

# Design av en medietjänst för kollaborativ produktion och konsumtion av fotbollskommentering

Sebastian Delgado Latapiatt | sebla608

Rikard Holmqvist | rikho478

Handledare: Jonas Löwgren

Examinator: Carl Westin

Linköpings Universitet Kandidatuppsats

Grafisk design och kommunikation

VT2022



# Sammanfattning

I detta arbete undersöks hur en plattform för ett nytt koncept skulle kunna se ut, vilka funktioner som kan implementeras och hur information kan presenteras för att förhöja tittarupplevelsen för fotbollstittare. Konceptet handlar om att erbjuda fotbollstittare ljudspår i form av kommentatorer för att ge dem större valmöjligheter och därmed större frihet att konsumera fotbollssändningar på sina egna villkor.

Arbetet följde en modifierad version av Arvolas (2014) designprocess bestående av delarna konceptfas, bearbetningsfas och detaljeringsfas. Konceptfasen ersattes av en enkätundersökning där målgruppens intryck av konceptet undersöktes för att undersöka hur konceptet upplevs. Genom en värdering av enkätundersökningen och en observation av befintliga streamingtjänster kunde en Lo-Fi prototyp skapas, testas och värderas i arbetets bearbetningsfas. I detaljeringsfasen utvecklades prototypen vidare till en Hi-Fi prototyp som därefter testades, värderades och modifierades till en slutprodukt.

Slutprodukten består av en mobilapplikation som ska integreras med fotbollssändningar för att göra det möjligt för konsumenter att välja ljudspår under match. Plattformen erbjuder även kommunikationsmöjlighet i form av chatt och omröstningar under kommentatorers egna event.

# Abstract

This work explores what a platform for a new concept could look like, what features could be implemented and how information could be presented to enhance the viewing experience for football viewers. The concept is about offering football viewers audio tracks in the form of commentators to give them more choice and thus more freedom to consume football broadcasts on their own terms.

The work followed a modified version of Arvola's (2014) design process consisting of the concept phase, elaboration phase and detailing phase. The concept phase was replaced by a survey in which the target group's impression of the concept was examined to understand how the concept was perceived. By evaluating the survey and observing existing streaming services, a Lo-Fi prototype was created, tested and evaluated in the elaboration phase of the work. In the detailing phase, the prototype was further developed into a Hi-Fi prototype which was then tested, evaluated and modified into a final product.

The final product consists of a mobile application that will be integrated with football broadcasts to allow consumers to select audio tracks during matches. The platform also offers chat and polls during the commentators' events.

# Innehållsförteckning

<b>1.0 Inledning</b>	<b>7</b>
1.1 Problembakgrund	7
1.2 Bakgrund koncept	8
1.3 Syfte	8
1.4 Frågeställningar	8
1.5 Avgränsningar	9
<b>2.0 Teoretiskt ramverk</b>	<b>10</b>
2.1 Uses and Gratification-teorin	10
2.2 Social live streaming services	10
2.3 Relation mellan tittare och kreatörer på Twitch	11
2.4 Design inom sportmedia	12
2.5 Användargränssnitt	12
2.6 UX - Användbarhet och användarupplevelse	12
2.6.1 Användbarhet	13
2.6.2 Användarupplevelse	13
2.7 Interaktionsdesign	13
2.8 Ikoner	14
2.9 Designprinciper	14
2.9.1 Färg	14
2.9.2 Form och innehåll	14
<b>3.0 Metod</b>	<b>16</b>
3.1 Inledande förstudie med enkät	16
3.2 Förstudie med observation	16
3.3 Designprocess	17
3.3.1 Bearbetningsfas	17
3.3.2 Detaljeringsfas	18
3.4 Användartest	18
3.4.1 Utvärdering av användbarhet	19
3.4.2 Utvärdering av användarupplevelse	19



3.4.3 Deltagare	20
3.4.5 Test av Lo-Fi prototyp	20
3.4.6 Test av Hi-Fi prototyp	20
3.5 Forskningsetik	21
<b>4.0 Förstudie</b>	<b>22</b>
4.1 Enkät	22
4.2 Analys av enkätsvar	23
4.3 Observation	24
4.3.1 Hemsärm	24
4.3.2 Utforska och sök	24
4.3.3 Tablå	25
4.3.4 Profil	25
4.4 Analys av observation	26
4.5 Slutsats av förstudie	27
<b>5.0 Bearbetningsfasen</b>	<b>28</b>
5.1 Skisser	28
5.2 Lo-Fi prototyp	29
5.3 Värdering av Lo-Fi prototyp	29
5.3.1 Affinitetsdiagram	29
5.3.2 SUS-enkät	31
<b>6.0 Detaljeringsfasen</b>	<b>33</b>
6.1 Moodboard	33
6.2 Färg	34
6.3 Typsnitt	35
6.4 Gridsystem	35
6.5 Ikoner	36
6.6 Thumbnails	37
6.6.1 Thumbnail event	37
6.6.2 Thumbnail kommentatorsevent	38
6.6.3 Thumbnail kommentatorsprofil	39
6.7 Hi-Fi prototyp	39

6.8 Värdering av Hi-Fi prototyp	40
6.8.1 Affinitetsdiagram	40
6.8.2 SUS-enkät	42
6.8.3 Revidering av design efter test av Hi-Fi prototyp	43
<b>7.0 Resultat</b>	<b>44</b>
7.1 Hem	44
7.2 Event	45
7.3 Kommentators eventsida	47
7.4 Utforska	48
7.5 Profil	49
7.6 Tablå	51
7.7 Konto	53
<b>8.0 Diskussion</b>	<b>54</b>
8.1 Teorier	54
8.2 Metod	55
8.2.1 Förstudie	55
8.2.2 Designprocess	55
8.2.3 Användartester	56
8.3 Resultat	57
8.4 Källkritik	58
8.5 Vidare studier	58
<b>9.0 Slutsats</b>	<b>61</b>
<b>Källförteckning</b>	<b>63</b>
<b>Bilaga 1 - Enkätstudie frågeformulär 1</b>	<b>66</b>
<b>Bilaga 2 - Enkätstudie frågeformulär 2</b>	<b>67</b>
<b>Bilaga 3 - Uppgifter och frågor för test av Lo-Fi prototyp</b>	<b>68</b>
<b>Bilaga 4 - Uppgifter och frågor för test av Hi-Fi prototyp</b>	<b>69</b>
<b>Bilaga 5 - Observation av Hem</b>	<b>70</b>

<b>Bilaga 6 - Observation av Sök/Utforska</b>	<b>71</b>
<b>Bilaga 7 - Observation av Tablå</b>	<b>72</b>
<b>Bilaga 8 - Observation av Profil</b>	<b>73</b>

# 1.0 Inledning

I inledningen beskrivs bakgrunden för områdets problem och det tänkta konceptet. I kapitlet tas även studiens syfte, frågeställning samt avgränsningar upp.

## 1.1 Problembakgrund

Det senaste decenniet har medielandskapet gått igenom stora förändringar i format och konsumtionsmönster. En tydlig trend som syns är att underhållning genom traditionell linjär-TV byts ut mot underhållning via modernare medieplattformar. En skillnad mellan gammal och modern media som kan ligga till grund för denna trend är sättet som de moderna medieplattformarna ger konsumenten större kontroll över tittandet. Den här utvecklingen beskrivs ibland som en rörelse från massmedier till kollaborativa medier (Löwgren och Reimer, 2013) där konsumenterna deltar mer aktivt i produktion såväl som konsumtion av medieinnehållet. Några exempel på detta är funktionerna som finns på plattformarna Youtube och Netflix. Där har användarna möjlighet att ändra videokvalitet, uppspelningshastighet, undertexter, spår för dubbning och har även friheten att som tittare välja när innehållet ska konsumeras (video on demand). På plattformar för livestreaming som exempelvis Twitch är funktioner som live-chatt och omröstningar implementerat sedan ett decennium tillbaka (Geeter, 2019).

Livesändning tillsammans med kommentering av TV-kanalens anställda kommentator/er är det traditionella formatet för fotbollsmatcher på TV. Vana fotbollstittare är därför bekanta med olika slags kommentatorer som har olika individuella stilar. Även om fotbollstittaren har en preferens bland dessa typer av kommentatorer har tittaren ingen möjlighet att anpassa innehållet eftersom kanalens valda kommentatorer ingår i livesändningen per automatik. Detta är inte i linje med andra underhållningsbranscher som genom åren har gett tittaren mer och mer kontroll över hur produkten konsumeras och som har högre grad av interaktion mellan avsändare och mottagare.

## 1.2 Bakgrund koncept

Konceptet i detta arbete bygger på principen av att ge användaren mer kontroll över produkten och därmed vara mer i linje med modern mediekonsumtion. Konceptet handlar om en plattform som kan integreras med fotbollssändningar och som låter tittaren bläddra och välja bland olika kommentatorer som kommenterar den aktuella matchen. Kommentatorn skulle alltså kunna vara en professionell kommentator, en amatör, en välkänd mediaprofil eller en partisk supportergrupp som alla väljer att genomföra kommenteringen på sitt sätt. Att byta kommentator är tänkt att vara en snabb och enkel process likt att hitta en kreatör på exempelvis plattformarna Youtube eller Twitch.

## 1.3 Syfte

Syftet med examensarbetet är att utforma ett gränssnitt för en självständig plattform som erbjuder val av ljudspår för fotbollssändningar. Plattformen ska vara mer i linje med den moderna mediekonsumtion som syns på andra live-streaming plattformar.

## 1.4 Frågeställningar

Detta arbete består av en central frågeställning som byggs upp och besvaras med hjälp av två mindre frågeställningar. Den centrala frågeställningen lyder:

Hur kan gränssnittet för plattformen vara utformat för att bidra till att fotbollstittare får en förbättrad tittarupplevelse?

- Vilka funktioner på plattformen hjälper fotbollstittare att hitta en kommentator som förhöjer deras tittarupplevelse?
- Hur kan relevant information presenteras och användbara funktioner implementeras för att störa tittarupplevelsen så lite som möjligt?

## 1.5 Avgränsningar

I arbetet kommer plattformen att göras som en prototyp och inte en fulländad produkt vilket gör att det blir en avgränsning i sig. Då arbetet handlar om att undersöka hur plattformen skulle kunna se ut och inte hur den ska se ut är detta en rimlig avgränsning.

Plattformen skulle kunna fungera för kommentering av olika sporter som bandy och hockey men i det här arbetet designas plattformen endast för fotbollsmatcher för att anpassa det till arbetets tidsschema.

Plattformen bygger på perspektiv utifrån två olika användare: fotbollstittare (konsumenter) och kommentatorer (kreatörer). I det här arbetet kommer plattformen att designas med konsumenten i åtanke, vilket betyder att prototyperna kommer att visa ett urval av fotbollstittarens perspektiv på hur gränssnittet i plattformen kan se ut.

## 2.0 Teoretiskt ramverk

I följande kapitel presenteras och förklaras teorier som ligger till grund för arbetet. Teorierna används som hjälpmedel för att stödja olika beslut i arbetsprocessen som besvarar arbetets olika frågeställningar.

### 2.1 Uses and Gratification-teorin

I mediekonsumtionsammanhang är Uses and Gratifications-teorin (UGT) ett tillvägagångssätt för att ta reda på vad för tillfredsställelse tittare uppnår genom att konsumera en typ av media (Gros, Wanner, Hackenholt, Zawadzki, och Knautz, 2017). Enligt UGT väljer människor hellre att konsumera media som uppfyller deras individuella behov och passar deras preferenser bättre än andra mediealternativ (Hilvert-Bruce, Neill, Sjöblom, Hamari, 2018). Genom att skraddarsy media och anpassa det efter konsumenternas behov kan media överlag bli mer intressant för individen.

### 2.2 Social live streaming services

Social live streaming services (SLSSs) är en typ av media som skiljer sig från vanliga sociala medier då det är synkront (Scheibe, 2016). En av de största SLSSs är Twitch som är en av de mest trafikerade hemsidorna i världen (Semrush, 2022) där innehållet mest fokuserar på gaming.

Personer som tittar på Twitch gör det främst för att få underhållning och information, men den interaktiva miljön som plattformen utgör gör också att social interaktion är en stor motivation till engagemanget på plattformen (Hilvert-Bruce et al, 2018). Hilvert-Bruce et al (2018) menar att brist på extern stimulans från verkliga livet gör att vissa personer har en ytterligare motivation att besöka plattformen där den interaktiva miljön kan utgöra ett slags substitut. Twitch, liksom andra SLSSs, väcker alltså engagemang genom tre huvudsakliga områden: underhållning och information, men även genom social interaktion.

## 2.3 Relation mellan tittare och kreatörer på Twitch

På plattformen Twitch kan kreatörer live-sända olika typer av innehåll till en stor eller liten publik (Twitch, 2022). Plattformens kreatörer skapar egna identiteter genom sin personlighet, innehållet de streamar och sättet de interagerar med sina tittare. H. Kim och M. Kim (2022) menar att kreatörer knyter starkare band till sin publik genom att lyfta fram sin personlighet, och plattformens sökfunktion låter användare identifiera kreatörer med gemensamma intressen till de själva och identiteter som tilltalar dem.

På Twitch finns flertalet interaktiva funktioner som integreras i sidan för en specifik live-sändning. Bland dessa finns en live-chatt som är öppen för alla tittare, omröstningar som kreatören kan starta och en donationsknapp som låter tittaren skicka ett personligt meddelande till kreatören. Med hjälp av dessa funktioner kan den individuella tittaren enkelt göra sin röst hörd samtidigt som kreatörens kommunikation sker i realtid i sändningen. Den generella streamern på Twitch utnyttjar detta och baserar stora delar av produktionen runt interaktion med publiken (Wulf, Schneider och Queck, 2021).

H. Kim och M. Kim (2022) menar att en starkare upplevd personlig relation till en kreatör leder till större lojalitet hos tittaren och ett mer ihållande tittande. Enligt H. Kim och M. Kim (2022) upplever de tittare som regelbundet använder plattformens interaktiva funktioner hos en specifik kreatör generellt en starkare personlig relation till den personen. Den genomsnittliga tittaren på Twitch eftersträvar också att etablera någon form av upplevd vänskapsrelation till streamern (H. Kim, M. Kim, 2022).

Att kreatörer kan skapa en tydlig identitet på plattformen och kommunicera i live-sändning, tillsammans med tittarnas användande av de interaktiva funktionerna, etablerar en stark tvåvägskommunikation på plattformen. Den personliga relation mellan tittare och kreatör som skapas genom detta gynnar båda parter och ökar engagemanget på plattformen över lag.



## 2.4 Design inom sportmedia

Det är inte ovanligt att sportintresserade har en stark emotionell koppling för eller emot olika lag och deras färger (Tamir, 2021). Lagfärger som är ovanligare i sportsammanhang, som lila, orange och grön, tenderar att framstå som mer neutrala för en sportintresserad. Denna princip appliceras exempelvis av engelska Premier League som använder lila och grön som primärfärger i grafiken för sina sändningar av matcher men även marknadsföring (DesignStudio, 2021).

## 2.5 Användargränssnitt

Användargränssnittet är det en användare först kommer i kontakt med när den använder ett system. Detta är källan för all information som användaren tar in till en början (X. Li, Y. Li och Jae, 2020). Användargränssnitten bör utformas med användaren i centrum då det kommer vara den som använder systemet. I gränssnittsdesign är det mer sannolikt att användare lyckas tolka budskapet om man väljer element där dennes förväntningar finns i åtanke tillsammans med andra visuella element som känns igen av människan (Schlatter och Levinson, 2013). Genom en logisk utformning av gränssnitt förhöjs även användbarheten och användarupplevelsen (se avsnitt 2.6).

## 2.6 UX - Användbarhet och användarupplevelse

Enligt Albert och Tullis (2013) kan en distinktion göras mellan begreppen användbarhet och användarupplevelse. Användbarhet är inriktat på effektivitet och det som är praktiskt ur ett användarperspektiv. Användarupplevelse påvisar någonting om användarens personliga upplevelse av systemet. Data över användbarhet och användarupplevelsen ger struktur till beslutsfattande och utvärdering av designprocessen (Albert och Tullis, 2013). Datan hjälper till att minimera antalet antaganden som görs i designprocessen, att förstå vidden av problem i designen, om framsteg har gjorts samt ger en tydligare bild av när designarbetet kan anses fulländat.

### 2.6.1 Användbarhet

Användbarhet definieras av standarden ISO 9241-211 (2018) som menar att användbarhet är måttet i vilken användare kan, i ett visst användningssammanhang, använda ett system, en produkt eller en tjänst och uppnå ett specificerat mål med effektivitet och tillfredsställelse.

Löwgren (1993) anser att användbarhet definieras av systemets relevans, effektivitet, lärbarhet och attityd. Ett system med hög användbarhet ska således vara relevant för att lösa användarens problem, erbjuda ett effektivt utförande, ha låg inlärningströskel samt vara inbjudande och bidra till en positiv attityd hos användaren. Dessa mått kan mätas och utvärderas genom återkommande tester av systemet med *success rate*, *time on task* eller *SUS (system usability scale)* (Arvola, 2014).

### 2.6.2 Användarupplevelse

Användarupplevelsen utgörs av användarens personliga upplevelse av systemet och dennes emotionella tillfredsställelse (Albert och Tullis, 2013). Detta kan baseras på användarens tankar, känslor och intryck som uppstår vid användandet av systemet. Detta är mer subjektivt än de funktionella måtten för användbarhet och mäts vanligtvis genom intervjuer, öppna enkätfrågor eller observationer med tänka högt-protokoll (Arvola, 2014).

## 2.7 Interaktionsdesign

Enligt Sharp, Rogers och Preece (2019) är det som kallas för interaktionsdesign den del som innefattar designen av det interaktiva systemet. Interaktionsdesignens uppgift är delvis att skapa en god användarupplevelse men även att förenkla arbetet, kommunikationen och interaktionen mellan människor. Detta kräver förståelse av förmågor och begär av både människan och den tillgängliga teknologin för att göra att interaktionen mellan dem fungerar på bästa sätt.

## 2.8 Ikoner

Ikonerens mening har gått från bilder till något som kan beskrivas som igenkännbara symboler (Abdullah och Hübner, 2006). Ikoner uppfyller en viktig funktion på mobiler och andra elektroniska gränssnitt då skärmarna är begränsade med hur mycket information som kan framträda. En annan viktig egenskap som ikoner har är att dessa är lättare att lära sig och komma ihåg än detaljerade bilder (Sharp, Rogers och Preece, 2019). Ikoner som är en del av ett verktygsfält eller en applikation har mindre skärmyta vilket leder till att de måste vara enkla, ha en form av en symbol i gråskala eller bestående av endast en eller två färger (Sharp, Rogers och Preece, 2019).

## 2.9 Designprinciper

I följande avsnitt presenteras de designprinciper som kommer att vara till användning och utgöra en grund för designbesluten i arbetet.

### 2.9.1 Färg

För att skapa kommunikation som är effektiv används funktionell färg främst för att attrahera, skapa stämning, informera, strukturera och pedagogisera (Bergström, 2017). Färg är det viktigaste och snabbaste sättet att dra till sig uppmärksamhet för nya användare och gör det lätt för dem att navigera (X. Li, Y. Li, Jae, 2020).

### 2.9.2 Form och innehåll

Disponering och fördelning av olika element som rubriker och bilder kan få mottagaren intresserad och vägledad genom innehållet (Bergström, 2017). Form och innehåll är beroende av varandra för att förmedla ett budskap, vilket görs på bästa sätt genom att attrahera och orientera. Mottagaren kan attraheras av en del av helheten genom enskilda element eller samspelet mellan dem men kan även attraheras av helheten i sig som skapar en helhetsupplevelse. Mottagaren ska även kunna orienteras genom materialet med hjälp av den visuella hierarkin.

## ***Gridsystem***

För att få ett välorganiserad, konsekvent och enhetligt uttryck är gridsystem mycket vanliga. Gridsystem är ett rutnät bestående av osynliga linjer som delar in sidor i olika spalter (Bergström, 2017). Lupton och Phillips (2015) menar att gridsystemet ger innehållet en röd tråd med en tydlig startpunkt för mottagaren.

## 3.0 Metod

Arbetet delas upp i två delar: förstudie och designprocess. Förstudien innefattas av en enkät och en observation för att undersöka hur konceptet upplevs av den tänkta målgruppen och få idéer och underlag till designprocessen som är den andra delen i arbetet. Designprocessen är bestående av en bearbetnings- och designfas där två olika prototyper framställs (Lo-Fi och Hi-Fi) och testas i två olika användartester. Målet är i slutändan att framställa en interaktiv prototyp som besvarar studiens frågeställningar.

### 3.1 Inledande förstudie med enkät

Den inledande förstudien består av en enkätundersökning. Syftet med enkäten är att undersöka om det tänkta konceptet kan göra konsumtionen av sport mer intressant för konsumenter, ifall det skulle påverka deras tittarvanor samt vilken enhet som vore mest optimal för plattformen.

Enkäten skickas ut via Facebook till vänskapskretsar och i relevanta forum. Enkäten nås därmed främst av personer som hör till den tänkta demografin med en större spridning av personlighetstyper än endast de kontakter som nås via Facebook. Enkäten har en inledande del som sällar bort respondenter som inte har någon erfarenhet eller intresse av att titta på sport hemifrån och på så sätt påverkas inte den insamlade datan med svaren från den relevanta målgruppen.

Enkätsvaren sammanställs och analyseras per individuell fråga. Enkätens frågor och svar kan ses i bilaga 1 och 2.

### 3.2 Förstudie med observation

Förstudien kommer även att bestå av en observation av befintliga streamingtjänster där fokuset ligger på att kartlägga strukturen i deras navigation på diverse sidor. Genom observationen kan intressanta aspekter av gränssnitten identifieras och tas med till den kreativa processen och designarbetet av den egna plattformen. De befintliga streamingtjänsterna består av liknande sidor som den egna tänkta

plattformen, vilket gör att existerande gränssnitt kan utgöra en grund för det egna designarbetet för att skapa en navigation som känns familjär för användaren. Plattformarna som undersöks är Twitch, Viaplay, Discovery+, Cmore, Twitter och YouTube.

## 3.3 Designprocess

Designprocessen kommer delas upp i två designfaser som inspireras av Arvolas (2014) tillvägagångssätt för att utföra ett designprojekt. Då ett färdigt koncept redan är bearbetat och stärkt med hjälp av enkät anses den inledande fasen *konceptfasen* överflödigt i arbetet. Istället utarbetas interaktion och design på plattformen i en *bearbetningsfas* och en *detaljeringsfas*.

### 3.3.1 Bearbetningsfas

Bearbetningsfasen handlar om att funktioner och innehåll ska bestämmas och struktureras (Arvola, 2014). I denna fas kommer plattformens interaktion och design övergripigt skissas för att sedan göra en prototyp med låg detaljnivå (Lo-Fi) som sedan utvärderas med hjälp av ett användbarhetstest.

#### *Skisser*

Skisser kommer att göras för att ge ett helhetsintryck på strukturen. "Skisserna behöver inte vara mer än enkla rutor, streckgubbar och stjärnor." (Sharp, Rogers och Preece, 2019, s.427). När skisserna har bearbetats görs gränssnittsflöden som enligt Arvola (2014) är ett effektivt sätt att illustrera för hur gränssnittet och interaktion kan se ut.

#### *Lo-Fi prototyp*

En prototyp i låg detaljnivå är snabba att göra (Sharp, Rogers och Preece, 2017). Dessa kallas för Lo-Fi prototyper (eng. low fidelity). I detta arbete kommer en digital Lo-Fi prototyp att framställas utifrån datan som samlats in under förstudien.

Användartest (se avsnitt 3.4) kommer att genomföras på Lo-Fi prototypen för att identifiera eventuella brister i design och interaktion.

### 3.3.2 Detaljeringsfas

Data från test av Lo-Fi prototypen kommer att sammanställas och utvärderas med hjälp av ett affinitetsdiagram. Denna information tas i beaktning i vidare utveckling av gränssnittet till en moodboard, design av element och slutligen en Hi-Fi prototyp.

#### *Moodboard*

I detaljeringsfasen kommer en moodboard att arbetas fram som riktlinje för tonaliteten för designen som framställs i Hi-fi-prototypen. Moodboards består för det mesta av bilder som utformar ett collage som ska spegla tonen och känslorna man vill eftersöka med projektet (Bergström, 2017).

#### *Hi-Fi prototyp*

En Hi-Fi prototyp liknar mer slutprodukten och har mer funktionalitet än Lo-Fi prototypen (Sharp, Rogers och Preece, 2019). Istället för att prototypen består av papper och skisser är Hi-Fi prototypen mer detaljrik (Arvola, 2014). Även denna prototyp kommer att göras digitalt för att efterlikna slutprodukten.

Användartest (se avsnitt 3.4) kommer att genomföras även på Hi-Fi prototypen för att identifiera brister och säkerställa att brister från test av Lo-Fi prototypen har åtgärdats. Genom ytterligare ett affinitetsdiagram kommer eventuella brister att åtgärdas i en sista prototyp som utgör den slutgiltiga designen.

## 3.4 Användartest

Två användartester kommer att utvärdera Lo-Fi respektive Hi-Fi prototypen. Testerna har liknande upplägg med liknande uppgifter och kommer att utvärdera prototypernas användbarhet och användarupplevelse – båda utifrån samma metoder och utvärderingsmått. Ingen deltagare kommer att medverka på testerna för både Lo-Fi och Hi-Fi prototypen.

### **3.4.1 Utvärdering av användbarhet**

Användbarhetsmättet System Usability Scale (SUS) kommer att användas för att utvärdera användbarheten. SUS-utvärdering är en vanlig metod för att jämföra olika system som utför liknande uppgifter eller jämföra olika versioner av ett och samma system (Albert och Tullis, 2013). SUS-utvärderingen består av tio påståenden där testpersonen anger hur mycket den instämmer med varje påstående på en skala från ett till fem. SUS-enkäten har en jämn fördelning av påståenden i positiv och negativ ton. De tio svaren sammanställs genom en standardiserad uträkning för att få fram ett slutgiltigt SUS-värde. Värdet över 68 anses vara över medelvärdet och värden över 80,3 anses ha betyget A.

### **3.4.2 Utvärdering av användarupplevelse**

För att mäta användarupplevelse krävs mer individuella och personliga svar från testpersonerna än de data-drivna måtten i användbarhetstester (Albert och Tullis, 2013). Enligt Albert och Tullis (2013) rekommenderas observation och halvstrukturerad intervju att användas för att mäta användarupplevelsen.

#### *Observation*

För att komplettera en halvstrukturerad intervju krävs en observation för att säkerställa att deltagarna faktiskt gör som de påstår (Arvola, 2014). I användartesterna kommer deltagarna få uppgifter som följer verkliga användarscenarion och observationen kommer att titta på saker som: ordning de gör saker, vilken information som används och eventuella fel som görs.

#### *Halvstrukturerad intervju*

En halvstrukturerad intervju kommer att genomföras med förutbestämda frågor som har en koppling till uppgifterna för att få en större förståelse om deltagarnas beslut och handlingsstrategier (Arvola, 2014), men även intryck. De förutbestämda frågorna handlar främst om den praktiska navigationen på plattformen men kommer i samband med Hi-Fi prototypen även handla om intryck och känslor som deltagarna får av plattformen.



### **3.4.3 Deltagare**

Enligt Arvola (2014) är fem testdeltagare oftast tillräckligt för att identifiera merparten av eventuella användbarhetsproblem. Därför kommer båda användartester att inkludera minst fem deltagare. Deltagarna kommer att tillhöra målgruppen sporttitare i åldrarna 16-70 som innebär att de är vana med att titta på sport och någorlunda vana med mobilapplikationer. Även personer vana med streamingplattformar kommer att vara av intresse för studien.

### **3.4.5 Test av Lo-Fi prototyp**

Lo-Fi prototypen kommer att testas av sex olika personer varav fyra tillhörde målgruppen sporttittare. Två deltagare anser sig inte vara sporttittare men är ändå intressanta för användartestet då de är vana vid olika streamingplattformar som har en liknande navigation. Både användartestet och den halvstrukturerade intervjun uppskattas att ta ungefär tio minuter var.

Innan testen påbörjas får deltagarna veta att deras svar är anonyma och att de har rätt till att avbryta testet när de vill. Deltagarna får utföra fyra uppgifter kopplade till navigationen i appen och efteråt svara på ett antal intervjufrågor (se bilaga 3). Uppgifterna som deltagarna får utföra har med den allmänna navigationen i appen att göra och undersöker hur väl deltagarna klarar uppgifterna eller om det finns eventuella hinder som påverkar användarupplevelsen. I den halvstrukturerade intervjun får deltagaren svara på frågor om användarupplevelsen av prototypen. Avslutningsvis fyller deltagarna i en SUS-enkät.

### **3.4.6 Test av Hi-Fi prototyp**

Hi-Fi prototypen kommer att testas av fem personer varav ingen kommer att ha tidigare testat Lo-Fi prototypen. Detta för att säkerställa att applikationen kan läras ut utan tidigare erfarenhet av appen. Testets upplägg kommer att vara detsamma som test av Lo-Fi prototypen (se 3.4.5). Varje deltagare kommer att meddelas att de är anonyma i testet och att de har rätt att avbryta testet när de vill. Därefter får varje deltagare utföra fyra uppgifter där varje uppgift handlar om navigationen på olika delar i appen. Deltagarnas interaktion med appen kommer att observeras och dokumenteras och efter att uppgifterna slutförts får de svara på frågor i en

halvstrukturerad intervju (se bilaga 4). Frågorna handlar om användarupplevelsen som omfattar både navigationen och designen av plattformen. Slutligen svarar deltagarna återigen på en SUS-enkät.

### **3.5 Forskningsetik**

Behandlingen av personuppgifter, svar i enkät och användartester kommer att följa dataskyddsförordningen (GDPR) som innebär att personer i arbetet kommer att hållas anonyma.

## 4.0 Förstudie

Den inledande förstudien, bestående av en enkät, undersökte målgruppens tittarvanor samt deras inställning till det tänkta konceptet. Enkätresultaten sammanfattades och analyserades vilket användes som underlag för designprocessen tillsammans med en analys av observationen. Observationen fokuserade på att analysera olika delar i befintliga och väletablerade applikationer som ägnas åt någon form av live streaming eller sociala medier för att hitta återkommande mönster i gränssnitt och element.

### 4.1 Enkät

Enkäten som skickades ut fick 57 svar varav 52 tillhör målgruppen som är av intresse för detta arbete.

De sju respondenter som svarade att de alltid ser sport på linjära TV-kanaler fick svara på *frågeformulär 1* (se bilaga 1). Av dessa hade sex respondenter (86%) någon gång föredragit andra kommentatorer än de som ingick i sändningen. På skalan 1 till 5, där 1 stod för att problemet “nästan aldrig” inträffade och 5 stod för att problemet “alltid” inträffade, svarade en person “1”, en person svarade “2”, tre personer svarade “3” och en person svarade “4”.

Alla respondenter i *frågeformulär 1* trodde att möjligheten att kunna välja bland en mängd kommentatorer definitivt eller kanske skulle göra tittandet mer intressant och fyra respondenter (57%) uppgav att de skulle kunna byta från linjär-TV till att se sändningen på en streamingsida. Endast en respondent svarade att den inte skulle tänka sig ändra sina tittarvanor om en sådan plattform fanns.

Alla respondenter i *frågeformulär 1* har mobilen nära till hands under sportsändning och endast två respondenter uppger att de inte använder mobilen under sändning.

De 45 respondenter som svarade att de ibland eller aldrig ser sport på linjära TV-kanaler fick svara på *frågeformulär 2* (se bilaga 2). 32 av dessa respondenter (71%) svarade att Smart-TV är den plattform som de oftast använder för att se på en

sportsändning, medan tio respondenter (22%) svarade dator. Ingen svarade att de oftast tittar på sändningen i mobiltelefon.

I *frågeformulär 2* menade 29 respondenter (64%) att de någon gång föredragit andra kommentatorer än de som ingick i sändningen. 40 respondenter (89%) trodde att möjligheten att kunna välja bland en mängd kommentatorer definitivt eller kanske skulle göra tittandet mer intressant.

43 respondenter (96%) av de respondenterna som svarade på *frågeformulär 2* har mobilen nära till hands vid sportsändning och 39 respondenter (87%) ansåg att de brukar använda mobilen under sändning. 41 respondenter (91%) menar att de skulle kunna tänka sig att använda en app på mobilen för att ändra kommentator på sändningen. Respondenternas anledningar till att kanske inte vilja använda en app för att byta kommentator inkluderade att det inte finns något behov för de att göra det och att de inte vill tappa fokus från matchen.

## 4.2 Analys av enkätsvar

Enkätsvaren visar att respondenterna redan upplever ett återkommande problem i att vara begränsad till kommentatorn som sändningen har valt. Som följd av detta syns en positiv inställning till konceptet överlag, även från de respondenter som enbart tittar på sport via linjär-TV och därmed aldrig utnyttjar en digital plattform vid tittandet. Enkäten fokuserade främst på problemet med sportkommentering och presenterade själva konceptet kortfattat. I de öppna enkätsvaren uttryckte några av de som var tveksamt inställda till konceptet att de skulle vilja veta mer om det innan de gör en slutgiltig bedömning. Det är alltså möjligt att ännu fler av respondenterna skulle vara positivt (eller negativt) inställda till konceptet om de fick lära sig mer om det och hur det skulle fungera i praktiken. I och med att TV-formatet med match tillsammans med en bestämd kommentator är standardiserat sedan länge är det också möjligt att respondenterna inte upplever behov av större valfrihet eftersom de ännu inte fått uppleva något alternativ att jämföra med. Överlag finns redan en positiv inställning till konceptet som eventuellt skulle kunna bli ännu större.

Att ingen svarade att mobiltelefon var deras vanligaste plattform för att se en match tyder på att den ofta är tillgänglig för annan användning under sändning. Detta stämmer överens med svaren på frågor om just användandet av mobiltelefonen – 43 respondenter (96%) har mobiltelefonen nära till hands och 39 respondenter (87%) använder redan mobiltelefonen till annat under sändning. Det finns alltså bra förutsättningar för att bygga den tänkta plattformen för konceptet i en mobilapplikation och med idén att tittarna använder den samtidigt som matchen spelas på en annan skärm. En viktig egenskap med en sådan utformning som nämns i de öppna enkätsvaren är att användandet av appen är effektivt att använda och inte distraherar från sändningen.

## 4.3 Observation

I observationen undersöktes fyra olika plattformars gränssnitt med fokus på fyra olika områden som skulle kunna vara av intresse för arbetet. Observationen gjordes övergripande där de viktigaste delarna i navigationen och funktioner dokumenterades. Nedan beskrivs de observationer som gjordes för de olika delarna och skärmdumpar för samtliga delar kan ses i bilaga 5 - bilaga 8.

### 4.3.1 Hemskärm

Hemskärmarna är det användarna möts av när de först öppnar applikationen. De streamingtjänsterna som observerades hade alla liknande struktur på deras hemskärmar. Thumbnails och tillhörande text som lag, tid och turnering är framträdande där storlek på dessa thumbnails skiljer sig från applikation till applikation. Viaplay använder sig av en hierarki i form av storlek där de större thumbnails är event som anses vara intressantare med rubriken "huvudsändningar". Cmore och Discovery+ använder en större del av skärmen för att marknadsföra ett event men samtliga thumbnails är lika stora. Live-event skiljer sig från övriga event genom en röd ikon med texten "live".

### 4.3.2 Utforska och sök

Utforskningen och sökningen i streamingplattformar eller sociala medier är viktigt för att användaren ska kunna hitta innehåll på ett effektivt sätt. Utforskningen kan skilja sig från applikation till applikation men brukar ha samma principer. Twitch

har en sökikon som är synlig oavsett var användare befinner sig i applikationen där användaren kan söka efter specifika resultat. I tab baren har Twitch istället en flik med namnet *utforska* där rekommendationer och kategorier syns vilket på Discovery+ finns i Sökfliken där det även är möjligt att göra sökningar.

### **4.3.3 Tablå**

Av de streamingtjänster som observerades använde sig samtliga av en tablå eller ett schema för att underlätta navigationen mellan event för användaren. Viaplay hade även funktionen att ta fram en kalender för att användarna ska ha möjligheten att navigera längre fram än sex respektive tio dagar som Cmore och Discovery+ hade. Genom en tablå får användaren en överblick över event som har varit, är aktiva eller är kommande för dagen, veckan eller månaden för att kunna se allmän information om eventet eller sätta en påminnelse. Navigationen i tablå är liknande mellan de olika streamingtjänsterna där en scrollning horisontellt krävs för att se de olika datumen och en scrollning vertikalt krävs för att se de olika event för dagen där timmarna används som rubriker. Viaplay har en filtreringsfunktion som de övriga observerade streamingtjänsterna saknade.

### **4.3.4 Profil**

Då streamingtjänster inte använder sig av samma typ av profiler som skulle vara av intresse för denna studie observerades istället applikationerna Twitch, Twitter och Youtube som innehåller profiler för kreatörer. Profilerna är personliga där kreatörerna själva får bestämma vad sidan ska innehålla men vissa element är återkommande. De observerade applikationernas profilsidor innehåller alla en header och en profilbild som kreatörerna själva får bestämma utseendet på. I samtliga profilsidor finns en kort beskrivning om kreatören eller innehållet lättillgängligt men en mer detaljerad beskrivning hittas under en separat sektion oftast kallat "om". Plattformen Twitch fokuserar på direktsänd videoströmning vilket gör att kreatörernas scheman blir viktiga för tittare och därför finns en sektion för deras scheman i kreatörernas profil. Det som även är återkommande är en följa-knapp som visuellt står ut bland andra element genom färg.

## 4.4 Analys av observation

Observationen visade att många av befintliga streamingplattformar använder sig av liknande design och funktioner vilket gör att navigationen påminner om varandra. Plattformarna har såklart delar som skiljer sig från varandra också men detta beror främst på att de även har olika syften och mål.

Det som är ofta förekommande i flikar där media är framträdande är olika typer av thumbnails som används för att representera något i en mer behaglig storlek.

Sportstreamingplattformar vars uppgift är att locka användare till att se en sändning använder sig av fotografiska bilder medan exempelvis Twitch använder sig endast av miniatyrbilder av sändningen. Tillsammans med dessa thumbnails presenterar sportstreamingtjänster även information som lag involverade i matchen, liga, tid och status om det är live eller inte i form av element.

Sökning är alltid ett effektivt sätt att för användare att hitta det de letar efter. I de observerade sökflikarna är informationen som framförs olika beroende på vad plattformens syfte är. I vissa plattformar är en flik som riktar sig åt sökning och utforskning en naturlig plats för rekommendationer på profiler eller kategorier utöver sökruta.

I plattformar som använder sig av profiler kan även dessa gränssnitt påminna om varandra. Profilbilder är något som förekommer på nästintill alla plattformar med profiler. Profilbilden fungerar som ett visuellt element som kan kopplas till kreatören vilket gör att kreatörerna kan kännas igen i exempelvis ett flöde. Ett annat element som förekommer ofta är en header vars uppgift är att särskilja profilsidan från andra genom att personifiera den. I profilerna är det även naturligt att framföra information om kreatören och dess innehåll.

I streamingtjänster där olika event har förbestämda tider och datum används någon typ av tablå eller schema för att användare snabbt ska kunna hitta ett specifikt event eller schema för en hel dag. Dessa tablåer görs på olika sätt men syftet är alltid detsamma. Den information som underlättar navigationen är tid och datum samt sorteringsfunktion som Viaplay använde sig av.

## 4.5 Slutsats av förstudie

Enligt enkätsvaren står det klart att det finns ett behov och en positiv inställning till en plattform med det tänkta konceptet. Detta tyder på att konceptets lösning på problemet är tillräckligt bra för att ta vidare till den kreativa fasen.

Enkätundersökningen visar också att potentiella användare till den här appen redan är vana vid att använda appen under sändning, men behovet av effektiv och icke-störande användande av appen förstärktes ytterligare. Detta kommer tas i beaktning under utformandet av plattformens gränssnitt.

En del av de sidor i gränssnitten som identifierades i observationen är direkt relevanta för plattformen i det här projektet. Plattformen behöver en *Hem-*, *Utforska-*, *Tablå-* och *Kontosida*. Designen av dessa sidor på de observerade plattformarna är direkt överförbara till arbetets plattform i varierande grad och kommer att anpassas därefter. Arbetets plattform behöver även sidor som är unika för just den plattformen. Ett exempel på detta är en eventsida som bland annat visar alla de aktuella kommentatorerna.

De plattformar som observerades applicerar en slags thumbnail som gäller för all media, tillsammans med en slags thumbnail för kreatörers profiler. Plattformen i detta arbete kommer applicera en slags thumbnail för kreatörers profiler, men applicera två olika typer av thumbnails för media. Plattformen ska visa en thumbnail som leder till en sida för ett specifikt event och en annan typ av thumbnail som agerar som en genväg till en unik kommentators sida för ett specifikt event.

Utformningen av den nya plattformens gränssnitt görs med inspiration från förstudien samt författarnas egen expertis. Plattformen kommer till en början bestå av huvudsidorna: Hemskaerm, Utforska-sida med sökfunktion, Tablå och Konto. Sedan kommer det att göras sidor för vidare navigering i form av: Sida för specifikt event, unik kommentatorssida för specifikt event och en Profilsida för individuella kommentatorer.

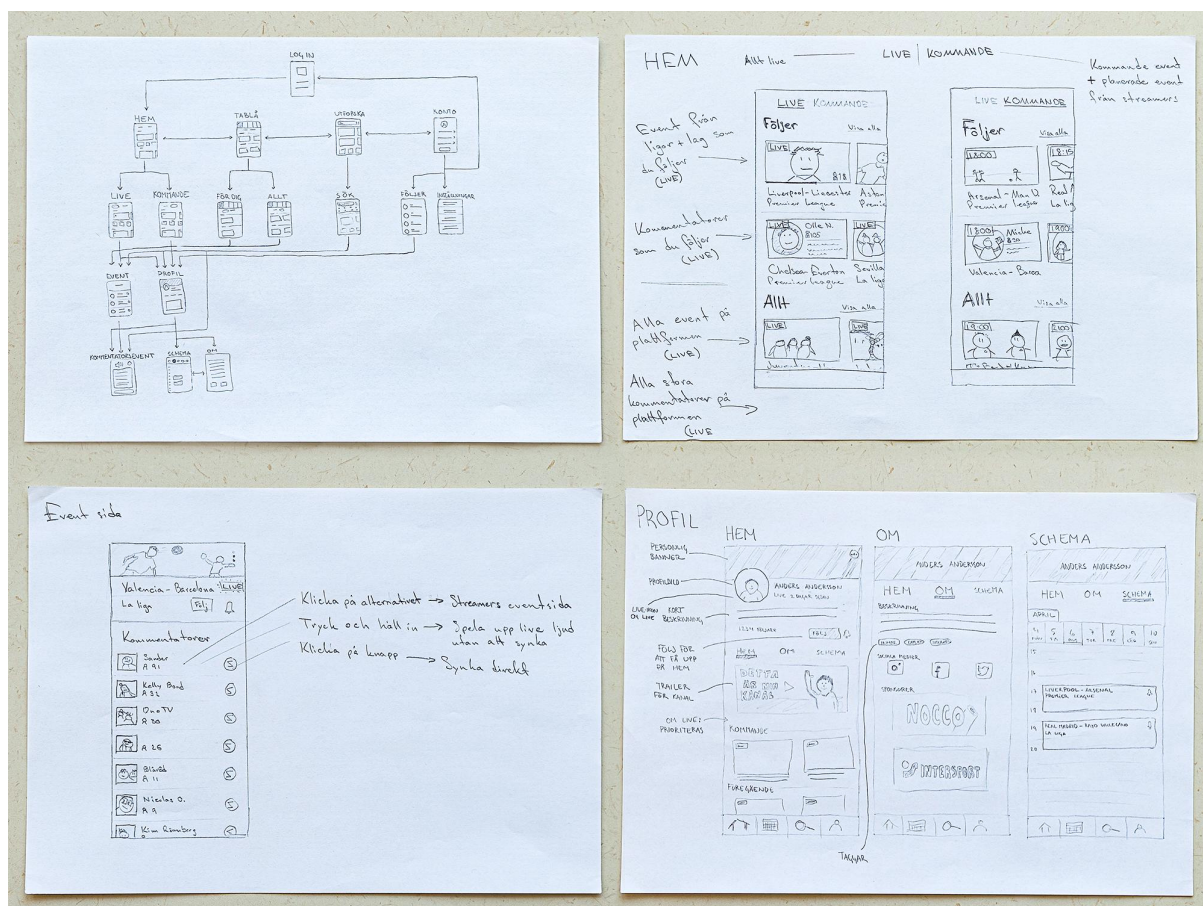


# 5.0 Bearbetningsfasen

Bearbetningsfasen bestod av skisser som gjordes med information från analyserna i förstudien. Dessa skisser sammanställdes till ett analogt gränssnittsflöde som sedan utgjorde navigationen i en framställd digital Lo-Fi prototyp. Lo-Fi prototypen testades sedan och utvärderades i ett affinitetsdiagram.

## 5.1 Skisser

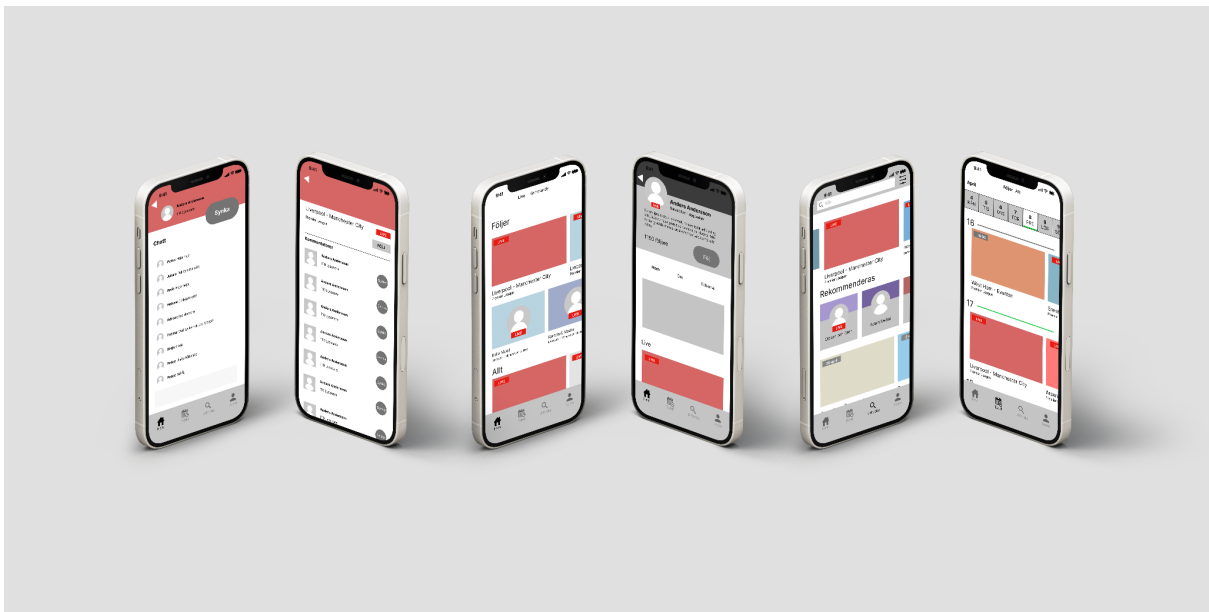
Med inspiration från resultatet från förstudien skissades förslag på hur gränssnittet skulle kunna. Det gjordes en skiss per relevant flik i applikationen, det vill säga en startsida, söksida, tablå samt profil. Skisserna fokuserade framför allt på layout och navigation. Då förstudien visat positiv respons till mobilanvändning gjordes alla skisser i mobilformat. Figur 1 visar ett urval av skisserna.



Figur 1. Skisser på gränssnittsflöde och gränssnitt

## 5.2 Lo-Fi prototyp

Lo-Fi prototypen framställdes med hjälp av det webbaserade prototypverktyget Figma. Prototypen skapades med hjälp av de slutgiltiga skisserna och det framställda gränssnittsflödet som kan ses i figur 2. Lo-Fi prototypen fokuserade, liksom skisserna, framför allt på navigation och placering av element snarare än visuell design. Figma tillåter prototyperna att vara interaktiva, vilket innebär att Lo-Fi prototypens flikar och knappar är sammankopplade och kan simulera en någorlunda verklig och fungerande applikation.



Figur 2. Lo-Fi prototypen.

## 5.3 Värdering av Lo-Fi prototyp

För värderingen av Lo-Fi prototypen sammanställdes observationerna och intervju svaren i ett affinitetsdiagram och svaren från SUS-enkäten sammanställdes till ett SUS-värde.

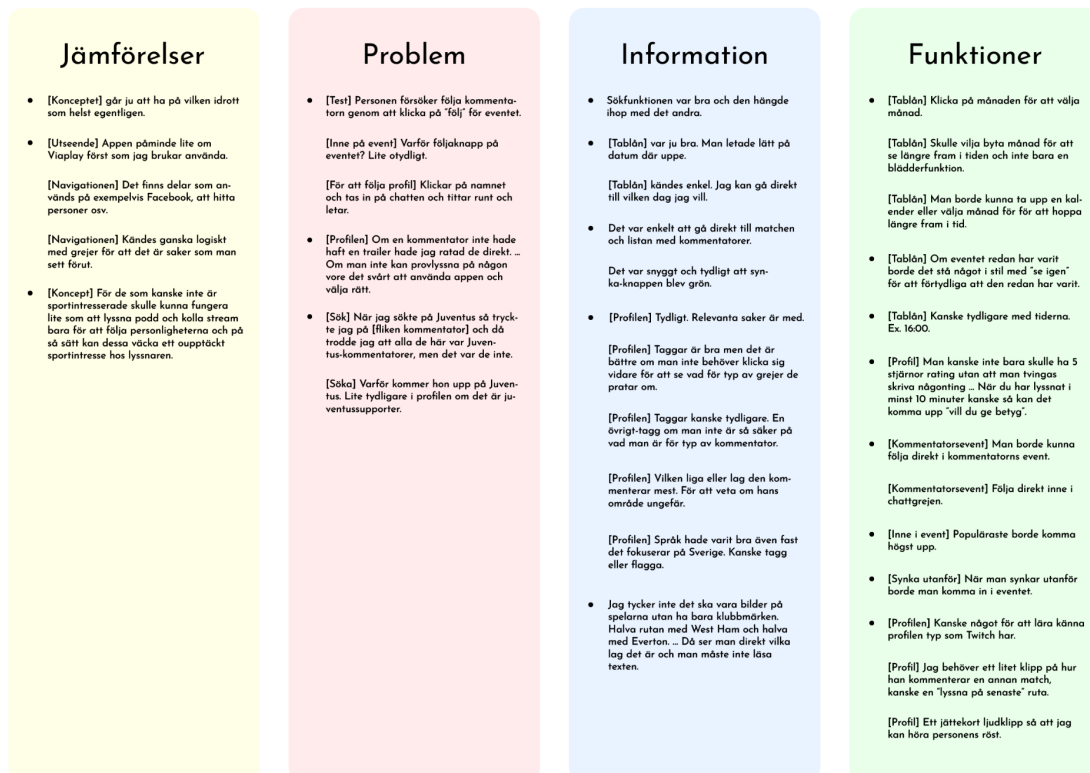
### 5.3.1 Affinitetsdiagram

Observationsresultaten och intervju svaren kategoriserades utifrån fyra kategorier i ett affinitetsdiagram (se figur 3) vilka var:

- Jämförelser (liknar någon funktion något från en annan app eller hemsida?)

- Problem (brister i prototypen)
- Information (hur presenterades information?)
- Funktioner (vad kan adderas i appen för att höja användarupplevelsen?)

I affinitetsdiagrammet kan det ses att deltagarna upplevde få problem med Lo-Fi prototypen. Däremot fanns det en stor mängd förslag på funktioner att lägga till och förslag på hur information kan presenteras bättre vilket presenteras i affinitetsdiagrammet. Det gjordes även en del liknelser till andra existerande plattformar.



Figur 3. Affinitetsdiagram av intervjusvar från test av Lo-Fi prototyp

## Jämförelser

Vissa deltagare tyckte att prototypens navigation påminde om andra applikationer vilket gör att inlärningströskeln upplevs som relativt låg. Konceptet ansågs även ha potential till att nå en större målgrupp än endast fotbollstittare då det finns möjlighet att integrera flera sporter i konceptet.

### *Problem*

De flesta problemen som deltagarna stötte på handlade om otydligheter och onödiga steg i prototypen. När deltagarna ombads att följa en kommentator tyckte vissa deltagare att det hade kunnat göras direkt i kommentatorns event för att undgå processen att ta sig till en ny sida vilket hade resulterat i ett reducerat antal klick och därmed förhöja användarupplevelsen. I sökningen som deltagarna fick utföra uppkom några otydligheter angående vad som dyker upp vid en specifik sökning. De tyckte att tydligare beskrivning behövdes för respektive profil på *Utforskasidan*.

### *Information*

De flesta kommentarer angående informationen i prototypen var positiva. Det fanns dock saker som deltagarna tyckte kunde förbättras och ett exempel var profilerna. Profilerna finns för att användare ska kunna "lära känna" dem bättre och veta vad för typ av innehåll de skapar men några av deltagarna tyckte att informationen på profilerna inte var tillräcklig för att "lära känna" dem. Deltagarna tyckte att viktig information (taggar) var gömda och borde finnas tillgänglig direkt när profilen öppnas. En deltagare menade även att de skulle föredra att kunna se lagens klubbmärken på bilderna i en senare version och inte spelarbilder.

### *Funktioner*

Det fanns ett antal funktioner som flertalet deltagare saknade eller som de tror skulle göra navigationen enklare. En av dessa var att kunna provlyssna en kommentators ljud på dennes profil genom någon slags trailer. Detta menade deltagarna kunde vara ett ljudklipp från den senaste sändningen eller ett utvalt klipp. En annan funktion som efterfrågades av flera deltagare var att kunna välja bland månader när de bläddrar i tablån. I tablån ville deltagarna även ha förtydligande på eventets tid och om de redan passerat. En deltagare uttryckte även behov av att kunna se en kommentators omdöme på dess profil i form av recensioner i text.

### **5.3.2 SUS-enkät**

SUS-enkäterna sammanställdes enligt praxis. SUS-enkätens medelvärde beräknades till 85 och resultatet presenteras i tabell 1. Sammanställningen visar att systemet

uppnår ett positivt resultat men fyller sitt främsta syfte först när de jämförs med en sammanställning av samma enkät från test av Hi-Fi prototyp.

Tabell 1. Resultat SUS-enkät för Lo-Fi prototypen.

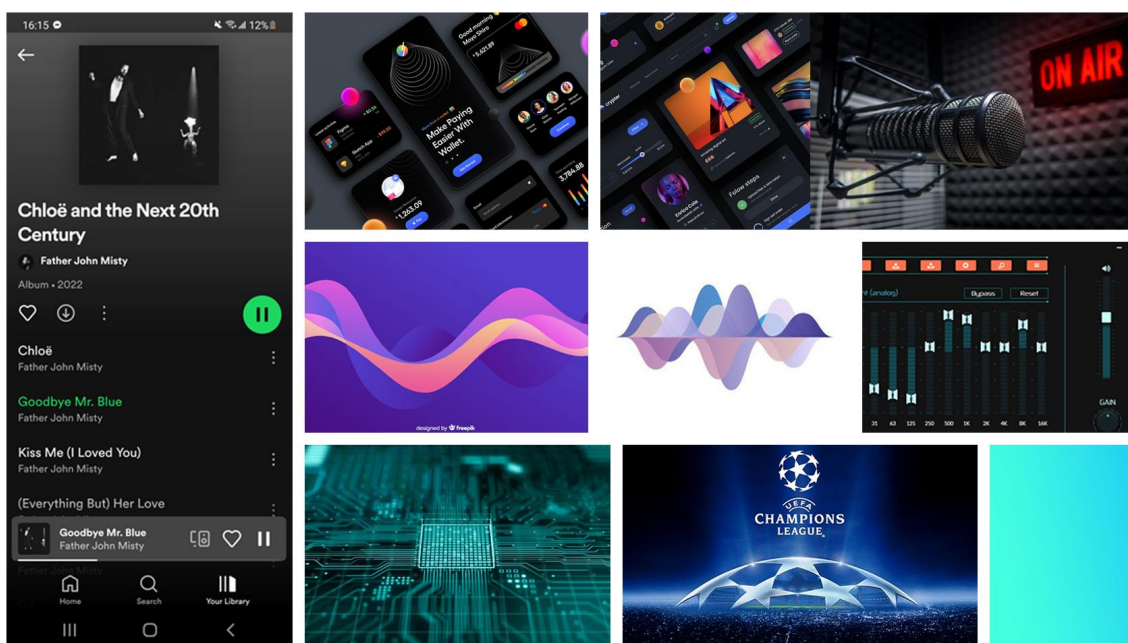
Fråga	Testperson 1	Testperson 2	Testperson 3	Testperson 4	Testperson 5	Testperson 6
1	4	4	4	4	3	4
2	2	2	1	1	1	1
3	4	4	4	4	5	4
4	2	2	1	1	1	2
5	4	5	4	4	5	4
6	2	2	1	1	1	2
7	4	5	5	4	5	5
8	1	2	2	1	1	2
9	4	5	5	3	5	5
10	1	1	2	2	2	2
<b>Resultat</b>						
Ojämnna frågor - 5	15	18	17	14	18	17
Jämna frågor + 25	17	16	18	19	19	16
SUS-värde	<b>80</b>	<b>85</b>	<b>87,5</b>	<b>82,5</b>	<b>92,5</b>	<b>82,5</b>

## 6.0 Detaljeringsfasen

Detaljeringsfasens första del bestod av att sammanställa en moodboard som kommunicerar den stil och tonalitet den visuella utformningen av applikationen ska ha. Med hjälp av observationen (se avsnitt 4.3) och det egna omdömet framställdes element och struktur för applikationen vilket i slutändan, tillsammans med affinitetsdiagrammets resultat och moodboarden, gjorde det möjligt att utveckla Lo-Fi prototypen till en Hi-Fi prototyp. Hi-Fi prototypen testades sedan återigen och utvärderades i ett nytt affinitetsdiagram.

### 6.1 Moodboard

Efter värderingen av Lo-Fi prototypen skapades en moodboard för det visuella uttrycket av Hi-Fi prototypen (se figur 4). Syftet med moodboarden är att ge designprocessen generella riktlinjer att utgå ifrån i det inledande arbetet. Moodboarden inspirerades framför allt av andra plattformar som hanterar ljud och/eller livesändningar. Exempel på dessa plattformar är Spotify, Apple Music, Twitch och Viaplay. Moodboarden var ett visuellt hjälpmedel i det fortsatta designarbetet och användes för att avgöra om designbeslut som togs stämde överens med den ursprungliga visionen för designen.





Figur 4. Moodboard

## 6.2 Färg

Den färgpalett som används på plattformen består av främst tre färger och kan ses i figur 5.



Figur 5. Färgpalett som användes

Ett “mörkt” tema används som grund för användargränssnittet. På så sätt kan plattformen placeras i samma fack som många andra sportrelaterade streamingplattformar som också använder nästan uteslutande mörkt tema. Ett mörkt tema gör också att plattformens många färgglada element får bättre kontrast mot bakgrunden. Genom att använda olika nyanser av mörkgrått kan även elementens elevation visualiseras i plattformen.

Som accentfärg till bland annat ikoner används en cyanfärg. Cyan är en mer neutral färg bland de traditionella “fotbollsfärgerna” vilket passar en plattform som inte ska tilltala ett visst lags supportrar mer än andra, likt exemplet i avsnitt 2.4. Att plattformen använder ett annorlunda färgschema är också bra med tanke på att den endast arbetar med ljud och inte visuell media som många andra streamingtjänster. I gränssnittet används cyanfärgen nästan uteslutande för ikoner kopplade till ljud eller kommentering, vilket är vad som definierar plattformen.

Då appen innehåller en stor mängd färgglada bilder på fotbollsemler och profilbilder behöver inte grafiken i sig innehålla mycket färg. Cyanfärgen används därför sparsamt och begränsas framför allt till mindre element och knappar samt plattformens logotyp. En röd färg används utöver cyanfärgen på elementet som visar

att event eller kommentatorer är “live”. Elementet i rött med texten “live” är universellt och används på de flesta plattformarna som har livesändningar, exempelvis Twitch, Youtube, Viaplay, Reddit och Facebook.

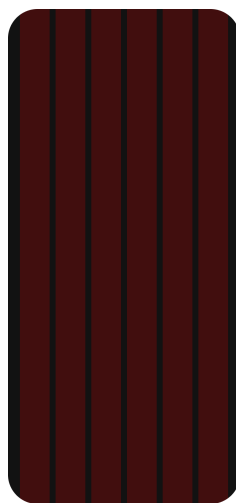
## 6.3 Typsnitt

Till rubriksättning på plattformen används typsnittet Baloo 2 Medium. Typsnittet valdes för att kunna särskilja rubriker mot annan text och skapa tydligare hierarki bland informationen. Baloo 2 är en sans-serif och dess karakteristiska runda former matchar stilen på övriga element på plattformen som knappar och thumbnails.

Till resterande text på plattformen används typsnittet Inter Regular. Inter är likt Baloo 2 en sans serif, men har en mer reserverad identitet som passar bättre för längre texter eller ställen där texten måste hållas i ett litet format. Inter används för bland annat brödtext, thumbnails och tab bar.

## 6.4 Gridsystem

Ett gridsystemet används på appens samtliga sidor för att få ett enhetligt uttryck genom hela plattformen. Gridsystemet är kolumnbaserat och består av sex kolumner med 20 pixlar breda yttermarginaler och innermarginaler som är tio pixlar breda. Det kolumnbaserade gridsystemet kan ses i figur 6.



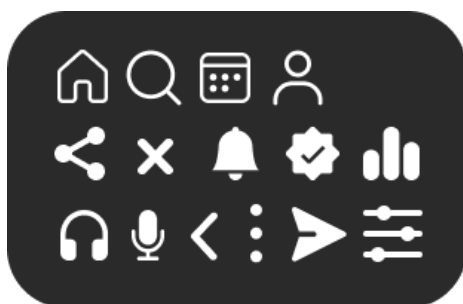
*Figur 6. Gridsystemet som används*



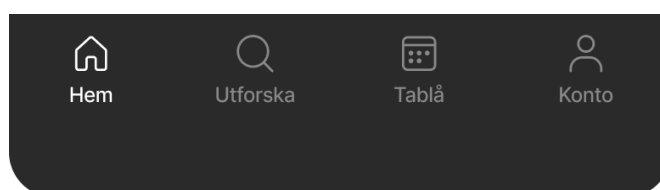
## 6.5 Ikoner

På plattformen används en mängd olika ikoner och kan ses i figur 7. Ikonerna har en minimalistisk stil som följer samma stil som hela gränssnittet. Majoriteten av ikonerna har vit färg, en del har cyan-färg, och en del har cyan-färg först i “aktiverat” läge. Ikonerna talar oftast för sig själva, förutom i tab baren där de har tillhörande text se figur 8.

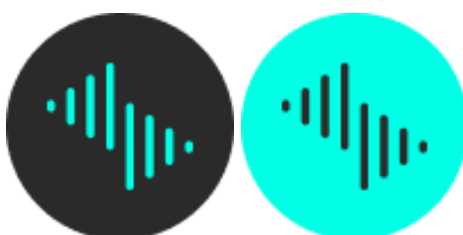
Plattformens logotyp föreställer två pilar som symboliserar ett byte (av kommentator). Pilarna består av staplar som efterliknar den grafik som brukar användas för ljudstaplar. Samma symbol används i synka-knapparna som syns på sidan för ett event (se figur 9) – knapparna som uppfyller plattformens viktigaste funktion.



Figur 7. Ikoner som används i plattformen



Figur 8. Plattformens tab bar med Hem aktiverat



Figur 9. Logotyp/synka-ikon i olika tillstånd

## 6.6 Thumbnails

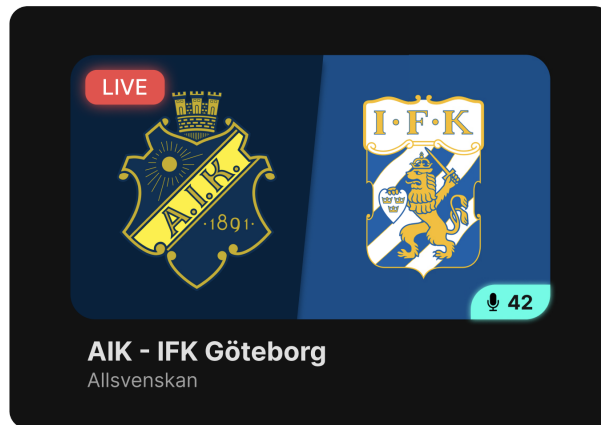
Genom att använda thumbnails på plattformen kan information presenteras på små ytor på ett effektivt sätt. På plattformen används tre olika typer av thumbnails. De olika thumbnails är för event, kommentatorsevent och kommentatorsprofiler och har olika utformning för att vara enklare att särskilja.

### 6.6.1 Thumbnail event

Thumbnails för vanliga event (matcher) leder till sidan för det specifika eventet med bland annat en lista på alla dess registrerade kommentatorer. Dessa thumbnails består av bilder på de två fotbollslagens emblem för att tydligt informera om vilken match den representerar (se figur 10). På andra sportrelaterade streamingplattformar används vanligtvis thumbnails som består av fotografiska bilder på spelare. Det som skiljer dessa plattformar från plattformen i detta arbete är att denna plattform inte avser att locka användaren till det unika eventet med en spännande bild, utan vill snarare presentera eventet som användaren redan tittar på med största möjliga igenkänningsfaktor. Därför passar thumbnails med fotbollslagens emblem bättre för plattformen än spelarbilder som inte alltid visar båda lagen och kräver mer kontext för att tolka. Att alla thumbnails använder likadan uppdelning med de två lagens bilder resulterar också i ett mer strukturerat gränssnitt än om alla thumbnails hade använt blandade spelarbilder.

Likt på Viaplay och andra plattformar har dessa thumbnails även tillhörande text som förklarar vilka lag som spelar, men som blir sekundär information till bilderna i thumbnailen.

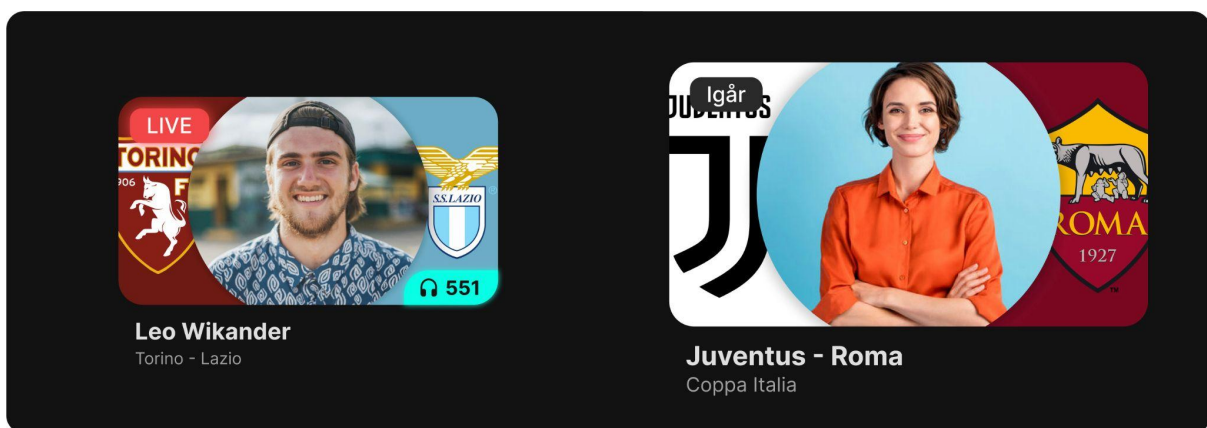
I thumbnailen finns ett element i det övre vänstra hörnet som visar om eventet är live eller när eventet börjar. Om eventet är live finns ett element i det nedre högra hörnet som visar hur populärt eventet är genom antalet registrerade kommentatorer till eventet. Till detta används en ikon som representerar en mikrofon.



Figur 10. Thumbnail på ett event

### 6.6.2 Thumbnail kommentatorsevent

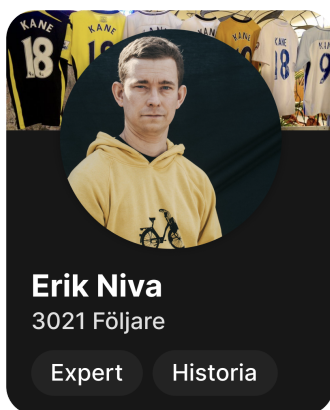
Thumbnailen för kommentatorsevent är till stor del lik den för vanliga event (se figur 11), men leder till den specifika kommentatorns sida för eventet med live-chatt och omröstningar. Thumbnailen består av kommentatorns profilbild och text som beskriver vilket event de kommenterar. Den är mindre i storleken än de thumbnails för vanliga event för att skapa tydligare hierarki och struktur i gränssnittet, förutom på kommentatorers profiler där de inte visas i anslutning till någon annan thumbnail och har normal storlek och heller inte behöver namnet på kommentatorn. I övrigt använder de likadan uppdelning mellan lagens klubbmärken och samma ikoner för live-status och engagemang. En skillnad är att denna thumbnail visar antalet lyssnare hos den specifika kommentatorn istället för totalt antal kommentatorer till matchen. Till detta används en ikon av hörlurar.



Figur 11. Thumbnail för kommentatorsevent. Större variant som används på kommentatorns profil t.h.

### 6.6.3 Thumbnail kommentatorsprofil

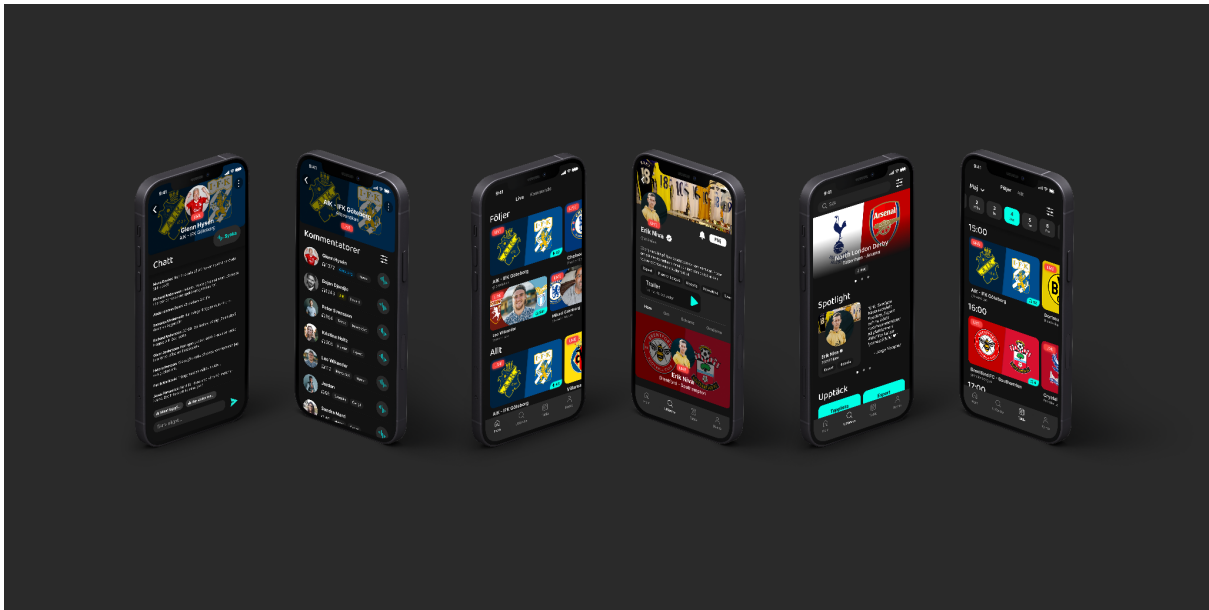
När en kommentator ska presenteras separat från ett event används en thumbnail för kommentatorsprofil som leder direkt till kommentatorns profil. Thumbnailen visar kommentatorns profilbild, namn, följjarantal samt vilka taggar som är mest relevanta för profilen och kan ses i figur 12.



Figur 12. Thumbnail för kommentatorsprofil

## 6.7 Hi-Fi prototyp

Även Hi-Fi prototypen framställdes i Figma. Till skillnad från Lo-Fi prototypen fokuserar Hi-Fi prototypen både på navigation och design. Den visuella formgivningen bearbetades för att förmedla känslor och uttryck som överensstämmer med den framtagna moodboarden med de bestämda färgerna, typsnitten och elementen (se avsnitt 6.1 - 6.6). Istället för att utforma appens navigation utifrån testuppgifterna, som det gjordes i Lo-Fi prototypen, utformades en mer fulländad app där det nästintill är möjligt att navigera fritt. Alla bilder och texturor i appen leder inte vidare till någon ytterligare sida, men prototypen är fulländad på det sättet att den har minst ett exempel för alla appens funktioner där användaren kan navigera till slutet av interaktionsflödet med fulländad design. Den slutgiltiga Hi-Fi prototypens design kan ses i figur 13.



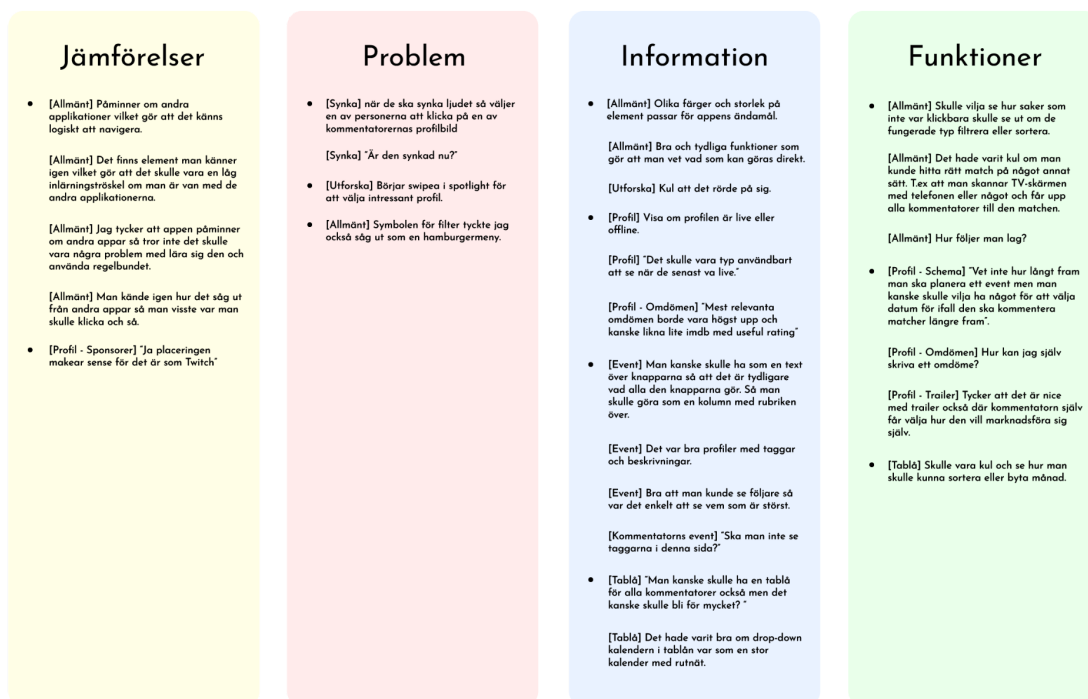
*Figur 13. Hi-Fi prototypen.*

## 6.8 Värdering av Hi-Fi prototyp

För värderingen av Lo-Fi prototypen sammanställdes observationerna och intervjuvaren i ett affinitetsdiagram och svaren från SUS-enkäten sammanställdes till ett SUS-värde.

### 6.8.1 Affinitetsdiagram

Observationsresultaten och intervjuvaren från testet av Hi-Fi prototypen sammanställdes på samma sätt som värderingen av Lo-Fi prototypen (se 5.4) i ett affinitetsdiagram (se figur 14).



Figur 14. Affinitetsdiagram av intervjusvar från test av Hi-Fi prototyp

I affinitetsdiagrammet syns att deltagarna upplevde färre problem än i Lo-Fi prototypen. Deltagarna hade fortfarande många tankar om vilken information som skulle synas i appen och var, och de hade även en del idéer på nya funktioner som kunde introduceras.

## Jämförelser

Många deltagare tyckte att appen påminde om andra appar till utseendet och i navigationen. Jämförelserna kom med positiv eller neutral betoning. Deltagarna var bekanta med interaktionsflödet och utformningar på prototypens olika sidor.

## Problem

Inga större problem identifierades i testet av Hi-Fi prototypen. De problem som lyftes fram hade att göra med små designmässiga val och förvirring kring saker som deltagarna snabbt kom underfund med efter att de fortsatte att använda prototypen. Deltagarna hade även en del problem i lägen där Figma's begränsningar gjorde att appen inte visade fullständig information eller inte agerade som det egentligen var tänkt.

### *Information*

Deltagarna hade flertalet positiva åsikter om hur information presenterats. De tyckte att designbesluten och informationen i appen underlättade att förstå vad de olika valen i appen innebar och vad som skulle göras härnäst. Designen gav enligt deltagarna också ett proffsigt intryck som förhöjde deras användarupplevelse och tillit till appen. Utöver det hade deltagarna många förslag på hur och var information kunde presenteras. Vissa användare ville ha tydligare fokus på om en profil i appen är live eller inte, när en profil senast var live och en annan ville ha en profils omdömen sorterade på ett annat sätt. Det fanns även önskemål om att vissa knappars funktion kunde förtydligas med tillhörande text, exempelvis synka-knappen till respektive kommentator under ett event.

### *Funktioner*

Några deltagarna påpekade att appen saknade vissa mindre funktioner, som att själv kunna lägga in ett omdöme i en profil eller att kunna följa ett lag. En deltagare uttryckte sig positivt om trailerfunktionen som adderades efter test av Lo-Fi prototypen.

### **6.8.2 SUS-enkät**

SUS-enkäterna sammanställdes återigen efter testet och medelvärdet av SUS-värdena beräknades till 91,5 med resultatet som kan ses i tabell 2. Ökningen från SUS-värdet 85 till 91,5 mellan test av Lo-Fi och Hi-Fi prototypen indikerar en förbättring och ett väl fungerande system överlag då SUS-värden över 80,3 är över medelmåttet.

Tabell 2. Resultat SUS-enkät för Hi-Fi prototypen.

Fråga	Testperson 1	Testperson 2	Testperson 3	Testperson 4	Testperson 5
1	5	5	4	5	4
2	2	1	1	2	2
3	5	5	5	5	5
4	1	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5
6	2	1	1	2	2
7	5	5	3	4	5
8	1	1	1	1	1
9	4	5	5	5	4
10	3	1	2	2	1
<b>Resultat</b>					
Ojäмна frågor - 5	19	20	17	19	18
Jämna frågor + 25	16	20	19	17	18
SUS-värde	<b>87,5</b>	<b>100</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>90</b>

### 6.8.3 Revidering av design efter test av Hi-Fi prototyp

Efter test av Hi-Fi prototypen gjordes en slutgiltig revidering av designen där mindre ändringar gjordes för att förbättra gränssnittet ytterligare. Sådana ändringar innefattar exempelvis färgval på knappar och justering av teckengrad. Den slutgiltiga designen presenteras i avsnitt 7.0.



## 7.0 Resultat

Syftet med arbetet var att utforma ett gränssnitt för en plattform som erbjuder val av ljudspår för fotbollssändningar. Genom att framställa en interaktiv, digital prototyp för den tänkta plattformen samt testa den på ett antal testpersoner kunde forskningsrapportens frågeställningar besvaras. Följande delkapitel går igenom varje sida av den slutgiltiga designen och hur utformningen av dessa hjälper till att besvara frågeställningarna.

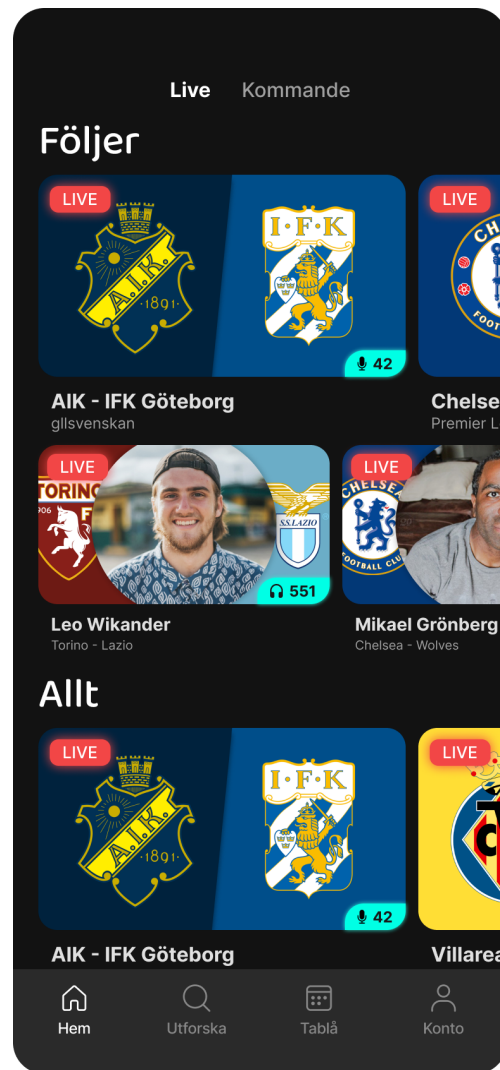
### 7.1 Hem

Fliken *Hem* (se figur 15) är den första av de fyra flikarna som finns i appens tab bar och är den sida som användare möts av när applikationen öppnas. Sidan består främst av thumbnails på olika matcher och kommentatorer och har fullt fokus på matcher som är live just nu. Vill användaren se matcher som kommer att äga rum längre fram i tiden finns möjligheten att byta från *live* till *kommande* högst upp på sidan. Anledningen till fokuset på live-matcher när man går in i appen är att fotbollstittaren som redan tittar på en match direkt ska kunna hitta den match de tittar på eller sin favoritkommentator utan att behöva göra en sökning eller bläddra i en tablå.

Både *live* och *kommande* är uppdelade under två rubriker: *Följer* och *Allt*. Under *Följer* syns innehåll som användaren anpassar efter sig själv – här visas matcher och kommentatorer som användaren följer. Under rubriken *Allt* finns alla tillgängliga matcher och de populäraste kommentatorerna som kommenterar någon av matcherna. Listorna med matcher och kommentatorer är horisontellt skrollbara och innehåller fem alternativ som är sorterade efter popularitet. Finns fler än fem alternativ tillgängliga har användaren möjlighet att klicka på *Visa alla* för att få en bättre översikt av utbudet just nu. Det är främst från fliken *Hem* som användare kan navigera till live-matchernas olika kommentatorer och välja en som passar dem, synka ljudet och kommunicera med andra.

Genom smart layout med rubriker och uppdelning av innehåll, samt tydliga thumbnails (se 6.6) kan användaren snabbt identifiera rätt match eller kommentator

och störningsmomentet i tittarupplevelsen av matchen minskas. Möjligheten att följa ett lag, liga eller kommentator och anpassa hem-skärmen därefter uppfyller Hilvert-Bruce et al.'s teori om att användare föredrar att konsumera skräddarsytt innehåll.

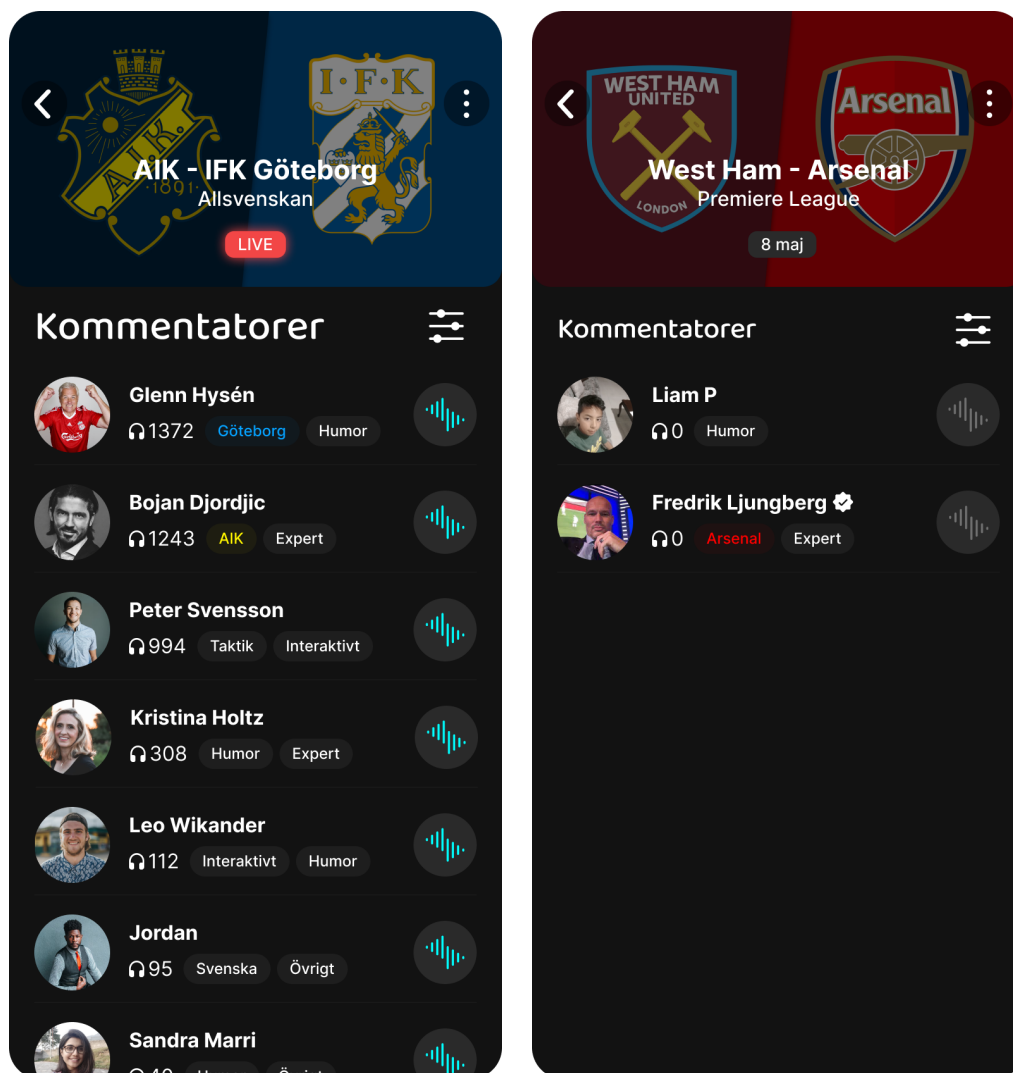


Figur 15. Skärmdump på fliken Hem

## 7.2 Event

Genom att klicka på ett event i fliken *Hem* öppnas *Event*-sidan (se figur 16) som innehåller en lista med samtliga kommentatorer som kommenterar den valda matchen. I kommentatorslistan kan kommentatorns profilbild och namn ses tillsammans med olika taggar. Dessa är menade att informera om vad för ämnen som är aktuella för kommenteringen och framför allt om kommentatorn är partisk till

något lag i sin kommentering. Tillsammans med taggarna visas antalet lyssnare för att visa hur populära kommentatorerna är för stunden. Till höger i varje kommentatorssektion finns en knapp som synkar ljudet till den aktuella matchen. Knappen har symbolen för plattformen i en grå variant i inaktiverat läge men blir cyanfärgad när ljudet är synkat. Detta gör det möjligt för användare att använda endast två klick för att byta till ett önskat kommentatorsspår, vilket innebär att plattformen är effektiv för de som använder den under en pågående match. Genom att ha en filtreringsfunktion kan användare hitta en kommentator som överensstämmer med dess preferenser. Högst upp på sidan syns en nedtonad bild av lagens klubbmärken med olika element placerade över. Lagens namn, turnering och live-ikon kan ses tillsammans med en *Tillbaka*- och *Visa mer*-knapp.



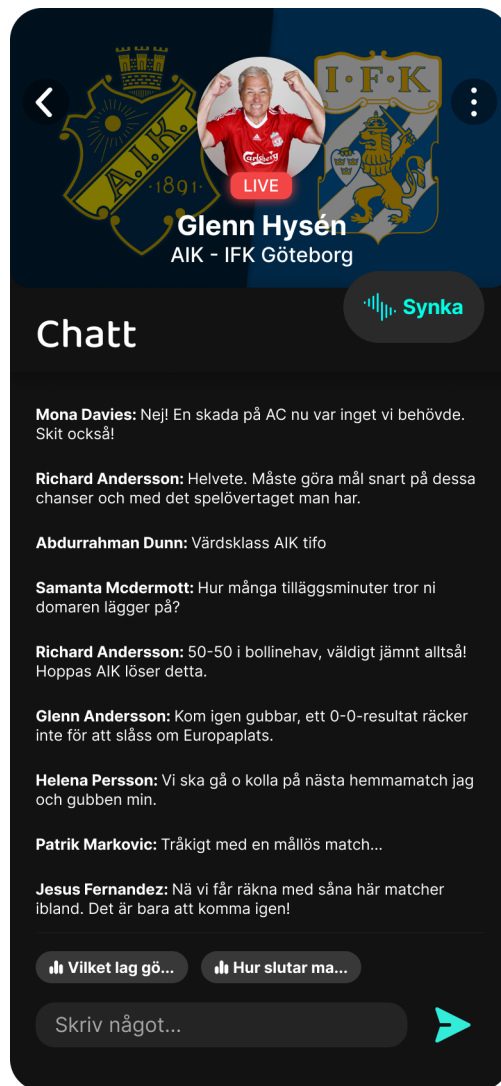
Figur 16. Skärmdump på Event-sidan för olika matcher.

## 7.3 Kommentators eventsida

Om kommentatorssektionen (exklusive profilbild) klickas öppnas kommentatorns individuella eventsida (se figur 17). På denna sida är det möjligt för användare som lyssnar på den valda kommentatorn att kommunicera med varandra och med den aktuella kommentatorn. Kommentatorn kan även starta omröstningar som alla deltagare kan välja att delta i.

Högst upp på sidan kan återigen en nedtonad bild av lagens klubbmärken ses med olika element placerade över. I denna sida består elementen utav kommentatorns profilbild och namn, match, live-ikon, tillbaka- och visa mer-knapp. Utöver dessa element finns ytterligare en knapp som synkar ljudet till den aktuella matchen. Den större delen av sidan består av chattfältet där användares meddelanden visas. Längst ner på sidan kan användaren själv skriva ett meddelande för att delta i diskussioner som sker i chatten. Ovanför skrivrutan kan små element ses som öppnar tidigare omröstningar.

Kommentatorns eventsida är en av de sidor som fokuserar på interaktionen mellan tittare och kreatörer. Sidan har både en chattfunktion och omröstningar där tittaren kan interagera med varandra eller kommentatorn. Enligt H. Kim och M. Kim är detta vad som kan skapa en upplevd personlig relation mellan tittare och kreatör, vilket leder till högre engagemang från tittaren. Att lyfta fram kommentatorernas personligheter och att uppmuntra interaktivitet mellan dessa och tittarna är därför viktiga aspekter på plattformen som kan förhöja tittarens tittarupplevelse.



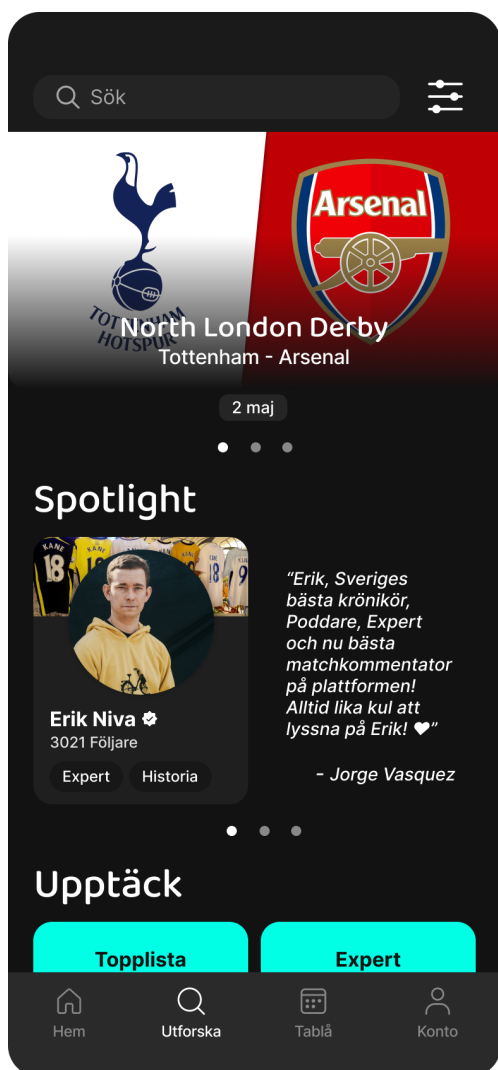
Figur 17 - Skärmdump på kommentatorns event-sida

## 7.4 Utforska

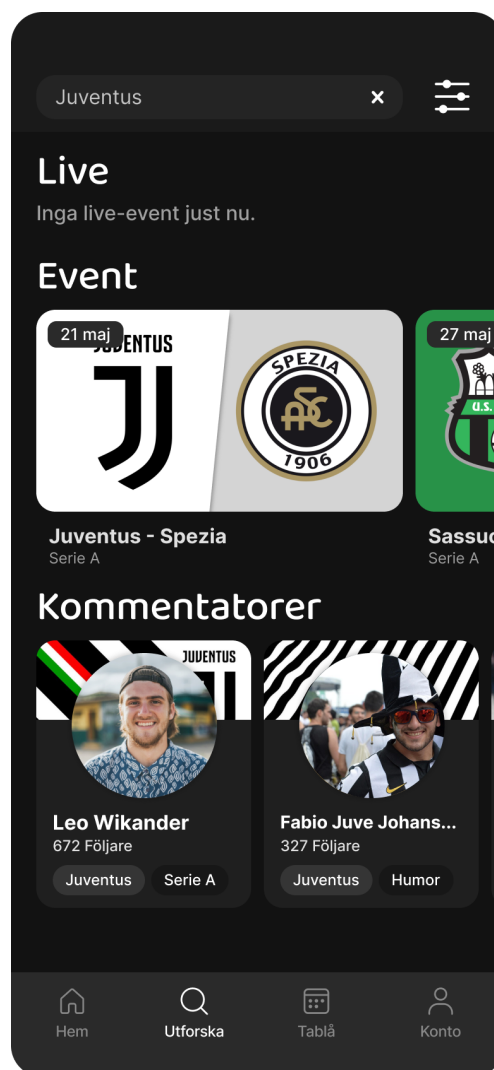
Fliken *Utforska*, som kan ses i figur 18, är den andra av de fyra flikar som finns i tab baren. Syftet med denna sida är att hjälpa användare att hitta lag, matcher och kommentatorer som passar deras individuella preferenser, främst genom en sökfunktion. Sidan erbjuder även rekommendationer på kommentatorer och matcher som användaren inte nödvändigtvis följer eller hade upptäckt på egen hand.

Högst upp på sidan finns ett skrifvfält och en filtreringsikon där användare kan skriva nyckelord och filtrera sökningar för att hitta specifika sökningar relaterade till ordet. När en sökning har gjorts på exempelvis ett specifikt lag visas resultat med aktuella eller kommande matcher samt kommentatorer med koppling till laget (se figur 19).

Under sökrutan kan ett större bildspel ses på matcher som kan vara av intresse för användaren. Under bildspelet finns sektionen *Spotlight*, vars syfte är att lyfta kommentatorer på plattformen. Nedanför *Spotlight* finns rubriken *Upptäck* som innehåller knappar som tar användaren till kategorier som topplista, expert och humor där användare kan hitta kommentatorer inom olika kategorier.



Figur 18 - Skärmdump på utforska-sidan.



Figur 19 - Skärmdump på en sökning.

## 7.5 Profil

Varje kommentator på plattformen har en egen profilsida. Två exempel på dessa syns i figur 20 och figur 21. På profilsidan har varje kommentator möjlighet att presentera sig mer utförligt. Kommentatorn kan skriva en kort text om sig själv, lägga till relevanta taggar som beskriver vad personen brukar kommentera för matcher och

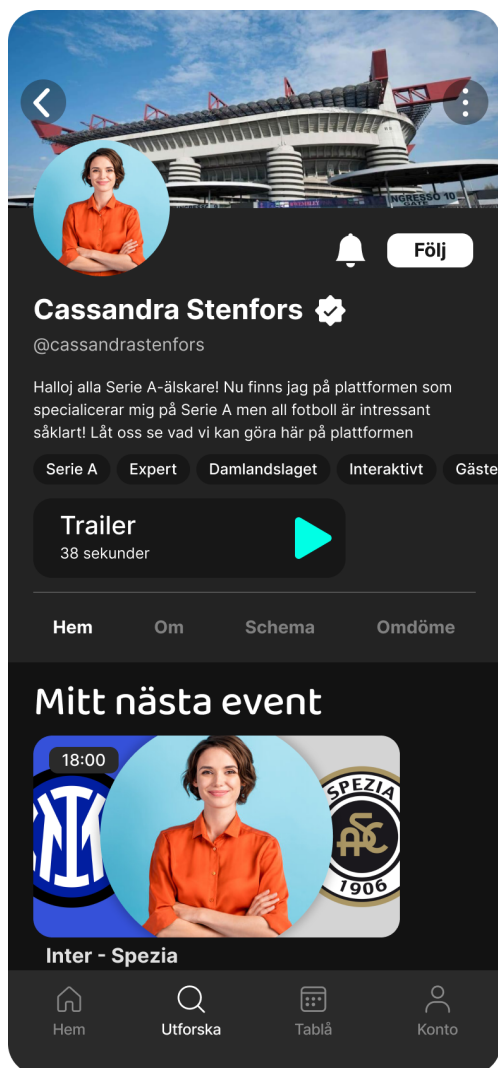
välja en profil-banner. Högt upp på profilsidan finns också en yta för kommentatorns trailer. Här kan kommentatorn ladda upp en inspelning som reflekterar kommentatorns stil och personlighet och användaren kan klicka på spela-ikonen för att lyssna på klippet. Taggar, likt på sidan för ett event, gör att användare snabbt och enkelt kan förstå kommentatorns inriktning och eventuell partisk hållning. Trailerfunktionen gör att användaren kan få en mer personlig presentation av kommentatorn, vilket också ger en tydligare bild av kommentatorns stil. Båda taggarna och trailerfunktionen hjälper användaren att hitta en kommentator som passar deras preferenser, och placeringen av dessa i profilen gör informationen lättillgänglig.

Inledningen av profilsidan har i övrigt ett antal funktioner som en användare av populära sociala medier kan förvänta sig hitta. En användare kan följa kommentatorn genom en följa-knapp och slå på notiser för kommentatorns event och om personen är verifierad, samt en ikon i övre högra hörnet för att få upp fler alternativ angående profilen.

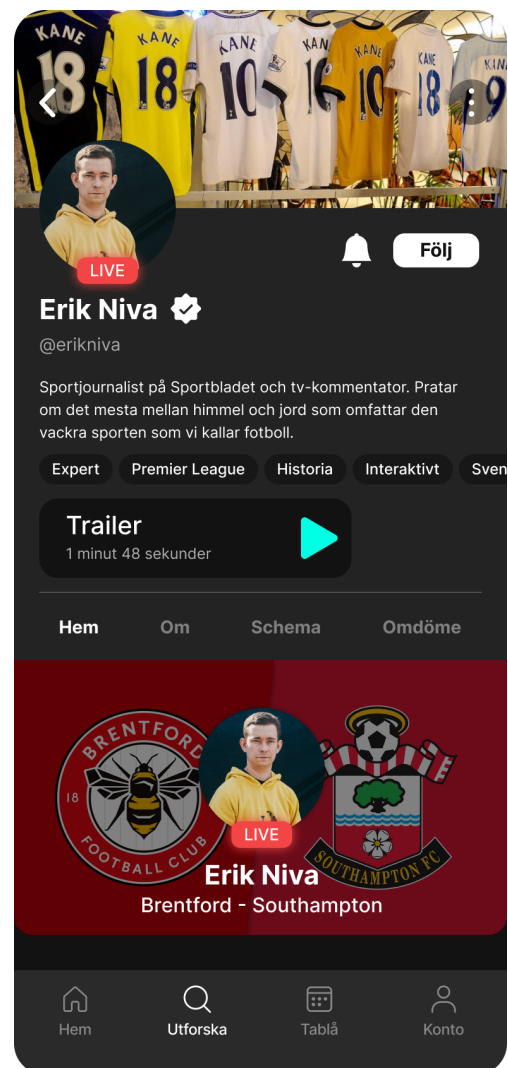
Profilsidan har en integrerad tab bar med fyra flikar där användaren kan navigera mellan flikarna *Hem*, *Om mig*, *Schema* och *Omdöme*. På fliken *Hem* kan användaren se kommentatorns kommande event, deras senaste sändning samt läsa eventuella textinlägg som kommentatorn lagt ut. Om kommentatorn är live när profilen besöks syns en stor thumbnail som tar användaren till kommentatorns sida för eventet. På fliken *Om mig* finns yta för kommentatorn att skriva en längre text om sig själv, lägga till länkar till personens sociala medier-kanaler och presentera en eventuell sponsor. På fliken *Schema* kan användaren hitta en lista med kommentatorns alla planerade event som liknar utformningen av sidan *Tablå*. På fliken *Omdömen* kan användaren både läsa andra användares skriftliga omdömen av kommentatorn och lämna ett eget omdöme. Likt trailer-funktionen så hjälper även detta användaren att göra en bedömning av kommentatorn.

Plattformen tillåter kommentatorn att bygga en egen profil med ett tydligt upplägg om vem personen är, ett schema för hur deras framtida engagemang kommer se ut och vad andra användare tycker om de. Detta gör att kommentatorerna har en mer personlig närvaro än de traditionella kommentatorer som vanligtvis inte hörs eller

syns utanför sändningstid. Detta gör att användare enklare kan få en personlig koppling till kommentatorn som person. Detta är återigen en viktig aspekt av plattformen då det enligt H. Kim och M. Kim, precis som kommentatorns eventsida (se avsnitt 7.3), i regel förhöjer användarnas tittarupplevelse och leder till större tittarengagemang.



Figur 20. Skärmdump på profilsida.



Figur 21. Skärmdump på annan profilsida.

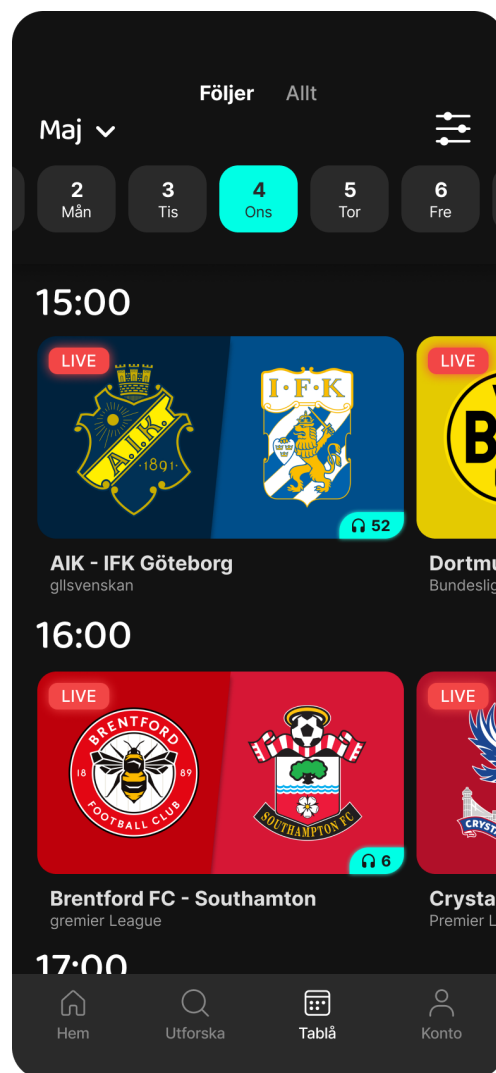
## 7.6 Tablå

Sidan *Tablå* är en den tredje av de fyra flikar som finns i appens tab bar och kan ses i figur 22. *Tablå* erbjuder ett kalenderformat där användaren enkelt kan få en överblick över vilka event som finns idag eller någon dag i framtiden. Medan sökfunktionen på *utforska-sidan* är effektiv för att hitta ett specifikt event eller ett



visst lags matcher kan tablå användas för att utforska hela utbudet en viss dag. Användaren har möjlighet att byta datum genom en lista med horisontell skrollning och kan även byta månad genom en drop-down meny uppe till vänster. Användaren kan byta mellan att visa endast ligor och lag som de följer eller visa alla event på plattformen. Användaren kan även filtrera resultaten i tablå ytterligare utifrån specifika ligor eller lag genom filter-ikonen uppe till höger. Tablå-sidan använder samma thumbnails för event som övriga sidor på plattformen.

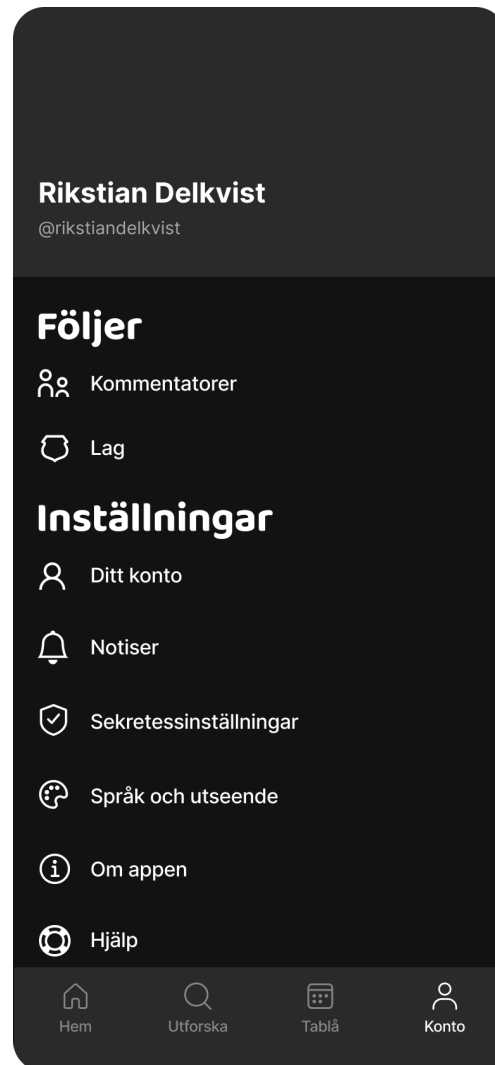
Att inkludera en tablå-vy i appen som dessutom har olika filtreringsfunktioner ger användaren ytterligare ett sätt att söka efter innehåll. Detta gör att användaren kan välja sättet som känns enklast och mest effektivt för dem.



Figur 22 - Skärmdump på tablå-sidan.

## 7.7 Konto

Konto-sidan är en den sista av de fyra flikar som finns i appens tab bar och kan ses i figur 23. Sidan är till för användaren att dels enkelt kunna hitta de kommentatorer och lag som de följer och dels ändra på olika inställningar.



Figur 23 - Skärmdump på konto-sidan

## 8.0 Diskussion

I detta kapitel görs en kritisk utvärdering av det genomförda arbetet. De olika delarna i arbetet samt resultatet diskuteras och kopplas till syftet. Slutligen diskuteras rekommendationer till vidare studier.

### 8.1 Teorier

Teorikapitlet täcker en stor mängd områden som är relevanta för forskningsrapportens ämnesområde. Teorikapitlet använder sig av etablerade teorier inom design som är väldokumenterade och som ofta är grundpelare inom designarbeten vilket gör att forskningsrapporten bygger på pålitliga teorier. Dock hade kapitlet kunnat skapa en ännu starkare grund med fler källor, särskilt inom ämnet sportkommentering, där både kommentatorns och lyssnarens perspektiv hade varit relevant. Att hitta källor om detta visade sig vara en utmaning, och på grund av det tajta tidsschemat blev valet att förlita sig på de åsikter som samlades in under förstudien samt den egna erfarenheten av området.

Teorikapitlet saknar en djupare teori för design av mobilapplikationer. En sådan teori hade kunnat erbjuda en tydligare utgångspunkt i bearbetningsfasen. Däremot utgjorde förstudiens observation av existerande plattformar en bra grund för utformningen av gränssnittet. Delar av plattformen i arbetet var tänkt att efterlikna de existerande plattformar som observerades i flera avseenden vilket gjorde att den grundläggande strukturen i dessa kunde överföras till skisserna i bearbetningsfasen.

Under arbetet upplevde författarna att igenkänning var en central del av gränssnittsdesignen. Teorier om igenkänning av system hade stärkt budskapet och gjort arbetet mer pålitligt då det bygger på navigationsmönster som är tillgängliga och ofta förekommande inom andra applikationer.

Trots att teorikapitlet hade kunnat utvecklas ytterligare anser författarna att kapitlet, tillsammans med författarnas egna expertis inom design och insikt i området för fotboll och kommentering, var tillräckligt för att utföra arbetet med en god grund.

## 8.2 Metod

I följande avsnitt görs en kritisk utvärdering av genomförandet av arbetets olika delar.

### 8.2.1 Förstudie

Enkäten fick totalt svar från 52 personer som tillhörde målgruppen sporttittare. Genom att inte enbart fokusera på denna målgrupp hade flera personer kunnat nå av enkäten och bidragit till studien. Resultatet hade därmed varit mer inkluderande och hade förmodligen bidragit till en annorlunda utformning av plattformen där den hade fått ta hänsyn till flera individers önskemål.

Enkätens resultat visar att målgruppen mestadels var positivt inställda mot konceptet. I och med detta drogs slutsatsen att konceptet var möjligt att arbeta med. Enkäten hade kunnat ställa frågor om önskade funktioner och liknande för att utarbeta konceptet ytterligare som resulterat i en mer fulländad prototyp från början och därmed effektiviserat arbetet.

Till observationen av existerande streamingtjänster gjordes ett urval av stora streamingtjänster som författarna kände till. Detta innebar att det upplevdes en vana vid utformningen av dessa plattformar och deras funktioner. En nackdel med detta är att observationerna riskerar att bli hemmablinda där författarna endast observerar funktioner de är bekanta med och inte tänker utanför ramen. Det är möjligt att plattformen hade kunnat ha unika sidor och funktioner i utformningen som de observerade plattformarna inte kunde ge inspiration till.

### 8.2.2 Designprocess

Designprocessen bestod av två faser: bearbetningsfasen och detaljeringsfasen. I följande underavsnitt utvärderas dessa faser kritiskt och förbättringar diskuteras.

#### *Bearbetningsfasen*

I bearbetningsfasen skissades endast ett förslag på gränssnitt. Det hade kunnat utvecklas ytterligare med flera olika alternativ där de hade kunnat värderats med plus- och minuslistor (Arvola, 2014) för att nå ett så bra resultat som möjligt. På

grund av det tajta tidsschemat prioriterades inte detta för att ha mer tid till framställning av prototyperna som testades på olika testpersoner. Istället togs feedbacken från dessa användartester och bidrog till att gränssnittets utseende förändrades under arbetets gång.

Lo-Fi prototypen framställdes med hjälp av prototypverktyget Figma. Erfarenheten inom prototyping i detta verktyg var något som författarna saknade. Detta innebar att kunskap om verktyget lärdes under arbetets gång. Med mer erfarenhet hade en mer verklighetstrogen prototyp kunnat framställas för användartestet och därmed bidragit med bättre återkoppling från testpersonerna.

### *Detaljeringsfasen*

Moodboarden användes som en utgångspunkt till designen av Hi-Fi prototypen och framställdes utifrån författarnas egna tankar om konceptet. Ett sätt att säkerställa att stilen i moodboarden speglade författarnas tankar av konceptet hade varit att skapa flera moodboards med olika stil och fråga respondenter om vilken av dessa som speglade författarnas beskrivning av plattformen.

Även Hi-Fi prototypen framställdes med hjälp av Figma. Som tidigare nämnt var erfarenhet något som hade underlättat framställning av prototypen (se *Bearbetningsfasen* i underavsnitt 8.2.2). Utöver detta hade verktyget begränsade funktioner vilket gjorde att även prototypen hade begränsningar. För ett mer verklighetstroget användarscenario i användartestet hade delar av testet kunnat simuleras. Mer om detta i avsnitt 8.5.

### **8.2.3 Användartester**

Tanken var från början att öka antalet testdeltagare mellan test av Lo-Fi prototypen och test av Hi-Fi prototypen då Tullis och Albert (2013) menar att detta är en tumregel för utvärdering av system. På grund av tidsbrist kunde inte denna tumregel följas. Men då Arvola (2014) menar att minst fem deltagare räcker för att identifiera merparten av problem med användbarhet ansågs resultatet av respektive användartest ändå vara tillförlitligt.

För att utvärdera prototypen användes bland annat SUS som ett verktyg. SUS är ett effektivt sätt att få reda på hur väl systemet upplevs av användare. Dock för att få ut det mesta av testerna ansågs det att SUS ska kompletteras med något annat. I detta fall användes det en halvstrukturerad intervju där användarna fick beskriva med ord hur systemet upplevdes. SUS-enkätens frågor är utformade så att en positiv och en negativ fråga alternerar vilket för användare som inte är vana med SUS-enkäter kan upplevas som udda. Då SUS-enkätens svar endast kan besvaras på en femgradig skala kan det exempelvis ske att användare inte vet hur en fyra skiljs från en femma och kan resultera i en femma om användaren tycker att det är bra. Resultatet blir således aldrig helt pålitligt men fungerar bra som en riktlinje.

## 8.3 Resultat

Genom en förstudie bestående av en enkät och en observation samt två användartester kunde det säkerställas att prototypens integrerade funktioner hjälper fotbollstittare att hitta en kommentator som som förhöjer deras tittarupplevelse (en av frågeställningarna). Detta görs genom att ha funktioner som underlättar för användare att hitta kommentatorer som matchar deras preferenser mer än en kommentator som ingår i sändningarna. För att göra det så enkelt som möjligt för fotbollstittare att hitta och byta kommentator har relevant information presenterats på ett logiskt sätt och användbara funktioner implementerats för att störa tittarupplevelsen så lite som möjligt (en av frågeställningarna). Resultatet består därmed av en prototyp av en mobilapplikation som ska kunna integreras med fotbollssändningar för att göra det möjligt för tittare att byta till en önskad kommentator. Resultatet visar en prototyp som fungerar som förslag på hur ett gränssnitt för en plattform kan vara utformat för att bidra till att fotbollstittare får en förbättrad tittarupplevelse (den centrala frågeställningen).

SUS-värdet 91,5 som Hi-Fi prototypen gav tillsammans med feedbacken från den halvstrukturerade intervjun visar att prototypen håller en hög nivå men då det inte är 100 så tyder det på att det finns förbättringspotential som gör att prototypen skulle kunna utvecklas ytterligare.

Med en kritisk utvärdering av arbetet står det klart att arbetet hade kunnat gjorts annorlunda för att nå ett bättre resultat men i slutändan har frågeställningarna besvarats och kan det utförda arbetet därmed anses som framgångsrikt.

## 8.4 Källkritik

I arbetet har källor med författare som är specialiserade inom ämnena och som ansetts relevanta använts. På så sätt säkerställdes att teorier och fakta som användes var korrekta och kunde användas som riktlinjer för arbetet. Trots att många av källorna är aktuella är området som arbetet omfattar (teknologi) ständigt i utveckling vilket kan innebära att delar blir utdaterade.

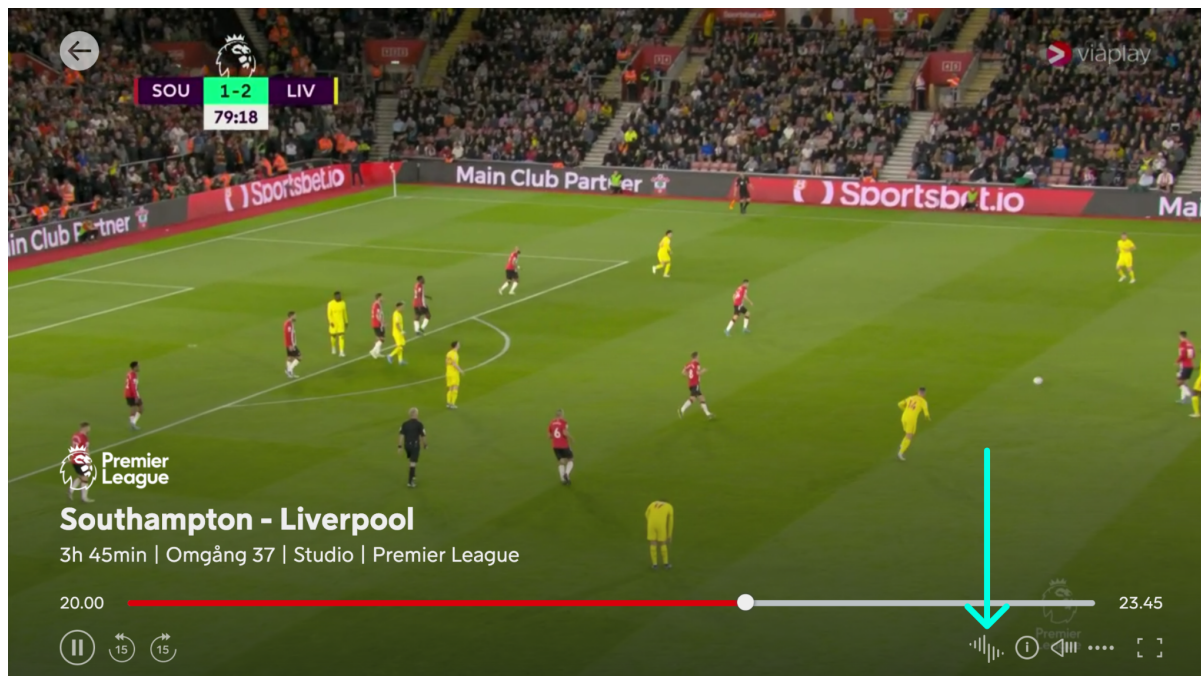
Konceptet i arbetet (en kombination av kreatörer, livestream, ljud och sportkommentering) är ett ganska outforskat område med få studier. För att stödja vissa beslut generaliserades detta istället i studier om liknande koncept (exempelvis Twitch), vilket gör att trovärdigheten i arbetet kanske minskar.

## 8.5 Vidare studier

Arbetet har behövt avgränsas för att ha en omfattning som är genomförbart under tidsperioden. En av dessa avgränsningar var att utforma plattformens användargränssnitt och funktioner ur konsumentens perspektiv. Då plattformens huvudsakliga användningsområde omfattas av två grupper, de som vill byta kommentator (konsumenter) och de som kommenterar (kreatörer), är det av intresse att i vidare studier kunnas undersöka hur ett gränssnitt skulle se ut ur kreatörernas perspektiv. Studien skulle därför kunna undersöka vilka funktioner som skulle anses användbara för kreatörer för att göra det möjligt att kommentera matcher för att sedan implementera dessa i applikationen.

Genom att studera vilka steg i navigationen som anses överflödiga och som hade kunnat uteslutas hade plattformen kunnat effektiviseras ytterligare. Ett exempel hade kunnat vara att integrera en del av applikationen direkt i streamingtjänstens mediaspelare (se figur 24) som gör det möjligt för fotbollstittare att direkt byta kommentator på den aktuella enheten, utan att behöva använda mobilapplikationen.

Som förstudien visade tittade 71% av respondenterna på sport på smart-TV. Ett alternativ hade varit att utforma en applikation för smart TV men det hade uteslutit alternativet att byta kommentator utan att avbryta matchsändningen.



Figur 24. Förslag på version där plattformen integreras i streamingtjänst.

Användartesterna av prototypen begränsades till prototypen på den mobila enheten i sig. Ingen extern skärm med ljud och bild från en aktiv match användes. Vid vidare utveckling av plattformen skulle användartester kunna utvecklas med hjälp av en mer verklighetstrogen miljö och interaktion, där användarens handlingar får mer påtagliga effekter. Exempel på sådana scenarion vore att rösten från TV:n ändras när användaren väljer en ny kommentator eller att telefonen spelar upp ett ljudspår när användaren väljer att lyssna på en trailer i en kommentators profil.

En ytterligare intressant aspekt som skulle kunna undersökas och vara externt relevant är huruvida konceptet och plattformen skulle påverka fotbollskulturen. Skulle detta koncept kunna locka icke-sportintresserade med hjälp av kreatörer som på ett bättre sätt uppfyller deras behov? Om så vore fallet skulle det vara aktuellt för streamingtjänster att använda sig av den framtagna plattformen som ett tillägg för att nå en bredare och nyare målgrupp med sina sportsändningar.



Vid fortsatta studier skulle det kunna undersökas om personer som inte är vana med sport hade kunnat tänka sig att titta på sport om de fick välja kommentator.

## 9.0 Slutsats

Syftet med rapporten var att undersöka hur ett gränssnitt för ett nytt koncept angående fotbollskommentering kan se ut. En central frågeställning bestående av två mindre frågeställningar hjälpte till att besvara syftet. Frågeställningarna var följande:

*Hur kan gränssnittet för plattformen vara utformat för att bidra till att fotbollstittare får en förbättrad tittarupplevelse?*

- *Vilka funktioner på plattformen hjälper fotbollstittare att hitta en kommentator som förhöjer deras tittarupplevelse?*
- *Hur kan relevant information presenteras och användbara funktioner implementeras för att störa tittarupplevelsen så lite som möjligt?*

Svaren på de båda frågeställningarna kom utav en förstudie följt av tester av både en Lo-Fi och en Hi-Fi prototyp som sedan reviderades till ett slutgiltigt gränssnitt.

Analysen av observationer av existerande plattformar för live-streaming identifierade flera viktiga funktioner som hjälper till att svara på den första av de mindre frågeställningarna, bland annat en sökfunktion med filter, en tablå och taggar. Även analysen av intervju svaren från användartester identifierade användbara funktioner, bland annat en trailerfunktion och omdömen för specifika kommentatorer. Baserat på teorier, förstudien och användartesterna av prototyper är de funktioner som hjälper fotbollstittare att hitta en kommentator som förhöjer deras tittarupplevelse de som presenteras i avsnitt 7.0 Resultat. Den första av de mindre frågeställningarna anses därmed vara besvarad.

Analysen av observationer av existerande plattformar för live-streaming samt analysen av intervju svaren från användartester hjälper till att besvara den andra av de mindre frågeställningarna. Bland annat en startsida med strukturerad layout med rätt prioritet på innehåll, tydliga thumbnails och knappar samt familjära element underlättar att störa tittarupplevelsen så lite som möjligt. Baserat på teorier,

förstudien och användartesterna av prototyper kan relevant information presenteras och användbara funktioner implementeras för att störa tittarupplevelsen så lite som möjligt på det sätt som presenteras i avsnitt 7.0 Resultat. Den andra av de mindre frågeställningarna anses därmed vara besvarad.

Med svaren på de två mindre frågeställningarna kan även den övergripande frågeställningen besvaras. Fokus på live-innehåll samt plattformens kommentatorer och deras personlighet, möjlighet till interaktivitet mellan lyssnare och kommentatorer, samt smarta funktioner är saker som kan göra att plattformens gränssnitt förhöjer fotbollstittarens tittarupplevelse. Gränssnittet kan vara utformat för att bidra till att fotbollstittare får en förbättrad tittarupplevelse på det sätt som redovisas i kapitel 7.0 Resultat.

Gränssnittet är endast testat i form av en Hi-Fi prototyp utanför ett verkligt scenario mot en relativt liten grupp testpersoner. Forskningsrapporten kan därför inte med säkerhet fastställa att det gränssnitt som presenteras i kapitel 7.0 är optimalt för det tänkta användarscenariot. Forskningsrapporten ger däremot en god indikation på vilka egenskaper gränssnittet för det tänkta konceptet bör ha och utgör en bra grund för vidare forskning.

# Källförteckning

Abdullah, R. & Hübner, R. (2006). *Pictograms, icons & signs : a guide to information graphics*. London: Thames & Hudson.

Arvola, M. (2014). *Interaktionsdesign och UX - om att skapa en god användarupplevelse*. Lund: Studentlitteratur.

Bergström, B. (2017). *Effektiv visuell kommunikation : om nyheter, reklam, information och identitet i vår visuella kultur*. Stockholm: Carlsson.

DesignStudio. (2021). *Premier League*. <https://design.studio/work/premier-league> [2022-04-01]

Geeter, D. (2019). Twitch created a business around watching video games — here's how Amazon has changed the service since buying it in 2014. CNBC, 26 februari. <https://www.cnbc.com/2019/02/26/history-of-twitch-gaming-livestreaming-and-youtube.html> [2022-05-13]

Gros, D., Wanner, B., Hackenholt, A., Zawadzki, P. & Knautz, K. (2017). World of Streaming. Motivation and Gratification on Twitch. *Social Computing and Social Media. Human Behavior. Vol 10282*. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-58559-8\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-319-58559-8_5)

Hilvert-Bruce, Z., Neill, J., Sjöblom, M. & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior Volume 84*, 58-67. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.013>

International Organization for Standardization. (2018). Ergonomics of human-system interaction — Part 11: Usability: Definitions and concepts (ISO 9241-11:2018). <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-11:ed-2:v1:en> [2022-04-13]

Kim, M. & Kim, H-M. (2022). What online game spectators want from their Twitch streamers: Flow and well-being perspectives. *Journal of Retailing and Consumer Services*. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102951>

Li, X., Li, Y. & Jae, M. (2020). Neural network's selection of color in UI design of social software. *Neural Computing and Applications (2021) 33:1017–102*. doi: [10.1007/s00521-020-05422-4](https://doi.org/10.1007/s00521-020-05422-4)

Lupton, E. (2015). *Graphic design: the new basics*. New York: Princeton Architectural.

Löwgren, J. (1993). *Human-computer interaction: What every system developer should know*. Lund: Studentlitteratur.

Löwgren, J. and Reimer, B. (2013). *Collaborative media: Production, consumption, and design interventions*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Schlatter, T. & Levinson, D. (2013). *Visual usability principles and practices for designing digital applications*. Amsterdam: Elsevier/Mk, Morgan Kaufmann.

Semrush. (2022). Most Visited Websites by Traffic in the world for all categories, February 2022. <https://www.semrush.com/website/top/> [2022-03-29]

Sharp, H., Rogers Y. & Preece J. (2019). *Interaction design: Beyond Human-Computer Interaction*. Indianapolis: Wiley.

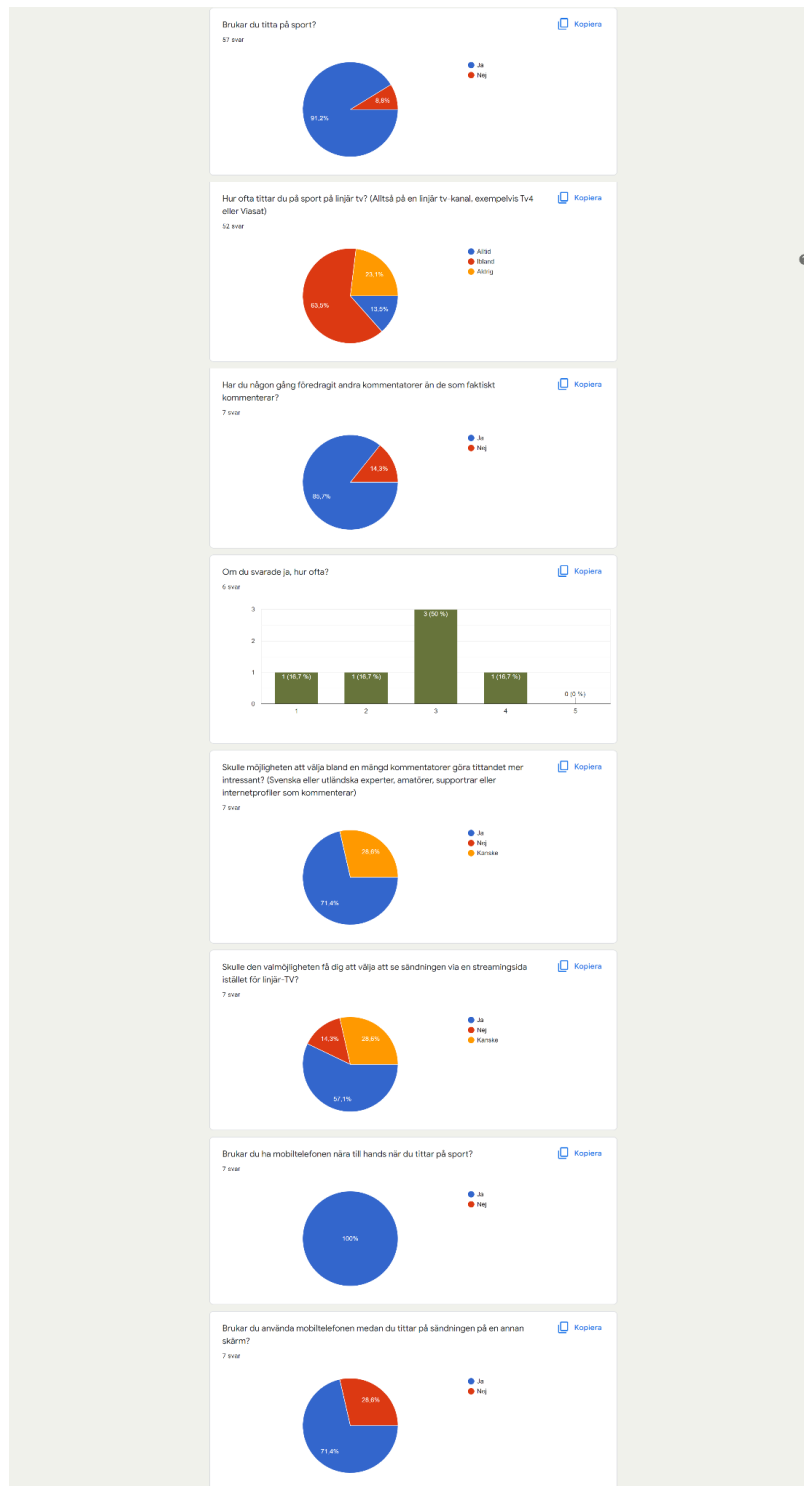
Tamir, I. (2021) The Color Is the Message: Sports Fans' Obsessions with Team Colors. *The Journal Of Popular Culture* 54(3): 634-648. doi: <https://doi.org/10.1111/jpcu.13037>

Tullis, T. & Albert, W. (2013). *Measuring the user experience : collecting, analyzing, and presenting usability metrics*. Amsterdam: Morgan Kaufmann.

Twitch (2022). About. <https://www.twitch.tv/p/sv-se/about/> [2022-05-19]

Wulf, T., Schneider, F. & Queck, J. (2021). Exploring Viewers' Experiences of Parasocial Interactions with Videogame Streamers on Twitch. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* Vol 24, Issue 10. doi: <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0546>

# Bilaga 1 - Enkätstudie frågeformulär 1



# Bilaga 2 - Enkätstudie frågeformulär 2





# Bilaga 3 - Uppgifter och frågor för test av Lo-Fi prototyp

## Uppgifter:

1. Byt till en annan kommentator på den aktuella matchen mellan Liverpool och Manchester City.
2. Byt återigen till en annan kommentator på matchen. Öppna sedan deras profil och följ dem.
3. Hitta en kommentator som är Juventus-supporter och hitta när deras nästa event är planerad.
4. Hitta vilken tid som matchen mellan Djurgården och Sirius börjar den 14e april.

## Frågor:

1. I uppgifterna 1-3 fick du testa att navigera runt i appen för att hitta olika kommentatorer. Hur kändes navigationen i appen? Var det någon del som kändes omständigt, i så fall vad? Saknade du något exempelvis en knapp eller meny någonstans?
2. I uppgift 3 fick du besöka en profil. Var profilsidan som du förväntade dig? Saknar du någon information eller funktion på sidan?
3. Om vi låtsas att du jättegärna hade använt den här idén med att byta kommentator, tror du att det skulle vara enkelt för dig att lära dig appen och använda den regelbundet? Om nej, varför? Finns det någonting i appen att ändra på som du tror skulle göra den enklare att använda?
4. Har du några övriga synpunkter eller frågor?

# Bilaga 4 - Uppgifter och frågor för test av Hi-Fi prototyp

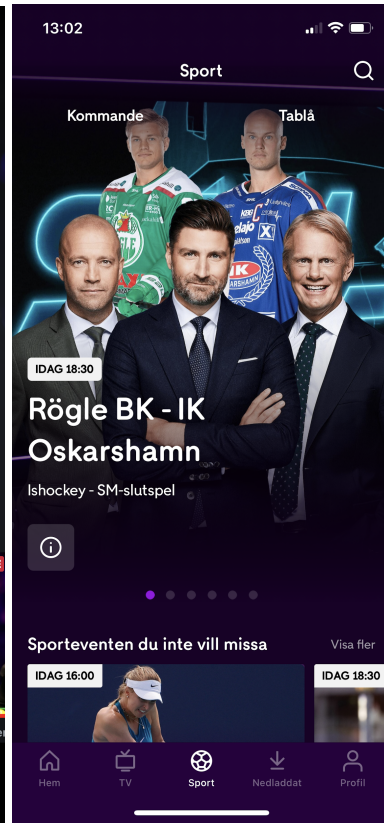
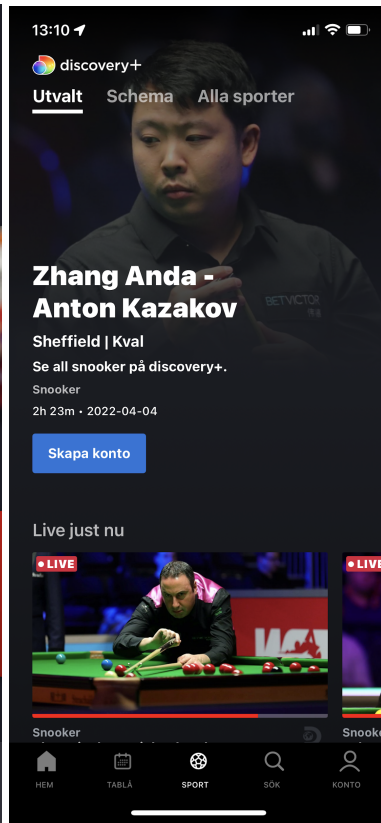
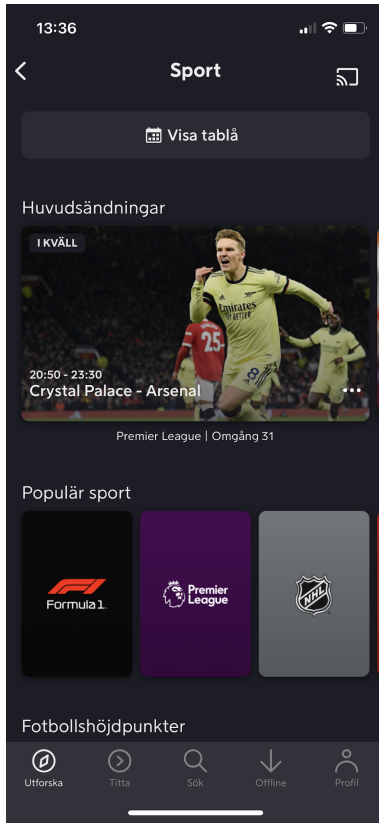
## Uppgifter:

1. a) Finns det någon kommentator i matchen mellan AIK och Göteborg som är supporter till något av lagen? Välj att synka ljudet med en av dem.  
  
b) Vilken kommentator i matchen har näst minst antal lyssnare? Synka ljudet med den personen.
2. I Utforska-fliken, välj en kommentator som hamnat under "Spotlight". Följ personen och hitta sedan deras schema. Hur många matcher har personen planerat att kommentera?
3. Hitta den tredje största kommentatorn som är Juventus-supporter. Gå in på personens profil. Läs upp ett omdöme som någon har skrivit till personen och hitta vilka som sponsrar personen.
4. Den 8e maj spelas en match mellan West Ham och Arsenal. Hur många kommentatorer har registrerat sig att kommentera den matchen hittills?

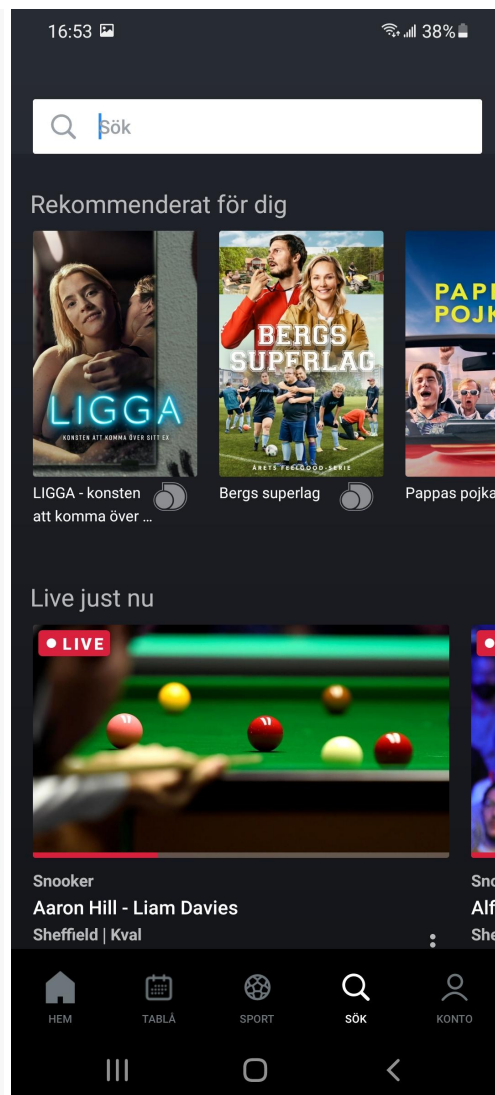
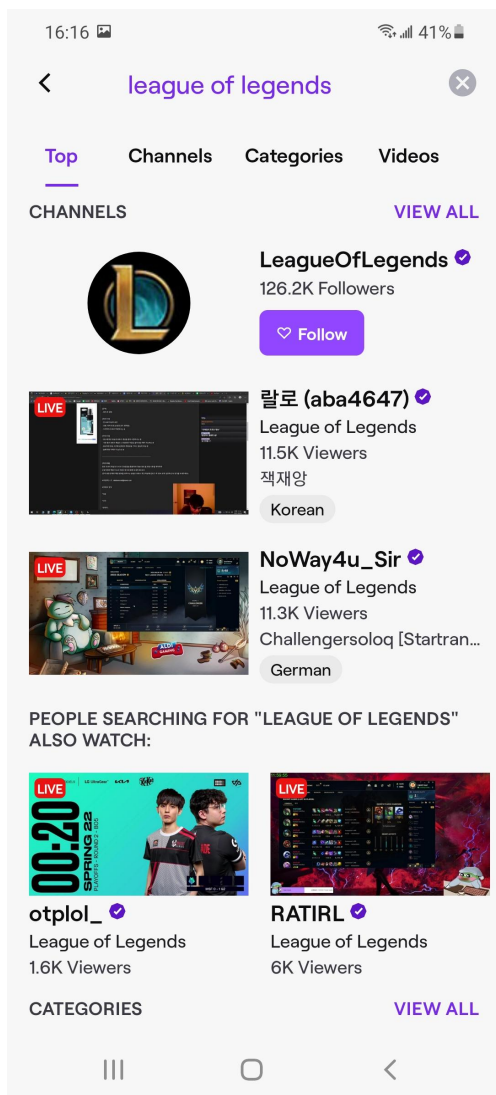
## Frågor:

1. I uppgift 1 fick du testa att hitta nya kommentatorer till ett event. Hur kändes det att navigera sig igenom appen? Var det någon del som kändes omständigt, i så fall vad? Saknade du något, exempelvis en knapp eller meny någonstans?
2. I uppgift 2 fick du använda utforska och hitta en profil under "Spotlight". Hur kändes det att navigera fram till profilen och på profilen? Var profilsidan som du förväntade dig? Saknar du någon information eller funktion på sidan?
3. I uppgift 3 fick du också använda utforska-sidan för att hitta en Juventus-supporter. Hur kändes det att navigera fram till profilen?
4. Om vi låtsas att du jättegärna hade använt den här idén med att byta kommentator, tror du att det skulle vara enkelt för dig att lära dig appen och använda den regelbundet? Om nej, varför? Finns det någonting i appen att ändra på som du tror skulle göra den enklare att använda?
5. Vad tycker du om designarbetet på appen?
6. Skulle du anse att personer som använder appen under match skulle tycka att appen är svårnavigerad?
7. Har du några övriga synpunkter eller frågor?

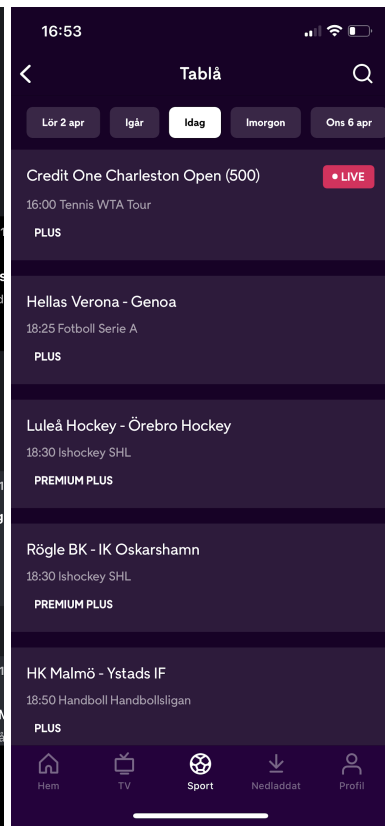
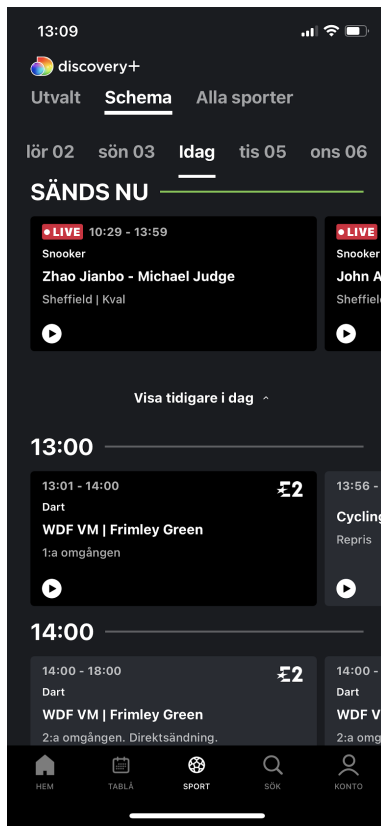
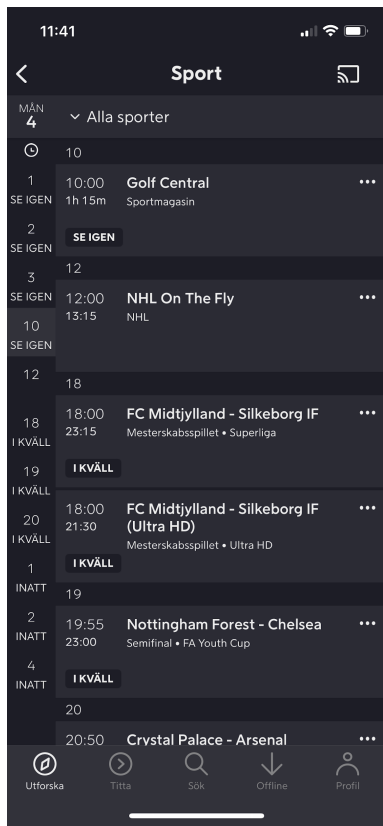
# Bilaga 5 - Observation av Hem



# Bilaga 6 - Observation av Sök/Utforska



# Bilaga 7 - Observation av Tablå



# Bilaga 8 - Observation av Profil

