksia analysoitaessa on hyödynnetty heidän jaotteluaan palveluntarjoajista.

4 Uutisjournalismin pelillistäminen

Pelillistämisen yleistyminen 2010-luvulla on näkynyt myös uutisjournalismissa. Uutisjournalismin pelillistämistä ei ole kuitenkaan kovin laaja joukko tutkinut. Ferrer Conill (2018) on aiheeseen syvimmin perehtynyt, ja tämä luku nojaa vahvasti hänen tutkimukseensa. The Guardian aloitti uutisjournalismin pelillistämisen mikrosivustolla, joka yhdisti joukkoistamisen ja pelilliset elementit kansanedustajien dokumenttien tutkimisessa (ks. The Guardian 2009). Sen jälkeen suurista mediatekijöistä pelillistämisen saralla ovat kunnostautuneet esimerkiksi Al Jazeera, Bleacher Report ja Washington Post.

Tässä luvussa esitellään muutamia esimerkkejä uutisjournalismin pelillistämisestä ja käydään läpi aiheesta tehtyä tutkimusta. Lisäksi tämä luku esittelee yleisimmin uutisjournalismissa käytetyt pelillistämisen keinot ja erilaisia tapoja pelillistettyjen elementtien analysointiin niin suunnittelu- kuin arviointivaiheessakin. Tässä luvussa käsitellään lyhyesti myös uutispelit, joilla on paljon yhtäläisyyksiä uutisjournalismin pelillistämiseen.

4.1 Uutispelit

Uutisjournalismilla ja peleillä on ollut yhteyksiä jo 1900-luvun alkuaajoista asti esimerkiksi ristisanatehtävissä (Bogost, Ferrari ja Schweizer 2010, 7). Ristisanatehtävissä yhdistyvät ajankohtaisten aiheiden käsittely ja pelaamisen mekaniikat. 2000-luvulla teknologian kehittymisen myötä myös digitaaliset uutispelit ovat yleistyneet.

Uutispelit ovat tavallaan uutisjournalismin pelillistämisen muoto, mutta silti oma erillinen aihealueensa tämän tutkimuksen kontekstissa. Ferrer Conill (2018, 27) on tiivistänyt asian oivaltavasti toteamalla, että uutispelit tuovat uutiset peleihin, mutta journalismin pelillistäminen tuo pelit uutisiin. Kummallakin on kuitenkin tietyllä tapaa sama tarkoitus: tuoda uutinen ajankohtaisista tapahtumista käyttäjien tietoon kiinnostavalla ja pelien keinoja hyödyntävällä tavalla. Uutispeleissä tämä on kuitenkin viety pidemmälle, kun käyttäjät seuraavat uutispelin omaa narratiivia. Vastaavasti uutisjournalismin pelillistämisessä seurataan alkuperäisen uutisen narratiivia.

Uutispelit ovat Suomessa verrattain yleisiä. Esimerkiksi Keski-suomalaisessa (ks. Keski-suomalainen 2015) on julkaistu Jyväskylän yliopiston kanssa yhteistyössä tehtyjä uutispelejä (ks. Koskenkorva 2015) ja Yleisradion uutispelit (ks. kuvio 1) ovat saaneet kansainvälis-täkin huomiota (ks. Yleisradio 2020e). Tämän tutkimuksen laajuudessa uutispelit rajataan kuitenkin tarkastelun ulkopuolelle ja tutkimus keskittyy nimenomaan uutispalvelun pelillis-tämiseen.



Kuvio 1. Kuvakaappaus Ylen Trollitehdas-uutispelistä.

4.2 Uutispalvelun pelillistäminen

Ensimmäiset digitaalisten uutispalveluiden pelillistämiset ajoittuvat 2000- ja 2010-luvun taitteeseen, jolloin myös akateeminen keskustelu pelillistämisestä yleistyi. The Guardianin vuonna 2009 kehittämää joukkoistettua tutkimussivustoa pidetään ensimmäisenä merkittävänä pelillistettynä journalismin elementtinä (ks. kuvio 2), sillä sen avulla brittilehden lukijat auttoivat toimitusta luokittelemaan yli sata tuhatta kansanedustajiin liittyvää dokumenttia (Ferrer Conill 2018, 3). Hieman vastaavanlaisen projektin toteutti vuonna 2011 kalifornialainen päivälehti Record Searchlight, joka joukkoisti palkintopisteiden avulla lukijansa moderoimaan keskustelujaan (Ferrer Conill 2018, 21).

Investigate your MP's expenses

Join us in digging through the 700,000 documents of MPs' expenses to identify individual claims, or documents that you think merit further investigation. You can work through your own MP's expenses, or just hit the button below to start reviewing. Already created an account? [Log in here.](#)

We have **18483** pages of documents, of which **18312** are unreviewed.

[Start reviewing](#) Please read our [privacy policy](#) to find out how we use your data. You must also read our [terms of service](#). By reviewing pages, you are agreeing that you have read the terms of service, and that you agree to them.

We hope that many hands can make light work of the thousands of documents released by Parliament in relation to MPs' expenses. We, and others - perhaps you? - are using these tools to review each document, decide whether it contains interesting information, and extract the key facts.

Some pages will be covering letters, or claim forms for office stationery. But somewhere in here is the receipt for a duck island. And who knows what else may turn up. If you find something which you think needs further attention, simply hit the button marked "investigate this" and we'll take a closer look.

How to get involved:

Investigate your own MP's documents

Enter postcode: [Find your MP](#)

Some MPs with documents

Chris Bryant	9 documents
Margaret Moran	9 documents
Gerald Kaufman	9 documents
Derek Conway	9 documents
George Osborne	9 documents
David Cameron	9 documents
Alastair Darling	9 documents
David Chaytor	9 documents

Kuvio 2. Kuvakaappaus The Guardianin MP Expenses -pelillistämisestä.

Journalismia eri tavoin ovat pelillistäneet sen jälkeen esimerkiksi Bleacher Report, The Times of India ja Al Jazeera, joita journalismin pelillistämisen tutkimukseen erikoistunut Ferrer Conill (2018, 101) on myös vertailevasti tutkinut. Bleacher Report pelillisti toimittajille suunnattujen pisteiden ja tilastojen avulla uutisjournalismin tekemisen. The Times of India puolestaan pelillisti laajamittaisella pistejärjestelmällä oman sivustoverkostonsa, jossa käyttäjät pystyivät ansaitsemaan pisteitä ja palkintoja. Al Jazeera taas rakensi pelillistämisen eri keinoilla interaktiivisen tarinan, jossa kerrotaan ryöstökalastuksesta (ks. Al Jazeera 2014).

Uutispalveluita on pelillistetty monin erilaisin keinoin, jolloin lopputuloskin on vaihdellut.

Huomionarvoista on, että uutispalveluita on pelillistetty niin lukijoille kuin tekijöillekin. The Guardianin tutkimussivusto oli minimalistinen pelillistämisen osalta, kun taas Al Jazeeraan pelillistetty tarina ryöstökälystä oli käytännössä uutispeli (Ferrer Conill 2018, 227).

Uutispalveluiden pelillistämistä tutkineet Ferrer Conill ja Karlsson (2015, 19) painottavat journalismin demokraattisia ja yhteiskunnallisia arvoja, joiden takia uutiset ja viihde on syytä jatkossakin erottaa sisällön tasolla. Sen sijaan formaatin tasolla nämä voivat olla huomattavasti lähempänä toisiaan, kuten edellä mainitut esimerkit osoittavat. Osaltaan tähän perustuu myös ajatus siitä, että pelillistämällä voidaan saada houkutelua nuorempia yleisöjä ilman, että rikotaan journalismin ydintä (Ferrer Conill ja Karlsson 2015, 22).

Suomessakin uutisjournalismin pelillistämistä pohdittiin jo 2010-luvun alussa ainakin talousjournalismin saralla, joskaan kovinkaan suurta luottoa pelillistämislle eivät talouslehtien johtohahmot tuolloin antaneet (Hurmeranta 2012, 91). Tuolloin pelillistäminen oli vielä varsin uusi aihepiiri, jota pidettiin myös varsin kalliina. Hurmeranta (2012, 90) huomioi kuitenkin jo tuolloin, että talouslehdet kantoivat huolta nuorten saamisesta lukijoikseen ja että mediatalot olivat liikaa kiinni perinteisissä median toimintamalleissa.

4.2.1 Mahdollisuudet

Ferrer Conill ja Karlsson (2015, 9) näkevät, että uutiskulutusta pelillistämällä on hyvä mahdollisuus luoda käyttäjille autonomian, hallinnan ja yhteenkuuluvuuden tunteita, kun he oppivat uusia asioita maailmasta. Pelillistäminen antaa myös käyttäjille mahdollisuuden osallistua ja vuorovaikuttaa muiden käyttäjien kanssa. Pelillistämisen keinoilla uutisten kuluttamisesta voidaan luoda tapa, johon syntyy pelillisten elementtien myötä sisäsyntyinen motivaatio jatkaa uutisten lukemista.

Uutisjournalismia tuottavat journalistit näkevät pelillistämässä mahdollisen ratkaisun useisiin ongelmiin, joista yksi keskeisimmistä on nuorten yleisöjen tavoittaminen (Vos ja Perreault 2020, 9). Toisaalta pelillistämisen nähdään mahdollistavan vaikeaselkoisten asioiden yksinkertaisemman esittämisen, joskin tässä viitattiin todennäköisesti enemmänkin pelillistämiseen uutispelien kontekstissa kuin kokonaisen uutispalvelun mittakaavassa. Yhtenä pelillistämisen hyötynä journalistit näkivät myös käyttäjien sitoutumisen lisäämisen ja pidem-

pien käyttöaikojen mahdollistamisen (Vos ja Perreault 2020, 9). Ferrer Conill ym. (2020, 459) mainitsevat yleisön sitouttamisen myös palkintona, jota pelillistämistä hyödyntävillä strategioilla tavoitellaan.

Uutispalvelun pelillistäminen voi luoda myös bisnesmahdollisuuksia. Sitoutuneempi käyttäjä vierailee palvelussa useammin ja viettää siellä enemmän aikaa, jolloin hän on houkuttelevampi mainostajille (Ferrer Conill ja Karlsson 2015, 9). Toisaalta nykyajan parhaat mobiilipelit ovat äärimmäisen tehokkaita monetisaatiossa, joka voisi olla vaihtoehto myös uutispalveluille jossakin muodossa. Journalismia onkin pyritty rahoittamaan maksumuureilla ja mikromaksuilla, mutta rahoitusta pelillistettyjen elementtien kautta ei ole tietävästi vielä kokeiltu. Pelillistetyn elementin hyödyntäminen taloudellisessa mielessä voi tosin olla myös ristiriidassa journalististen arvojen kanssa. Vaikkakin Ferrer Conill ja Karlsson (2015, 10) pitävät yleisesti pelillistämistä hyvänä keinona välttää journalismin sisällön viihteellistyminen, kun sisältö säilyy ennallaan ja ainoastaan asiat sen ympärillä muuttuvat.

Pelillistäminen on myös äärimmäisen hyvä tapa kerätä käyttäjistä tietoa, joka taasen auttaa uutispalvelua luomaan kullekin käyttäjälle henkilökohtaisempaa palvelua (Ferrer Conill 2018, 242). Suomessa esimerkiksi Yleisradio pyrkii käyttäjien rekisteröintiin käytettävän Yle Tunnuksen avulla tarjoamaan henkilökohtaisemman käyttökokemuksen asiakkailleen (Yleisradio 2020d). Yle Tunnuksen avulla käyttäjä voi myös katsella yhteenvetoa omasta median käytöstään Ylen sivuilla (ks. kuvio 3). Tällainen yhteenveto voidaan käsittää pelillistetyksi elementiksi, joka tarjoaa käyttäjälle mielenkiintoista tietoa.

4.2.2 Uhat

Uutispalvelun pelillistämisen selkeä uhkakuva on liian voimakas pelillistyminen. Jos uutispalvelua pelillistetään liikaa, voi itse pääasia eli uuden oppiminen ja maailmasta tietäminen unohtua (Ferrer Conill ja Karlsson 2015, 10). Käytännössä uhan voisi havainnollistaa niin, että jonkinlainen raja on ylitetty, jos käyttäjä tulee uutispalveluun ennemminkin pelaamaan kuin lukemaan uutisia.

Toisaalta pelillistämisen varjolla voidaan joissakin tapauksissa hauskuuden ja viihteen varjolla manipuloida tai jopa hyväksikäyttää ihmisiä, kun sen avulla teetetään monenlaisia asioi-



Kuvio 3. Kuvakaappaus Yle Tunnuksen tarjoamista historiatiedoista.

ta käyttäjillä. Esimerkiksi aiemmin mainittua The Guardianin pelillistämiprojektia voi miettiä tältä kantilta, kun siinä pelillistämisen avulla saatiin ihmiset käymään läpi satoja tuhansia dokumentteja, joita journalistit eivät olisi koskaan itse ehtineet kokonaan tutkia läpi (Ferrer Conill 2016, 53). Tätä pohti myös osa journalisteista, joita Vos ja Perreault (2020, 9) haastattelivat. He olivat skeptisiä uutisjournalismin pelillistämisen suhteesta puolueettomuuteen ja objektiivisuuteen.

Käyttäjien tietojen kerääminen on niin ikään kaksiteräinen miekka, sillä se ei aina välttämättä ole käyttäjille mieluista. Käyttäjistä kerättyjen tietojen avulla hänelle voidaan esimerkiksi tarjota juuri häntä oletettavasti kiinnostavia uutisia (Ferrer Conill ja Karlsson 2015, 11). Käyttäjä saattaa näin lukea enemmän uutisia, mutta uutisvirran manipulointi voi johtaa myös tietynlaiseen kuplautumiseen, jossa käyttäjä lukee vain tietyn aihepiirin uutisia. Käyttäjien uutiskulutuksen tarkka seuraaminen ja tietojen tallentaminen voi olla myös yksityisyysriski ja joissakin tilanteissa eettisesti kyseenalaista.

Pelillistäminen ei myöskään sovi välttämättä kaikkiin uutiskonteksteihin, varsinkaan epä-

miellyttäviin aiheisiin (Ferrer Conill ja Karlsson 2015, 11). Jos tehtävänä on esimerkiksi lukea päivän viisi pääuutista ja sattumalta ne ovat kaikki murhauutisia, niin pelillistämisen kokemus ei ole välttämättä käyttäjille viihdyttävä tai hauska.

Uutisjournalismin pelillistäminen jakaa myös journalistien mielipiteet. Osa journalisteista ei pidä pelillistämistä journalismiin kuuluvana asiana vaan ennemminkin tuottojen kalaste-luna tai maksimointina, kun taas toisten journalistien mielestä pelillistäminen sopii hyvin journalististen normien sisään (Vos ja Perreault 2020, 9). Näissä näkemyksissä voidaan ha-vaita osan journalisteista ajattelevan pelillistämistä ilmaisukeinona, jolloin se on vain yksi muoto tuottaa journalismia siinä missä vaikkapa teksti, video tai äänikin. Vastustajat taasen todennäköisimmin pitävät pelillistämistä ns. ulkojournalistisena tehokeinona, josta esimerk-kinä Vos ja Perreault (2020, 9) käyttävät vertausta lentoyhtiöiden bonuspistejärjestelmään. Rajuimmillaan pelillistämistä arvostelevat journalistit maalaavat synkkää kuvaa siitä, miten asiat ovat pahasti pielessä, jos uutisia ei pystytä käsittelemään ilman niiden muuttamista pe-lien muotoon (Vos ja Perreault 2020, 11). Enemmistö haastatelluista journalisteista näkee kuitenkin journalismin pelillistämisen enemmän mahdollisuutena kuin uhkana.

4.2.3 Keinoja

Pelillistämisen keinoista puhuttaessa termi PBL (Points, Badges and Leaderboards) nousee usein esiin, kun sillä ryhmitellään yleisimmin käytetyt pelillistämisen keinot. Uutisjournalis-mi ei ole tässä poikkeus. Ferrer Conill ja Karlsson (2015, 16) kertovat, että pisteet, arvomer-kit ja tilastot ovat yleisesti käytettyjä myös uutisjournalismia pelillistettäessä.

Pisteillä pyritään luomaan tunne edistymisestä ja eräänlainen palautekierre, jonka avulla käyttäjä palaa aina uudestaan keräämään lisää pisteitä. Esimerkiksi The Washington Post kokeili verkkosivuillaan PostPoints-kanta-asiakasohjelmaa (Ferrer Conill ja Karlsson 2015, 17). Arvomerkit taasen ovat eräänlainen visuaalinen palkinto kertaluonteisista tai jatkuvis-ta saavutuksista, joita kokeiltiin esimerkiksi Googlen News-palvelussa jo 2010-luvun alussa (Ferrer Conill ja Karlsson 2015, 17). Arvomerkkien avulla voidaan luoda persoonallisem-paa uutiskokemusta, kun käyttäjä ansaitsee tekemisillään oman kokoelmansa arvomerkkejä. Arvomerkeillä pystyy myös vertailemaan itseään muihin käyttäjiin.

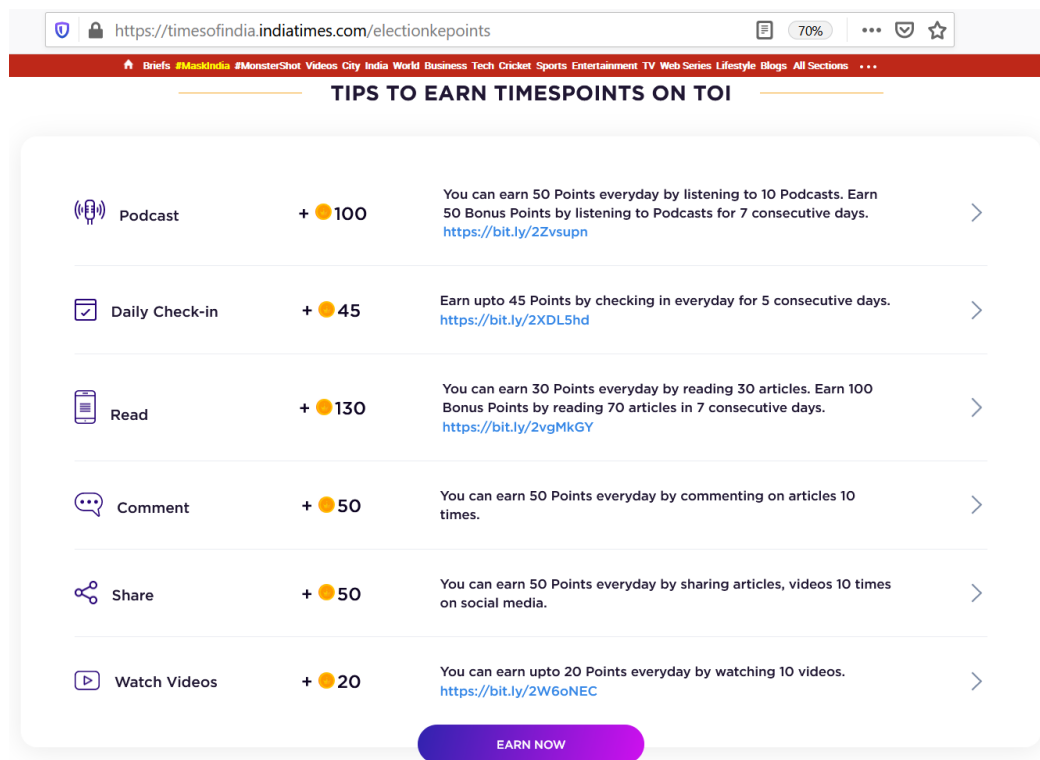
Pistetilastot ja sarjataulukot puolestaan antavat helpon ja suoran tavan käyttäjillä vertailla omia tekemisiään toisiin (Ferrer Conill ja Karlsson 2015, 17). Niiden avulla voidaan motiivoida käyttäjiä tekemään lisää suoritusta sarjataulukossa nousemisen ja mahdollisten palkintojen voittamiseen. Tästä esimerkkinä Ferrer Conill ja Karlsson (2015, 18) esittelevät Times of India -korporaation Times-pisteet, jossa 12 eri sivustolta pystyy ansaitsemaan pisteitä ja kilpailemaan muita käyttäjiä vastaan.

Times of India käytti pisteiden keräämisen tehostamiseen myös erilaisia tehtäviä (ks. kuvio 4), joita suorittamalla käyttäjä sai erilaisia määriä pisteitä tehtävän vaativuuden mukaan. Ferrer Conill (2018, 151) katsoo tällaisten tehtävien pääasiallisen tarkoituksen olevan asettaa käyttäjälle kannustimia, joiden takia käyttäjä palaa sivustolle mahdollisimman usein. Useammin sivustolla vieraileva käyttäjä luo lisää liikennettä ja tarkempaa dataa sivuston ylläpitäjille (Ferrer Conill 2018, 151).

Times of Indiaa voidaan pitää muutenkin uutispalvelun pelillistämisen pioneerina, joka esimerkiksi vuonna 2020 mahdollisti Times-pisteillä maksamisen yhteistyökumppaneidensa kivi-jalkaliikkeissä (Times of India 2020).

Yleisesti käytetyn PBL:n lisäksi pelillistämisen keinoja on muitakin, koska pelit koostuvat monesta muustakin asiasta kuin vain pisteistä, arvomerkeistä ja pistetilastoista. Ferrer Conill ja Karlsson (2015, 20) ehdottavat neljää erilaista näkökulmaa uutisjournalismin pelillistämisen keinojen pohtimiseksi. Ensimmäisenä ovat kehityspolut, joiden avulla käyttäjät voivat seurata edistymistään. Näitä voivat olla aiemmin mainittujen lisäksi esimerkiksi haasteet tai tietoisat ajankohtaisista uutisaiheista. Toisekseen tasainen palaute ja ajoittaiset palkinnot ovat hyödyllisiä, jotta käyttäjät pysyvät kärryillä edistymisestään. Palkintojen on oltava mieluisia, jotta käyttäjät kokevat saavansa kehityksestään jotakin irti. Kolmantena on sosiaalinen yhteys, joka on nykypäivänä alati tärkeämpää. Käyttäjät haluavat verrata omia suorituksiaan myös muihin käyttäjiin. Viimeisenä Ferrer Conill ja Karlsson (2015, 21) muistuttavat käyttäjätoimittamisen ja käyttökokemuksen merkityksestä erilaisia pelillisiä elementtejä pohdittaessa.

Toisaalta Ferrer Conill (2016, 51) on käyttänyt uutisjournalismin pelillistämistä analysoidessaan viiden kohdan jaottelua, jota voidaan soveltaa myös pelillistämisen keinojen ja etenkin tavoitteiden pohtimiseen. Ensimmäisenä on tavoitavuus, joka voi olla artikkelikohtaista, jär-



Kuvio 4. Kuvakaappaus Times of Indian Times-pisteiden ansaintamahdollisuuksista.

jestelmälaajuista, uutiskulutukseen tai uutistuotantoon vaikuttavaa. Toisena kohtana on jaottelu strategian mukaan, jolloin voidaan puhua dynamiikkaan, mekaniikkaan tai komponentteihin liittyvästä pelillistämisestä. Kolmantena ovat ohjaavat elementit, joita pelillistämällä pyritään synnyttämään. Näitä ovat esimerkiksi saavutuksen tunne ja omistajuus.

Neljäntenä kohtana ovat motivaattorit, jotka vaikuttavat tietyiltä osin päällekkäisiltä ohjaavien elementtien kanssa. Motivaattoreita ovat esimerkiksi yhteenkuuluvuus, autonomia ja kompetenssi. Motivaattorit voidaan käsittää jonkinasteisina tunnetiloina, kun taas ohjaavat elementit ovat ennemminkin käyttäjää aktivoivia asioita. Viimeisenä Ferrer Conill (2016, 51) on analysoinut uutisjournalismin pelillistämisen tulosta, joka voi olla esimerkiksi osallistumista, tiedon lisäämistä, uutistottumuksen luomista tai palvelun kävijäliikenteen lisäämistä.

5 Menetelmien valinta ja aineiston keruu

Tässä luvussa kerrotaan, miten tämän tutkimuksen tutkimusmenetelmä valittiin aiempiin pelillistämisen tutkimuksiin peilaten, sekä miten haastatteluaineisto kerättiin ja miten sen analyysimenetelmä valittiin. Tämän laadullisen tutkimuksen neljään tutkimuskysymykseen etsittiin vastauksia 15 haastattelun aineistosta, jonka analysointiin käytettiin fenomenografista tutkimusotetta. Siinä tarkoituksena on ymmärtää, miten eri ihmiset käsittävät saman ilmiön eri tavoin (Hirsjärvi 2008, 168). Tässä tutkimuksessa käsiteltävä ilmiö on uutissovelluksen pelillistäminen.

5.1 Tutkimusmenetelmän valinta ja tutkimuskysymykset

Erilaisten palveluiden pelillistämistä on 2010-luvulla tutkittu melko paljon. Esimerkiksi Hamari (2013) tutki vertaisvaihtopalveluun lisättyjen ansiomerkkien vaikutusta käyttöaktiivisuuteen. Dontcheva ym. (2014) puolestaan tutkivat pelillistämistä kuvamuokkaussovellusten ja joukkoistamisen kontekstissa. Anderson ym. (2014) taas etsivät pelillistämisen hyötyjä verkon oppimisympäristöissä ja Stanculescu ym. (2016) yrityksen intraympäristössä.

Edellä mainitut tutkimukset eivät kuitenkaan pääsääntöisesti ole laadullisia tutkimuksia, eivätkä käyttäjien syvemmät mielipiteet tule huomioiduksi määrällisissä tutkimuksissa. Poikkeuksena Dontcheva ym. (2014), jotka jatkoivat määrällistä tutkimustaan myös laadullisella tutkimuksella haastatteluja tehden.

Toisaalta Ferrer Conill (2018) on tutkinut laadullisesti uutisjournalismia ja pelillistämistä, mutta lähes ainoastaan journalismin tekijöiden puolelta. Uutisjournalismin pelillistäminen on myös varsin uusi tutkimuksen kohde, joten täysin toimivia malleja sen tutkimiselle ei ole vielä kehittynyt (Ferrer Conill 2018, 250). Ferrer Conill (2018) ehdottaa käyttäjien suhtautumista pelillistettyyn journalismiin tutkittavaksi, koska aihetta ei ole tutkittu lähes lainkaan.

Tämä tutkimus on laadullinen ja keskittyy haastattelujen avulla nimenomaan käyttäjiin, koska tällä tutkimuksella halutaan syventää ymmärrystä uutissovelluksen pelillistamisestä ja käyttäjien tarpeista erityisesti älypuhelinympäristössä. Tutkimus pyrkii toimimaan eräänlai-

sena alkusysäyksenä, jonka avulla synnytetään erilaisia hypoteeseja uutissovelluksen ja laajemminkin uutisjournalismin pelillistämisen tutkimiseen. Rajattuna kohderyhmänä ovat mediatalojen erityisesti tavoittelemat nuoret (ks. luku 2), jolloin tutkimuskysymykset ovat:

- Millaisia kokemuksia uutissovelluksen pelillistäminen herättää nuorissa käyttäjissä (18–29-vuotiaat)?
- Voiko pelillistäminen lisätä nuorten käyttäjien mielenkiintoa uutisia kohtaan?
- Vaikuttaako pelillistäminen nuorten kokemukseen uutisten uskottavuudesta?

Haastatteluaineistoa kerätessä tutkimuskysymyksissä oli mukana myös oma kysymyksensä pelillistämisen vaikutuksista nuorten käyttäjien käyttöaktiivisuuteen. Tämä kysymys kuitenkin jätettiin lopulta pois, sillä haastattelutilanteissa huomattiin sen olevan haastateltaville käytännössä sama kysymys kuin uutismielenkiintoa koskeva. Lisäksi haastatteluaineistoa kerätessä huomattiin, miten paljon hyviä kokemushavaintoja haastateltavat antoivat pelillistämistä, joten niistä lisättiin oma tutkimuskysymyksensä. Tuo tutkimuskysymys muodostui itse asiassa aineiston perusteella koko tutkimuksen tärkeimmäksi kysymykseksi.

Tutkimuskysymykseen vastaamiseen laadullinen tutkimus haastattelemalla on erittäin sopiva valinta. Tyypillisesti laadullisella tutkimuksella ei ole lukkoon lyötyjä ennako-olettamuksia tutkimuskohteesta tai -tuloksista (Eskola ja Suoranta 1998). Tässä tutkimuksessa on aiempien tutkimusten valossa vain väljä ennako-oletamus siitä, että pelillistämisen keinot voivat vaikuttaa myönteisesti nuorten käyttäjien uutissovellusten käyttöön (Ferrer Conill 2018, 223, 243). Tutkimus hakee toki vahvistusta tuolle ennako-olettamukselle, mutta enemmänkin keskittyy löytämään hypoteeseja aihepiirin ympäriltä tulevaisuuden tutkimuksia ja käytännön työtä varten.

Hypoteesittomuuden lisäksi laadullisen tutkimuksen peruseriaatteita ovat tutkittavien näkökulman julkituominen, harkinnanvarainen otanta, aineistolähtöinen analyysi, ja tutkijan osallistuva asema (Eskola ja Suoranta 1998). Tämä tutkimus nojaa näihin peruseriaatteisiin vahvasti. Teemahaastattelujen avulla tutkittavien näkökulmat saadaan kuultua, analysoitua ja tuotua julki yksityiskohtaisesti. Tämä tutkimus perustuu myös vahvasti haastattelujen analyysiin.

Toisaalta tässä tutkimuksessa otanta on määrällistä tutkimusta pienempi ja harkinnanvarai-

nen, kun haastateltavia on 15 kappaletta. Laadullisen tutkimuksen aineisto on periaatteessa loputon, joten aineistoa on tärkeää rajata (Eskola ja Suoranta 1998). Lisäksi Eskola ja Suoranta (1998) toteavat, ettei aineiston koolla ole laadullisessa tutkimuksessa välitöntä vaikutusta eikä merkitystä tutkimuksen onnistumiseen. Heidän mukaansa aineiston on toimittava tavalla tai toisella tutkijan apuna rakennettaessa käsitteellistä ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. Eskola ja Suoranta (1998) jatkavat, että aineistoa on riittävästi, kun uudet tapaukset eivät tuota enää mitään tutkimusongelman kannalta uutta tietoa. Tämän tutkimuksen haastatteluaineiston saturaatiopiste löytyi noin tusinan haastateltavan jälkeen, mutta jo sovitut haastattelut tehtiin sovitusti loppuun asti. Laadullisten tutkimusten perusteella ei ole myöskään tarkoitus tehdä empiirisesti yleistäviä päteviä päätelmiä kuten tilastollisissa tutkimuksissa (Eskola ja Suoranta 1998).

Tutkijan osallistuva asema on tässä tutkimuksessa ilmeinen, sillä tutkija rakensi koehenkilöitä varten prototyypin uutissovelluksesta ja haastatteli koehenkilöt. Haastattelu sopii hyvin tutkimusmenetelmäksi tutkittaessa, miten käyttäjät käyttävät järjestelmää ja mistä ominaisuuksista he pitävät tai eivät pidä (Ovaska, Aula, Majaranta ym. 2005, 37). Haastattelutyyppejä on monia erilaisia, mutta tähän tutkimukseen sopivin on teemahaastattelu. Siinä yhdistyvät avoimen haastattelun ja lomakehaastattelun hyvät puolet.

Avoin haastattelu sopii esimerkiksi tilanteeseen, jossa havainnoidaan henkilöä käyttämässä järjestelmää ja samalla esitetään hänelle kysymyksiä. Lomakehaastattelulla saadaan puolestaan helposti vastauksia suljettuihin kysymyksiin, jotka ovat samat kaikille. Näitä kahta yhdistelemällä syntyy teemahaastattelu, jossa edetään ennakkoon mietittyjen teemojen varassa, mutta niistä voidaan tarvittaessa poiketa. (Ovaska, Aula, Majaranta ym. 2005, 39)

Teemahaastattelun tukena tässä tutkimuksessa on uutissovelluksen pelillistetty prototyyppi, jolloin tutkimusmenetelmää voidaan kutsua myös yhteistoiminnalliseksi arvioinniksi. Siinä loppukäyttäjälle annetaan järjestelmän prototyyppi ja häntä pyydetään tekemään annettuja tehtäviä, minkä jälkeen häntä haastatellaan (Ovaska, Aula, Majaranta ym. 2005, 50).

Haastattelu on tässä tutkimuksessa toimiva aineistonkeruumenetelmä, koska pyrkimyksenä on saada yksityiskohtaista tietoa jatkotutkimusta ja -kehittämistä varten. Haastattelu on oiva tutkimuskeino, kun halutaan nimenomaan syvällisempää tietoa tietyltä pienemmältä väestö-

ryhmältä (Lankoski, Björk ym. 2015, 95) ja kun tiedetään vastausten olevan monitahoisia ja moniin suuntiin meneviä (Ovaska, Aula, Majaranta ym. 2005, 42).

Etukäteen mietittynä haastateltavien valinnalla voidaan saada vahva pohja tutkimukselle (Lankoski, Björk ym. 2015, 98). Tässä tutkimuksessa halutaan nimenomaan tutkia nuorten uutissovellusten käyttöä, joten haastateltavien ikä on rajattu 18–29-vuotiaisiin. Toisaalta kun halutaan tutkia, miten käyttöaktiivisuutta saataisiin lisättyä pelillistämisen keinoin, niin koehenkilön on käytettävä älypuhelintaan uutisten lukemiseen ainakin jossakin määrin.

Tutkimushaastatteluiden toteuttamisen kannalta rekrytointiviestin muotoilulla on olennainen vaikutus. Tutkija pohti rekrytointiviestien pitämistä hyvin geneerisenä, jolloin haastateltavat olisivat saaneet tietää pelillistämisestä vasta prototyyppiä kokeillessaan. Lopulta päädyttiin kuitenkin mainitsemaan uutissovelluksen pelillistäminen, jotta haastatteluun osallistumista pohtiva henkilö pystyy muodostamaan heti rekrytointiviestin nähtyään jonkinlaisen kuvan tilanteesta. Lisäksi haastattelutilanteen kontekstoinnilla saatiin pohditumpia vastauksia haastateltavilta, joskaan ensireaktiot eivät olleet oletettavasti niin vahvoja.

Tutkimuksen haastateltavat hankittiin tutkijan sosiaalisen median tilien kautta ajanjaksolla 11.–13. syyskuuta 2020. Instagramiin, Twitteriin ja Snapchatiin laitettiin kullekin alustalle ominaiseen tyyliin muotoiltu viesti, jonka pääsisältö koostui seuraavista elementeistä:

- Etsitään haastateltavia gradututkimukseen uutissovelluksen pelillistämisestä.
- Hakijan tulee lukea uutisia iPhone-puhelimella (vähintään käyttöjärjestelmä iOS11).
- Hakijan tulee olla 18–29-vuotias.
- Hakijan on pystyttävä osallistumaan haastatteluun etänä videopuhelun avulla.
- Hakija ottaa yhteyttä tutkijaan joko kyseisessä sosiaalisen median palvelussa tai sähköpostitse.

5.2 Haastattelurungon laatiminen

Haastattelurungon laatimiseen on syytä kiinnittää erityistä huomiota, jotta keskustelu haastateltavan kanssa ei lähde liian kauas raiteiltaan (Lankoski, Björk ym. 2015, 103). Teema-haastatteluissa rungon ei kuitenkaan kannata olla ehdoton, vaan enemmänkin tukilista käsi-

teltävistä asioista, mutta järjestys ja tarkat kysymyksenasettelut vaihtuvat haastattelusta toiseen (Eskola ja Suoranta 1998). Juuri joustavuus onkin haastattelun suurimpia vahvuuksia aineistonkeruumenetelmänä (Ovaska, Aula, Majaranta ym. 2005, 37).

Haastattelun aluksi on tärkeää kertoa haastateltavalla selkeästi tutkimuksen tavoitteet ja mikä hänen roolinsa kokonaisuudessa on (Lankoski, Björk ym. 2015, 104). Kysymykset eivät saa olla muodoltaan haastateltavia johdattelevia, eikä tutkija saa haastattelijana johdatella haastateltavaa (Ovaska, Aula, Majaranta ym. 2005, 42). Tutkijan on kuitenkin haastattelijana oltava äärimmäisen tarkkaavainen ja suhtauduttava etenkin analyysivaiheessa kriittisesti haastateltavien vastauksiin. Haastateltava voi pyrkiä antamaan itsestään kuvan, joka ei välttämättä ole todellinen (Ovaska, Aula, Majaranta ym. 2005, 43). Tämä on otettu huomioon jo haastattelurunkoa laatiessa, kun kysymyksistä on pyritty tekemään varsin arvoneutraaleja.

Analyysivaihetta on syytä miettiä jo haastattelurunkoa suunnitellessa, jotta kysymyksiä voidaan mahdollisuuksien mukaan ryhmitellä suoraan oikeaan järjestykseen (Ovaska, Aula, Majaranta ym. 2005, 44). Haastattelurunkoa laatiessa on myös syytä kiinnittää huomiota käytettäviin termeihin, jotta haastateltava ymmärtää kysymykset haastattelijan tarkoittamalla tavalla (Ovaska, Aula, Majaranta ym. 2005, 45). Tämän tutkimuksen haastattelurunkoa on testattu tutkimuksen ulkopuolisella henkilöllä.

Haastattelurungon järjestykseen kannattaa kiinnittää huomiota myös haastateltavan näkökulmasta ajatellen. Haastattelutilanne voi olla jännittävä tai jopa ahdistava kokemus, joten alussa kannattaa kysyä helppoja kysymyksiä lämmittelyksi ja lopussa vastaavasti helppoja kysymyksiä jäähdyttelyksi (Ovaska, Aula, Majaranta ym. 2005, 45). Lisäksi on syytä varautua haastateltavien lyhyisiin vastauksiin, joihin voi pyytää lisätietoa esimerkkejä käyttäen (Ovaska, Aula, Majaranta ym. 2005, 46).

Näiden peruseriaatteiden pohjalta tutkimushaastatteluja varten luotiin haastattelurunko, joka löytyy kokonaisuudessaan liitteestä A.

5.3 Koehaastattelu

Koehaastattelu toteutettiin tutkimushaastatteluita edeltävällä viikolla tutkimusaineiston ulkopuolisen henkilön kanssa. Koehaastattelun tarkoituksena oli kokeilla haastattelurungon kysymysten sopivuutta ja haastattelun kestoa. Lisäksi koehaastattelussa testattiin prototyypin toimivuutta internet-verkon yli jaettuna.

Prototyypin jakaminen internet-verkon yli ei ollut yhtä toimintavarmaa kuin paikallisverkossa, kun prototyyppi ei käynnistynyt koehenkilön puhelimessa heti ensimmäisellä yrittämällä. Toisella kerralla prototyyppi käynnistyi kuitenkin normaalisti.

Heti koehaastattelun alussa prototyypisovelluksessa havaittiin artikkelirajapintaan liittyvä pieni bugi, jonka takia prototyyppi saattoi tiettyjen uutisten kohdalla kaatua. Tämä bugi korjattiin välittömästi koehaastattelun jälkeen lopulliseen testausversioon. Lisäksi havaittiin, että pienempinäytöistä iPhonea käytettäessä kaikki prototyypisovelluksen tekstit eivät rajautuneet sopivasti näytön mukaan. Tätä ongelmaa ehkäisemään prototyypisovelluksen näkymiin rakennettiin ikkunaan koosta riippuvaa muotoilua, jolloin pienemmällä näytöllä tietyt tekstit esimerkiksi olisivat pienempikokoisia.

Haastattelukysymyksissä esiintyi muutamissa kohdin samoja aiheita toistavia kysymyksiä, jotka poistettiin lopullisesta haastattelurungosta. Koehaastattelu vahvisti myös tutkijan näkemystä siitä, että haastattelurunkoa ei kannata seurata orjallisesti vaan poiketa sen järjestyksestä tai tarkoista kysymyksistä tarpeen vaatiessa. Tästä lisättiin myös maininta lopullisen haastattelurungon alkuun.

Koehaastattelu kesti teknisine säätöineen 52 minuuttia, minkä myötä kullekin tutkimushaastattelulle varattiin tunti varsinaista haastattelu-aikaa ja lisäksi puoli tuntia ylimääräistä aikaa tutkijan kalenterista, jos haastattelu jostain syystä venyy.

5.4 Aineiston kerääminen ja käsittely

Tutkimusaineisto koostui 15 haastattelusta, jotka suoritettiin 14.–18.9.2020. Nuorin haastateltavista oli 18- ja vanhin 29-vuotias. Haastateltavien keski-ikä oli 25,4 ja määrällisesti 28-vuotiaita oli eniten (5 kpl). Haastateltavista kahdeksan oli miehiä ja seitsemän naisia.

Käytössä olleet puhelinmallit vaihtelivat iPhone 6s:stä iPhone 11 Pro Maxiin. Prototyyppi toimi kaikilla käytössä olleilla laitteilla pääosin hyvin.

Yhdellä haastateltavalla oli iPhone 6s -mallinsa kanssa pieniä ongelmia haastattelun loppuvaiheessa, mutta tämä ei vaikuttanut käyttökokemukseen suuresti, kun kaikki pelillistetyt elementit oli jo ehditty pääosin käsitellä. Lisäksi ensimmäisenä päivänä havaittiin yhdessä haastattelussa, että pienempinäytöllä älypuhelimella tilastot-välilehden tekstit rajautuivat alalaidasta hieman pois. Tutkija korjasi fonttikokojen skaalausta kyseisen haastattelun jälkeen, eikä ongelmia enää sen jälkeen esiintynyt.

Haastattelut tehtiin videopuheluna Google Meets -palvelun kautta, minkä lisäksi haastateltaville jaettiin sähköpostitse linkki testattavaan prototyyppiin, jota tutkija hallitsi omalta tietokoneeltaan. Haastatteluissa noudatettiin pääosin etukäteen tehtyä haastattelurunkoa, josta poikettiin aina tilanteen niin vaatiessa. Ensimmäisen päivän haastatteluissa yksi haastateltava esitti myös hyvän havainnon prototyypin tehtävien monimuotoisuudesta, minkä jälkeen tästä asiasta kysyttiin myös muilta haastateltavilta, vaikkei kysymystä alkuperäisessä haastattelurungossa ollutkaan. Lisäksi kaikilta haastateltavilta ei kysytty orjallisesti jokaista haastattelurungon kysymystä, jos he olivat selkeästi jo ilmaisseet kysyttävän asian omissa vastauksissaan. Lisäksi haastateltavien mielenkiintoisista vastauksista kysyttiin lisäkysymyksiä, joita ei ollut haastattelurunkoon kirjattu.

Videopuhelut nauhoitettiin OBS-ruudunkaappaussovellusta hyödyntämällä. Haastattelun jälkeen tutkija pyrki mahdollisimman nopeasti kirjoittamaan videohaastattelun kulun tekstiksi, jotta teemat olivat vielä tuoreena mielessä. Kaikki haastattelut saatiin litteroitua samalla viikolla kuin haastattelut tehtiin. Litterointivaiheessa tutkija myös merkitsi huomiovärillä mielenkiintoisia vastauksia ylös, mutta sen tarkempaa koodausta aineistolle ei vielä ensivaiheessa tehty. Haastattelut toki noudattelivat pääosin samaa runkoa, joten aineisto oli jo ensimmäisessä litterointivaiheessa suhteellisen hyvin jaoteltua kysymysten ja aihealueiden mukaan.

Litterointivaiheessa haastatteluista poistettiin myös tunnistetiedot, kun tekstimuotoisessa datasta haastateltaviin viitataan ainoastaan iällä ja sukupuolella (esim. "N28"). Kaikesta keretyneestä datasta huolehdittiin myös Jyväskylän yliopiston tietosuojaohjeiden mukaisesti. Vi-

deotiedostot säilytettiin vain tutkijan kahdella eri kovalevyllä, eikä niitä ladattu esimerkiksi mihinkään internetin pilvipalveluun. Videot myös poistetaan viimeistään kolme kuukautta tämän tutkimuksen valmistumisen jälkeen.

5.5 Analyysimenetelmän valinta

Hirsjärvi (2008, 136) toteaa, että aineiston analysointitapaa olisi syytä miettiä jo aineistoa kerätessä. Tässä tutkimuksessa ei varsinaisesti näin tehty, vaikkakin aineistoa analysoitiin pintapuolisesti jo keräysvaiheessa. Tämä tarkoitti lähinnä tutkijan mielenkiintoisiksi kokemien haastatteluvastausten korostamista litteroidusta materiaalista. Toisaalta tutkijalla on ollut jo ennen haastattelurungon rakentamista pohdittuna tutkimuskysymykset, joihin hän haluaa haastattelujensa kautta saada vastauksia. Eskola ja Suoranta (1998) puhuvat intuitioon luottavasta haastatteluanalyysistä, jota tässäkin on osaltaan käytetty.

Haastattelurungon valmistelu ja teemoittain järjestely ovat myös jo oma osansa analyysia ja haastattelutilanteessa tehdyt ensihavainnot (ks. alaluku 7.1) ovat analyysin ensiaskeleita (Hirsjärvi 2008, 136). Tutkija tekee tässä tutkimuksessa haastateltavien vastauksista päätelmiä, jotka ovat enemmän induktiivisia kuin abduktiivisia, eli päättely nojaa enemmän aineistosta nouseviin havaintoihin kuin tutkijan teoreettisiin johtoideoihin (Hirsjärvi 2008, 136). Toisaalta tutkijalla on myös jonkinlaisia ennakko-olettamuksia tutkimuskohteestaan aiempien tutkimusten pohjalta (ks. luku 4).

Laadullisen tutkimuksen analyysissä on varsin vähän standardoituja tekniikoita ja työskentelytavat eroavat usein toisistaan (Hirsjärvi 2008, 136). Siksi myös tämän tutkimuksen analyysissä on otettu mallia useista eri lähteistä ja pyritty yhdistelemään niistä sopiva kokoelma metodeja tutkimuskysymyksiä vastauksia muodostaessa.

Haastattelutilanteissa haastateltavat pääsivät kokeilemaan pelillistetyn uutissovelluksen prototyyppejä, minkä jälkeen heiltä kyseltiin tuntemuksia prototyypin käytöstä. Siksi on luontevaa analysoida saatua haastatteluaineistoa fenomenografisella tutkimusotteella, jossa on tarkoituksena tuoda ilmi, miten ihmiset kokevat jonkin tietyn ilmiön (Hirsjärvi 2008, 168). Fenomenografisessa tutkimusotteessa haastattelija pyrkii myös herättämään haastateltavassa uudenlaista tietoutta tutkittavasta ilmiöstä. Tässä tutkimuksessa näin tapahtui nimenomaan

sitä kautta, että haastateltavalle tuttuun uutissovelluksen ympäristöön oli tuotu pelillisiä elementtejä, jotka olivat haastateltavalle uudenlaista tietoutta. Toisaalta Hirsjärvi (2008, 168) toteaa myös, että fenomenografiassa haastattelija myös tulkitsee haastateltavan kokemuksia.

Lisäksi fenomenografiassa tutkimuksen tarkoitusperät tarkentuvat usein analyysin edetessä (Hirsjärvi 2008, 168). Tässäkin tutkimuksessa jo aineiston litterointivaiheessa oli selvää, että tutkimuskysymyksiin kannattaa lisätä oma kohtansa haastateltavien nimenomaisista kokemuksista uutissovelluksen pelillistämistä, jotta saadaan dokumentoitua erilaisten haastateltavien erilaisia käsityksiä tutkittavasta ilmiöstä. Toisaalta sekä haastattelu- että etenkin litterointivaiheessa kävi selväksi, että alkuperäisistä tutkimuskysymyksistä uutismielenkiintoa ja käyttöaktiivisuutta koskevat kysymykset käsitettiin usein hyvin samalla tavalla, joten niiden erittelemine tutkimuskysymyksissä oli turhaa.

Fenomenografiassa tutkijan päätehtävänä analyysivaiheessa on selvittää, miten ihmiset kokevat tutkittavan ilmiön ja minkälaisia sisäisiä rakenteita ja merkityksiä tutkimuskohteella on (Hirsjärvi 2008, 168). Lisäksi Hirsjärvi (2008, 168) ohjeistaa aloittamaan analyysin esimerkiksi tarkastelemalla tiettyä teemaa tai tutkimuskysymystä kaikkien haastateltavien haastatteluissa ja sen jälkeen edetä tarkastelemaan niitä haastatteluja kokonaisuutena, joissa tuota kyseistä teemaa on käsitelty mielenkiintoisella tavalla. Tämän tutkimuksen analyysi toteutettiin nimenomaan tuolla tavalla, kun kuhunkin tutkimuskysymykseen pyrittiin löytämään havaintoja liikkumalla yleisestä yksityiskohtaisempaan.

Fenomenografista tutkimusotetta ovat aiemmin käyttäneet esimerkiksi Rissanen (2003) ja Pihlainen (2000), joiden suomenkielisistä tutkimuksista tämän tutkimuksen analyysia tehdessä on otettu mallia. Lisäksi tuoreempaa fenomenografista tutkimusotetta ovat käyttäneet ainakin Täks, Tynjälä ja Kukemelk (2015), jotka kahden edellä mainitun tutkimuksen tavoin tutkivat koulutusta. Hirsjärvi (2008, 168) sanookin, että fenomenografia on erikoistumis- haara, joka on erityisesti suuntautunut oppimisympäristöihin, oppimiseen ja ymmärtämistä koskeviin kysymyksiin. Pelillistetty uutissovellus ei ole suoranaisesti oppimisympäristö, mutta tässä tutkimuksessa sitä voidaan tietyiltä osin siihen verrata. Haastateltaville pelillistetty uutissovellus ei ole entuudestaan tuttu, joten tässä tutkimuksessa analysoidaan heidän oppimistaan ja erityisesti ymmärtämistään uudesta ympäristöstä.

Uutisjournalismin pelillistämisen aiemman tutkimuksen saraltakin löytyy tutkimuksia, jotka on toteutettu jokseenkin samalla otteella kuin tämä tutkimus. Esimerkiksi Ferrer Connill (2017) haastatteli Bleacher Reportin henkilökuntaa tutkiessaan kokeilua, jossa Bleacher Report lisäsi pelillisiä elementtejä journalistiensä työnkulkuihin. Tutkimuksessa ei erikseen mainita fenomenografista tutkimusotetta, mutta menetit ovat varsin vastaavanlaisia. Haastateltavilta on kysytty heidän kokemuksistaan pelillistettyjen elementtien kanssa ja aineiston mielenkiintoisimpien vastausten pohjalta on luotu hypoteeseja pelillistämisestä journalismityöskentelyn kontekstissa.

6 Prototyyppi

Osana tätä tutkimusta rakennettiin uutissovelluksen prototyyppi, jota käytettiin yhteistoiminnallisessa haastattelussa koehenkilöiden kanssa (ks. alaluku 5.1). Prototyypin tarkoituksena oli antaa koehenkilölle mahdollisuus kokea pelillistämisen elementtejä tutussa uutissovelluksen ympäristössä, minkä jälkeen koehenkilö pystyi arvioimaan pelillistämisen vaikutusta uutissovelluksen käyttökokemukseen. Prototyyppi rakennettiin React Native - mobiilisovelluskehityksen (ks. React Native 2020) päälle ja sitä käytettiin Expo-sovelluksen (ks. Expo 2020) kautta.

Tässä luvussa eritellään prototyypin käyttötarkoitus, sekä kerrotaan prototyypin suunnittelu- ja rakennusprosesseista sitoen ne myös tutkimuksen teoriaosioon.

6.1 Käyttötarkoitus

Tutkimusta varten rakennettavan prototyypin tarkoituksena oli luoda koehenkilölle uutissovelluksen perustoimintoja vastaava käyttökokemus, johon lisättiin tutkimuksen kohteena olevia pelillistettyjä elementtejä. Prototyypin avulla koehenkilö pystyi arvioimaan pelillistettyjen elementtien vaikutusta hänen käyttökokemuksensa. Prototyypin olisi voinut toteuttaa tutkimusta varten joko verkkouutispalveluna tai uutissovelluksena, joista tähän tutkimukseen valittiin jälkimmäinen, koska suomalaisille uutissovellus on verrattain suosittu uutislähde (ks. alaluku 2.3).

Prototyyppiä käyttävä koehenkilö pystyi selaamaan tuoreimpien uutisten listaa ja lukemaan listalta valitsemiaan uutisia. Prototyypissä luettavissa olevat uutiset ovat oikeita uutisia Yleisradion uutispalvelusta, ja ne saatiin prototyypisovellukseen Ylen Articles v2 -rajapinnan kautta (Yleisradio 2020a). Prototyypisovelluksen ulkoasu ja käyttökonventiot mukailivat jo olemassa olevan Yle.fi-sovelluksen (Yleisradio 2020c) vastaavia, jotta koehenkilö pystyi tilanteessa keskittymään mahdollisimman hyvin tutkimuksen kohteena oleviin pelillistettyihin elementteihin.

Tutkimuksen kohteena olevia pelillistettyjä elementtejä oli kolme:

- tehtävät
- tilastot
- pisteet (kerääminen ja kilpailu).

Näistä kaksi jälkimmäistä mahtuivat pelillistämisen perinteisen ns. PBL-termin sisään (ks. alaluku 4.2.3). Lisäksi tehtävät valittiin mukaan tuomaan käyttäjille lisää aktiivista tekemistä vaativia pelillistettyjä elementtejä. Yksinkertaisen tutkimusasetelman säilyttämiseksi prototyypisovelluksessa tehtäviä oli vain muutama ja ne olivat varsin geneerisiä:

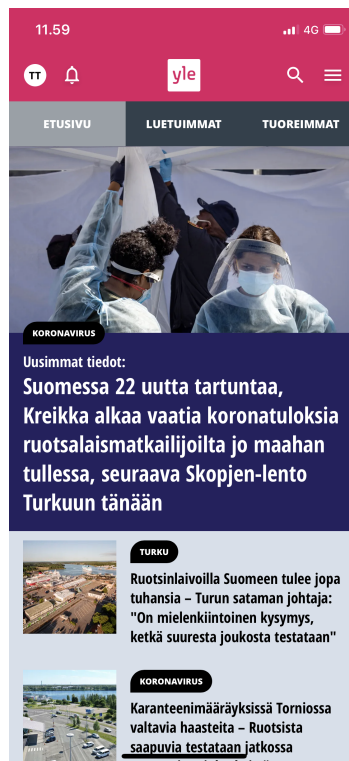
- lue viisi uutista
- lue uutisia kolmesta eri kategoriasta
- lue koronauutinen.

Prototyypin oli tarkoitus auttaa tutkimushaastatteluissa koehenkilöitä kertomaan havaintoja, jotka vastaavat tämän tutkimuksen kolmeen tutkimuskysymykseen (ks. luku 5). Prototyypin avulla oli pystyttävä luomaan käyttökokemus uutissovelluksen käyttämisestä, jotta koehenkilö voisi antaa relevanttia tietoa pelillistämisen vaikutuksista. Toisaalta uutissovelluksen pelillistämistä tutkittaessa prototyypissä oli oltava pelillistettyjä elementtejä testaamista varten. Kolmannekseen pelillistettyjen elementtien oli oltava selkeästi esillä prototyypissä, jotta koehenkilön suurin huomio kiinnittyi tutkimuksen kohteena oleviin seikkoihin.

Toisaalta prototyypin rakennetta ja tavoitteita voitiin lähestyä myös alaluvussa 4.2.3 esitellyn viisikohtaisen jaottelun avulla. Prototyypissä pelillistämisen tavoitavuus pyrki olemaan uutiskulutukseen vaikuttavaa, mutta toisaalta myös järjestelmälaajuista käsittäen koko uutissovelluksen. Strategian mukaan jaoteltuna prototyypin pelillistetyt elementit olivat etenkin dynamiikkaan ja mekaniikkaan vaikuttavia, kun ne muuttivat käyttäjän tapaa käyttää uutissovellusta. Ohjaavia elementtejä prototyypissä olivat saavutuksen tunne tehtävien ja pisteiden kautta, sekä eräänlainen omistajuus sarjataulukossa sijoittumisen kautta. Prototyypin selkeä motivaattori oli ainakin kompetenssi, jota käyttäjät kokivat tehtäviä suorittaessaan ja pistetaulukossa noustessaan. Pelillistämisen tulos prototyypissä puolestaan oli Ferrer Conill (2016, 51) mallin mukaisen jaottelun osalta eniten uutistottumuksen luomista ja toissijaisesti kävijäliikenteen lisäämistä.

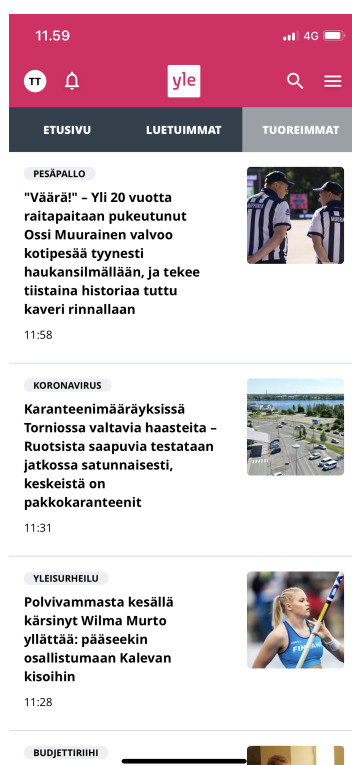
6.2 Suunnittelu

Prototyypin suunnitteluprosessin dokumentoinnin apuna käytettiin suunnittelupäiväkirjaa, johon kirjattiin havainnot suunnittelun edetessä. Ensimmäisessä vaiheessa tutustuttiin pinta-puolisesti Yleisradion nykyiseen Yle.fi-sovellukseen iPhone-älypuhelimta käyttäen (ks. kuvio 5). Käytössä oli myös Yle.fi-sovelluksen lähdekoodi, jonka avulla tutkittiin tarkemmin, miten sovelluksen arkkitehtuuri ja käyttölogiikka oli rakennettu.



Kuvio 5. Kuvakaappaus Yle.fi-sovelluksen etusivusta iPhonella 11.8.2020.

Sovellusta ja sen lähdekoodia tutkittaessa keskityttiin etenkin heti avausnäkyvästä löytyvään Tuoreimmat-välilehteen (ks. kuvio 6), jossa on listattuna Ylen uutispalvelun 100 tuoreinta uutista. Prototyypin pyrittiin rakentamaan tuoreimpien uutisten listausta vastaava käyttökokemus useammastakin syystä. Ensinnäkin prototyypin käyttökokemus haluttiin pitää varsin yksinkertaisena, jotta koehenkilö pystyi keskittymään tutkittavaan asiaan eli uutisovelluksen pelillistämiseen. Tutkijan aiempien testaustilannekokemusten perusteella koehenkilöillä oli usein taipumusta liukua kauemmas testattavasta asiasta, jos koetilanteen prototyypissä oli paljon erilaisia mahdollisuuksia.



Kuvio 6. Kuvakaappaus Yle.fi-sovelluksen tuoreimmat-listauksesta iPhonella 11.8.2020.

Toisaalta prototyypin rakennuslaajuus olisi myös kasvanut huomattavasti, jos prototyypillä olisi pyritty imitoimaan useampia Yle.fi-sovelluksen ominaisuuksia. Esimerkiksi sovelluksen kuratoitua etusivua varten olisi pitänyt rakentaa huomattavasti monimutkaisempi sovelluslogiikka. Prototyyppi olisi toki imitoinut paremmin oikeaa Yle.fi-sovellusta, jos siinä olisi ollut etusivu, luetuimpien sekä tuoreimpien uutisten lista, mutta uutissovelluksen pelillistämisen tutkimista varten tuoreimpien uutisten listaus antoi riittävän samanlaisen käyttökontekstin.

Toinen suunnittelun alkuvaiheen kulmakivistä oli Ylen Articles v2 -rajapinnan implementointi prototyyppisovellukseen. Tässäkin apuna käytettiin nykyisen Yle.fi-sovelluksen lähdekoodia, jonka rajapintakutsuja hyödynnettiin prototyypin kutsuja muotoiltaessa.

Prototyyppi rakennettiin avoimen lähdekoodin mobiilisovelluskehityksen React Nativen päälle (React Native 2020). React Native on yksi mobiilisovelluskehityksen ajankohtaisimmista teknologioista ja myös Yle.fi-sovellus on rakennettu sen päälle, joten oli loogista käyttää vastaavaa myös tämän tutkimuksen prototyypissä. Prototyyppisovellusta ei rakennettu mobiili-

sovelluskauppoihin asti valmiiksi, vaan testaustilanteessa koehenkilöt pääsivät käyttämään prototyyppiä Expo-sovelluksen kautta (Expo 2020). Expon avulla React Nativen päälle rakennettu prototyyppisovellus voitiin siirtää kokeiltavaksi älypuhelimien ruudulle.

Prototyypin toimintalogiikka oli varsin yksinkertainen. Prototyyppi haki avautuessaan Ylen Articles v2 -rajapinnasta 100 tuoreinta Ylen uutispalvelun juttua. Artikkelit ryhmiteltiin listamaiseen muotoon allekkain, jolloin kustakin artikkelista näkyi otsikko ja pieni kuva, kuten nykyisessäkin Yle.fi-sovelluksessa. Kuvaa tai otsikkoa klikkaamalla artikkeli avautui luettavaksi nykyisen Yle.fi-sovelluksen tavoin (ks. kuvio 7).



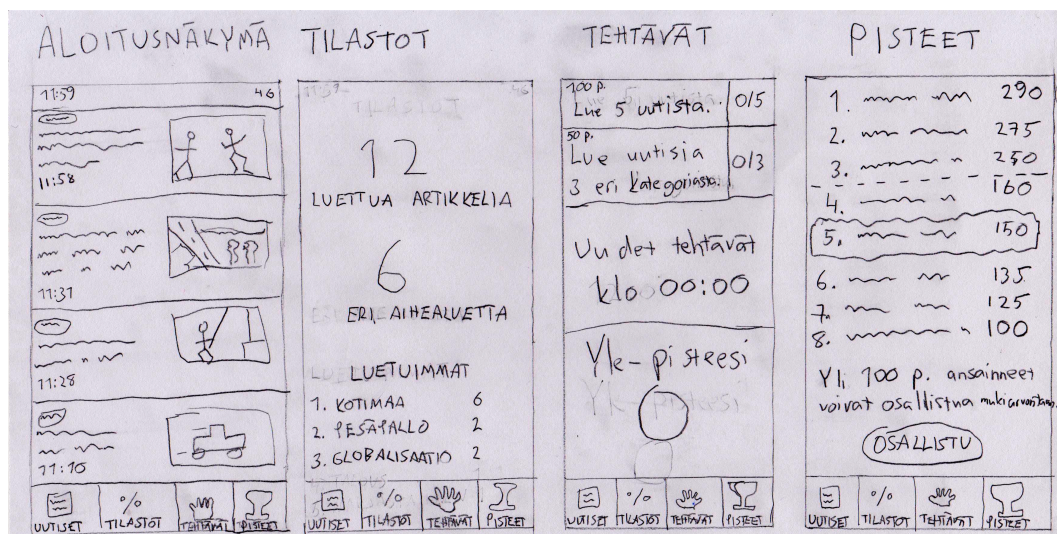
Kuvio 7. Kuvakaappaus Yle.fi-sovelluksen artikkelista iPhonella 11.8.2020.

Yle.fi-sovelluksesta poiketen prototyypissä oli alalaidassa palkki, jossa oli neljä eri välilehteä (ks. kuvio 8):

- Uutiset-välilehti, joka avautui prototyypin käynnistyessä ja sisälsi listan tuoreimmista uutisista.
- Tilastot-välilehti, johon listattiin tilastoja käyttäjän lukemista uutisista, sovelluksesta vietetystä ajasta yms.

- Tehtävät-välilehti, johon listattiin käyttäjälle suoritettavaksi annettuja tehtäviä.
- Pisteet-välilehti, joka näytti ansaittujen Yle-pisteiden mukaisen sarjataulukon.

Tilastot olivat prototyypisovelluksessa varsin yksinkertaisia ja pienimuotoisia, jotta koehenkilö pystyi näkemään niiden muutoksen lyhyen koetilanteen aikana. Myös tehtävät olivat varsin generisiä ja helppoja suorittaa koetilanteen aikana. Tehtäviä suorittamalla koehenkilö keräsi itselleen Yle-pisteitä. Sarjataulukossa puolestaan oli käytetty osittain keksittyä esimerkkitietoa, jotta koehenkilö pystyi kokemaan kilpailevansa Yle-pisteillä muita käyttäjiä vastaan.



Kuvio 8. Piirroshahmotelma prototyypisovelluksen välilehdistä.

6.3 Suunnittelupäätösten perusteet

Prototyyppi pyrittiin suunnittelemaan tämän tutkimuksen luvussa 4 esiteltujen pelillistämisen konseptien ja ohjenuorien mukaan.

Prototyyppiin upotettavat pelillistetyt elementit nojasivat alaluvussa 4.2.1 lueteltuihin uutispalvelun pelillistämisen mahdollisuuksiin usealla tavalla. Prototyyppiin rakennettavat tehtävät olivat aktiivista osallistumista ja toisaalta myös hallintaa, kun käyttäjä pystyi itse määrittelemään, missä tahdissa hän teki tehtäviä tai tekikö lainkaan. Toisaalta pistetaulukko oli omanlaistaan vuorovaikutusta käyttäjien välillä, kun kilpailtiin paremmuudesta pisteiden ke-

räämisessä. Lisäksi prototyyppiin rakennetuilla päivittäisillä tehtävillä ja niistä saatavilla pisteillä voitiin luoda myös sisäsyntyistä motivaatiota jatkaa uutisten lukemista.

Prototyypin sovelluksen tilastot-välilehti toimi puolestaan käyttäjälle houkuttelevana tietona omista uutistottumuksistaan, ja myös palveluntarjoajalle väylänä kerätä käyttäjästä tietoa (ks. alaluku 4.2.1). Jos prototyyppiä olisi rakennettu pidemmälle, tätä tietoa olisi voitu käyttää hyödyksi esimerkiksi käyttäjän henkilökohtaisen uutisvirran rakentamisessa.

Toisaalta prototyypin suunnittelussa pyrittiin ottamaan huomioon myös alaluvussa 4.2.2 lueteltuja uutispalvelun pelillistämisen uhkia. Yksi selkeimmistä uhkakuvista oli liian voimakas pelillistyminen, mikä oli läsnä myös tämän tutkimuksen prototyypissä. Pelillistetyt elementit olivat tarkoituksella vahvasti esillä, jotta testaustilanteessa koehenkilö olisi kiinnittänyt niihin huomiota ja olisi käyttänyt niitä laajamittaisesti. Koehenkilöstä olisi voinut kuitenkin tuntua, että pelillistetyt elementit olivat liian vahvasti esillä, jolloin uhkakuva olisi voinut ainakin osittain toteutua. Tämä oli kuitenkin tietoinen riski, joka tehokkaamman havainnoinnin vuoksi oli järkevää ottaa.

Prototyypin tehtävät pyrittiin suunnittelemaan siten, että ne noudattelivat uutissovelluksen perinteisten käytänteiden logiikkaa, eivätkä vaatineet käyttäjältä älyttömän suuria satsauksia pisteiden kartuttamiseksi. Näin pystyttiin välttämään alaluvussa 4.2.2 uhkakuvana mainittu käyttäjien manipulointi ja hyväksikäyttö. Tehtävät myös valittiin prototyyppiin sellaisista konteksteista, etteivät ne olleet ristiriidassa tehtävän luonteen kanssa tai aiheuttaneet tahattomasti mielipahaa.

Tehtävistä kerättävistä pisteistä pyrittiin luomaan prototyyppiin alaluvussa 4.2.3 mainittu tunne edistymisestä ja palautekierre, jonka avulla käyttäjä palaisi aina uudestaan keräämään lisää pisteitä. Huomionarvoista tämän tutkimuksen toteutuksen osalta oli kuitenkin se, ettei kertaluontoisessa testauskerrassa ollut mahdollista saada koehenkilön kanssa kovinkaan syvällisiä havaintoja pitkäkestoisemmasta palautekierteestä.

Pisteiden sarjataulukko puolestaan motivoi prototyypissä luvussa 4.2.3 kuvailtuun sarjataulukossa nousemiseen ja mahdollisten palkintojen voittamiseen. Prototyypissä oli kuvitteellisenä palkintona osallistuminen Yle-mukin arvontaan. Tässäkin aspektissa oli huomionarvoista, ettei vallitsevan tutkimuslaajuuden sisällä ollut mahdollista tehdä koehenkilöiden toi-

mista pidempiaikaisia arvioita, jotka olisivat olleet hyödyllisiä sarjataulukon vaikuttavuutta arvioitaessa. Tutkimusasetelma oli kuitenkin rakennettu niin, että käyttäjä sai kokeiltua sekä tehtäviä ja sarjataulukkoa, jonka jälkeen hän itse arvioi omaa suhtautumistaan niiden vaikutuksiin, jolloin koehenkilön käytöksen havainnointi jäi pienempään osaan tutkimustuloksen muotoutumisessa.

Alaluvussa 4.2.3 esiteltiin myös neljä erilaista näkökulmaa uutisjournalismin pelillistämiseen. Prototyypissä näistä näkökulmista kehityspolkuja pyrittiin luomaan tehtävien ja niistä saatavien pisteiden avulla. Toisaalta pisteet olivat myös palautekeino käyttäjän suuntaan, kun tarpeeksi pisteitä keräämällä pääsi arvonnasta kiinni myös hyödylliseen palkintoon. Sosiaalinen yhteys syntyi prototyypissä lähinnä pistetaulukon kautta, jossa käyttäjä pystyi vertaamaan omaa pistesaldoaan muiden käyttäjien vastaaviin lukemiin. Viimeisenä näkökulmana olivat käyttöliittymä ja käyttökokemus, jotka prototyypissä ottivat mallia mobiilipelien konventioista esimerkiksi tehtävien jaottelussa ja pistetilastojen muotoilussa.

6.4 Rakentaminen

Prototyyppiä kehitettiin suunnitteluvaiheen jälkeen koko ajan sen tulevassa käyttöympäristössä, joka koostui Expo-kehitysalustasta ja iPhone-puhelimesta. Koehenkilöt tulisivat käyttämään testausilanteessa älypuhelinlaite prototyyppisovelluksen testaamiseen, joten rakennusvaiheessa haluttiin mahdollisimman hyvin pyrkiä koko ajan peilaamaan kehitystyötä oikeaan toimintaympäristöön.

Rakennusvaiheessa toimintaympäristön rajausta oli suurin pohdittava kysymys. Koska tutkijalla itsellään oli käytössään vain iOS-käyttöjärjestelmää käyttävä iPhone, ei Android-älypuhelimia pystytty rakennusvaiheessa juurikaan testaamaan. Vaikka Expo-kehitysalusta tarjoaa iOS:lle ja Androidille lähes vastaavanlaiset tuet, ei muutamilla lyhyillä Android-puhelinten testauskerroilla prototyyppisovellus toiminut luotettavasti. Lisäksi prototyypin lopullisessa testausversiossa päädyttiin käyttämään yhtä vain iPhone:lle tuettua ominaisuutta (SafeAreaView). Kyseinen ominaisuus vaati myös, että prototyyppiä käyttävässä puhelimesa on oltava vähintään iOS11-käyttöjärjestelmä.

Tutkimuksessa päädyttiin käyttämään vain iOS-käyttöjärjestelmän puhelimia, jotta toimin-

tavarmuus testaustilanteessa olisi mahdollisimman korkea. Android-käyttöjärjestelmien pois jättäminen rajasi hieman potentiaalista koehenkilöyleisöä, mutta testaustilanteen sujuvuuden ja varmuuden kannalta iOS-käyttöjärjestelmässä pitäytyminen tarjosi suuremmat hyödyt.

Rakennusvaiheessa täytyi myös määritellä tilastoja ja tehtäviä varten, millä kriteereillä rekisteröidään yksittäinen uutinen luetuksi. Helpoin ja yksinkertaisin tapa olisi ollut tehdä rekisteröinti heti uutisen avattaessa, mutta tällainen tilasto ei olisi antanut oikeaa kuvaa uutisen lukemisesta. Lisäksi tällaista rekisteröintiä olisi ollut helppo pisteitä kerätessä käyttää hyväksi, kun olisi voinut hyppiä nopeasti uutisesta toiseen niitä lukematta.

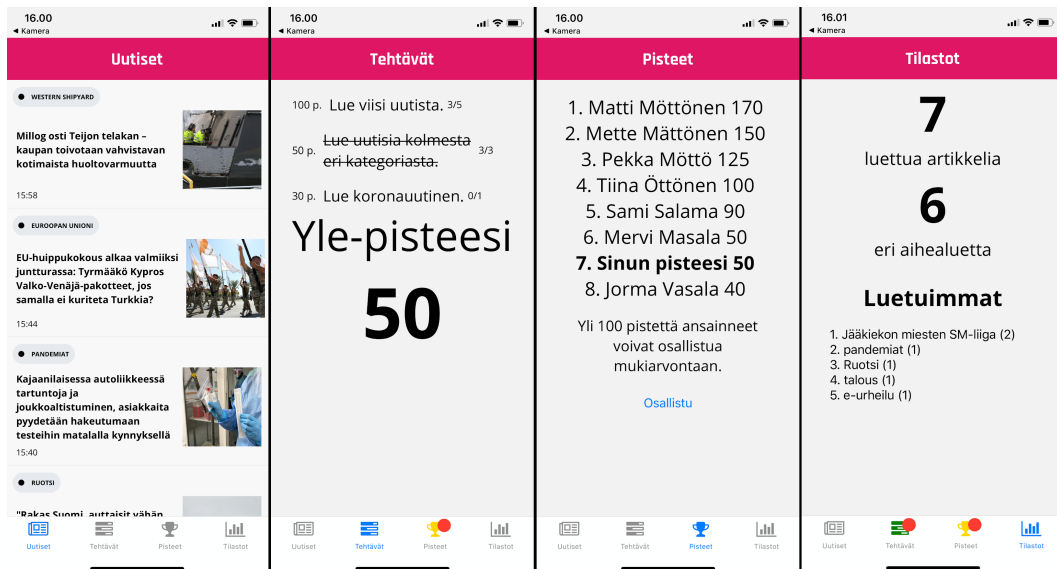
Laajemminkin pohdittuna on melko filosofinen kysymys, missä kohtaa ihminen on lukenut uutisen. Onko se vasta siinä kohtaa, kun hän on lukenut jokaisen uutisen rivin? Vai riittääkö esimerkiksi puolet tekstistä? Toisaalta etenkin lyhyissä uutisissa asiat pyritään kertomaan yleisölle mahdollisimman nopeasti ja yhteisvetomaisen tiivistetysti (Kuutti 2012, 209). Täten voidaan myös ajatella uutissovelluksen kontekstissa, että otsikko, alaotsikko, kuva ja leipätekstin alku kertovat jo ison osan uutisesta. Siksi tämän tutkimuksen prototyypissä määritettiin ikkuna-ajan (ks. Lagun ja Lalmas 2016, 14) innoittamana omanlaisensa raja rekisteröimistä varten. Rekisteröinti tehtiin, kun käyttäjä avasi uutisen ja sormellaan rullasi uutista eteenpäin otsikosta, alaotsikosta ja kuvasta leipätekstin alkuun. Rajan ylittäminen toteutettiin ruudun horisontaalista kohtaa mittaavan muuttujan avulla.

Rakennusvaiheessa havaittiin myös, että tehtävät kannattaa jättää näkyviin myös niiden suorittamisen jälkeen, jottei koehenkilö suorita huomaamattaan jotakin tehtävistä. Lisäksi uutena ominaisuutena uutislistauksen yhteyteen tehtiin aihealueen kohdalle pieni ikoni, joka muuttui mustasta harmaaksi, kun käyttäjä oli lukenut uutisen. Näin käyttäjä tiesi lukeneensa jo kyseisen uutisen, eikä epähuomiossa siirtynyt lukemaan sitä uudelleen. Toisena uutena ominaisuutena lisättiin alapalkin tehtävät- ja pisteet-välilehtien ikoneihin ilmoitukset, jotka aktivoituivat kun käyttäjä suoritti onnistuneesti tehtävän tai nousi sijoituksissa pistelistalla. Pienellä punaisella ilmoituspallolla ja ikonin värin vaihtumisella saatiin pelillistettyihin elementteihin lisää elävyyttä, jolloin käyttäjä huomasi ne helpommin.

Rakennusvaiheen lopussa haastattelurunkoa tehdessä päädyttiin vielä vaihtamaan välilehtien järjestys muotoon: uutiset, tehtävät, pisteet ja tilastot, jotta käyttäjän aktiivisia toimia eniten

vaativa tehtävät-osio olisi mahdollisimman näkyvällä paikalla. Rakennusvaiheessa pystyttiin määrittämään myös, minkä tyyppisiä uutisartikkeleita Ylen Articles v2 -rajapinnasta prototyypin uutislistaukseen haluttiin valita. Prototyyppiin valittiin käytettäväksi rajapinnassa suomenkielisiksi merkittyyä kansallisen tason uutisia, mikä vastasi suurelta osin esimerkiksi Yle.fi -sovelluksesta löytyvää tuoreimpien listaa.

Prototyypin rakennusvaihe eteni jokseenkin suunnitelmien mukaan ilman suurempia tiesulkuja. Ylen Articles v2 -rajapinnan tekstisisältöjen näyttämiseen tarvittavan Markdown-ominaisuuden käyttöä tosin ei ollut suunnitteluvaiheessa ennakoitu, mikä aiheutti jonkin verran lisätyötä. Prototyypin testausversioon jäi myös vielä muutamia bugeja, joista näkyvimmit liittyivät tiettyjen Articles v2 -rajapinnan kautta välillisesti tulevien kuvien kuvasuhteeseen. Ongelmia esiintyi kuitenkin viimeisessä versiossa hyvin harvoin, eivätkä ne olleet käyttökokemuksen tai testaustilanteen kannalta merkittäviä. Valmiin prototyypin välilehdet on esitelty kuvankaappauksena kuviossa 9.



Kuvio 9. Valmiin prototyypin sovelluksen välilehdet.

7 Tulokset

Tässä luvussa analysoidaan tutkimusaineistoa ja käsitellään tuloksia tutkimuskysymysten avulla jaoteltuna. Viimeisessä alaluvussa kerrotaan, mitä tulokset tarkoittavat media-alan tulevaisuuden kannalta. Tutkimuskysymykset ovat:

- Millaisia kokemuksia uutissovelluksen pelillistäminen herättää nuorissa käyttäjissä (18–29-vuotiaat)?
- Voiko pelillistäminen lisätä nuorten käyttäjien mielenkiintoa uutisia kohtaan?
- Vaikuttaako pelillistäminen nuorten kokemukseen uutisten uskottavuudesta?

Tutkimuskysymysten teemoja on tässä luvussa analysoitu alaluvussa 5.5 kuvatulla tavalla. Ensin on käsitelty teemaa yleisesti koko aineiston vastauksiin peilaten ja sen jälkeen on siirrytty kohti yksittäisiä ja mielenkiintoisia käsityksiä kyseisestä teemasta.

Kuten alaluvussa 5.1 on todettu, ei laadullisessa tutkimuksessa pyritä empiirisesti yleistäviin ja päteviin päätelmiin toisin kuin tilastollisessa tutkimuksessa, mikä näkyy tämän luvun aineistoa koskevien määreiden kuvailussa.

7.1 Ensihavainnot haastattelutilanteista ja aineistosta

Jo ennen aineiston varsinaista käsittelyä tutkija teki haastattelutilanteiden perusteella tiettyjä havaintoja, jotka on syytä ottaa huomioon ennen varsinaiseen analyysiin siirtymistä. Ensinnäkin on tärkeää huomioida, että rekrytointikanavilla ja rekrytointiviestin muotoilulla on suuri vaikutus aineiston muodostumisessa.

Uutissovelluksen pelillistämisen mainitseminen rekrytointiviestissä toi mukaan enemmän aiheeseen myönteisesti suhtautuvia kuin siihen kielteisesti suhtautuvia. Useampi haastateltava mainitsi tutkimushaastattelun aikana ilmoittautuneensa mukaan siksi, että aihe kuulosti kiinnostavalta tai että hän halusi nähdä, minkälaista uutissovelluksen pelillistäminen voisi olla. Käytännössä kaikki 15 tutkimushaastateltavaa suhtautuivat yleisesti myönteisesti uutissovelluksen pelillistämiseen, joskaan kaikki eivät olleet varmoja sen vaikutuksesta omaan uutiskulutukseensa.

Tutkimusaineistosta olisi tullut kattavampi, jos mukana olisi ollut myös kielteisemmin ilmiöön suhtautuvia haastateltavia. Nyt tutkimuksen vaarana on, että pienen ja myönteisen otoskoon takia yleistetään liikaa uutissovelluksen pelillistämistä puoltavia asioita. Toisaalta sopivien haastateltavien löytäminen olisi voinut olla vaikeaa, jos rekrytointiviesti olisi ollut aivan geneerinen, eikä siinä olisi mainittu lainkaan uutissovellusta tai pelillistämisen konseptia.

Haastateltavat rekrytoitiin tutkijan omien sosiaalisen median kanavien kautta. Tutkija on ollut aiemmassa ammatissaan varsin aktiivinen sosiaalisen median käyttäjä urheilun saralla. Tämä näkyi myös haastateltavissa, joista iso osa oli kiinnostunut urheilusta. Kaikki haastateltavat eivät kuitenkaan olleet urheilusta erityisen kiinnostuneita, eikä urheilupainottuneisuudella ollut suurta vaikutusta aineiston laatuun. Eri uutisaihealueiden kiinnostuksen kohteet eivät olleet tutkimuksen kohteena. Tutkijan omien sosiaalisen median kanavien käyttäminen rekrytoimiseen ja tutkijan työskentely Yleisradiossa tekivät myös suurimmalle osalle haastateltavista selväksi tutkimuksen linkittymisen Yleisradioon yhteistyökumppanina, vaikkei sitä rekrytointiviestissä erikseen mainittukaan. Viimeistään asia tuli selville prototyypin kokeilussa, kun haastateltava luki Ylen uutisia ja ansaitsi "Yle-pisteitä".

Haastattelurunkoa rakentaessa tutkija kävi pohdintaa siitä, onko tarvetta varioida haastatteluteemojen järjestystä, jotta tietyt aihepiirit eivät aina seuraisi toista. Varsinainen haastattelutilanne ei kuitenkaan koehaastattelun perusteella kestänyt niin pitkään, että haastateltavat olisivat ehtineet väsyä tai kyllästyä. Lisäksi prototyypin toiminnallisuudet oli rakennettu siten, että kunkin pelillistetyn ominaisuuden (tehtävät, pisteet, tilastot) toiminnallisuudet tulivat parhaiten esille käymällä ominaisuudet läpi tietyssä järjestyksessä. Ennen tehtävien suorittamista ei voinut olla pisteitä, joten niiden keskinäistä järjestystä ei kannattanut vaihtaa. Toisaalta tilastoja ei ehtinyt kertyä ennen kuin tehtäviäkin oli suoritettu ainakin jonkin verran. Näiden seikkojen takia kaikissa haastatteluissa pitäydettiin pääosin haastattelurungon järjestyksessä, vaikka järjestystä muuttelemalla tietyistä ominaisuuksista olisi voitu saada erilaisia vastauksia, kun jotakin toista ominaisuutta ei olisi vielä käsitelty ennen sitä.

Haastattelutilanteissa havaittiin varsin nopeasti, että rakennettuun prototyypin oli jäänyt yksi selkeä suunnitteluvirhe. Tutkija oli rakentanut prototyypin tehtävän, jossa käyttäjän piti lukea koronauutinen. Tehtävän suorittamista tarkistettiin kuitenkin vain uutisartikkelin

aihealue, ei otsikkoa. Lähes kaikki tutkimushaastateltavat etsivät koronauutista nimenomaan otsikon, eikä aihealueen tunnisteella. Tämä johti siihen, että vaikka haastateltava selkeästi luki koronauutisen, ei hän saanut siitä useinkaan pisteitä, jos uutinen oli merkitty jollakin muulla aihetunnisteella esimerkiksi koronauutisen tapahtumapaikkakunnan mukaan. Tehtävän suorituksen tarkistus olisi ollut parempi rakentaa otsikon kautta, jolloin suorittamiseen olisi kelpuutettu ne uutisartikkelit, joissa korona on mainittu otsikossa. Haastattelutilanteissa tutkija ohjeisti haastateltavia aihetunnisteen merkityksestä koronatehtävän tekemiseen, jos haastateltava ei saanut pisteitä korona-otsikoidun uutisen jälkeen.

Haastateltavat pääsivät prototyypin testausvaiheessa käyttämään prototyyppiä omaan vapaaseen tahtiinsa kahdesti. Aluksi heti sovelluksen käynnistämisen jälkeen heille annettiin vain yleinen ohje "uutisten lukemisesta ja sovelluksen selailusta". Pisteet-välilehden tarkastelun ja siitä keskustelemisen jälkeen he saivat myös jatkaa selailua vapaasti. Haastateltavia pyydettiin näissä kohdissa ajattelemaan ääneen tekemisiään ja havaintojaan, jotta tutkija pystyi toistamaan vastaavat toiminnot omalla älypuhelimellaan. Samalla saatiin arvokasta ajatusvirtaa haastateltavilta.

7.2 Aineiston analyysi

Tutkimushaastatteluun osallistuneiden uutislähteiden valinnasta löytyy viittaavuuksia alaluvussa 2.2 esiteltyyn median murrokseen. Tutkimusta varten haastatellusta 15 henkilöstä 14 nimeää älypuhelimien pääasialliseksi uutislähteekseen, kun yhdelle pääasiallinen lähde on tietokone. Tähän vaikuttaa osaltaan haastateltavien rekrytoinnissa vaatimuksena ollut älypuhelimien käyttö uutisten lukemiseen, joskaan rekrytoinnissa ei vaadittu älypuhelimien olevan pääasiallinen uutislähde. Median murros näkyy myös siinä, että 15 haastateltavasta vain kolme mainitsee koko haastattelun aikana sanomalehden ääneen, lähinnä satunnaisen selailun uutislähteenä.

Toisaalta alaluvussa 2.2 mainitut kilpailevat sisällöntuottajat ovat vahvasti esillä tässä tutkimusaineistossa etenkin sosiaalisen median osalta. Yli puolet haastatelluista mainitsee sosiaalisen median yhdeksi uutislähteekseen.

"Varsinkin nyt koronan aikana on korostunut se, että kaverit ja tutut jakavat uu-

tissisältöä enemmän ja enemmän myös Instagramissa ja puhuvat myös siitä, mitä tapahtuu.", N29

Tutkimusaineiston haastateltavat ovat myös aktiivisia mobiilisovellusten käyttäjiä. Kaikilla haastatelluilla on jokin uutissovellus puhelimessaan ja suurimmalle osalle se on myös ensisijainen uutislähde. Tässäkin on havaittavissa alaluvun 2.3 kaltaisia trendejä, joskin haastateltavien valinnalla on aivan oleellinen vaikutus asiaan. Rekrytointikutsussa mainittiin uutissovellus ja älypuhelin, joten on luontaista että nämä asiat korostuvat myös haastateltavien vastauksissa.

Suurin osa tutkimusaineiston haastateltavista kertoi harrastavansa pelaamista varsin vähän. Kaikille haastatteluun osallistuneille pelaamisen peruskonventiot, kuten pisteet, tehtävät ja tilastot olivat kuitenkin tuttuja. Kaikilla haastatteluun osallistuneilla oli jokin käsitys pelillistämistä terminä, mikä vahvistaa luvussa 3 kuvattua termin yleistymistä. Jo rekrytointiviestissä mainittiin uutissovelluksen pelillistäminen, jolloin on oletettavaakin, että kutsuun tarttuneet ymmärtävät haastattelun aiheen ainakin jollakin tasolla. Tosin käsityksessä pelillistämistä oli jonkin verran eroa riippuen haastateltavan taustasta.

"Kyllähän siitä koulumaailmassakin puhutaan, että perinteisen tehtävämonisteen sijaan tehtäisiinkin jokin peli tai tehtäväsarja, jonka avulla saataisiin oppilas itse tekemään, aktivoitumaan ja motivoitumaan siihen hommaan.", N27

"Muistan olleeni joskus hyvin vaikuttunut jostain tällaisista pelillistetyistä journalistisista tuotteista. Financial Times taisi tehdä joskus sellaisen Uber-pelin, että miten itse pärjäisit Uber-kuskina.", N29

7.3 Nuorten käyttäjien kokemukset uutissovelluksen pelillistämisestä

Tässä alaluvussa käydään läpi tutkimushaastateltavien kokemuksia prototyypistä. Kokemukset on jaoteltu prototyypin kolmen pelillistetyn elementin mukaan. On kuitenkin muistettava tuloksia luettaessa, että tehtävät, pisteet ja tilastot ovat vain osa pelillistämisen ilmiötä, jolloin siitä jää myös paljon tämän tutkimuksen ulkopuolelle.

7.3.1 Tehtävät

Haastateltavat aloittivat uutissovelluksen prototyypin kokeilemisen tietämättä vielä tarkemmin, minkälaisia tehtäviä he ovat suorittamassa. Ainoa tieto tehtävistä oli alapalkissa näkyvä tehtävät-välilehti. Kun haastateltava sai suoritettua ensimmäisen tehtävänsä uutisia lukemalla, käsiteltiin haastattelussa tehtävien suorittamista laajemmin.

Suoritettuun tehtävään reagoitiin pääosin myönteisesti. Tehtävän suorittaminen herätti kysymyksiä siitä, miksi tehtäviä tehdään uutissovelluksessa ja mitä niistä ansaituilla pisteillä voi tehdä. Alaluvussa 4.2.3 mainittujen kehityspolkujen tekeminen näkyväksi onkin vastausten perusteella tärkeää tehtäviin liittyvissä pelillistyksissä. Toisaalta vaikka asetelma tehtävien suorittamisesta uutissovelluksen kontekstissa oli uusi, ymmärsivät kaikki haastateltavat heti tehtävälistauksen nähtyään suunnilleen, mistä on kyse. Tehtävät tekivät myös tutkimushaastateltavista selkeästi tietoisempia omasta uutiskulutuksestaan.

"Kun luin niin sanotusti toisella kierroksella, niin sitten keräsin pisteitä. Enkä tiedä, olinko sitten enää niin kiinnostunut uutisten lukemisesta? Vai pisteiden keräilystä?", M29

Lyhyessä, noin tunnin kestävässä, haastattelusessiossa on mahdotonta mitata tarkasti tehtävien pidempiaikaisia vaikutuksia uutissovelluksen käyttöön. Yli puolet haastatelluista kuitenkin näki jonkinlaisia hyötyjä tehtävien tekemisessä. Useamman henkilön vastauksissa nousi esiin uutisten lukeminen itsensä sivistämistä varten. Tehtäviä voidaan siis ajatella ohjaavina elementteinä tai motivaattoreina (ks. alaluku 4.2.3), jotka synnyttävät tunteen saavutuksesta tai kompetenssista.

"Nyt menin heti lukemaan Valioliigaa, mikä minua kiinnostaa. Se oli selkeä valinta. Mutta jos minun pitäisikin lukea johonkin vaikkapa talouteen liittyvää, mikä ei oletuksena ole niin kiinnostavaa, mutta se voisikin olla fiksua luettavaa ainakin.", M29

Toisaalta osalle tehtävien tekeminen ei tuntunut luontealta uutissovelluksen kontekstissa, ainakaan pidempiaikaisesti. Moni myönteisestikin suhtautunut pohti, kuinka kauan jaksaisi tehdä tehtäviä ennen kuin kyllästyisi. Osa haastateltavista puolestaan kertoi olevansa luon-

teeltaan suorittajia, minkä takia tehtävien tekemisestä voisi tulla päivittäinen rutiini. Pelkän suorittamispaineen takia muotoutunut rutiini ei välttämättä kuitenkaan ole kestävä muutos, vaikka uutismedia sillä joksikin aikaa sitoutuneemman käyttäjän (ks. alaluku 2.4) saisisikin.

"Nyt tekisi heti mieli mennä lukemaan koronauutinen. Olen niin suorittaja, niin haluaisin saada nyt nuo kaikki tehtyä ja pisteet mahdollisimman korkeaksi. - - Vähän jos mieltii jotakin Pokemon Go –peliä, niin aluksi niitä haluttiin kerätä ihan hirveästi ja sitten se innostus laski. Tapahtuisiko tässä sama?", N18

Myös tehtävien sisällöllä on vaikutusta siihen, miten tehtävät uutissovelluksessa koetaan. Tämän tutkimuksen prototyypissä tehtävät olivat varsin yksinkertaisia (ks. kuva 9). Tarkemmin uutisten sisältöön paneutuvat tehtävät voisivat sitouttaa käyttäjän paremmin nimenomaan johonkin yksittäiseen uutisartikkeliin. Toisaalta vaikeusaste voisi olla myös vaihteleva, jotta eritasoiset lukijat pystyisivät kaikki ansaitsemaan pisteitä.

"Olisi vähän kuin pistokokeet siitä uutisesta. Se voisi olla ihan hyvä, kunhan siitä ei tulisi sellaista painetta, että pitää nyt suoriutua tästä näin. Joskus se uutisten lukeminen on sellaista ”pläräämistä” ja ajantappamista, niin sitä ei välttämättä ihan jokaista riviä luekaan.", M29

Käyttöliittymän merkitys (ks. 4.2.3) nousi myös esiin. Jos yksittäistä uutista koskeva tehtävä ei ole heti uutisen yhteydessä, voi sen tekeminen jälkikäteen tehtävät-välilehdeltä tuntua hankalalta. Tehtävien sijoitteluun kannattaa siis kiinnittää tarkkaa huomiota pelillistämistä suunnitellessa.

Oma mielenkiintoinen näkökulmansa tehtäviin liittyen on niiden valinta ja muotoilu. Kuka valitsee tehtävät ja minkälaisella agendalla? Yksi tutkimushaastateltava ehdotti jopa, että toiset käyttäjät voisivat toimia pelillistämisen palveluntarjoajana (ks. alaluku 3.3) valitsemalla kavereilleen tehtäviä ennalta määrättyjen tehtävien sijaan.

"Onko se vähän sitten ohjailua, jos se uutisten tuottaja pakottaisi lukemaan tietynlaisia uutisia? Sillä pelaajalla ei olisi niin valtaa valita, minkälaisia uutisia hän lukee tai kuluttaa.", M28

Tehtävät-välilehdellä nousi esiin myös kontekstin merkitys uutissovellusta pelillistettäessä, josta Ferrer Conill ja Karlsson (2015, 11) ovat puhuneet.

"Ei sitten kysytäkään mistään kansanmurhasta, eikä jostain päällä olevasta MeToo-oikeudenkäynnistä.", N29

7.3.2 Pisteet

Pisteiden kerääminen liittyy elimellisesti tehtävien tekemiseen, ja edellisessä alaluvussa mainittiinkin jo kysymys siitä, mihin pisteitä käytetään. Pisteet-välilehteä tutkittiin tutkimushaastattelussa tehtävien jälkeen, jolloin suurin osa haastateltavista ymmärsi nopeasti, että pisteillä voi kilpailla muiden käyttäjien kanssa ja osallistua palkinnon arvontaan.

Pisteiden kerääminen jakoi enemmän mielipiteitä kuin tehtävien tekeminen. Osa tutkimushaastateltavista sanoi olevansa kilpailuhenkisiä ja kilpailevansa mielellään myös muita käyttäjiä vastaan, mutta pisteet keräsivät myös selkeästi kielteisiä mielipiteitä. Monelle haastateltaville kilpailun palkinnoilla on esimerkiksi suuri merkitys, kuten Ferrer Conill ja Karlsson (2015, 18) ovat aiemmassa tutkimuksessaan esittäneet. Tämän tutkimuksen prototyypissä pystyi tietyn pistemäärän kerättyään osallistumaan kuvitteelliseen mukiarvontaan.

"Hetimit alkoi motivaatio nousta, kun voi voittaa jonkun mukin. Jos se on Sohvimuki (Sohvaperunat), niin sitten vielä suuremmin. Juuri jotain tällaisia, että tätä ei myydä missään ja tämän saa voi saada vain tiettyä kautta.", N28

Sen sijaan alaluvussa 4.2.3 esiin nostettu vertailu muihin käyttäjiin ei prototyypin rakenteessa muodossa sitouttanut käyttäjiä kovinkaan vahvasti. Prototyypissä pistelistalla oli kymmenen kuvitteellista nimeä kaikista sovelluksen käyttäjistä (ks. kuva 9). Iso osa haastateltavista olisi mieluummin kilpaillut kavereita tai tuttuja ihmisiä vastaan.

"Ei [kilpailu] ehkä tällä tavalla näin isossa joukossa kiinnostaa. Mutta kun on ollut näitä MM-kisaveikkauksia tai muita, niin niissä se juttu on ollut se oma porukka. Eikä se, että olen parin tuhannen muun suomalaisen kanssa.", N24

"Tässä olisi mielenkiintoinen, jos pystyisi tekemään kaverien tai koulussa luok-

kien kanssa omia ryhmiä. Ja siinä sitten kilpailla vähän Kahootin tyyliä, että miten on menestynyt.", M23

Ferrer Conill ja Karlsson (2015, 18) ovat aiemmassa tutkimuksessa nostaneet esiin epätaisuuden mahdollisena pistetilastojen ongelmana. Huijaaminen nousikin esiin mahdollisena pelillistämisen ongelmana, jos joku esimerkiksi pisteiden toivossa kiirehtii uutiset läpi lukematta niitä. Toisaalta heräsi myös kysymyksiä pisteiden keräämisen aikavaativuudesta. Jos keskivertokäyttäjällä ei ole aikaa selata uutissovellusta pitkin päivää, niin pääseekö sovelluksen himokäyttäjä karkuun pistetilastossa? TUNE-mallin (Lagun ja Lalmas 2016, 119) mukaisesti voi myös miettiä, onko pisteiden keräämisen vaatimukset suunnattu syvälukijoille vai riittääkö jo pomppulukijan suoritus? Näitä ongelmia pystyttäisiin osin ratkaisemaan onnistuneella käyttöliittymäsuunnittelulla ja rajoituksilla, jotka estävät huijaamisen.

7.3.3 Tilastot

Tilastot-välilehteä tarkasteltiin haastattelussa viimeisenä osiona, kun tehtävistä ja pisteistä oli jo keskusteltu. Tilastot herättivät eniten keskustelua ja suhtautuminen niihin oli myönteisintä. Monelle haastateltavalle tilastot olivat tuttu konsepti muista sovelluksista. Useampi haastateltava pohti, miksei tämän kaltaisia uutistilastoja ole laajemmin saatavilla jo olemassa olevissa sovelluksissa.

Tutkimusaineiston perusteella itsensä sivistäminen on varsin yleinen uutiskulutuksen tavoite, mutta käyttö muovautuu silti useimmiten omien kiinnostusten kohteiden mukaan. Tilastoista voisi olla apua omien uutistottumusten muuttamiseen.

"Than mielenkiintoinen asia tietäinkin, että kuinka paljon lukisi hömppäsälttöjä ja kuinka paljon asiaa. Nyt niitä tulee vaan klikkailtua sieltä sun täältä erilaisilta sivuilta selaimella, niin ne eivät näy missään käytännössä. Tässä ne sitten olisivat.", M28

Lyhyessä, noin tunnin kestäneessä, haastattelutilanteessa tilastot eivät ehtineet prototyyppisovelluksessa kertyä kattaviksi. Pidemmällä ajanjaksolla tilastoista pystyisi kuitenkin tekemään havaintoja omista uutistottumuksistaan, joskin tilastojen liian tarkka syynäminen

voisi aiheuttaa myös suorituspainetta osalle käyttäjistä.

"En tiedä lisäisikö se sitä käyttöä, mutta tekisin varmaankin sen [uutisten lukemisen] aina tätä kautta. Kun niitä uutisia lukisi, niin haluaisi sen jäljen sinne. Ihan samalla tavalla, kun ikinä ei enää halua kävellä ilman aktiivisuusranneketta, kun ne eivät tallennu sinne kelloon. Tässä vähän sama juttu.", N28b

Pidemmälle kehitetystä tilastot-välilehdestä voisi olla käytännön apua uutissovelluksen käyttöliittymätasolla asti. Tilastoihin voisi lisätä yksityiskohtaisen lukuhistorian, josta voisi helposti käydä etsimässä uudelleen käsiinsä lukemansa artikkelin. Tai sovellus voisi tarjota raportin käyttäjän uutiskulutuksesta.

"Tiedän muutamista muista kvantifioiduista sovelluksista, että ne toimivat minulla tosi hyvin. Että ”viikkoraporttisi on täällä”, niin ne toimivat minulle. Silloin tulisin tänne ja kun olisin jo täällä, niin siinä tulisi varmasti katsottua, että mitä uutta on tapahtunut. Ja onko jotain jäänyt lukematta.", N29

Tilastojen esitystavalla on myös iso vaikutus siihen, miten eri käyttäjät kokevat niiden hyödyllisyyden. Tämän tutkimuksen prototyypissä tilastot oli esitetty yksinkertaisina numeroina ja listana (ks. kuva 9). Osalle haastateltavista yksinkertainen tapa oli selkein, mutta moni kaipasi visuaalisempaa esitystapaa, esimerkiksi erilaisia grafiikoita.

Tilastojen kohdallakin sosiaalisuus nousi esiin. Käyttäjät haluaisivat vertailla omia tilastojaan esimerkiksi koko sovelluksen käyttäjäkunnan keskiarvoihin, jotta pystyisivät paremmin asemoimaan itsensä uutiskuluttajana. Toisaalta vertailuaspekti saattaisi tehdä tilastojen keräämisestäkin kilpailun.

"Mitä omanikäiseni seuraavat eniten? Ja mitä taas vaikka 60-vuotiaat naiset seuraava, onks niissä paljon eroja? Se olisi tosi mielenkiintoinen.", N18

"Se [vertailu] kertoisi tavallaan, että millä tasolla itse menet ja pystytkö parempaan. Ja taas jos saisi kaverit linkattua johonkin lukupiiriin, niin sekin olisi jännä nähdä, mitä muut lukevat. Ja jos joku vaikuttaa tietävän uutisista paljon, niin sen pitäisi näkyä täällä.", M28b

7.4 Uutissovelluksen pelillistäminen ja mielenkiinto uutisia kohtaan

Uutissovelluksen pelillistämisen vaikutus nuorten käyttäjien mielenkiintoon uutisia kohtaan ei ole yksiselitteinen asia tämän tutkimusaineiston perusteella. Ensinnäkin mielenkiinnon lisääntymisen todeksi näyttämiseen tarvittaisiin huomattava määrä pidempiaikaista aineistoa, jossa koehenkilöt saisivat pelillistetyt elementit käyttöön jo olemassa olevaan uutissovellukseensa. Toisekseen tämän tutkimuksen haastateltavissa myönteisesti pelillistämiseen suhtautuvat ovat yliedustettuna (ks. tarkemmin alaluvusta 7.1). Vaikka pääosa tämän aineiston haastateltavista uskoi pelillistämisen voivan lisätä kiinnostustaan uutisia kohtaan, on mahdotonta vetää johtopäätöstä, että isossa mittakaavassa mielenkiinto varmasti kasvaisi.

Silti tämän tutkimuksen perusteella voi sanoa, että uutissovelluksen pelillistämällä on mahdollisuus lisätä käyttäjien mielenkiintoa uutisia kohtaan. Havainto tukee näkemystä (Ferrer Conill 2018, 223, 243), että pelillistämisen keinot voivat vaikuttaa myönteisesti nuorten käyttäjien uutissovellusten käyttöön. Tämän tutkimuksen haastateltavien vastaukset vahvistavat tuota näkemystä, kuten myös haastateltavien tapa vertailla testitilaisuutta tavalliseen käyttökokemukseensa. Lisätyt elementit ovat tuttuja muista nykypäivän ympäristöistä ja pääosa haastateltavista kokee pelillistetyt elementit lisäominaisuuksina omaan aiempaan uutiskokemukseensa.

"En näe, että olisi mitenkään tavallaan ”väärin” tuoda uutisiinkin tällaista pelillistämistä. Tulee ihan sellainen olo, että miksei tällaista ole? Miksei tätä ole missään otettu aiemmin käyttöön, eihän tästä ole mitään haittaa?", M28b

Vaikutus mielenkiintoon myös vaihteli eri pelillistettyjen elementtien välillä. Tilastot olivat eniten myönteisiä huomioita kerännyt elementti, jonka moni uskoi kasvattavan mielenkiintoa uutisia kohtaan. Toisena olivat tehtävät, joita noin puolet piti mielenkiintoa kohottavana. Vähiten myönteisiä huomioita keräsi pisteiden kerääminen, johon muutama suhtautui myös kielteisesti.

"Tämä oli piristävä, etenkin tilastot. Siinä missä tehtäville ja pisteille vähän nauroin, että vähän voisin kisalla. Mutta tilastot tuntuivat sellaiselta oikeasti mielenkiintoiselta tiedolta, mitä oikeasti haluaisin omasta käytöksestäni tietää.", N28c

Tässä tutkimuksessa haastateltiin 18-29-vuotiaita henkilöitä. Haastatteluissa nousi useamman kerran esiin, että vieläkin nuorempi osa väestöstä voisi itse asiassa olla vastaanottavampi uutissovelluksen pelillistämiseksi.

"Alkuun ajattelin, ettei tämä olisi ihan minua varten. Että näkisin tämän enemmän niillä alaikäisillä oppilaillani, joita ei media kiinnosta. Ja pitää potkia, että edes jaksaisivat jonkin uutisen lukea. Mutta kun tehtäviä rupesi katsomaan ja tuli kilpailun ja pelaamisen elementti, niin sitten se tuntui kuitenkin ihan motivoivalta.", N27

"Varmasti voisi olla nuorille ala- tai yläasteikäisille ihan positiivista joku tällainen. Niin saisi niitäkin enemmän lukemaan uutisia. Ja olisi hyvä, että pystyisi tekemään omia ryhmiä luokan kesken ja opettaja voisi hallita sitä.", M23

7.5 Uutissovelluksen pelillistäminen ja uskottavuus

Kolmanteen tutkimuskysymykseen tämän tutkimuksen aineisto antaa selkeimmän vastauksen, joskin erityisesti uskottavuudesta puhuessa on otettava huomioon aineiston painottuminen myönteisesti pelillistämistä ajatteleviin (ks. alaluku 7.1). Tämän tutkimuksen haastattelujen perusteella pelillistäminen ei heikennä käyttäjien käsitystä uutisten uskottavuudesta. Kattavamman arvion tekemiseksi olisi kuitenkin hyvä kuulla myös kielteisemmin pelillistämiseen suhtautuvia.

Tässä tutkimuksessa kaikki haastateltavat kokivat uutissovelluksen uutiset yhtä uskottavina, vaikka prototyypissä oli mukana pelillistettyjä elementtejä. Alaluvussa 4.2.2 mainitut uhkakuvat liiallisesta pelillistymisestä tai journalismin vesittymisestä eivät ainakaan tämän tutkimuksen perusteella toteutuisi, vaikka uutissovelluksiin lisättäisiin pelillistettyjä elementtejä. Esimerkiksi tilastojen katseleminen oli osalle haastateltavista niin tuttua muista yhteyksistä, että he ihmettelivät koko kysymystä uskottavuudesta.

"En meinaa edes keksiä, mistä ei olisi jonkinlaista tilastoa tai tutkimusta. Niin se on aika ihme, jos tällaisesta aiheesta ei olisi. En usko, että se olisi nykypäivänä mitenkään outoa ainakaan minun ikäluokassani.", N18

Uskottavuuskysymys oli osan silmissä nimenomaan ikään tai sukupolveen liittyvä asia. Vanhemmille henkilöille ja sukupolville pelien maailma voi olla vieraampi, jolloin myös pelillistetyt elementit vaikuttavat eri tavalla uutissovellukseen tuotuna.

"Tämä on niin tätä päivää jo, että aivan täysin uskottavat ja vakavatkin asiat tilastoidaan ja niistä saa jotain porkkanaa. Tai ei porkkanaa, mutta tilastointia tapahtuu niin joka paikassa. Ja tuossahan ajatus on hyvä, niin en näe että se häiritsisi uskottavuutta.", N28b

Uutisten uskottavuuteen pelillistämällä olisi tämän tutkimusaineiston haastattelujen perusteella vaikutusta vasta, jos pelillistetyt elementit muuttaisivat jotenkin uutisisältöjä tai esimerkiksi estäisivät pääsyn tiettyihin uutisiin ennen tarpeellisen pistemäärän keräämistä. Myös käyttöliittymäsuunnittelulla voisi olla laajemmassa kuvassa merkitystä uskottavuuteen. Jos uutissovellus näyttäisi pelillistettyjen elementtien lisäämisen jälkeen enemmän peliltä kuin uutissovellukselta, sillä saattaisi olla vaikutusta uutistenkin uskottavuuteen.

"Jos huomaisin, että uutiset ovat samaa kuin normaalisti, niin en sitä arvioisi eri tavalla, ellei sitä vedettäisi ihan lekkeriksi. Ehkä ennemminkin se, että tunnistaisin silloin, että kyseessä on sovellus, joka toimii vaan eri tavalla ja se tarjoaa minulle asioita eri tavalla.", N28c

Tilastot voisivat joissakin yhteyksissä jopa nostaa uutissovelluksen uskottavuutta. Uutissovellus antaisi enemmän, jos se tarjoaisi keräämänsä datan myös käyttäjien luettavaksi.

"Ehkä voisi mennä jopa toisinpäin, että tämä voisi kasvattaa sitä luottamusta siihen sovellukseen ja mediaan, kun saan lisää. Läpinäkyvyys minun lukuihin ja mahdollisesti muidenkin, se voisi olla positiivinen äkkiseltään ajateltuna.", N29

7.6 Mitä tulokset tarkoittavat media-alalle?

Tämän tutkimuksen tulokset ovat uutissovelluksen pelillistämisen kannalta rohkaisevia, joskaan eivät kovin yksiselitteisiä. Tutkimusaineistossa painottuu myönteisesti tutkittuun ilmiöön suhtautuvat, koska haastateltavat ovat tienneet rekrytointivaiheessa, mistä tutkimuksessa

on kyse (ks. alaluku 7.1). Tämän reunaehdon huomioiden tutkimusaineistosta voi silti tehdä johtopäätöksen, että uutissovelluksen pelillistämisestä voisi löytyä uudenlaisia keinoja tavoittaa nuorta yleisöä.

Mitään media-alan pelastavaa hopealuotia uutissovelluksen pelillistämisestä ei kannata odottaa, mutta pienistä puroista voi syntyä vuosien saatossa suurempikin virta. Sitoutuminen on suosittu mittari media-alalla (ks. alaluku 2.4), mutta käyttäjä ei yhdessä yössä yhtäkkiä vain päättä sitoutua johonkin palveluun. Kiinnostavat pelillistetyt elementit voivat kuitenkin edesauttaa käyttäjää palaamaan sovelluksen pariin uudestaan. Ja toisaalta saada käyttäjän tuntemaan uutissovelluksen ja sen uutiset enemmän omakseen, kun hänellä olisi tehtävien ja tilastojen kautta jonkinlainen kosketuspinta uutiseen. Sitoutuminen olisi todennäköisesti parempaa, kun pelkän lukemisen sijaan käyttäjä myös suorittaisi jotakin uutiseen liittyen. Toki on muistettava, että osa nimenomaan haluaa kuluttaa uutiset yksisuuntaisena eli vain lukea ne sen kummemmin mitään suorittamatta.

Tutkimusaineiston perusteella pelillistetyt elementit ovat selkeästi nuorille käyttäjille varsin luontaisia ja tuttuja muista ympäristöistä. Kynnys pelillistetyn uutissovelluksen käyttämiselle olisi nuorten keskuudessa oletettavasti varsin matala, etenkin kun ottaa huomioon miten yleistä uutiskulutus älypuhelimilla on (ks. alaluku 2.3).

Etenkin tilastojen lisääminen uutissovellukseen vaikuttaisi tämän tutkimusaineiston perusteella olevan suotuisa liike mediataloille, jotka haluaisivat lisää nuoria käyttäjikseen. Nykypäivän sovelluksista löytyy usein tilastoja, joten nuoret käyttäisivät niitä mielellään myös uutissovelluksessa. Mediatalot mittaavat tänä päivänä tarkkaan, mitä heidän käyttäjänsä tekevät (ks. alaluku 2.4), joten tuota aineistoa olisi helppo tuoda myös käyttäjien nähtäväksi.

Tehtävien vaikutusta on vaikeampi arvioida tämän tutkimusaineiston perusteella. Tehtävistä tuli paljon myönteisiä huomioita, mutta vastaukset on saatu lyhyen, noin tunnin, kestäneen prototyypikokeilun aikana. Vaikka suurin osa haastateltavista suhtautui myönteisesti tehtävien tekemiseen uutissovelluksessa, ei todellisuus olisi välttämättä niin ruusuinen. Yhden haastateltavan käyttämä Pokemon Go -vertaus on osuva. Tulisiko uutissovelluksesta laajalle kansanjoukolle paikka tehdä päivittäin tehtäviä, kun alkuinnostus olisi laantunut? Ainakin päivittäisillä tehtävillä voitaisiin palvella uutissovellusten suurkuluttajia.

Myös pisteet ovat tämän tutkimusaineiston perusteella enemmänkin uutissovelluksen suurluttajien kuin peruskäyttäjien juttu. Suurin osa haastateltavista ymmärsi kyllä hyvin pisteiden keräämisen ja kilpailun konseptin, mutta innostus sitä kohtaan ei ollut kovinkaan suurta. Kilpailua haluttaisiin ennemminkin käydä omia kavereita tai tuttuja vastaan. Nuoret ovat tänä päivänä kotonaan sosiaalisessa mediassa (ks. alaluku 2.2), ja tulevaisuudessa uutissovellukset saattavat kehittyä lähemmäs sosiaalisen median palveluita ja päinvastoin. Pelillistämisen sosiaalinen puoli olisikin kiinnostava jatkotutkimusaihe.

Olisi myös mielenkiintoista tutkia käyttäjien käsitystä omasta tekemisestään. Tämän tutkimuksen haastatteluissa pohdittiin lyhyesti ajatusta siitä, tunsiko käyttäjä prototyyppiä kokeillessaan enemmän lukevansa uutisia vai pelaavansa peliä. Suurin osa koki yhä lukevansa uutisia, mutta muutama vastasi myös pelaavansa enemmän peliä. Ferrer Conill ja Karlsson (2015, 10) ovat maininneet uutispalvelun pelillistämisen suureksi uhaksi sen, että palvelua pelillistetään liikaa. Olisi mielenkiintoista tutkia, missä tuo raja menee.

Lisäksi olisi kiinnostavaa tutkia uutissovelluksen pelillistämistä vieläkin nuorempien käyttäjien kanssa. Tähän tutkimukseen haastateltavana osallistunut opettaja näki omat yläkouluoppilaansa itseään parempana kohderyhmänä esimerkiksi tehtävien tekemiseen. Vastava tutkimus kannattaisi tehdä myös kielteisemmin pelillistämiseen suhtautuvien henkilöiden kanssa, jotta kuultaisiin laajemmin myös kriittistä ajattelua pelillistämisen ilmiöstä.

Nuorille media on enenevässä määrin myös ajanvietettä ja viihdettä. Uutissovellusta pelillistämällä tuohon murrokseen voidaan vastata ilman, että uutisjournalismia itseään tarvitsee viihteellistää. Tämän tutkimuksen perusteella pelillistetyt elementit eivät vaaranna journalismin uskottavuutta nuorten käyttäjien silmissä, vaikka journalistit (Vos ja Perreault 2020, 9) ovat näitä uhkakuvia maalailleet. Tämä tutkimus vahvistaa aiemman tutkimuksen hypoteesia (ks. Ferrer Conill 2018, 223, 243), että pelillistäminen voi vaikuttaa myönteisesti nuorten käyttäjien uutiskulutukseen.

Nuoret käyttäjät ovat mediatalojen tulevaisuuden rahavirta. Nuorten kulutustottumuksilla on väliä, kun media-ala siirtyy yhä enemmän internetiin ja älypuhelimiin. Pelillisillä elementeillä on mahdollisuus sitouttaa nuoria paremmin uutisjournalismiin, jolloin luotettavalla tiedonvälityksellä on paikkansa myös yhä viihteellisemmässä mediatulevaisuudessa.

8 Yhteenveto

Uutiskulutus on murroksessa, jossa älypuhelin on etenkin nuorempien sukupolvien ensisijainen ja usein jopa ainoa uutisten lähde (ks. luku 2). Suomalaiset myös valitsevat älypuhelimessaan yhä useammin käyttöönsä nimenomaan sovelluksen verkkosivujen sijaan, mikä tekee uutissovelluksesta houkuttelevan paikan kasvulle. Pelillistäminen on 2010-luvulla nousut pintaan niin akateemisessa keskustelussa kuin bisnespiireissäkin (ks. luku 3). Pelillistämistä on nähty esimerkiksi vertaisvaihtopalveluissa, kuvanmuokkaussovelluksissa, oppimis- ja intraympäristöissä sekä uutispalveluissa.

Uutisjournalismin pelillistämistä on tutkittu aiemminkin, mutta enimmäkseen vain tekijöiden eli journalistien näkökulmasta. Journalistit ovat nähneet pelillistämässä paljon mahdollisuuksia, mutta myös uhkia (ks. luku 4). Tämä tutkimus tehtiin vastakkaisesta näkökulmasta nuoria käyttäjiä haastattelemalla. Aineisto koostui viidentoista 18–29-vuotiaan suomalaisen haastattelusta. Videohaastattelut purettiin tekstiksi ja aineistoa analysoitiin laadullisen tutkimuksen keinoin fenomenografisella otteella (ks. luku 5).

Tätä tutkimusta varten rakennettiin pelillistetyn uutissovelluksen prototyyppi (ks. luku 6), jolla tutkittiin yhteistoiminnallisessa arvioinnissa pelillistämisen mahdollisuuksia ja uhkia käyttäjän näkökulmasta.

Tämän tutkimuksen aineistossa painottuvat myönteisesti pelillistämiseen suhtautuvat, mikä on otettava huomioon tuloksia arvioitaessa (ks. tarkemmin luku 7). Tämän tutkimuksen perusteella uutissovelluksen pelillistetyt elementit voivat lisätä nuorten käyttäjien kiinnostusta uutisia kohtaan, mikä tukee aiempia tutkimustuloksia aihepiirin tiimoilta. Toisaalta pelillistetyillä elementeillä ei tämän tutkimuksen perusteella ole vaikutusta nuorten käyttäjien kokemukseen uutisten uskottavuudesta, minkä journalistit ovat aiemmin nostaneet esiin huolenaiheena. Ilmiötä pitäisi kuitenkin tutkia lisää, esimerkiksi kielteisesti peleihin ja pelillistämiseen suhtautuvien henkilöiden kanssa.

Tämän tutkimuksen prototyypin pelillistetyistä elementeistä erityisesti tilastot kiinnostavat nuoria käyttäjiä. Uutiskulutuksen tilastojen lisääminen olisi ensimmäinen helppo askel suomalaisille mediataloille kohti pelillistettyä uutissovellusta.

Lähteet

Al Jazeera. 2014. "Pirate Fishing - An Interactive Investigation". Viitattu 22. toukokuuta 2020. <https://interactive.aljazeera.com/aje/2014/piratefishingdoc/>.

Anderson, Ashton, Daniel Huttenlocher, Jon Kleinberg ja Jure Leskovec. 2014. "Engaging with Massive Online Courses". *WWW 2014 - Proceedings of the 23rd International Conference on World Wide Web*. doi:10.1145/2566486.2568042.

Bogost, Ian. 2011. "Gamification Is Bullshit". Viitattu 29. helmikuuta 2020. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/08/gamification-is-bullshit/243338/>.

———. 2020. "Curiosity Journalism, or the First Decades of Newsgames". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 26. doi:10.1177/1354856520918075.

Bogost, Ian, Simon Ferrari ja Bobby Schweizer. 2010. *Newsgames: Journalism at Play*. ISBN: 9780262014878. doi:10.7551/mitpress/8854.001.0001.

Deterding, Sebastian, Dan Dixon, Rilla Khaled ja Lennart Nacke. 2011. "From Game Design Elements to Gamefulness: Defining "Gamification"". Teoksessa *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*, 9–15. MindTrek '11. Tampere, Finland: Association for Computing Machinery. doi:10.1145/2181037.2181040.

Dontcheva, Mira, Robert Morris, Joel Brandt ja Elizabeth Gerber. 2014. "Combining crowdsourcing and learning to improve engagement and performance". *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*. doi:10.1145/2556288.2557217.

Eskola, Jari, ja Juha Suoranta. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino. <https://www.ellibslibrary.com/jyu/978-951-768-504-7>.

Expo. 2020. "Introduction to Expo". Viitattu 3. elokuuta 2020. <https://docs.expo.io/>.

Ferrer Conill, Raul. 2016. "Points, badges, and news. A study of the introduction of gamification into journalism practice". *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi* 33:45–63. doi:10.2436/20.3008.01.148.

———. 2017. "Quantifying Journalism? A Study on the Use of Data and Gamification to Motivate Journalists". *Television and New Media* 18. doi:10.1177/1527476417697271.

———. 2018. "Gamifying the news : Exploring the introduction of game elements into digital journalism". Tohtorinväitöskirja, Karlstad University, Department of Geography, Media ja Communication (from 2013). <http://kau.diva-portal.org/smash/get/diva2:1240298/FULLTEXT04.pdf>.

Ferrer Conill, Raul, Maxwell Foxman, Janet Jones, Tanja Sihvonen ja Marko Siitonen. 2020. "Playful approaches to news engagement". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. doi:10.1177/1354856520923964.

Ferrer Conill, Raul, ja Michael Karlsson. 2015. "The Gamification of Journalism", 356–383. ISBN: 9781466686526. doi:10.4018/978-1-4666-8651-9.ch015.

Finnish Internet Audience Measurement. 2020. "FIAM-faktat". Viitattu 1. kesäkuuta 2020. <https://fiam.fi/fiam-faktat/>.

Gamification World. 2011. "The father of gamification at GWC14". Viitattu 29. helmikuuta 2020. <https://youtu.be/Y7bHyHR9ysQ>.

Hamari, Juho. 2013. "Transforming Homo Economicus into Homo Ludens: A Field Experiment on Gamification in a Utilitarian Peer-To-Peer Trading Service". *Electronic Commerce Research and Applications* 12:236–245. doi:10.1016/j.elerap.2013.01.004.

Hamari, Juho, Jonna Koivisto ja Harri Sarsa. 2014. "Does Gamification Work? — A Literature Review of Empirical Studies on Gamification". Teoksessa *2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences*, 3025–3034. doi:10.1109/HICSS.2014.377.

Hirsjärvi, Sirkka. 2008. *Tutkimushaastattelu : teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Toimittanut Helena Hurme. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. <https://www.ellibslibrary.com/jyu/9789524958868>.

- Huff, Darrell. 1974. *Kuinka tilastoilla valehdellaan*. Toimittanut R. Laine. Delfinikirjat. Helsinki: Otava.
- Hunicke, Robin, Marc LeBlanc ja Robert Zubek. 2004. "MDA: A formal approach to game design and game research". Teoksessa *Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI*, 4:1722. San Jose, CA, USA. <https://users.cs.northwestern.edu/~hunicke/MDA.pdf>.
- Huotari, Kai, ja Juho Hamari. 2012. "Defining Gamification: A Service Marketing Perspective". Teoksessa *Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference*, 17–22. MindTrek -12. Tampere, Finland: Association for Computing Machinery. doi:10.1145/2393132.2393137.
- Hurmeranta, Markku. 2012. "Talousmedia murroksessa : muutosdynamiikan tarkastelua mediatalouden ja median käytön näkökulmista". Tohtorinväitöskirja, Tampereen yliopisto. <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-8833-7>.
- Juul, Jesper. 2005. *Half-real : video games between real rules and fictional worlds*. Lisäpainokset: Repr. 2011. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Kantar TNS Oy. 2019. "Mind Monitor Media 2019". Ei julkisessa jakelussa, käytöstä sovittu kirjoittajan kanssa.
- Keskisuomalainen. 2015. "Pelaa pakolaispeliä ja testaa, tiedätkö mitkä maat auttavat syyrialaisia". Viitattu 20. toukokuuta 2020. <https://www.ksml.fi/paikalliset/2579852>.
- Koivisto, Jonna, ja Juho Hamari. 2019. "The rise of the motivational information systems: A review of gamification research". *International Journal of Information Management* 45:210. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.013.
- Koskenkorva, Erkki. 2015. "Uutispelien suunnittelu". Tutkielma, Jyväskylän yliopisto. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201511133651>.
- Kuutti, Heikki. 2012. *Mediasanasto*. Jyväskylä: MediaDoc. <http://issuu.com/harrilwickstrand/docs/mediasanasto?e=4143813/3890425>.

Lagun, Dmitry, ja Mounia Lalmas. 2016. "Understanding User Attention and Engagement in Online News Reading", 113–122. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery. ISBN: 9781450337168. doi:10.1145/2835776.2835833.

Lankoski, Petri, Staffan Björk ym. 2015. *Game research methods: An overview*. ETC Press. ISBN: 978-1-312-88474-8. doi:10.1184/R1/6686765.v1.

Lehmann, Janette, Mounia Lalmas, Elad Yom-Tov ja Georges Dupret. 2012. "Model of User Engagement". Teoksessa *International conference on user modeling, adaptation, and personalization*, 164–175. Springer. doi:10.1007/978-3-642-31454-4_14.

Malone, Thomas. 1981. "Toward a Theory of Intrinsically Motivating Instruction*". *Cognitive Science* 5:333–369. doi:10.1016/S0364-0213(81)80017-1.

Media Audit Finland. 2019. "75 prosenttia suomalaisista lukee painettua sanomalehteä tai aikakauslehteä joka viikko". Viitattu 29. huhtikuuta 2020. <https://mediaauditfinland.fi/2019/02/28/75-suomalaisista-lukee-painettua-sanomalehteä-tai-aikakauslehteä-joka-viikko/>.

———. 2020. "95 prosenttia suomalaisista lukee joka viikko sanoma- tai aikakauslehteä jollakin välineellä". Viitattu 14. huhtikuuta 2020. <https://mediaauditfinland.fi/2020/03/17/95-suomalaisista-lukee-joka-viikko-sanoma-tai-aikakauslehteä-jollakin-valineella/>.

Newman, Nic, Richard Fletcher, Antonis Kalogeropoulos ja Rasmus Nielsen. 2019. *Reuters institute digital news report 2019*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf.

Newman, Nic, Richard Fletcher, Anne Schulz, Simge Andi ja Rasmus Nielsen. 2020. *Reuters institute digital news report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf.

Ovaska, Saila, Anne Aula, Päivi Majaranta ym. 2005. *Käytettävyytutkimuksen menetelmät*. Raportti / Tietojenkäsittelytieteiden laitos. Tampere: Tampereen yliopisto. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-9724-7>.

Pihlainen, Aira. 2000. "Hyvä, ihanteellisuus ja epäitsekkyys arvo- ja arvostuskäsityksinä terveydenhuollon koulutuksessa ja työelämässä". Tohtorinväitöskirja, Tampereen yliopisto. <http://urn.fi/urn:isbn:951-44-4763-8>.

React Native. 2020. "Introduction". Viitattu 3. elokuuta 2020. <https://reactnative.dev/docs/getting-started>.

Rissanen, Riitta. 2003. "Työelämälähtöinen opinnäytetyö oppimisen kontekstina : fenomenografisia näkökulmia tradenomin opinnäytetyöhön". Tohtorinväitöskirja, Tampereen yliopisto. <http://urn.fi/urn:isbn:951-44-5806-0>.

Sanomalehtien liitto. 2019. "Digitaaliset sanomalehdet ovat nuorten aikuisten pääasiallinen uutisten lähde". Viitattu 29. huhtikuuta 2020. <https://www.sanomalehdet.fi/ajankohtaista/digitaaliset-sanomalehdet-ovat-nuorten-aikuisten-paaasiallinen-uutisten-lahde/>.

Sirén, Marjo. 2018. *Nuorten media-arki ja lukutaito : PISA 2015*. Toimittanut Finnish Institute for Educational Research. Koulutuksen tutkimuslaitos; Sanomalehtien liitto. <http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201804091966>.

Stanculescu, Laurentiu, Alessandro Bozzon, Robert-Jan Sips ja Geert-Jan Houben. 2016. "Work and Play: An Experiment in Enterprise Gamification", 345–357. doi:10.1145/2818048.2820061.

The Guardian. 2009. "MPs' expenses: The Guardian launches major crowdsourcing experiment". Viitattu 22. toukokuuta 2020. <https://www.theguardian.com/gnm-press-office/crowdsourcing-mps-expenses>.

Tietosuojavaltutetun toimisto. 2020. "Usein kysyttyä EU:n tietosuoja-asetuksesta". Viitattu 22. toukokuuta 2020. <https://tietosuoja.fi/gdpr>.

Tilastokeskus. 2011. “Internetyhteydet ja internetin käyttö”. Viitattu 29. huhtikuuta 2020. http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_kat_001_fi.html.

———. 2019. “Suomalaisten internetin käyttö 2019”. Viitattu 29. huhtikuuta 2020. http://www.stat.fi/til/sutivi/2019/sutivi_2019_2019-11-07_kat_001_fi.html.

Times of India. 2020. “TimesPoints enables offline payments”. Viitattu 3. elokuuta 2020. <https://timesofindia.indiatimes.com/business/india-business/timespoints-enables-offline-payments/articleshow/74599041.cms>.

Täks, Marge, Päivi Tynjälä ja Hasso Kukemelk. 2015. “Engineering students’ conceptions of entrepreneurial learning as part of their education”. *European Journal of Engineering Education*. doi:10.1080/03043797.2015.1012708.

Westlund, Oscar. 2013. “Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media”. *Digital Journalism* 1 (1): 6–26. doi:10.1080/21670811.2012.740273.

Vos, Tim, ja Gregory Perreault. 2020. “The discursive construction of the gamification of journalism”. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. doi:10.1177/1354856520909542.

Yleisradio. 2019. “Strategia auttaa meitä palvelemaan suomalaisia paremmin”. Viitattu 1. kesäkuuta 2020. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/04/23/strategia-auttaa-meita-palvelemaan-suomalaisia-paremmiin>.

———. 2020a. “Yle Api Documentation - Articles API v2”. Viitattu 20. heinäkuuta 2020. <https://docs.developer.yle.fi/#/articles-v2-data-model>.

———. 2020b. “Yle Arena on kasvanut Ylen kiinnostavimmaksi palveluksi”. Viitattu 1. kesäkuuta 2020. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2020/05/07/yle-arena-on-kasvanut-ylen-kiinnostavimmaksi-palveluksi>.

———. 2020c. “Yle Sovellus”. Viitattu 3. elokuuta 2020. <https://sovellus.yle.fi/>.

Yleisradio. 2020d. “Yle Tunnus -käyttäjien tietosuoja”. Viitattu 21. toukokuuta 2020. <https://yle.fi/aihe/yle-tunnus/yle-tunnus-kayttajien-tietosuoja>.

———. 2020e. “Ylen Trollitehtaalle voitto digimediakilpailussa”. Viitattu 20. toukokuuta 2020. <https://yle.fi/uutiset/3-11336250>.

Liitteet

A Haastattelurunko tutkimushaastatteluihin

Alla oleva haastattelurunko ei ole ehdoton vaan suuntaa antava. Siitä tullaan poikkeamaan tarpeen mukaan kunkin yksittäisen haastattelutilanteen mukaan. Esimerkiksi läpikäytävien välilehtien järjestys voi muuttua käyttäjän käyttöpolkujen mukaan.

Tutkimuksen toteutus

- Varmistetaan suostumus tutkimushaastatteluun (sähköpostin liitteet luettuna). Varmistetaan, että videopuhelun nauhoitus on ok. Vastauksia käytetään vain tekstimuodossa anonyyminä (ikä ja sukupuoli). Videot poistetaan viimeistään tammikuussa 2021.
- Haastattelun kulku: tekniikka kuntoon, tutkimuksen tavoitteet, perustiedot, prototyypin ko-keilu ja jutteleminen.
- Onko Expo-sovellus asennettu prototyyppiä varten? Prototyyppi ei hae tai näe puhelimesta henkilökohtaisia tietoja, ainoastaan puhelimelle annetun nimen.

Tutkimuksen tavoitteet

- Tutkin uutissovelluksen pelillistämistä. Pelillistäminen tarkoittaa tässä yhteydessä peleistä tuttujen elementtien käyttämistä pelien ulkopuolisessa ympäristössä. Näitä elementtejä prototyyppisovelluksessa ovat tilastot, tehtävät ja pisteet.
- Tutkimuskysymykset: Lisääkö uutissovelluksen pelillistäminen nuorten käyttäjien (18-29-vuotiaat) mielenkiintoa uutisia kohtaan? Voidaanko uutissovelluksen pelillistämällä vaikuttaa nuorten käyttäjien käyttöaktiivisuuteen? Vaikuttaako uutissovelluksen pelillistäminen nuorten kokemukseen uutisten uskottavuudesta?
- Haastateltavia on noin tusina ja teidän vastauksista saadaan aiheita jatkotutkimukselle ja arvokasta tietoa uutissovelluksen pelillistämisestä Ylelle ja muullekin suomalaismedialle.

Ennen kuin testaamme prototyyppiä

- Minkälainen uutiskäyttäjä olet?
- Miten paljon luet uutisia päivittäin älypuhelimesta?
- Mitä kautta luet uutisesi älypuhelimesta?
- Miten paljon harrastat pelaamista?
- Miten tuttu termi pelillistäminen oli sinulle etukäteen?

Prototyypin yleinen testaus

- Prototyyppi päälle omalta koneeltani ja sinulle linkki, jonka avulla saat prototyypin auki omassa puhelimessasi.
- Olemme siis avausnäkyssä ja alalaidasta huomaamme, että prototyypissä on yhteensä neljä välilehteä. Mitä oletat kultakin välilehdeltä löytyvän katsomatta niitä ensin?
- Katselisitko hieman prototyyppiä läpi ja ajattelisit ääneen kaiken, mitä tulee mieleen? Voit myös käydä lukemassa muutaman uutisen.

Tehtävät-välilehti

- Siirrytään Tehtävät-välilehdelle. Mitä ajatuksia tällainen ominaisuus sinussa herättää?
- Minkälaisena koet tehtävien suorittamisen uutissovelluksessa?
- Minkälainen vaikutus tehtävillä voisi olla sinun uutiskiinnostukseesi? (Lisääkö tai vähentääkö?)
- Kävisitkö päivittäin tekemässä tehtävät?
- Minkälaiset tehtävät motivoisivat sinua käyttämään uutissovellusta enemmän?
- Koetko tehtävien tekemisen vaikuttavan tämän uutissovelluksen tai uutisten uskottavuuteen?

Pisteet-välilehti

- (Jos on jo tehtäviä suoritettuna, suoraan kysymyksiin. Jos ei, suoritetaan jokin tehtävä de-

moefektin tuottamiseksi). Mitä ajatuksia tällainen pistetilasto sinussa herättää?

- Minkälainen vaikutus pisteiden keräämisellä voisi olla sinun uutiskiinnostukseesi? (Lisääkö vai vähentääkö?)
- Minkälainen vaikutus pistetilastoilla voisi olla käyttöaktiivisuuteesi? Kilpailisitko muiden käyttäjien kanssa?
- Koetko pisteiden keräämisen vaikuttavan tämän uutissovelluksen tai uutisten uskottavuuteen?

Tilastot-välilehti

- Mitä ajatuksia Tilastot-ominaisuus sinussa herättää?
- Minkälaisia tilastoja haluaisit omasta uutiskulutuksestasi nähdä? Tunnetko omat kiinnostuksen kohteesi?
- Minkälainen vaikutus tällaisilla tilastoilla voisi olla sinun uutiskiinnostukseesi? (Lisääkö tai vähentääkö?)
- Minkälainen vaikutus uutistilastoilla voisi olla käyttöaktiivisuuteesi?
- Koetko tilastojen vaikuttavan tämän uutissovelluksen tai uutisten uskottavuuteen?

Loppuyhteenveto

- Minkälaisia ajatuksia tällainen pelillistetty uutissovellus sinussa herätti?
- Mikä oli parasta tällaisessa pelillistetyssä uutissovelluksessa?
- Mitä parannuksia ehdottaisit tällaiseen pelillistettyyn uutissovellukseen?
- Miten vertailisit tätä pelillistettyä käyttökokemusta normaaliin kokemukseesi uutisten lukemisesta? Mikä oli erilaista / parempaa / huonompaa?
- Olitko tietoisempi uutiskulutuksestasi pelillistetyssä sovelluksessa?
- Miten tällainen sovellus valmiiksi tehtynä vaikuttaisi mielenkiintoosi uutisia kohtaan?

- Minkälainen vaikutus tämän tyyppisellä valmiilla uutissovelluksella olisi käyttöaktiivisuuteesi?
- Miten uskottavilta uutiset tuntuisivat tällaisesta uutissovelluksesta luettuna? Olisiko pelillistämällä vaikutusta siihen?
- Tuntuiko sinusta, että prototyyppiä kokeillessasi luit uutisia vai pelasit pelejä?