

Krista Kettunen

Näytelmät.fi-verkkosivuston käytettävyysanalyysi

Opinnäytetyö

Syksy 2015

SeAMK Liiketoiminta ja Kulttuuri

Tradenomi (AMK), Kirjasto- ja tietopalvelun tutkinto-ohjelma

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja Kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Tradenomi (AMK), Kirjasto- ja tietopalvelualan tutkinto-ohjelma

Tekijä: Krista Kettunen

Työn nimi: Näytelmät.fi-verkkosivuston käytettävyyssanalyysi

Ohjaaja: Ari Haasio

Vuosi: 2015

Sivumäärä: 56

Liitteiden lukumäärä: 2

Tämän opinnäytetyön ensisijainen tavoite oli saada asiakkaiden ja käyttäjien mielipiteitä Näytelmäkirjaston verkkosivustosta Näytelmät.fi:stä. Tavoitteena oli löytää sivustosta käytettävyydeltään toimivia osia sekä kohtia, joissa käyttäjien mielestä oli puutteita tai vaikeuksia. Lisäksi pyrittiin löytämään sivustolle kehitysideoita sekä näiden puutteiden kautta, että yleisesti.

Työn teoriaosassa käydään läpi käytettävyyttä terminä, sekä mitä eri asioita hyvä käytettävyys pitää sisällään ja miten käytettävyyttä voidaan mitata ja tarkastella.

Työssä käytettiin sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusmenetelmää rinnakkain: ensiksi käyttäjille tehtiin Webropol-ohjelman avulla verkkokysely ja tätä kyselyä syvennettiin kuudella teemahaastattelulla. Haastateltavat valittiin mahdollisimman laaja-alaisen palautteen vuoksi teatterin eri osa-alueilta. Haastateltavien valinnassa tärkein kriteeri oli valita henkilöt, joilla oli mahdollisimman erilaisia teatterialaan liittyviä työtehtäviä. Kaksi haastattelua suoritettiin perinteisesti kasvotusten ja neljä haastattelua suoritettiin sähköpostin kautta. Kysely purettiin Webropol-ohjelman avulla ja haastattelut litteroitiin ja siirrettiin erillisiin Word-tiedostoihin.

Kyselyn vastausmäärä jäi toivottua pienemmäksi, sillä vastauksia tuli vain 26 kappaletta. Vastuksista kävi ilmi, että sekä kyselyn, että haastattelujen perusteella vastaajat olivat hyvin tyytyväisiä sivustoon. Erityisesti sivuston selkeys ja asiallisuus sekä helppokäyttöisyys saivat kiitosta. Vastuksista kävi myös ilmi, kuinka sivustolla on puutteita ja vaikeuksia, joihin vastaajat toivoivat muutoksia. Esimerkiksi luetteloiden linkkien väri, sekä näytelmäkohtaiset liian suppeat esittelyt nousivat esille vastauksista. Näytelmien tietoihin kaivattiin synopsista sekä muita tietoja, kuten onko näytelmässä käytetty murretta? Kehitysideoista suurimmiksi nousivat sivuston ulkonäölliset seikat kuten värytys sekä sivustolle halutut uudet käyttömahdollisuudet kuten uudet ja laajemmat hakutoiminnot.

Avainsanat: käytettävyys, www-sivut, kirjastot, kehittäminen, näytelmät, teatteri

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Library and Information Services

Author/s: Krista Kettunen

Title of thesis: Usability analysis of Näytelmät.fi website

Supervisor(s): Ari Haasio

Year: 2015 Number of pages: 56 Number of appendices: 2

The main goal of this thesis was to collect user opinions about the website Näytelmät.fi. The second objective was to find elements that work properly and are both functional and user-friendly, as well to find elements that do not work as they should or where usability is weak. The third goal was to find something to improve on the website.

The theoretical part of this thesis defines usability as a term and what it consist of, as well as discusses how to measure and analyse it.

The work makes use of two different research approaches: quantitative and qualitative, which were used side by side. First, a web query was created with the Webropol program. After that, six semi-structured interviews were performed; two of them face-to-face and four by e-mail. The interviewees were chosen from different fields of theatre. The query was analysed with Webropol and the interviews were transcribed and saved as Word files.

The query resulted in a smaller number of answers than desired, a total of 26. The query results showed that the participants were very satisfied with the site. Especially, the ease of access and relevancy of information on the website were appreciated. They also revealed areas that needed to be improved, such as colours of the links in catalogues or scarce information about the plays. The areas for improvement include the colours of the site, perceived as dull, the need for better accessibility, such as improved search functionality and more detailed information about the plays, especially their synopses and the dialects used in them.

Keywords: usability, accessibility, website, library, improvement, theatre

SISÄLTÖ

| | |
|---|----|
| Opinnäytetyön tiivistelmä..... | 2 |
| Thesis abstract..... | 3 |
| SISÄLTÖ..... | 4 |
| Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo..... | 6 |
| 1 JOHDANTO..... | 7 |
| 2 SUOMEN NÄYTELMÄKIRJAILIJAT JA KÄSIKIRJOITTAJAT RY- NÄYTELMÄKIRJASTO..... | 9 |
| 3 KÄYTETTÄVYYSTUTKIMUS..... | 12 |
| 3.1 Käytettävyyden määrittely..... | 12 |
| 3.2 Verkkosivujen suunnittelu..... | 15 |
| 3.3 Käytettävyyden arviointi..... | 18 |
| 3.3.1 Heuristinen arviointi ja asiantuntija-arviointi..... | 19 |
| 3.3.2 Käytettävyydestaus..... | 21 |
| 4 TYÖN TAVOITTEET..... | 24 |
| 4.1 Tutkimusongelmat..... | 24 |
| 4.2 Tutkimusmenetelmät..... | 25 |
| 4.2.1 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä..... | 25 |
| 4.2.2 Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä..... | 26 |
| 4.2.3 Tutkimusmenetelmien soveltaminen tässä tutkimuksessa..... | 27 |
| 5 TUTKIMUKSEN TEKO..... | 29 |
| 5.1 Kyselyn ja haastatteluiden toteutus..... | 29 |
| 5.2 Kyselyn ja haastatteluiden tulokset..... | 31 |
| 6 SIVUSTON HYVÄT JA HUONOT PUOLET..... | 43 |
| 6.1 Sivuston hyvät puolet..... | 43 |
| 6.2 Esteet ja vaikeudet sivustolla..... | 45 |
| 7 KEHITYSIDEAT JA YHTEENVETO..... | 48 |
| 7.1 Kehitysideat..... | 48 |
| 7.2 Yhteenveto..... | 51 |
| LÄHTEET..... | 54 |

LIITTEET.....56

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

| | |
|---|----|
| Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden lukumääräinen ikäjakauma..... | 32 |
| Kuvio 2. Kyselyyn vastanneiden aikaisempi sivuston käyttö..... | 33 |
| Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden mielipide linkkien kielijakaumasta..... | 41 |
| | |
| Taulukko 1. Kyselyyn vastanneiden ensivaikutelma sivustosta..... | 35 |
| Taulukko 2. Kyselyyn vastanneiden mielipide hakukoneen selkeydestä..... | 38 |
| Taulukko 3. Kyselyyn vastanneiden mielipide hakukriteereiden lisäyksestä..... | 39 |

1 JOHDANTO

Käytettävyys ja erityisesti verkkokäytettävyys on asia, jota sivuston käyttäjät eivät varmasti mieti käyttäessään sivustoa, ellei tämä käytettävyys ole jollain tapaa epämiellyttävä. Sivustojen rakennusvaiheessa ja tietyin väliajoin on silti hyvä tarkastella omien verkkosivujen käytettävyyttä ja miellyttävää käyttökokemusta, sillä ajan saatossa käyttäjien sisäiset mallit muuttuvat ja ihmisten tapa käyttäytyä tietyllä tavalla muuttuu, joten myös verkkosivujen on muututtava ja otettava huomioon ihmisten erilaiset käyttäytymismallit, mieltymykset ja tottumukset.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tarkastella käytettävyyttä sekä teoriatasolla, että käytännössä. Tutkimuksen ideana on saada Helsingissä sijaitsevan, mutta suurimmalta osin verkossa toimivan Näytelmäkirjaston asiakaskunnan mielipiteitä Näytelmäkirjaston verkkosivustosta Näytelmät.fi:stä. Opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona Näytelmäkirjastolle, joka kuuluu Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat – Finlands Dramatiker och Manusförfattare ry:hyn.

Teoriaosassa tarkastellaan ensiksi Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat ry:n sekä Näytelmäkirjaston historiaa ja toimintaa. Tutkimuksen teoria perustuu käytettävyytutkimukseen ja ennen kaikkea Jakob Nielsenin (1993; 1995; 2000) käsitykseen hyvästä ja toimivasta käytettävyydestä. Lisäksi tässä kohdin nojaututaan käytettävyyden ISO-standardiin 9241-11 Sinkkosen, Nuutilan ja Törmän (2009) mukaan sekä muihin kirjallisiin lähteisiin. Määritelmien ja käytettävyyden teorioiden lisäksi tutkimuksessa tutustutaan myös erilaisiin menetelmiin, joilla käytettävyyttä voidaan tarkastella ja mitata.

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Näytelmäkirjaston käyttäjien mielipide Näytelmät.fi-sivustosta, sen toiminnasta, miellyttävyydestä, ulkonäöstä, esteistä, puutteista ja selkeydestä. Itse tutkimus toteutettiin käyttämällä sekä kvantitatiivista eli määrällistä että kvalitatiivista eli laadullista menetelmää. Kvantitatiivista menetelmää hyödynnettiin toteuttamalla verkkokysely, jonka oli tarkoitus saavuttaa laaja joukko verkkosivuston käyttäjiä ympäri Suomea. Kysely toteutettiin ja analysoitiin Webropol-ohjelman avulla. Kyselyn rinnalle suunniteltiin haastattelut, joiden tarkoituksena oli saada lukujen rinnalle vastauksia parannusehdotuksista sekä kenties syventää vastaajien mielipiteitä sivuston hyvistä ja huonoista puolista. Haastattelut

toteutettiin sekä kasvotusten tehdyillä haastatteluilla että sähköpostihaastatteluilla. Kasvotusten tehdyissä haastatteluissa käytettiin nauhuria ja haastattelut litteroitiin Word-tiedostoon. Sähköpostihaastatteluihin päädyttiin osaksi pitkien välimatkojen vuoksi ja osaksi haastateltavien kiireiden takia. Myös sähköpostihaastattelut muokattiin erillisiin Word-tiedostoihin. Sekä kysely että haastattelut noudattivat samaa kaavaa, joka koostui viidestä osiosta: tausta, ensivaikutelma, sivuston ulkonäkö, hakukoneen toimivuus sekä muut tiedot.

Tutkimuksen empiria koostui kyselyn ja vastausten analysoinnista sekä yhteen listatuista sivuston hyvistä puolista, puutteita ja esteitä sekä kehitysideoista. Lopuksi yhteenvedossa sivustoa on verrattu tutkimuksen viitekehukseen ja teoriassa läpikäytyihin näkemyksiin hyvästä käytettävyydestä ja verrattu saatujen vastausten avulla sivustoa muun muassa Jacob Nielsenin (1993; 1995; 2000) ja Steve Krugin (2000) näkemyksiin hyvästä käytettävyydestä.

2 SUOMEN NÄYTELMÄKIRJAILIJAT JA KÄSIKIRJOITTAJAT RY- NÄYTELMÄKIRJASTO

Suomen näytelmäkirjailijoiden ja käsikirjoittajien liiton historia ulottuu 1920-luvulle, jolloin neljätoista näytelmäkirjailijaa kokoontui pohtimaan näytelmäliiton perustamista (Seppälä 1996, 5). Tämä unelma toteutui vihdoinkin keväällä 1921 (Kaukonen 2015) kun hämeenkyröläinen Kaarle Halme astui puheenjohtajan saappaisiin ja Artturi Järviluoma asettui sihteeriksi (Seppälä 1996, 5–6). Tuolloin liiton nimenä toimi Suomen Näytelmäkirjailijaliitto, mutta vuonna 2012 liiton nimi muutettiin paremmin liittoa kuvaavaksi Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat – Finlands Dramatiker och Manusförfattare ry:ksi (Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat [viitattu 20.4.2015]). Silloisen liiton tavoitteet olivat kirjailijoiden toimeentulon turvaaminen, näytelmäkirjallisuuden edistäminen sekä näyttämöharrastuksen kohottaminen (Seppälä 1996, 5). Tähän päivään mennessä liiton tavoitteet eivät näistä ajoista ole suuresti muuttuneet. Nykyään liiton suuria tavoitteita on edelleen toimeentulon turvaaminen ja tekijänoikeuspalkkioiden saaminen sekä näytelmäkirjallisuuden välittäminen, esitysoikeuksien tekeminen sekä yhteistyö muiden alan toimijoiden kanssa (Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat [viitattu 20.4.2015]). Näytelmäkirjailijoiden asema onkin muuttunut ajan myötä. Liiton perustamisen aikoina näytelmäkirjailijoiden oikeuksia loukattiin muun muassa jättämällä kirjailijan nimi pois näytelmän ilmoituksista. Näytelmiä saatettiin julkaista kirjoina ilman kirjailijan lupaa. (Seppälä 1996, 5.)

Yhteistyökumppaneita on pidetty arvossa jo liiton alkuajoista lähtien. Yhteistyö eri toimijoiden kanssa mainitaan jopa erikseen liiton kotisivuilla. Alkujaan Näytelmäkirjailijaliitto aloitti yhteistyönsä Suomen Yleisradion sekä Suomen näyttämöiden liiton kanssa (Seppälä 1996 6–7). Tänä päivänä yhteistyö on laajentunut koskemaan monia kotimaisia ja kansainvälisiä yhteistyökumppaneita sekä muutamaa liiton sisällä toimivaa yhteistyökumppania Käsikirjoittajien Kiltaa sekä näytelmäkirjailijoiden yhteisöä ”Tekstiä”. Elokuvan, TV:n, radion, kirjallisuuden, oppilaitosten, pelien, teattereiden sekä kansainvälisten toimijoiden puolelta yhteistyökumppaneita on monia. Tarkempi lista löytyy liitteestä 1. Muutamia esimerkkejä ovat: Suomen elokuvaseätiö, Suomen Kirjailijaliitto, Aalto-yliopiston taideteollinen korkeakoulu, Suomen harrastajateatteriliitto, European Dramatikeres Forbund sekä

Playwrights Guild of Canada (Kotimaiset yhteistyökumppanit [viitattu 20.4.2015]; Kansainväliset yhteistyökumppanit [viitattu 20.4.2015].)

Vuonna 1969 liitosta tuli kaksikielinen, kun siihen liittyi maan ruotsinkielinen näytelmäkirjailijaliitto (Seppälä 1996, 9). Vuonna 1986 tapahtui liiton kannalta merkittävä uudistus, sillä liitto hankki oman atk-laitteiston, jolle siirrettiin kaikki valvonnassa olevat näytelmät, jäsenrekisteri sekä liiton kirjanpito (Seppälä 1996, 12). Vuonna 2010 Näytelmäkirjasto muuttui täysin digitaaliseksi kirjastoksi (Kaukonen 2015). Näytelmäkirjaston nykyinen kirjastonhoitaja Pirjo Kaukonen (2015) toteaa, kuinka digitaalisuuden syy oli suurelta osin se, että kirjasto haluttiin saattaa kaikkien saataville. Näytelmäkirjasto on maan laajin kotimainen näytelmäkirjasto, jonka asiakaskunta kattaa koko Suomen. Näin ollen digitaalisuus varmistaa sen, että palvelu saavuttaa maan jokaisen kolkkan. Muitakin paikkoja näytelmätekstien lukemiselle ja hankkimiselle on. Esimerkiksi Nordic Drama Corner tai Teatterikorkeakoulun kirjasto pitävät sisällään näytelmiä, mutta niissä on paljon vähemmän tekstejä. (Kaukonen 2015.)

Vuonna 2010 liitto menetti sopimukset ammattiteattereiden kanssa ja tänä päivänä liitolle kuuluvat vain harrastelijateatterit, koulut ja kansalaisopistot. Rahoituksen liitto saa tänä päivänä muun muassa toiminta-avustuksina, Kopiosto- ja radiokorvauksista, toimistopalkkioista sekä lisenssimaksuista. (Kaukonen 2015.) Toimisto, joka ylläpitää liiton toimintaa koostuu neljästä henkilöstä: kirjastonhoitajasta, talous- jäsensihteeristä, tiedottajasta ja toiminnanjohtajasta.

Näytelmäkirjaston kokoelma koostuu pääosin kotimaisista näytelmistä ja kirjailijoiden joukossa on paljon kuuluisuuksia, kuten Mika Waltari, Eino Leino sekä Minna Canth. Näytelmiä on kirjaston omalla Näytelmät.fi-sivustolla 4 616 (Näytelmät.fi [viitattu 20.4.2015]) sekä varastossa noin 7 000 kappaletta (Kaukonen 2015). Kaukonen (2015) mukaan esityssopimuksia tehdään vuosittain 370–480. Tuoreimman käytettävissä olevan tiedon mukaan vuonna 2012 tehtiin 485 sopimusta. Kävijöitä sivustolla oli toimintakertomuksen mukaan kyseisenä vuonna 75 464 ja vuonna 2013 kävijöitä oli 80 101. Käyttäjiä vuonna 2013 oli toimintakertomuksen mukaan tasaisesti ympäri Suomea. Lisenssejä sivustolle tehtiin 468 ja vuonna 2013 voimassa olevia lisenssejä oli yhteensä 395. Vuoden 2013 toimintakertomuksesta käy ilmi, kuinka lisenssejä on vaikea laskea, sillä osa lisensseistä on

voimassa vain osan vuotta. Vuonna 2012 eniten lisensoijia oli teattereilla (330 kpl), kun taas opettajilla oli 89 ja ohjaajilla vain 49. Vuonna 2013 teatterit olivat taas suurin ryhmä (301), opettajilla 60 ja ohjaajilla 34 kappaletta. Näytelmien valvontasopimuksia näytelmäkirjastossa tehtiin vuonna 2012 noin 150 kappaletta. Jäsenmäärä jäsenluettelon mukaan on 556 (Jäsenluettelo [viitattu 11.11.2015]).

3 KÄYTETTÄVYYSTUTKIMUS

3.1 Käytettävyyden määrittely

Jakob Nielsenin (2000, 10–11), mukaan käytettävyys on todella tärkeää, koska asiakas joutuu heti kosketuksiin verkkopalvelun käytettävyyden kanssa, ja vasta jos asiakas on tyytyväinen näkemäänsä, hän tekee ostopäätöksen. Esimerkiksi kellokaupassa päinvastoin huonon käytettävyyden huomaa yleensä vasta maksutapahtuman jälkeen. Onkin siis tärkeää ymmärtää, mitä käytettävyydellä ja varsinkin hyvällä käytettävyydellä tarkoitetaan ja millaisia asioita käytettävyys pitää sisällään. Nielsen (2000, 10) toteaa myös, kuinka uusi käyttäjä käyttää aikaa keskimäärin minuutin verkkosivulla, ja jos hän ei opi käyttämään sivustoa tässä ajassa, hän lähtee pois ja sivusto menettää potentiaalisen käyttäjän. Tämän takia olisikin tärkeää, että www-projektit lähtisivät liikkeelle siitä, miten sivuston saisi mahdollisimman helpoksi asiakkaalle (Nielsen 2000,13). Nielsen korostaa käytettävyyden tärkeyttä, ei pelkästään siksi, että halutaan saada mahdollisimman hieno uusi sivusto, vaan siksi, että halutaan saada asiakas viipymään sivustolla ja ymmärtämään sivustoa. Tätä ei tapahdu, jos sivustolla on huono käytettävyys.

Puhuttaessa käytettävyystutkimuksesta ja verkkosivujen käytettävyydestä tulee ensin määritellä, mitä käytettävyydellä tarkoitetaan ja ennen kaikkea mitä asioita termi ”käytettävyys” pitää sisällään. Tutkittaessa esimerkiksi verkkosivujen käytettävyyttä tulee verkkosivun tarkastelijan ymmärtää, millaisia asioita toimivat ja käytettävyydeltään helpot ja miellyttävät sivut sisältävät, ja tähän tarvitaan käytettävyyden ymmärrystä.

Käytettävyydelle, varsinkaan verkkopalveluiden käytettävyydelle, ei ole olemassa omaa määritelmää, mutta puhuttaessa käytettävyyden määrittelystä, käytetään yleensä ISO-standardin yleistä määritelmää (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 20). ISO 9241–11 -standardin vapaa suomennos menee heidän mukaansa näin: ”käytettävyys on mittari, jolla mitataan kuinka käyttökelpoinen, tehokas ja miellyttävä tuote on käyttää oikeassa käyttöympäristössään, kun käyttäjinä ovat sen omat käyttäjät”. Sinkkonen, Nuutila ja Törmä toteavat myös kuinka käyttökelpoisel-

la tarkoitetaan lopputuloksen virheettömyyttä ja täydellisyyttä. ISO-standardin määritelmä jättää helppokäyttöisyyden ja opittavuuden kokonaan mainitsematta, vaikka yleisesti ottaen näitä sanoja käytetään käytettävyyden synonyymeinä. Tuotteen helppokäyttöisyys ja opittavuus käsitetään yleisesti tuotteen tai palvelun tehokkuutena. Tehokkuuteen saattaa sisältyä myös termi ”käyttökelpoisuus” eli tuotteen virheetön käyttö. Palvelun hyvä käytettävyyden voidaan jakaa kahteen osaan, ja jos nämä osat sisältyvät palveluun, voidaan todeta että tuotteella tai verkkosivulla on hyvä käytettävyyden. Tuotteen pitää siis sopia tehtävään, tilanteeseen, ympäristöön ja käyttäjälle, jolle se on tarkoitettu. Esimerkiksi verkkosivun tulee olla tehokas, hyödyllinen, tilanteeseen ja ympäristöön sopiva ja käyttäjän tulee olla tyytyväinen. (Sinkkonen ym. 2009, 20–22.)

Verkkotuotteen käytettävyyteen vaikuttavat monet asiat: yrityksen tai organisaation on tunnettava omat käyttäjänsä, tehtävänsä sekä verkkotuotteen toimintaympäristö. Lisäksi tuotteen, tässä tapauksessa esimerkiksi verkkosivun, ulkoasu ja visuaalinen ilme on rakennettu toimivasti: sisällöt on ryhmitelty ja eteneminen on loogista. Myös sivuston toiminnot on rakennettu siten, että käyttäjien on helppo käyttää niitä heidän tilanteeseen sopivalla tavalla ja sivuston sisältö, termit ja kieliasu ovat selkeitä ja oikeita. Hyvään käytettävyyteen päästään, kunhan toiminnot ovat helppokäyttöisiä, sisältö on helppo löytää, ymmärtää, lukea ja silmäillä läpi ja ulkoasu on selkeä, tehtäviä tukeva sekä brändin eli tavaramerkin mukainen. (Sinkkonen ym. 2009, 22.)

Nielsen (1993, 23–24) toteaa, kuinka ajan saatossa ja verkon kehittyessä termistö on muuttunut. Aiemmin käytettävyydestä puhuttaessa käytettiin termiä ”käyttäjätasällinen”. Periaatteessa hänen mukaansa kyseessä on termi, jonka mukaan verkkosivu on tarpeeksi hyvä tyydyttämään käyttäjien tarpeet ja vaatimukset. Nielsen (1993, 25) jakaa käytettävyyden viiteen ominaisuuteen, joiden tarkoituksena on todistaa, kuinka moniulotteisen termin kanssa ollaan tekemisissä. Nämä ominaisuudet ovat opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheettömyys sekä miellyttävyyden. Hyvä käytettävyyden pyrkii sisällyttämään nämä termit itseensä ja muodostamaan mahdollisimman toimivan kokonaisuuden.

Nielsenin jo 90-luvulla tehtyjä käytettävyyden osa-alueita on käytetty monissa teoksissa lähtökohtana käytettävyydelle. Muun muassa Kuutti (2003, 13) toteaa täy-

sin Nielseniä lainaten, kuinka käytettävyys koostuu osa-alueista, joita ovat opittavuus, muistettavuus, tehokkuus, pieni virhealttius ja miellyttävyys. Samoin Parkkinen (2002, 12) summaa käytettävyyden olevan tietokonesovellusten helppokäyttöisyyttä sekä ymmärrettävyyttä, selkeyttä ja helppoutta. Parkkinen (2002, 56) toteaa vielä, kuinka hyvä käytettävyys mahdollistaa käyttäjälle suurimman hyödyn, kun taas vastavuoroisesti huono käytettävyys näkyy käyttäjän saamien viestien hitautena, mahdottomuutena ja väärinymmärryksinä. Sinkkonen ym. (2009, 267) painottavat vielä, että käytettävyyden tulisi olla tekstin ominaisuus ja sen pitäisi pitää sisällään sisällön ymmärtämisen, kielellisen luotettavuuden sekä silmäiltävyyden kuten väliotsikoiden ja lihavoitien kohteet.

Hyvästä käytettävyydestä puhuttaessa käytetään myös termiä *hyvä käyttökokemus*. Tämä tarkoittaa Sinkkonen ym. (2009, 19, 23) mukaan sitä, millaisia tunteita käyttäjällä on, kun hän käyttää sivustoa, palvelua tai esinettä. Heidän mukaansa käyttäjän tunteeseen ei vaikuta ainoastaan käyttötilanne tai palvelu vaan myös käyttäjän aiemmat kokemukset ja mielipiteet palvelusta ja sen hyödyllisyydestä ja tarpeellisuudesta. Kirjoittajien mukaan, kuten yleensä sivuston käytettävyydestä puhuttaessa, myös käyttökokemukseen vaikuttaa paitsi sisältö, myös visuaalinen ilme, terminologia ja löydettävyys. *Käytettävyys*-käsite kuvaa heidän mukaansa siis palvelun toivottua ominaisuutta eli käyttölaatua, vastaavasti *käyttökokemus* taas kuvaa käyttäjän kokemuksen laatua. Kirjoittajien mukaan näiden kahden käsitteen välillä on kaksisuuntainen sidos, sillä jos käyttäjä pitää sivustosta tai palvelusta eli hänen käyttökokemuksensa on positiivinen, hän sietää enemmän käytettävyydevirheitä. Käyttäjäkokemus taas koostuu käyttäjän ja sivuston logiikan yhtenäisyydestä sekä siitä, kuinka hyvin sivusto tarjoaa tukea käyttäjän tekemälle työlle (Sinkkonen ym. 2009, 23). Käytettävyysvirhe on tuotteen ominaisuus, jonka käyttäjä tulkitsee eri tavalla kuin suunnittelija on sen tarkoittanut. Tästä johtuen käyttäjä ei saa palvelua tai tuotetta toimimaan haluamallaan tavalla (Sinkkonen ym. 2009, 287).

Puhuttaessa sivustoista ja palveluista ollaan väkisinkin yhteydessä asiakkaaseen eli käyttäjään. Käyttäjä on Parkkisen (2002, 17) määritelmän mukaan henkilö (ihminen), joka hyötyy verkkopalvelun olemassaolosta.

3.2 Verkkosivujen suunnittelu

Verkkosivujen hyvä käytettävyys perustuu siihen, miten sivut on suunniteltu ja miten nämä suunnitelmat on otettu käytäntöön. Sivujen suunnittelua varten on olemassa useita hyödyllisiä sääntöjä ja vihjeitä, jotka ovat muodostuneet aikojen saatossa.

Sivujen suunnittelussa tulee pitää mielessä nyrkkisääntö, jonka mukaan itse sisällön pitäisi viedä vähintään 50 prosenttia, mieluiten jopa 80 prosenttia sivun koosta (Nielsen 2000, 22). Tosin Nielsen (2000, 18, 25) muistuttaa myös, kuinka käytettävyyden kannalta sivuston rakenne on tärkeämpi kuin yksittäisten sivujen suunnittelu. Hänen mukaansa kun sivuja lähdetään rakentamaan, tulee käyttäjän omaaloitteista liikkumista tukea ja kannustaa muun muassa yrityksen logolla, josta pääsee takaisin etusivulle. Verkon perusajatus onkin se, että sivulla liikkumista hallitsee käyttäjä, ei suunnittelija ja suunnittelussa tulee tarjota käyttäjälle mahdollisuuksia omatoimiseen liikkumiseen (Nielsen 2000, 214, 217). Myös Krug (2000, 51) painottaa navigoinnin tärkeyttä sekä sitä, kuinka käyttäjän pitää löytää haluamansa asiat nykyiseltä sivustolta tai uusi tie haluamalleen tiedon lähteelle.

Nielsen (2000, 28–38) nostaa esiin myös käytettävyyteen liittyviä ongelmia; käyttäjillä on monia eri selaimia ja näyttökoot voivat näyttää sivun erilaisena. Hänen mukaansa ihmiset ovat myös hyvin kärsimättömiä. Nielsen (2000, 42, 44) toteaaakin, kuinka käyttäjät haluavat sivujen latautuvan nopeammin ja sivujen suunnittelussa tärkein kriteeri onkin nopea vasteaika. Hänen mukaansa ihmisen mielenkiinto pysyy yllä vain noin kymmenen sekuntia ja vasteajan vaihtelut on minimoitava, sillä kun käyttäjä tietää tietyn toiminnon kestävän tietyn ajan hän tietää mitä odottaa. Nielsen (2000, 46) toteaaakin, kuinka www-sivujen tärkein ominaisuus on nopea latautumisaika. Mitä tulee sivustojen kuvitukseen, kaikki perusteeton kuvitus on karsittava, sillä vaikka ”yksi kuva vastaa tuhatta sanaa” latausajassa ”yksi kuva vastaa kahta tuhatta sanaa” (Nielsen 2000, 135).

Sivusto viestii käyttäjälle erilaisten keinojen kautta ja yksi niistä on linkit. Internetin hitaus vaikuttaa käyttäjien käyttäytymiseen siten, että epäselviä linkkejä ei jakseta avata. Linkin tulisi sisältää informaatiota sivusta, jonne linkki vie. Lisäksi käyttäjät ovat tottuneet linkkien siniseen ja käytettyjen linkkien punaiseen väriin ja nämä

värikoodit ovat käytettävyyden kannalta tärkeitä, sillä väärän väriset linkit tuottavat käytettävyysoongelmia, kun käyttäjä ei osaa hahmottaa sivuston rakennetta. (Nielsen 2000, 53–62.)

Nielsen (2000, 85, 96) painottaa kuinka sivujen suunnittelussa latausajan lisäksi tärkeintä on yksinkertaisuus. Hänen mukaansa esimerkiksi alkuaikojen käyttäjämäärien nopeaan kasvuun vaikutti muun muassa internetin yksinkertaisuus ja helppokäyttöisyys. Myös Krug (2000, 11) painottaa yksinkertaista ajattelua, sillä hänen käytettävyyden ensimmäinen lakinsa on ”älä pakota minua ajattelemaan” eli kaiken tulisi löytyä nopeasti ja vaivattomasti eikä käyttäjän tulisi joutua miettimään, mistä mitäkin löytyy vaan kaiken tulisi olla melkein itsestään selvää. Verkkopalvelut pitäisi tehdä houkutteleviksi ja helppokäyttöisiksi, sillä verkkopalveluiden pahin kilpailija on toinen verkkopalvelu (Sinkkonen ym. 2009, 17).

Tekstiin kohdistuu muutamia perussääntöjä, joita kannattaa noudattaa: tekstin ja taustan värien välillä on oltava mahdollisimman voimakas kontrasti. Paras vaihtoehto on musta teksti valkoisella pohjalla. Lisäksi tekstin taustalle sopii parhaiten yksivärinen tausta tai rauhallinen taustakuvi. Myös kirjasinkoon pitää olla tarpeeksi suuri eikä teksti saa liikkua vaan sen on pysyttävä paikallaan. (Nielsen 2000, 125.)

Nielsen (2000, 100–103) toteaa ytimekkäästi, kuinka sivuston sisältö on ykkönen: käyttäjät ovat kiinnostuneita sisällöstä ja ensimmäiseksi he tarkastelevat otsikot sekä suuret sisältöalueet tehden päätelmiä sivustosta. Hänen mukaansa tekstin tulee siis olla ytimekästä ja silmäiltävää ja sivuston rakenteessa tulee ottaa huomioon, kuinka käyttäjät eivät tunnetusti halua vierittää näyttöä ja tämä on yksi syy, miksi suositaan lyhyitä sivuja. Sivuston tärkein informaatio tulee sijoittaa tekstin alkuun; käyttäjä voi koska tahansa lopettaa lukemisen. Lisäksi sivuston nimen tulee olla selkeästi esillä ja olla muutenkin selkeä. (Nielsen 2000, 113, 123.) Myös Krug (2000, 22–28) painottaa silmäilyn tärkeyttä ja listaa kolme tärkeää asiaa webbkäyttäytymisestä:

1. Käyttäjät eivät lue sivuja, he silmäilevät sekä etsivät sanoja ja fraaseja.
2. Käyttäjät eivät aina tee optimaalisia valintoja: he tyytyvät ensimmäiseen kunnolliseen tai järkevään vaihtoehtoon.

3. Käyttäjät eivät ota selvää, kuinka asiat toimivat eivätkä lue käyttöohjeita vaan yrittävät pärjätä ilman.

Verrattaessa yksittäisen sivun suunnittelua koko sivuston suunnitteluun Nielsen (2000, 163–164) kertoo kuinka käytettävyyden näkökulmasta kokonaisen sivuston suunnittelu on tärkeämpää ja paljon haasteellisempaa ja kuinka verkon käytettävyys kärsii heti, kun käyttäjä pyrkii siirtymään kotisivulta sivuston toiselle sivulle. Pää tavoitteena suunnittelussa on toteuttaa mahdollisimman yksinkertainen sivusto, jossa on mahdollisimman vähän häiriötekijöitä ja jonka sisällä käyttäjän on mahdollisimman helppo navigoida (Nielsen, 2000, 166). Navigointiliittymän avulla käyttäjän pitäisi pystyä vastaamaan kolmeen kysymykseen: missä minä olen? Mistä minä tulin? Minne täältä voi mennä? (Nielsen 2000, 188). Sivuston pääsivu on sivuston yksi tärkeimmistä sivuista. Sen avulla käyttäjän tulisi nähdä sivuston tarkoitus, sekä löytää reittejä joiden avulla hän pääsee haluamansa tiedon lähteelle. (Nielsen 2000, 168.) Krugin (2000, 97–98) mukaan kotisivun tulee kertoa sivuston identiteetti ja tehtävät sekä sivuston hierarkia eli mitä sivustolla voi tehdä ja mitä kaikkea sivusto tarjoaa. Lisäksi kotisivulla tulee olla hakulaatikko sekä muutamia mainospaloja, jotka houkuttelevat käyttäjää etenemään kotisivulta eteenpäin. Kirjoittajan mukaan kotisivulla tulee olla esimerkiksi aika ajoin vaihtuvia uutisia ja muuta sisältöä sekä oikopolkuja. Hänen mukaansa tärkeä kohta kotisivulla on kirjautumispainike uusille ja vanhoille jäsenille.

Krugin (2000, 31–38) mukaan on olemassa viisi tärkeää asiaa, joiden avulla varmistetaan, että käyttäjät saavat sivustosta mahdollisimman paljon irti.

1. **Selkeän ja visuaalisen hierarkian luonti.** Mitä tärkeämpi jokin asia on, sitä huomiota herättävämpi se on ja asiat jotka liittyvät toisiinsa ovat myös visuaalisesti kiinni toisissaan.
2. **Tuttujen tapojen ja käytäntöjen hyödyntäminen.** Käyttäjät tietävät aiemmista kokemuksistaan muun muassa sen, kuinka otsikko on suurempi kuin normaali teksti ja kuinka ostoskärryn kuva tarkoittaa tiettyä asiaa sivustolla.
3. **Sivuston rajaus selkeisiin alueisiin.** Käyttäjälle on nopeaa valita kiinnostava alue, kun sivuston alueet on rajattu selkeästi.

4. **Klikattavien kohtien selkeyttäminen.** Käyttäjän tulee heti ymmärtää mistä kohdista hän voi klikata. Muun muassa hiiren ulkonäön muutos tai sanan värin vaihto auttavat.
5. **Häiriöiden minimointi.** Sivustolta tulee poistaa levottomuus sekä useat pienet taustahäiriöt.

Verkkosivujen visuaalinen ilme välittää käyttäjille viestejä siitä millaista informaatiota sivustolla on ja millainen brändi eli tavaramerkki ja tunnelma sivustolla on (Sinkkonen ym. 2009, 242). Mutta vaikka sivuston ulkoasulla on tärkeä rooli, on sillä vain vähän vaikutusta käytettävyyteen. Käyttäjät löytävät tarvitsemansa informaation, vaikka sivuston grafiikat tai värit olisivat hieman viimeistelemättömiä ja harvoin käyttäjät päätyvät sivustolle ihailemaan sen ulkoasua. (Nielsen 2000, 92, 96.)

Monikulttuurisuus näkyy myös verkkosivujen suunnittelussa ja esimerkiksi ikoneiden kanssa tulee olla tarkkana. Muun muassa ikoneita kuten osoittelevia sormia tai muita symboleita, sanojen yhtäläisyyksiin perustuvia sanaleikkejä sekä lippujen kuvia kielten symboleina tulee välttää. (Nielsen 2000, 315, 330.) Jotta kansainvälisestä käytettävyydestä voidaan olla varmoja, voidaan suorittaa kansainvälisiä tarkastuksia, joissa eri maista kotoisin olevat henkilöt tutustuvat sivustoon ja arvioivat aiheuttaako sivusto ongelmia heidän kulttuureissaan. Tämä kansainvälinen testaus eroaa käyttäjätestauksesta, sillä näissä testeissä tarkastukset perustuvat oletuksiin eikä tarkastuksissa tarkastella oikeiden henkilöiden työntekoa sivustolla. Parhaisiin tuloksiin tarkastuksissa päästään, jos käytetään kohdemaasta kotoisin olevaa käytettävyyden ammattilaista eli ns. käytettävyydensuunnittelijaa. (Nielsen 2000, 319–320.)

3.3 Käytettävyyden arviointi

Arvioitaessa käytettävyyttä jaetaan käytettävyyden evaluointi yleensä arviointimenetelmään sekä testausmenetelmään. Arviointimenetelmät ovat menetelmiä, jotka tehdään ilman käyttäjän läsnäoloa. Tunnetuimpia arviointimenetelmiä ovat asiantuntija-arviot (expert evaluations), heuristiset arviot, tarkistuslistat (heuristic evaluation, check-lists), ohjeistojen ja standardien käytön tarkistukset (standard re-

views), yhtenäisyystarkistukset (consistency reviews) sekä kognitiivinen läpikäynti (cognitive walkthrough). (Sinkkonen ym. 2009, 285–287.)

Toinen tapa arvioida käytettävyyttä on testausmenetelmän käyttö, jossa tarvitaan testikäyttäjää. Testausmenetelmää pidetään luotettavampana ja objektiivisempänä menetelmänä, mutta testaus ja hyvin tehty asiantuntija-arvio voivat tukea toisiaan hyvin. (Sinkkonen ym. 2009, 285–287.)

3.3.1 Heuristinen arviointi ja asiantuntija-arviointi

Heuristinen arviointi sekä asiantuntija-arviointi ovat tärkeimmät ilman käyttäjää käytetyt arviointimenetelmät. Näiden kahden arvioinnin menetelmät ovat hyvin samanlaiset; molemmissa etsitään virheitä käymällä käyttöliittymää läpi ja virheen löytyessä siitä raportoidaan ja annetaan korjausehdotus. (Sinkkonen ym. 2009, 287.)

Asiantuntija-arvio toimii nimensä mukaisesti niin, että asiantuntija käy läpi käyttöliittymän ja karttuneella osaamisellaan yrittää löytää sivustolta käyttäjille tuottamia ongelmia. Asiantuntija pyrkii myös miettimään erilaisia käyttäjiä ja sitä kuinka he oppisivat käyttämään sivustoa. Yleensä asiantuntija jakaa arvioinnit asiaryhmiin, kuten navigointi ja sen tukitoiminnot, asioiden löydettävyys, termit, prosessien etenemislogiikat, visuaaliset asiat, toiminnallisuus, asioiden yleinen ymmärrettävyys sekä symbolikielen toimivuus. Asiantuntija-arviointi on tehokas menetelmä, jos arvioijia on 2-3. Menetelmän tehokkuus perustuu taitoon sekä harjaantuneisiin ja tarkkoihin silmiin. (Sinkkonen ym. 2009, 295–296.)

Heuristista arviointia on usein pidetty kustannustehokkaampana vaihtoehtona verrattuna vaikkapa käyttäjätesteihin (Kuutti 2003, 69–70). Käytettävyyttä voidaan arvioida muun muassa käyttämällä erilaisia listoja säännöistä ja ohjeista, joita käytettävyydeltään hyvän liittymän tulisi noudattaa (Kuutti 2003, 47). Hänen mukaansa näitä listoja voi käyttää arvioidessa muiden töitä sekä oman tuotteen käytettävyykslaatua. Kaksi kuuluisinta heuristista sääntöä ovat Jakob Nielsenin ”10 Heuristista sääntöä” sekä Schneidermanin ”8 kultaista sääntöä” (Sinkkonen ym. 2009, 287).

Nielsenin (1995) mukaan kymmenen heuristista sääntöä ovat:

1. **Järjestelmän/palvelun tilan näkyminen:** käyttäjän tulisi aina tietää missä hän on ja mitä hän voi tehdä.
2. **Palvelun vastaavuus käyttäjien kontekstiin:** käyttäjän ja sivuston termistöjen tulee vastata toisiaan eli käyttäjän tulee ymmärtää palvelun käyttämää kieltä
3. **Käyttäjän kontrolli ja vapaus:** tuotteen täytyy tukea käyttäjän tapoja, mutta samalla joustaa
4. **Konsistenssi, standardit-yhdenmukaisuus:** palvelun tulee olla yhdenmukainen eikä johdeta käyttäjää harhaan. Termistön pitää olla yhdenmukainen koko ajan
5. **Virheiden estäminen:** palvelun tulee tunnistaa virheet ja varoittaa niistä käyttäjää etukäteen
6. **Tunnistaminen – ei muistaminen:** asioiden tulee olla näkyvissä sivustolla, eikä käyttäjää saa pakottaa muistamaan miten sivustolla liikutaan ja mistä mitään löytyy
7. **Joustavuus ja tehokkuus:** tuotteen käyttämisen tulee olla tehokasta kaikille käyttäjäryhmille
8. **Esteettinen suunnittelu:** tuotteen/palvelun tulee olla esteettisesti miellyttävä ja esillä tulee olla tarvittavat toiminnot - ei enempää
9. **Ongelmien näyttäminen, tunnistaminen, ymmärtäminen, korjaaminen:** virheilmoitusten tulee olla selkeitä ja kertoa mitä tapahtui ja miksi
10. **Opastus ja ohjeistus:** ohjeistuksen tulee olla selkeästi esillä, tarpeeksi lyhyesti selitetty ja ymmärrettävä

Heuristisen arvioinnin lopputulos on lista käytettävyydspuutteista ja ongelmista, jotka havaittiin arvioinnin aikana. Heuristinen arviointi ei itse ota kantaa kuinka virheet tulisi korjata. (Kuutti 2003, 49.)

Tarkistuslistat on helpompi tapa käydä läpi kohta kohdalta käyttöliittymän käytettävyys. Yleensä nämä listat on ryhmitelty aiheittain. Aiheita voivat olla muun muassa yleisvaikutelma, jossa tarkastellaan muun muassa onko sivusto yhtenäinen ja onko tyyli aiheeseen sopiva tai onko sivusto miellyttävä. (Sinkkonen ym. 2009, 289.) Toinen aihekokonaisuus voisi olla ”Linkit”, jossa tarkastellaan muun muassa ovat-

ko linkit ymmärrettäviä, onko kotisivulle selkeää linkkiä, onko sivustolla apulinkkejä ja vastaavatko linkkitermit ja avautuvien sivujen otsikot toisiaan. Kolmas aihe ryhmä olisi näin ollen ”muut elementit”, joka pitää sisällään muun muassa hakutoimintoon, kielivalintaan, Back-painikkeeseen sekä tulostusversioon liittyviä kysymyksiä. Seuraava tarkistuslistan kohta olisi etusivu, jossa tarkastellaan onko organisaation nimi kunnolla esillä ja tietääkö käyttäjä kenen sivustolla hän on sekä löytyvätkö yhteystiedot hyvin. Tämän jälkeen jokainen sivu tulisi käydä erikseen läpi ja tarkistaa muun muassa täsmääkö linkkinimi ja sivun otsikko keskenään, sekä onko kaikki sivussa oleva tieto oleellista siinä tilassa olevalle. Tarkistuslistassa käydään myös perusteellisesti läpi visuaalinen suunnittelu, värit sekä typografia. Muun muassa selvitetään, ettei sivuston tausta ole liian päällekkävyä tai näyttävätkö linkit linkeiltä. Lisäksi tarkastellaan onko värejä käytetty johdonmukaisesti, onko teksti luettavaa, sekä onko tekstin väri näkyvä taustaa vasten. (Sinkkonen ym. 2009, 290–294.) Kirjoittajien mukaan on käytävä läpi myös lomakkeet, kuten onko pakolliset syöttökentät merkitty ja onko elementit ryhmitelty oikein sisällön perusteella. Virheiden estäminen ja korjaaminen on heidän mukaansa viimeinen kohta, joka pitää sisällään huomioita muun muassa siitä, onko opasteissa käytetty oikeita termejä ja antavatko virheilmoitukset tietoa siitä, mitä on tapahtunut.

3.3.2 Käytettävyydestaus

Käytettävyydestä on yksi käytettävyyden testausmenetelmistä. Sen ideana on saada tuotteesta parempi seuraamalla käyttäjän reaktiota testiympäristössä, joka pyrkii olemaan mahdollisimman aidon ja toden tuntuinen. Ideana on mitata tuotteen käytettävyys oikeilla käyttäjillä, kun he tekevät oikeita tehtäviä ja saada selville kuinka hyvin tuote tulee toimimaan käytännössä. (Sinkkonen ym. 2009, 300.) Heidän mukaansa käytettävyydestä voidaan suunnata koko tuotteeseen tai pienen osaan tuotetta ja useat pienet testit ovat usein parempia kuin yksi suuri testi käyttöliittymän valmistuessa.

Käyttäjätestissä valitaan mahdollisimman tarkasti sovelluksen tai tuotteen kohde ryhmää vastaava henkilö, joka suorittaa sovelluksella tai sovelluksen prototyypillä erilaisia tehtäviä. Testin ideana on havainnoida sovelluksen puutteita ja käytettä-

vyysongelmia käytössä. (Kuutti 2003, 68.) Käyttäjätesti ja heuristinen arviointi eivät sulje toisiaan pois ja esimerkiksi käyttäjätestiä voi käyttää osana muita menetelmiä. Nämä arviointitavat paljastavat erityyppisiä käytettävyysoongelmia. (Kuutti 2003, 68–69.) Hänen mukaansa käyttäjätesti ei ole ongelmaton tapa arvioida käytettävyyttä. Luultavasti suurin ongelma on testitilanteen luonnottomuus; sovelluksen testaaja tietää olevansa tarkkailun kohde ja tämä luonnoton tilanne vaikuttaa tuloksiin alitajuisesti. Kirjoittajan mukaan toinen ongelma tässä arviointitavassa on koehenkilöiden valinta. Testistä saatu informaatio ei välttämättä ole hyödyllistä, jos koehenkilöiksi on valittu henkilöitä, jotka eivät edusta tarpeeksi hyvin kohderyhmää.

Käyttäjätestin valmistelut alkavat koehenkilöiden, testin painopisteiden sekä koehenkilöiden tehtävien valinnalla. Myös testipaikka tarkistetaan ja laitteet asennetaan. (Kuutti 2003, 70, 73.) Yleensä laboratorio on huone, jossa on paikat koehenkilölle ja tarkkailijoille, sekä muutama kamera. Perinteinen malli koostuu kahdesta huoneesta, joiden välissä on puoliläpäisevä peili, jonka läpi tarkkailijat tekevät huomioitaan. (Kuutti 2003, 80–81.) Kuutti (2003, 70) summaakin kirjallisen suunnitelman tärkeyttä, josta näkee mitä testataan, missä testataan ja kuka testaa. Koehenkilön tehtävänä on tehdä toiminto tai sarja toimintoja testattavalla sovelluksella tai järjestelmällä, joten suunnitelmasta tulisi käydä selvästi esille tehtäviksi ajatellut toiminnot sekä mitä tietoa näistä toiminnoista halutaan saada selville (Kuutti 2003, 72–73).

Käyttäjätesti yritetään saada mahdollisimman luontevaksi tilanteeksi muun muassa kalustuksen kuten sohvien avulla. Lopullinen testin kulku on yksinkertainen; tilan ja laitteiden esittelyn jälkeen koehenkilö tekee ennalta suunnitellut tehtävät ja lopuksi koehenkilöt voidaan haastatella lisätietoja varten. (Kuutti 2003, 74–76.) Kuutti (2003, 77) mainitsee muutamia käytännönvihjeitä käyttäjätestaukseen: koehenkilöltä kannattaa aluksi kysyä taustatiedot, joilla varmistetaan kuuluuko hän haluttuun kohderyhmään. Lisäksi koehenkilön kanssa kannattaa solmia salassapitosopimus sekä suostumus valokuvaamiseen, mikäli tarvetta on.

Tulkittaessa käyttäjätestin tuloksia, helpoin tapa on kirjata tehtävien suoritusnopeudet muistiin (Kuutti 2003, 78). Koska tuote halutaan saada markkinoille mahdollisimman nopeasti, suoritetaan aluksi analyysi, jossa raportoidaan pahimmat

paljastuneet käytettävyysoongelmat. Tämän jälkeen laaditaan täydellinen käyttäjätestiraportti. (Kuutti 2003, 78–79.) Kun käytettävyysongelma löytyy, tulisi etsiä sen alkuperä, sillä ongelma voi olla syvällä käsitelmissä tai pelkkä ikonin vaikea tunnistus. Ongelman alkuperän löytymisen jälkeen voidaan laatia korjausehdotus, joka toivottavasti poistaa ongelman. (Kuutti 2003, 79–80.)

4 TYÖN TAVOITTEET

4.1 Tutkimusongelmat

Opinnäytetyön aihe hahmottui harjoittelujakson aikana Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat ry:n Näytelmäkirjastossa. Digitaalisen kirjaston toimivan Näytelmäkirjaston asiakkaat ovat kontaktissa kirjastoon suurilta osin Näytelmät.fi-sivuston kautta. Mielenkiinto sivustoa ja sen käyttäjäkuntaa kohtaan kasvoi, joten opinnäytetyön aihe hahmottui tämän perusteella ja aiheeksi muodostui tutkimus sivuston käytettävyydestä asiakkaiden näkökulmasta. Lähtökohtana oli, että jos sivuston käyttäjät saisivat kertoa mielipiteensä sivustosta, voisi sivustoa muokata asiakaslähtoisemmäksi ja näin sivusto palvelisi käyttäjiä paremmin. Asiakkaat olisivat tyytyväisempiä ja tämä vaikuttaisi Näytelmäkirjastoon positiivisesti.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitä mieltä sivuston käyttäjät ovat Näytelmät.fi-sivustosta. Onko sivustolla käyttäjien mielestä esteitä, vaikeuksia tai puutteita, jotka hankaloittavat tai suorastaan vaikeuttavat sivuston käyttöä? Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään asiakkaiden mielipide sivuston ulkonäöllisistä seikoista, kuten väreistä ja kuvista. Lisäksi tutkimuksessa pyrittiin selvittämään käyttäjien mielipide sivuston käytettävyydestä kuten toiminnallisuudesta ja miellyttävyydestä. Tässä tutkimuksessa käytettävyydellä tarkoitetaan muun muassa sitä, kuinka sivuston hakutoiminto toimii. Saako asiakas haluamansa näytelmän esille erilaisilla hakutoiminnoilla ja onko hakutoiminnossa tarpeeksi laaja valikoima eri komentoja käyttäjän mielestä? Hakutoiminnon lisäksi tutkimuksessa pyrittiin myös saamaan käyttäjien mielipide sivuston selkeydestä niin ulkoisesti kuin sisällöllisesti: löytyvätkö asiakkaan haluamat tiedot ja ohjeet helposti ja ovatko nämä ohjeet kattavat sekä mitä mieltä asiakkaat ja käyttäjät ovat muun muassa sivuston otsikoinneista? Yleisesti ottaen halutaan selvittää, onko sivusto selkeä ja helppokäyttöinen.

Kun esteet ja vaikeudet on saatu selville, on tutkimuksen ideana löytää näihin epäkohtiin parannusideoita. Erilaisten tutkimusmenetelmien kautta pyritään käyttäjiltä saamaan kehitysideoita. Nämä kehitysideoita eivät välttämättä ole sivustolla olevia epäkohtia.

Sivuston käyttäjäkunta on laaja, joten tutkimustuloksista oli mielenkiintoista nähdä, vaikuttaako ammatti tai ikä sivuston käytettävyyteen. Koska sivusto on kaikille avoin, on mahdollista, että sivustoa käyttää henkilö, joka ei tiedä näytelmistä tai näytelmäkirjastosta mitään eikä ole edes teatterialalta.

4.2 Tutkimusmenetelmät

Monet käytettävyytutkimukset on toteutettu käyttäjätesteillä tai esimerkiksi tarkistuslistoilla, mutta tässä tutkimuksessa käyttäjiä lähestytään perinteisten tutkimusmenetelmien keinoin. Tämän tutkimuksen kannalta paras vaihtoehto oli alun perin käyttää kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää ja syventää kvantitatiivista tutkimusta kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla.

Alasuutari (2011, 32) toteaa, kuinka kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus eivät sulje toisiaan pois ja usein näitä kahta tutkimusta voi helposti käyttää rinnakkain samassa tutkimuksessa. Lisäksi Alasuutari (2011, 32) toteaa, kuinka kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta voidaan pitää toistensa jatkumoina ja juuri tästä on kyse tässä tutkimuksessa: nämä kaksi tutkimusmenetelmää eivät kilpaile keskenään vaan tuovat esiin tutkimustuloksia, joita toisella menetelmällä ei saataisi esille. Myös Sinkkonen ym. (2009, 80) toteavat, kuinka haastattelun ja kyselyn yhdistäminen toimii hyvin käytettävyytutkimuksissa.

4.2.1 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen alkuvaiheessa näytti siltä, että tutkimuksen empiria olisi hoidettu haastattelujen avulla, mutta asiakaskunnan maantieteellinen laajuus sekä haluttujen prosentiosuuksien mittaaminen vaikuttivat siihen, että tutkimuksessa päädyttiin osin kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään. Sinkkonen ym. (2009, 107) toteavatkin, kuinka kyselytutkimus on edullinen tutkimusmenetelmä ja sen avulla on helppo saavuttaa suuri määrä ihmisiä ja Kananen (2008, 10) taas korostaa, kuinka kvantitatiivisessa tutkimuksessa käsitellään mittauksen tuloksena saatua aineistoa tilastollisin menetelmin. Alasuutarinkin (2011, 34) mukaan kvantitatiivisessa tutki-

muksessa lukujen väliset yhteydet ja tilastot ovat suuressa osassa määrällisen tutkimuksen analyysiä. Lisäksi hän toteaa myös, kuinka kvantitatiivisen tutkimuksen analyysissä etsitään tilastollisia säännönmukaisuuksia ja eri muuttujien välisiä riippuvuuksia.

Tässä tutkimuksessa haluttiin saada selville erilaisia tunnuslukuja ja erilaisten muuttujien välisiä yhteyksiä. Vaikuttaako esimerkiksi asuinpaikka tai ammatti siihen, mitä mieltä käyttäjä on sivustosta ja onko 100 prosenttia vastaajista sitä mieltä, että sivuston sininen väri on paras mahdollinen vaihtoehto sivuston ulkoasuun? Lisäksi tutkimuksessa pyrittiin saamaan tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä ja kuten Sinkkonen ym. (2009, 107) toteavat, voi kyselyitä käyttää muun muassa selvittämään käyttäjien tyytyväisyyttä käytössä olevaan palveluun.

Kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän tarkentuessa päätettiin tutkimuksessa käyttää aineiston keruussa kyselylomaketta. Kananen (2008, 12) muistuttaa kuinka kvantitatiivisessa tutkimuksessa kyselylomake pitää aina testata, sillä lomakkeen laatija on paneutunut kysymyksiin niin, että hän olettaa vastaajien ymmärtävän kysymykset samalla tavalla. Sinkkosen ym. (2009, 109) mukaan kyselylomakkeen yksi haasteista on kysymysten huono ja epäselvä laatiminen, sillä haasteena on, ettei kyselyyn vastaaja ymmärrä kysymystä kyselyn laatijan haluamalla tavalla. Kysymyksen asetteluun pitää siis olla selvä ja vain yhdellä tavalla ymmärrettävä. Alasuutarikin (2011, 51) toteaa kyselylomakkeista, kuinka nämä lomakkeet suunnittelee tutkijan tarpeen mukaan. On kysyttävä vain tarpeellisia ja hyödyttäviä kysymyksiä ja vastausvaihtoehtojen pitää olla selkeitä. Tutkimuksen kyselylomake löytyy liitteestä 2 tutkimuksen lopusta.

4.2.2 Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen päämenetelmä oli alun perin kvantitatiivinen tutkimus, mutta tutkimuksessa tarkoituksena on saada lukujen rinnalle laadullisia vastauksia kysymyksiin miksi ja miten? Tähän tarvitaan kvalitatiivista, eli laadullista tutkimusta ja kuten Kananen (2008, 11) toteaa, pyrkimys laadullisessa tutkimuksessa on nimenomaan ilmiöiden ymmärrys eli miksi jotain tapahtuu tai miten johonkin pitäisi suhtautua. Kvalitatiivinen tutkimus käy loistavasti yhteen määrällisen tutkimuksen kanssa,

sillä vaikka tässä tutkimuksessa halutaan määriä, halutaan myös tietää miksi jokin asia ei toimi ja miten asioita voidaan parantaa. Kvalitatiivinen tutkimus perustuu puheisiin ja teksteihin, kuten haastatteluihin (Kananen 2008, 11) ja juuri haastatteluista tässä tutkimuksessa käytetään. Haastattelu onkin luonteva tapa saada selville sivuston käyttäjien mielipiteitä ja tämän menetelmän vahvuus on sen joustavuus (Sinkkonen ym. 2009, 83).

Koska haastattelujen on tarkoitus syventää kyselylomakkeesta saatuja tietoja, ei haastattelun tarvitse olla massiivinen teemahaastattelu. Alasuutari (2011, 51) toteaa haastatteluista, kuinka suunniteltaessa kannattaa keskittyä tutkittavaan teemaan, ettei keskustelusta tule liian laajaa. Täydellisintä olisi, jos haastateltavat olisivat täyttäneet kyselylomakkeet aiemmin; näin ollen haastattelu voisi taustan sijasta keskittyä pelkästään sivuston epäkohtiin ja kehitysideoihin. Haastattelun ongelmaksi voi koitua se, että haastateltava ei muista sivustosta paljoa. Koska kyseessä on verkossa toimiva sivusto, olisi kätevää, jos haastateltava voisi tutkia sivustoa haastattelun aikana ja näin ideoita syntyisi kun haastattelu etenee.

4.2.3 Tutkimusmenetelmien soveltaminen tässä tutkimuksessa

Kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän kohdalla ajateltiin, kuinka näytelmäkirjaston asiakaskunta asuu ympäri Suomea. Näytelmäkirjasto on yksi Suomen harvoista näytelmiä ja esityssopimuksia jakavista kirjastoista, joten luonnollisesti asiakkaiden maantieteellinen laajuus oli ongelma. Aluksi tutkimuksessa ajateltiin kyselylomakkeiden postitusta, mutta asiakastietokantoja ei ole ja on melko mahdotonta tietää käyttäjien osoitteita, joten tutkimuksessa päädyttiin Webropol-verkkokyselyyn. Näin kyselylomake saavuttaisi toivottavasti mahdollisimman monia käyttäjiä mahdollisimman laajasti. Sinkkonen ym. (2009, 108) toteavatkin, kuinka verkkokysely on nopein, helpoin ja yleensä myös halvin tapa toteuttaa kysely. Tarkoituksena kyselylomakkeen jakamiseen on laittaa kysely Näytelmät.fi-sivustolle. Lisäksi kyselylomaketta voisi jakaa postin mukana kun teatteri tilaa esityssopimuksen. Jos tulokset jäävät pieniksi voi kyselyä mahdollisesti levittää äidinkielen opettajain liiton-, sekä ohjaajaliiton sivuille.

Kyselylomakkeesta pyrittiin analysoimaan prosenttiosuuksia ja ristiintaulukoimaan erilaisia muuttujia keskenään. Analyysin avulla pyrittiin vastaamaan tutkimuskysymyksiini mahdollisimman kattavasti muun muassa analysoimalla iän vaikutusta käytettävyyssongelmiin. Analyysi hoidettiin Webropol-kyselyn avulla verkossa avaamalla jokainen kysymys ja vastaus, ja vertaamalla kysymyksiä keskenään sekä muun muassa iän että sukupuolen perusteella. Myös asuinpaikan vaikutus kiinnostaa, sillä kuten aiemmin on todettu, Näytelmäkirjaston asiakaskunta kattaa koko Suomen.

Kyselyn rinnalla tehtiin haastatteluita mahdollisille sivuston käyttäjille. Tarkoituksena oli haastatella noin neljää mahdollista käyttäjää ja haastateltavat pyrittiin valitsemaan ammatin perusteella. Ideaalitulanteessa haastateltavat olisivat esimerkiksi äidinkielenopettajia, ilmaisutaidon opettajia, ohjaajia, dramaturgeja, näyttelijöitä tai harrastajateatterin henkilökuntaa. Haastatteluista haluttiin saada yksityiskohtaisempaa tietoa siitä, millaisia puutteita tai vaikeuksia sivustolla on, miten nämä puutteet korjattaisiin tai millaista materiaalia tai muutoksia haastateltava sivustolle haluaisi.

Haastattelut analysoitiin purkamalla haastattelut ensiksi koneelle ja jaottelemalla vastaukset valmiiksi päätettyihin teemoihin. Erilaisia teemoja ovat esimerkiksi väriyty, sivuston ensivaikutelma ja hakukoneen toimivuus. Näiden teemojen rinnalle purettiin myös erikseen vastaukset sen mukaan mitä hyvää sivustolta löytyi, millaisia vaikeuksia ja puutteita sivustolla oli ja millaisia kehitysideoita haastateltavat keksivät. Sinkkonen ym. (2009, 118–119) tuovat esille samankaltaisuusanalyysin, jota sovellettiin haastattelujen analyysivaiheessa, sillä se on käytetyin menetelmä laadullisen aineiston analyysissä. Heidän mukaansa samankaltaisuusanalyysissä ideana on käydä haastattelut läpi ja yhdistää samaa aihetta koskevat asiat toisiinsa. Näin saadaan isoja teema/aihekokonaisuuksia. Samankaltaisuusanalyysin tarkoituksena on saada yleiskuva haastatteluissa tulleista yksittäisistä asioista.

5 TUTKIMUKSEN TEKO

5.1 Kyselyn ja haastatteluiden toteutus

Tutkimuksen lähtökohtana oli saada selville käyttäjien mielipiteitä Näytelmäkirjaston verkkosivuista. Tätä tarkoitusta varten valittiin tutkimusmenetelmäksi kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä ja ennen kaikkea kyselyn toteutus, sillä näytelmäkirjaston asiakaskunta jakautuu ympäri Suomea ja asiakkaat eivät käy henkilökohtaisesti kirjastossa asioimassa. Kyselyn tarkoitus oli saada mahdollisimman laaja vastaajajoukko ympäri Suomea, jotta tulokset eivät olisi vääristyneitä pienen paikkakuntajakauman tai vastaajamäärän takia. Lisäksi kyselyyn toivottiin paljon käyttäjien vastauksia, jotta tuloksiin saataisiin hyviä parannusehdotuksia. Myös ensikertalaisten käyttäjien vastauksia toivottiin, sillä heiltä saisi toivottavasti erilaisia kehitysehdotuksia.

Kysely avattiin 6.5.2015, jonka jälkeen se välitettiin moniin eri paikkoihin ensisijaisesti sähköpostin kautta. Kyselyä jaettiin muutamien henkilöiden toimesta sosiaalisessa mediassa, jonka kautta eniten vastauksia saatiin. Kysely päättyi muun muassa Kellariteatterin Facebook-seinälle sekä kahden yksityishenkilön Facebook-seinille. Kyselyä yritettiin saada äidinkielen opettajain liiton verkkosivuille, mutta yhteydenotoista huolimatta tämä ei onnistunut. Sen sijaan Suomen harrastajateatteriliitto julkaisi kyselyn omilla sivuillaan. Kysely liitettiin myös mukaan TeMe:n eli teatterin, tanssin, elokuvan ja sirkuksen ammattiliiton toukokuiseen viikkojulkaisuun. Lisäksi kysely liitettiin Näytelmäkirjaston Näytelmät.fi -sivuston uutisvirtaan 19.5.2015, sillä tarkoituksena oli saada nimenomaan sivuston käyttäjien mielipiteitä sivustosta. Kyselyä oli myös hetkellisesti tarkoitus jakaa esityssopimusten mukana kirjallisena versiona teattereille ja muille sopimuksia pyytäneille tahoille, mutta tämä idea kariutui melko nopeasti ja tästä syystä kyselyyn ei tullut yhtään kirjallista vastausta. Näiden lisäksi kyselyä lähetettiin suoraan sähköpostin kautta valituille henkilöille kuten Näytelmät.fi -sivustolta löytyneille dramaturgeille sekä harrastajateattereille. Vaikka kyselyä jaettiin monissa paikoissa, eivät käyttäjät vastanneet kyselyyn ja kyselyn vastaajamäärä jäi 26 kappaleeseen monista yrityksistä huolimatta. Kysely suljettiin 8.9.2015 eli kysely oli auki neljä kuukautta. Pie-

nestä vastaajajoukosta johtuen kyselyn vastauksista ei voitu tehdä luotettavia oletuksia ja vastauksia pystyttiin analysoimaan ainoastaan pintapuolisesti, sekä niin, että jos kaikki vastaajat olivat samaa mieltä tietyn kysymyksen kohdalla, voitiin olettaa että käyttäjät olisivat tiettyä mieltä asiasta. Vaikka kyselyn vastaajamäärä jäi pieneksi, saatiin kyselystä hyviä kirjallisia vastauksia avoimiin kysymyksiin, joiden tarkoitus oli kerätä tietoa muun muassa kehitysideoista.

Jo alun perin oli tarkoitus syventää kyselyn tuloksia kvalitatiivisin tutkimusmenetelmin eli tekemällä rinnalle muutamia haastatteluita. Tarkoitus oli tehdä kahdesta kolmeen haastattelua, jotka tukisivat ja syventäisivät kyselyn tuloksia sekä toivottavasti löytäisivät vielä joitain hyviä puolia tai parannusehdotuksia sivustosta. Koska kyselyiden määrä jäi pieneksi, suurennettiin haastattelumäärä kuuteen teema-haastatteluun. Kyselyiden tuloksista kävi ilmi, että suurin osa vastaajista oli sivustolla ensikertalaisia, joten sivuston aktiivisten käyttäjien mielipiteitä ei kyselyn avulla saatu. Vastaajat eivät siis suurelta osin olleet sivuston aikaisempia käyttäjiä, joten haastatteluihin valittiin mahdollisia käyttäjiä, jotka ammattinsa puolesta sopisivat käyttäjiksi. Teemahaastattelun runko luotiin kyselyn vastausten pohjalta, jotta haastateltavilla olisi samat teemat ja kysymykset kuin kyselyyn vastanneilla. Vastauksia toki lisättiin ja muokattiin haastattelulle sopivampaan muotoon, mutta pääosin teemat olivat samoja kyselyssä ja haastatteluissa. Tämä teemojen samankaltaisuus auttoi analyysivaiheessa, jossa vastaukset sekä kyselystä, että haastatteluista purettiin teemojen mukaan.

Alun perin lupautuneita haastateltavia oli kahdeksan, joista kolme olisi ollut tavallisia kasvatusten suoritettuja teemahaastatteluita ja viisi haastattelua olisi hoidettu sähköpostin välityksellä, sillä haastateltavien paikkakunnat olivat ympäri Suomea. Lopullisia haastatteluita kuitenkin oli kuusi, sillä yhtä sähköpostihaastattelun vastausta ei koskaan lähetetty takaisin ja yksi kasvatusten toteutettava haastattelu ei toteutunut. Kuusi haastateltavaa tosin osoittautui juuri tarvittavaksi määräksi, sillä haastatteluiden vastauksissa näkyi selvää toistoa. Vastauksista huomasi myös kuinka haastateltavien ammatti vaikutti siihen, miten he sivustoa tarkastelivat ja millaisiin asioihin he kiinnittivät huomiota. Esimerkiksi äidinkielen ja kirjallisuuden lehtori kiinnitti heti huomiota opetusmateriaaleihin kun taas näyttelijälle tämä osio sivustosta oli täysin turha.

Haastateltavat:

H1: 44-vuotias äidinkielen ja kirjallisuuden sekä teatteritaiteen lehtori Helsingistä

H2: 21-vuotias näyttelijä Helsingistä

Sähköpostihaastateltavat:

H3: 55-vuotias harrastajateatteriohjaaja Etelä-Savosta

H4: 47-vuotias scenografi eli lavastaja Savonlinnasta

H5: 63-vuotias eläkeläinen sekä kesäteatterin työntekijä Satakunnasta

H6: 72-vuotias eläkeläinen harrastajanäyttelijä sekä teatterin puheenjohtaja Etelä-Savosta

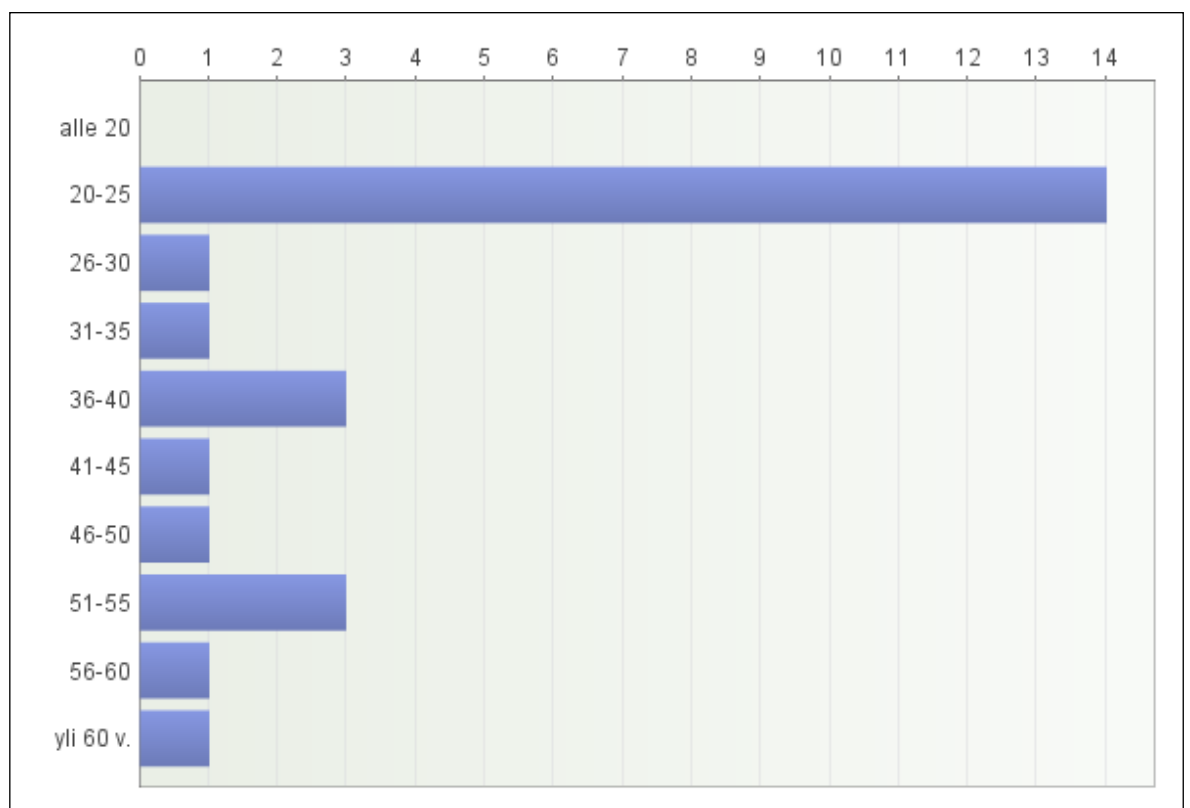
5.2 Kyselyn ja haastatteluiden tulokset

Kyselyn vastausten purkuvaiheessa kävi ilmi, että kyselyn vastaajamäärä jäi toivottua pienemmäksi, joten kyselyn tuloksia voidaan pitää vain suuntaa antavina. Vastauksia tuli kaiken kaikkiaan vain 26 kappaletta. Kyselystä ei siis voida tehdä tilastollisia yleistyksiä, mutta muun muassa avoimien kysymysten ja niihin saatujen vastausten avulla saatiin hyviä kehitysideoita.

Kysely ja haastattelurunko jaettiin viiteen osioon: tausta, ensivaikutelma, sivuston ulkoasu, hakukoneen toimivuus ja muut tiedot. Analysointivaiheessa kyselyn ja haastatteluiden vastaukset käytiin läpi osio osiolta samanaikaisesti, joten kyselyn ja haastatteluiden tulokset kulkevat tässä luvussa rinta rinnan. Tarkoitus on siis keskittyä siihen, mitä tietystä osiosta oltiin mieltä, ei niinkään erotella kyselyn ja haastatteluiden vastauksia omiin lukuihinsa. Kysely toteutettiin Webropol-ohjelman avulla ja analyysissä käytettiin myös kyseistä ohjelmaa. Haastattelut on purettu nauhoitetusta versiosta kirjalliseen versioon eli perinteiseen Word-tiedostoon, josta haastateltavien ajatuksia ja mielipiteitä analysoitiin.

Taustatiedot

Kysely ja haastattelut alkoivat taustatietojen määrittelyllä. Kyselyn vastauksista kävi ilmi, että sukupuolijakauma oli melko tasainen: naisia oli 61,5 % (16 kpl) ja miehiä 38,5 % (10 kpl). Vaikka naisia oli kyselyssä sekä haastatteluissa enemmän, oli kummankin sukupuolen edustus silti hyvä ja siksi voidaan todeta, että ainakaan vastaukset eivät ole sukupuolijakauman takia suuresti vääristyneet. Sen sijaan ikäjakauma oli todennäköisesti vääristynyt. Kuviosta 1 näkyy, kuinka 20–25-vuotiaita vastaajia oli 53,9 % (14 kpl), kun taas muita ikäluokkia oli 1–3 kappaletta eli noin 2–11,5 %.

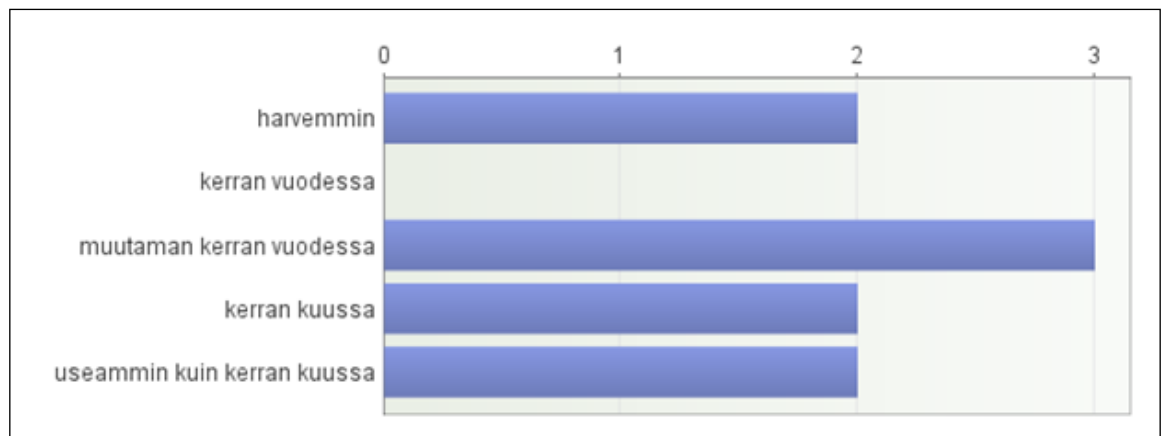


Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden lukumääräinen ikäjakauma (N=26).

Kaikki vastaajat sekä kyselyssä että haastatteluissa olivat suomenkielisiä, joten ruotsinkielisten käyttäjien mielipiteitä ei tässä tutkimuksessa saatu. Kyselyn vastaajien yleisin asuinpaikka oli pääkaupunkiseutu 57,7 % (15 kpl). Lisäksi kaksi haastateltavaa oli myös pääkaupunkiseudulta kotoisin. Muita paikkakuntia kyselyssä oli Tampere, Alavus, Seinäjoki, Hollola, Kouvola, Savonlinna, Salo sekä Kokkola. Haastateltavat olivat myös kotoisin ympäri Suomea: Porista, Mäntyharjulta,

ta, Savonlinnasta sekä Pieksämäeltä. Näitä muita paikkakuntia edusti kyselyssä aina yksi tai kaksi vastaajaa yhtä paikkakuntaa kohden, joten minkäänlaisia yleistyksiä vastauksista ei voitu tehdä paikkakuntaan nähden. Koulutusaste oli suoraan verrannollinen ikäjakaumaan. Suurin osa eli 53,9 % (14 kpl) vastaajista opiskeli alemman asteen tutkintoa korkeakoulussa. Toisella asteella opiskeli tai sen oli viimeksi suorittanut 30,8 % (8 kpl) ja ylemmän korkeakoulututkinnon oli suorittanut tai oli suorittamassa vastaushetkellä 15,4 % (4 kpl) vastaajista.

Taustan kohdalla kyselyssä otettiin selvää, kuuluuko vastaaja äidinkielen opettajain tai teatteriohjaajien liittoon tai onko vastaajan teatteri kenties harrastajateatteri. Äidinkielen opettajain liittoon ei kuulunut kukaan kyselyn vastaajista, mutta yksi haastateltava kuului kyseiseen liittoon. Sen sijaan kaksi kyselyn vastaajaa kuului teatteriohjaajien liittoon. Teatteri- ja mediatyöntekijöiden liittoon kuului yksi haastateltavista. Kolme kyselyyn vastanneiden teattereista oli harrastajateattereita, myös kolme haastateltavien teattereista oli harrastajateattereita ja yksi haastateltava kuului ammattiteatteriin. Y-tunnuksia oli kuudella teatterilla kyselyyn vastanneista. Liittoon kuuluneita vastaajia oli siis yllättävä määrä ja ennen kaikkea oli positiivinen yllätys, kuinka vastaajat kuuluivat moniin eri liittoihin.



Kuvio 2. Kyselyyn vastanneiden aikaisempi sivuston käyttö (N=9).

Sivuston aikaisempaa käyttöä oli huomattavan vähän. Kyselyn tarkoitus oli saavuttaa käyttäjien mielipiteitä, joten tähän tarkoitukseen aiempia käyttäjiä oli liian vähän: vain 30,8 % (8 kpl) oli käyttänyt sivustoa aiemmin. Tosin aiempien käyttäjien joukossa oli kaksi miestä ja neljä naista, joten molempien sukupuolien näkemykset

tulivat esille vastauksissa. Haastateltavista neljä kuudesta haastateltavasta oli käyttänyt sivustoa aikaisemmin ja nämä aiemmat käyttäjät olivat käytön suhteen melko aktiivisia. Kuvion 2 mukaan kyselyn vastaajat, jotka olivat käyttäneet sivustoa aiemmin, jakautuivat melko tasaisesti käyttökertojen perusteella: kaksi heistä käytti sivustoa harvemmin kuin kerran vuodessa, kolme vastaajaa käytti sivustoa muutaman kerran vuodessa ja kaksi vastaajaa käytti sivustoa kerran kuussa sekä useammin. Haastateltavissa jokaisella oli oma kertamääränsä sivuston käytössä ja nämä vaihtelivat vuotuisesta käytöstä noin neljään kertaan vuodessa. Haastatelluissa kävi ilmi, että käyttökerrat vaihtelevat muun muassa työmäärän vuoksi, sillä joillain teattereilla on paljon esityksiä, ja jos ensimmäisellä käyttökerralla ei löydy haluamaansa tekstiä, täytyy sivustolle palata lyhyen ajan sisällä useasti (Haastateltava 6). Kaikki haastateltavat, jotka käyttivät sivustoa, kertoivat käyttävänsä sitä työnsä puolesta, eivät harrastusmielessä.

Tutkimuksen kannalta oli positiivista huomata, kuinka vastanneiden joukossa oli muutama aktiivinen sivuston käyttäjä, jolla oli käyttäjätunnus ja salasana sivustolle. Näin ollen vastauksista voidaan päätellä, että edes osa vastauksista on käyttäjien mielipiteitä. Kyselyyn vastanneet, joilla oli käyttäjätunnus ja salasana sivustolle, vastasivat käyttävänsä käyttöoikeuttaan muun muassa näytelmien etsimiseen, lukemiseen ja lataamiseen sekä omien tietojen päivittämiseen. Myös haastateltavat H3–H6 totesivat käyttävänsä sivustoa nimenomaan näytelmien etsimiseen ja lataamiseen. Suurin vastaajamäärä kyselyssä totesi näytelmien selailun nopeuttavan uuden tekstin valitsemista, kun plaria ei tarvitse odottaa kotiinkuljetuksella. Sivustoa on käytetty myös, kun on haluttu tutustua eri kirjailijoihin (H5, H6).

Haastateltavilta kysyttiin taustan yhteydessä, kuinka he päätyivät sivuston käyttäjiksi. Kaksi vastaajaa vastasi olleensa näytelmäkirjaston asiakkaita ennen internet-sivustoa ja sivuston avauduttua he siirtyivät postitilauksesta verkkoon (H3, H5). Myös vinkit ja vihjeet sivuston sisällöstä saivat haastateltavan H6 päätyämään sivuston käyttäjäksi. Haastateltava H4 taas kertoi päätyneensä sivuston käyttäjäksi taiteellisen työryhmän kautta. Haastateltavat käyttävät selkeästi mieluiten näytelmäkirjaston verkkosivustoa verrattuna puhelimeen tai paikan päällä käyntiin. Sivusto on selkeästi hyödyttänyt pitkin Suomea asuvia asiakkaita, sillä kaikki aikaisemmin sivustoa käyttäneet haastateltavat sanoivat käyttävänsä näytelmäkirjaston

palveluita eniten verkossa muun muassa pitkän välimatkan vuoksi (H3-H6) ja tämä oli yksi syy siihen, miksi verkkosivu ylipäätään perustettiin.

Sivusten ensivaikutelma

Kyselyn ja haastatteluiden toinen osio piti sisällään kysymyksiä sivuston ensivaikutelmasta. Kyselyn vastaajat vastasivat vastakohtaisiin adjektiiveihin, kun taas haastateltavat vastasivat avoimiin kysymyksiin.

Taulukko 1. Kyselyyn vastanneiden ensivaikutelma sivustosta (N=26).

| | 1 | 2 | 3 | 4 | | Keskiarvo |
|----------------|---|----|----|----|-------------------|-----------|
| vanhanaikainen | 5 | 15 | 6 | 0 | moderni | 2,04 |
| epämiellyttävä | 0 | 7 | 18 | 1 | miellyttävä | 2,77 |
| tylsä | 7 | 13 | 6 | 0 | houkutteleva | 1,96 |
| väritön | 1 | 14 | 6 | 5 | tarpeeksi värikäs | 2,58 |
| sekava | 2 | 4 | 10 | 10 | selkeä | 3,08 |
| epäasiallinen | 0 | 1 | 10 | 15 | asiallinen | 3,54 |
| epävirallinen | 0 | 1 | 17 | 8 | virallinen | 3,27 |

Taulukosta 1 käy ilmi, että monet vastaajista pitivät sivustoa vanhanaikaisena. Jopa 76,9 % (20 kpl) vastaajista piti sivustoa osittain tai täysin vanhanaikaisena ja vastakohtana kukaan ei pitänyt sivustoa täysin modernina. Ennen kaikkea 20–25 -vuotiaat naiset ja miehet pitivät sivustoa vanhanaikaisena, jopa 46,2 % (12 kpl) vastanneista, jotka pitivät sivustoa vanhanaikaisena, olivat 20–25 -vuotiaita. Myös haastatteluissa kävi ilmi, että sivustoa pidettiin vanhanaikaisena, sillä esimerkiksi haastateltava 1 kommentoi, kuinka sivuston kohderyhmäksi oletettiin vanhemmat ihmiset. Sivusto ei ollut vastaajien mielestä täysin epämiellyttävä, mutta ei myöskään täysin miellyttävä. Tässä kohtaa tulokset osuivat näiden kahden väittämän keskimaille. Sivuston tylsyydestä ja houkuttelevuudesta kysyttäessä suurin osa eli 76,9 % (20 kpl) olivat sitä mieltä, että sivusto on enemmän tai vähemmän tylsä jos toisella puolella vaakakupissa on houkuttelevuus. Myös haastatteluissa kävi ilmi, kuinka sivusto on tylsän näköinen; erityisesti sinivalkoinen väritys ja laatikkomaisuus saavat aikaan kuivahkon vaikutelman (H1).

Vaikka sivusto oli vastausten perusteella tylsähkö, oli se silti enemmistön mielestä selkeä, asiallinen ja virallinen. Kentien asiallisuus ja tylsyys kulkevat käsi kädessä? Taas nuori ikäryhmä 20–25-vuotiaat olivat melko yhtä mieltä siitä, kuinka sivusto on kaiken kaikkiaan selkeä; 42,3 % (11 kpl) vastanneista oli 20–25 -vuotiaita, jotka olivat sitä mieltä että sivusto on selkeä. Sama ikäryhmä 20–25 -vuotiaat olivat myös yhtä mieltä sivuston virallisuudesta. Vastauksista 50 % (13 kpl) kuului 20–25-vuotiaille, jotka pitivät sivustoa virallisen näköisenä. Monet vastaajat olivat käyttäneet sivustoa aiemmin, joten nämä ensivaikutelmat eivät todellisuudessa monelle olleet ensivaikutelmia ja tästä syystä vastaukset eivät ole täysin luotettavia. Vastaukset olivat myös jakautuneet ikäryhmittäin niin, että monella ikäryhmän edustajalla oli vain yksi ääni, joten siksi tämä 20–25 -vuotiaiden joukko nousi niin suuresti esille. Myös haastatteluissa tuli esille positiivinen asenne sivuston selkeyteen, sillä haastateltavat kommentoivat muun muassa sitä, kuinka sivusto on selkeä, helposti ymmärrettävä ja helppokäyttöinen (H1, H2, H5, H6). Ensivaikutelmasta oltiin myös melko neutraalia mieltä. Ensivaikutelma oli haastateltavien mielestä melko tavallinen, ei luotaantyöntävä eikä myöskään houkutteleva. Lisäksi ensivaikutelmaa pidettiin toimivana ja muun muassa etusivun yläosan hakupalkkia kiiteltiin loistavaksi (H2). Visuaalisuutta tosin kaivattiin lisää (H1, H2, H3).

Sivuston ulkoasu

Kolmas osio kyselystä ja haastattelusta piti sisällään kysymyksiä sivuston ulkoasusta. Ensimmäiseksi kysyttiin selviääkö sivuston tarkoitus nopeasti käyttäjille, ja vastaajat olivat suurelta osin sitä mieltä, että kyllä sivustolta saa nopeasti käsityksen, mitä varten sivusto on olemassa. Jopa 80,8 % (21kpl) vastaajista oli sitä mieltä, että sivuston tarkoitus selviää nopeasti, ja vastaavasti 19,2 % (5kpl) vastaajista vastasi, että tarkoitus ei selviä nopeasti. Tämä vastaus kulkee selvästi käsi kädessä selkeyden kanssa, sillä mitä selkeämpi ja ymmärrettävämpi sivusto on, sitä nopeammin sivuston tarkoitus varmasti selviää käyttäjille. Tämän kysymyksen kohdalla voidaan todeta sukupuolen ja iän ehkä hieman vaikuttaneen mielipiteeseen siitä kuinka sivuston käyttötarkoitus ei selviä, sillä neljä viidestä vastaajasta olivat 20–25-vuotiaita. Tämä ikäryhmä tosin oli suurin, joten mielipidehajontakin on todennäköisintä ikäluokassa 20–25-vuotiaat. Nämä viisi vastaajaa, joiden mielestä sivuston tarkoitus ei selviä nopeasti ja helposti kommentoivat mielipidettään muun

muassa sillä, kuinka sivuston fontti on laimea ja otsikot liian pieniä. Haastateltava H2 huomautti kuinka organisaation nimi on piilossa sivun alaosassa, ja tästä syystä hän esimerkiksi ei tiennyt kenen ylläpitämä Näytelmät.fi-sivusto on.

Kolmas osio eli ”sivuston ulkoasu” piti sisällään monia yksittäisiä kysymyksiä ja kaiken kaikkiaan vastaajat olivat hyvin tyytyväisiä nykyisen sivun ulkonäöllisiin seikkoihin. Enemmistö vastaajista 76,9 % (20 kpl) oli sitä mieltä, että sivustolta selviää joko hyvin tai todella hyvin mitä kaikkea sivusto pitää sisällään ja mitä palveluita sivusto tarjoaa. Myös haastateltavat olivat kaiken kaikkiaan tyytyväisiä sivuston ulkonäölliseen selkeyteen. Heidän mukaansa asiat löytyvät helposti ja alaotsikointi ei herätä kysymyksiä. (H1, H3, H4, H6.) Tosin kaikki haastateltavat eivät olleet yhtä mieltä siitä, että kaikki sivustolla oleva materiaali on selkeästi esillä ja tarpeen olla ylipäätään sivustolla. Tässä kysymyksessä tuli esille ihmisten ammatilliset mielenkiinnon kohteet, sillä äidinkielen ja kirjallisuuden sekä teatteritaiteen lehtori totesi muun muassa opetusmateriaalien olevan hyvin mielenkiintoinen kohta sivustolla kun taas näyttelijälle tämä kohta oli turha ja kohdan olisi voinut vaikka poistaa. (H1, H2.) Kaikki haastateltavat olivat myös tyytyväisiä sivuston fonttiin ja kirjoitustyyliin, tosin fontin koko oli juuri tarpeeksi suuri ja vähänkin pienempi fontin koko olisi vaikuttanut sivuston mukavuuteen negatiivisesti (H1). Kuten haastateltavat, myös kyselyyn vastanneet olivat tyytyväisiä sivuston väliotsikointeihin ja jopa 88,5 % (23 kpl) piti otsikointeja selkeinä ja vastaajat olivat myös sitä mieltä, että he tietävät mistä mitäkin löytyy. Myös haastateltavat olivat samoilla linjoilla näissä kysymyksissä, tosin monet haastateltavat kommentoivat käyttäneensä sivustoa jo niin kauan, että vanhasta tottumuksesta tietävät mihin etusivulta lähtevät (H3, H5, H6).

Värien suhteen kyselyn vastaajat olivat lähes yksimielisiä: 92,3 % (24 kpl) vastaajista oli sitä mieltä, että värit eivät sekoita ulkoasua eivätkä toisaalta ole myöskään liian räikeitä. Haastateltavat sen sijaan kuvailivat sivuston värejä selkeiksi, joskin hieman tylsiksi, ja moderneiksi sivuja ei kuulemma voi kutsua värien puolesta (H1, H2). Värit eivät kuulemma vaikuta negatiivisesti käyttökokemukseen, mutta yleinen valkoisuus ja varsinkin suuret valkoiset sivupalkit ovat luotaantyöntäviä ja kirjailijoiden ja näytelmien nimissä käytetty punainen väri oli huono vaihtoehto joka toi haastateltavien mieleen käytetyn linkin tai Wikipedian. Linkin väri olisi esimerkiksi voinut olla musta. (H1; H2.) Sivun väritystä kutsuttiin myös aneemiseksi sekä rau-

halliseksi (H5, H6), joten kaiken kaikkiaan kyselyyn vastanneiden ja haastattelussa tulleiden mielipiteet vaihtelivat laidasta laitaan.

Kyselyssä kysyttiin väreihin liittyen myös sitä, onko sivustolla liian vähän värejä. Tämä kysymys toi hieman enemmän hajontaa vastaajiin, sillä 65,4 % (17kpl) vastaajista oli sitä mieltä että sivusto ei tarvitse lisää värejä kun taas 34,6 % (9 kpl) vastaajista olisi kaivannut lisää värejä sivustolle. Kyselyn vastauksista kävi ilmi, että nimenomaan naiset olisivat halunneet lisäväritystä sivustolle, sillä yhdeksästä vastaajasta kahdeksan oli naisia. Nämä yhdeksän vastaajat vastasivat myös mihin he tätä lisäväriä haluaisivat ja nämä kehitysideat löytyvät luvusta seitsemän.

Väreistä siirryttiin kuviin ja lievä enemmistö (61,54 %, 16kpl) kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että sivusto kaipaa lisää kuvia. Vastanneiden joukosta ei voitu päätellä ikään tai sukupuoleen vaikuttavia asioita, sillä vastaajat olivat jakautuneet hyvin tasaisesti iän ja sukupuolen mukaan. Vastaajat kertoivat haluavansa muun muassa aiheeseen liittyviä hyvälaatuisia kuvia ja valokuvia esimerkiksi tapahtumista ja toiminnasta. Lisäksi esimerkiksi dramaturgien yhteystietojen ja muiden tietojen kohdalle ehdotettiin henkilökuvia. Lisäksi ehdotettiin kuvia kirjailijoista. Kaiken kaikkiaan vastaajien mielestä kuvat elävöittäisivät sivustoa. Myös haastateltavat kommentoivat kuvien tarvetta. Kuvat toisivat houkuttelevuutta ja sivulle ehdotettiin muun muassa kuvituskuvia sekä kuvia produktioista, joissa esiteltäisiin eri näytelmiä (H1, H3, H6). Haastatteluissa kävi myös ilmi, että tarpeettomia kuvia on turha lisätä, mieluummin haluttiin esimerkiksi pitkien luetteloiden alle grafiikkaa elävöittämään sivustoa (H2, H4).

Hakukone

Neljäs osio kyselyssä ja haastatteluissa käsitteli sivuston hakukonetta ja sen toimivuutta. Taulukosta 2 saa selville, kuinka vastaajat olivat lähes yksimielisiä siitä, että kuten koko sivusto, myös hakukone on selkeän näköinen, sillä 96,2 % eli 25 vastaajaa olivat tätä mieltä.

Taulukko 2. Kyselyyn vastanneiden mielipide hakukoneen selkeydestä (N=26).

| | 1 | 2 | 3 | 4 | | Keskiarvo |
|-------------------|---|---|----|----|---------------------|-----------|
| täysin eri mieltä | 0 | 1 | 12 | 13 | täysin samaa mieltä | 3,46 |

Myös kohta, johon näytelmän nimi kirjoitetaan, löytyi helposti lähes kaikilta, sillä sama osa (96,2 %, 25 kpl) vastaajista ilmoitti tietävänsä paikan. Pienoisnäytelmätermin tunteminen sen sijaan jakoi vastauksia. Lähes puolet eli 46,2 % (12 kpl) vastaajista ei tiennyt mitä tarkoittaa pienoisnäytelmä. Tässä kohdassa ei ollut havaittavissa sukupuolten välistä eroavaisuutta, mutta selvästi nuoremmat eli 20–30-vuotiaat vastasivat, etteivät tiedä mitä termi tarkoittaa. Sen sijaan kaikki sivustoa aiemmin käyttäneet vastaajat vastasivat tietävänsä mitä tämä termi tarkoittaa ja kaikki haastateltavat kommentoivat sivuston kielen olevan ymmärrettävää eikä sivustolla ole liikaa ”ammattisanastoa”.

Taulukko 3. Kyselyyn vastanneiden mielipide hakukriteereiden lisäyksestä (N=26).

| | 1 | 2 | 3 | 4 | | Keskiarvo |
|-------------------|---|---|----|---|---------------------|-----------|
| täysin eri mieltä | 5 | 9 | 11 | 1 | täysin samaa mieltä | 2,31 |

Kyselyyn vastanneiden mielipiteet menivät lähes puoliksi kun kyselyssä kysyttiin haluavatko käyttäjät lisää hakukriteereitä. Taulukosta 3 huomaa, kuinka 46,12 % (12 kpl) kaipasi enemmän hakukriteereitä. Vastauksista kävi ilmi, että erityisesti naiset halusivat enemmän hakukriteereitä; 83,3 % (10 kpl) hakukriteereiden halujista oli naisia. Verratessa määriä ja henkilöitä hakukriteereiden halujiin sekä niihin, jotka olisivat halunneet värejä tai kuvia sivustolle, voidaan todeta, että selvää yhtäläisyyttä näiden kysymysten välillä ei ole, joten selvää yhtenäistä linjaa ei ole havaittavissa näiden muutosten kohdalla. Myös haastatteluissa kävi ilmi, että erilaisia hakukriteereitä kaivattiin ja nämä haastateltavien erilaiset hakukriteerideat löytyvät luvusta 7 eli kehitysideoista.

Muutama kyselyyn vastannut eli 34,6 % halusi myös lisää näytelmälajeja valikkoon. Tässä kysymyksessä aikaisempi käyttö ei selittänyt ihmisten mielipiteitä, sillä aikaisempien käyttäjien mielipiteet jakoutuivat puoliksi näytelmälaajien haluavien ja ei-haluavien välille. Sen sijaan haastatteluissa lähes kaikilta tuli erilaisia ideoita siitä millaisia erilaisia lajeja sivustolle voisi lisätä ja nämä ideat löytyvät kehitysideoista luvusta 7. Haastateltavat olivat kaikki teatterialalta, joten ei ihme, että heiltä tuli erilaisia kehitysehdotuksia sivuston lajivalikoimaan. Reilu enemmistö,

88,5 % (23 kpl), oli sitä mieltä, että itse hakutoiminto toimii halutulla tavalla ja 84,6 % (22 kpl) vastaajista löysi näytelmän, joka vastasi heidän asettamiaan hakukriteereitä. Molemmissa kysymyksissä sukupuolella ja iällä ei näyttänyt olevan tekemistä vastausten kanssa, tosin yksi vastaaja, joka oli aiemmin käyttänyt sivustoa, ei ollut löytänyt hakukriteereitään vastaavaa näytelmää. Tämä tosin saattoi olla yksittäistä huonoa tuuria. Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että haku toimii halutulla tavalla, mutta haettaessa näytelmää pettyi muutama haastateltava synopsisen puutteeseen sekä näytelmän liian vähäisiin ja suppeisiin tietoihin (H1, H2, H3).

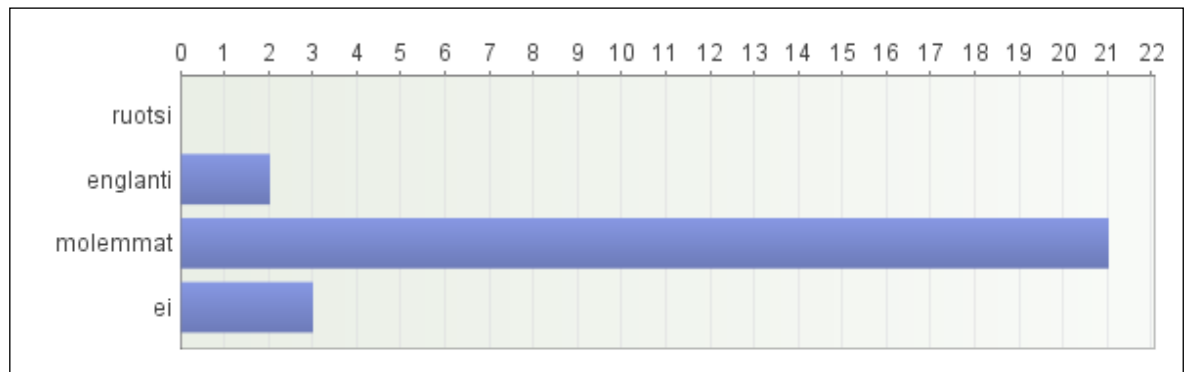
Muut tiedot

Viides osio piti sisällään muita tietoja eli kysymyksiä, jotka eivät kuuluneet edellisiin neljään kategoriaan. Kyselyn osio alkoi taas positiivisissa merkeissä, sillä 96,2 % (25 kpl) vastaajista oli sitä mieltä, että sivustoa on helppo käyttää ja sivustolla käytetty kieli on ymmärrettävää. Tämä vastaus ei yllättänyt, sillä sivustoa pidettiin hyvin selkeänä ja kieli on osa selkeyttä. Palvelun kuvausta pidettiin hyvänä ja 92,3 % (24 kpl) vastaajista oli sitä mieltä että se sisältää kaiken tarpeellisen tiedon. Myös haastateltavat olivat tyytyväisiä sivustoon ja palvelun kuvaukseen ja kaikki tiedot olivat selvästi esillä (H1, H2, H5). Palvelun kuvaukselle ehdotettiin kehitysideoita, jotka löytyvät luvusta 7-kehitysideat. Palvelun kuvauksen selkeys on selvää jatkumoa muutenkin selkeään sivustoon.

Kirjailijaluetteloon oltiin kyselyn mukaan tyytyväisiä, sillä vastaajista 88,5 % (23 kpl) löysi haluamansa kirjailijan tiedot. Myös haastatteluissa kävi ilmi, että luettelot ovat kattavia ja pitävät sisällään kirjailijat, jotka haastateltaville tuli haastatteluhetkellä mieleen (H2, H5, H6). Tosin eräs haastateltava kommentoi kuinka luetteloita voisi aina laajentaa, sillä mitä laajemmat luettelot olisivat, sitä monipuolisemmin näytelmiä voisi tehdä (H1).

Kysymys etusivulla vaihtuvasta viikon kirjailijasta, viikon jokerista sekä arkistopöiminnasta yllätti positiivisesti, sillä vastaajien mukaan nämä pöiminnat eivät vaihdu liian harvoin. Kyselyyn vastanneista 61,5 % oli sitä mieltä että nämä pöiminnat eivät vaihdu liian harvoin. Tosin aiempia käyttäjiä oli vastanneista vain murto-osa, joten tätä lukua ei voi pitää oikeana, sillä vastaajat, jotka eivät ole käyneet sivustolla eivät voi tietää vaihtuvatko nämä pöiminnat usein vai harvoin. Haastat-

teluissa kävi ilmi, että osa haastateltavista ei osannut vastata kysymykseen liian harvojen käyntikertojen takia (H4). Tosin haastateltavat pitivät poimintoista ja sanoivat katselevansa niitä kun käyvät sivustolla (H2, H5, H6). Kyselyn mukaan 75,00 % (6kpl) aiemmin sivustoa käyttäneistä vastaajista olivat sitä mieltä, että sivuston poiminnat vaihtuvat tarpeeksi usein.



Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden mielipide linkkien kielijakaumasta (N=26).

Kuviosta 3 saa selville, että vastaajat olivat lähes yksimielisiä siitä, että sivustolta pitäisi löytyä linkki englannin- ja ruotsinkielisiin versioihin. Vastaajista 80,8 % (21 kpl) halusi linkit molempiin versioihin kun taas 7,7 % (2 kpl) vastaajista olisi kaivannut linkkiä vain englanninkieliseen versioon ja 11,5 % (3kpl) vastaajista oli sitä mieltä, että nämä linkit olisivat turhia. Vastanneista kaikki aikaisemmin sivustoa käyttäneet olivat sitä mieltä, että sivustolle kaivattaisiin linkkejä sekä englannin- että ruotsinkielisiin versioihin. Iän ja sukupuolijakauman perusteella ei tässä kohdalla voida tehdä selviä yleistyksiä, sillä vaikka naisista enemmistö sanoi haluavansa molemmat linkit sivustolle, oli naisia myös koko kyselyssä enemmän ja tästä johtuen ei voida tehdä yleistyksiä, jonka mukaan nimenomaan naiset haluaisivat kielilinkit sivustolle. Kyselyyn vastanneet ajattelivat asiaa kenties muiden näkökulmasta ja tasa-arvon kannalta sekä vertasivat asiaa muihin verkkosivuihin. On nimittäin melko normaalia, että verkkosivuilla on mahdollisuus vaihtaa kieli muun muassa ruotsiksi ja englanniksi. Haastatteluissa sen sijaan oltiin hieman eri mieltä asiasta, sillä suurin osa haastateltavista kyseenalaisti sen, miksi sivustolla pitäisi olla mahdollisuus vaihtaa kieli ruotsiin tai englantiin (H3–H6). Ainakaan nämä haastateltavat eivät itse kyseistä toimintoa tarvitse. Selvästi haastatteluissa ajateltiin omasta näkökulmasta kun taas kyselyssä ajateltiin yleisesti kielikysymystä.

Haastatteluissa myös pohdittiin kielikysymystä aineiston näkökulmasta, sillä haastateltavat H1 ja H2 olivat sitä mieltä, että jos aineistoa on englanniksi tai ruotsiksi, pitäisi myös sivuston muiden sivujen kuten palvelun kuvauksen olla englanniksi ja/tai ruotsiksi. Kumpikaan haastateltava ei myöskään ollut kuullut englanninkielisestä Näytelmät.fi-sivustosta Finnishplays.comista ja tästä yllättyneinä he olivat molemmat ehdottomasti sitä mieltä, että Näytelmät.fi-sivustolla tulisi olla linkki Finnishplays.com-sivustoon (H1, H2).

Monet haastateltavat kaipasivat lisää materiaaleja sivustolle ja tästä lisää seuraavissa luvuissa. Muun muassa uutisointia kaivattiin lisää ja näistä uutisista ja uutuuksien lisäyksistä voisi tulla viesti sähköpostiin. (H3, H6.)

Kaiken kaikkiaan sivusto oli vastaajien mukaan selkeä ja käytettävyydeltään miellyttävä, sillä 76,9 % (20 kpl) vastaajista käyttäisi sivustoa uudelleen. Myös kaikkien haastateltavien mielestä sivusto toimi hyvin ja esimerkiksi sivujen latautuminen ei kestänyt liian kauaa. Muun muassa kaikki aiemmin sivustoa käyttäneet käyttäisivät sivustoa uudelleen, mutta jopa 46,2 % (12kpl) ensikertalaisista palaisi sivustolle uudelleen. Kuusi vastaajaa, jotka eivät käyttäisi sivustoa uudelleen, perustelivat vastaustaan sillä, että näytelmät eivät kiinnosta, he eivät tarvitse käsikirjoituksia, sivusto oli tylsän värinen sekä hakukone oli hankala. Haastateltavat perustelivat tulevansa sivustolla aina uudelleen muun muassa hakemaan uusia tekstejä ja ennen kaikkea työnsä puolesta.

Muutama kyselyyn vastannut kommentoi vielä vapaalla sanalla sivustoa. Eräs vastaaja summasi ajatuksensa näin: ”Sivut ovat selkeät, helppokäyttöiset ja sopivan värikkäät. Ne tarjoavat runsaasti mielenkiintoista tietoa, ja löysin niiden avulla seuraamisen arvoisia näytelmäkirjailijoita ja kiinnostavia näytelmiä”. Positiivisten kommenttien joukosta löytyi myös hyviä parannusehdotuksia, jotka löytyvät luvusta 7 eli kehitysideoista.

6 SIVUSTON HYVÄT JA HUONOT PUOLET

6.1 Sivuston hyvät puolet

Kyselyn ja haastatteluiden vastausten analysoinnin jälkeen oli selvää, että vastaajat löysivät sivustolta paljon hyviä puolia. Nämä vastausten positiiviset kommentit on koottu yhteen ja samaan lukuun helpottamaan sivuston ja vastausten läpikäyntiä.

Sivuston ensivaikutelmaa pidettiin haastateltavien mukaan hyvänä ja melko perinteisenä. Lisäksi sivuston ensivaikutelmaa kommentoitiin toimivaksi, selkeäksi, asialliseksi ja helppokäyttöiseksi sekä asiat, joita sivustolta odotettiin löytyvän, löytyivät nopeasti. (H1, H2, H4, H5, H6.) Haastatteluissa kävi myös ilmi, kuinka huomio kiinnittyy etusivulla muun muassa viikon kirjailijan kasvoihin sekä otsikon punaiseen lehteen, joten pienet väripilkut sivustolla olivat haastateltavien mieleen (H1, H2). Ensivaikutelman perusteella eräässä haastattelussa nousi esille etusivun hakupalkki, jota haastateltava kiitteli useaan otteeseen ja totesi kuinka se on juuri hänen silmiensä korkeudella ja jos hän käyttäisi sivustoa, hän käyttäisi ensimmäiseksi kyseistä hakupalkkia (H2). haastateltava H5 kommentoi myös sitä, kuinka on hyvä, että sivustoa ei ole lähdetty modernisoimaan. Kyselyyn vastanneet olivat myös yleisesti ottaen tyytyväisiä sivuston ensivaikutelmaan, tosin monet löysivät myös korjattavaa sivuston visuaalisuudesta. Varsinkin sivuston asiallisuus ja virallisuus nousivat erittäin positiivisina piirteinä esille kyselyn vastauksissa. Kyselyssä tuli myös erittäin selväksi, että vastaajat olivat tyytyväisiä sivuston selkeyteen.

Kun haastateltavilta kysyttiin esimerkiksi löytävätkö he helposti alaotsikoiden kautta haluamansa, tuli lähes kaikilta selkeä vastaus, että asiat löytyvät helposti. Esimerkiksi haastateltavat H1 ja H2 eivät olleet käyttäneet sivustoa aikaisemmin, mutta sanoivat silti löytävänsä haluamansa etusivulta nopeasti. (H1–H5.) Myös fontin kohdalla kaikki haastateltavat kommentoivat kuinka teksti ja kieliasu ovat selkeitä ja esimerkiksi ammattisanastoa ei ollut liikaa. Kyselyssä kävi myös ilmi, kuinka sivuston alaotsikot ovat selkeitä ja käyttäjät tietävät minne he etusivulta

lähtevät. Lisäksi kyselyyn vastanneet olivat sitä mieltä, että sivuston kieli on ymmärrettävää.

Kyselyyn vastanneet olivat hyvin tyytyväisiä hakukoneen toimivuuteen ja suurin osa vastaajista löysi näytelmän, joka vastasi heidän kriteerejään. Haastateltavat (H1–H5) kommentoivat hakukonetta selkeäksi ja vaikka kaikkia hakukriteereitä ei aluksi näyttänyt tarvitsevan, oli kuulemma silti hyvä että sivulla oli mahdollisuus hakea näytelmää esimerkiksi roolien lukumäärällä (H2). Hakukone synnytti haastateltavissa paljon erilaisia kehitysideoita, jotka on koottu kappaleeseen 7- Kehitysideat.

Sivuston väritys sai osakseen hyvin erilaisia kommentteja ja eriäviä mielipiteitä. Kyselyyn vastanneet olivat lähes yksimielisiä siitä, kuinka värit eivät sekoita ulkoasua eivätkä myöskään ole liian räikeitä. Tosin parantelu ehdotuksiakin tuli ja näitä ehdotuksia voi lukea luvusta 7-kehitysideat. Vaikka sivuston väreistä tulikin paljon kritiikkiä, saivat värit myös puoltavia mielipiteitä osakseen, sillä eräässä haastattelussa kävi ilmi, kuinka sinivalkoisuus on hyvin kliininen ja puhdas väri (H2). Haastatteluissa kävi myös ilmi, kuinka nykyinen sinivalkoinen väritys luo hyvin informatiivisen kuvan sivustosta (H1, H2). Haastattelussa H4 todettiin ytimekkäästi, että lisäväritystä ei kaivata. Myös eräässä haastattelussa värejä kommentoitiin rauhallisiksi eikä liian räikeiksi (H6).

Näytelmä- ja käänösluettelot herättivät myös positiivisia kommentteja, sillä kaikki näytelmät, jotka haastateltaville tulivat mieleen, löytyivät näytelmäluettelosta ja käänösluettelossakin oli hyviä klassikoita. Näytelmäluetteloa kommentoitiin muun muassa ”kattavaksi paketiksi”. (H2.) Samaisessa haastattelussa myös kommentoitiin sitä, kuinka kotimaiset näytelmät ovat Näytelmäkirjaston ehdoton vahvuus, joten mahdollisimman laaja kotimaisten näytelmien luettelo on todella hyvä asia. Myös uutuustekstejä kiiteltiin, sillä ajankohtaisuus on Näytelmäkirjaston yksi vahvuus. Sama haastateltava sanoi käyttävänsä tavallista kirjastoa ja Teatterikorkeakoulun kirjastoa eikä näistä kirjastoista löydy kovin uutta materiaalia. (H2.) Myös toisessa haastattelussa otettiin esille hyvänä puolena uutuustekstit (H1). Kyselyyn vastanneet olivat myös tyytyväisiä kirjailijaluetteloon ja lähes kaikki löysivät etsimänsä kirjailijan tiedot.

Viikon kirjailijaa, jokeria sekä arkistopoimintaa kommentoitiin eräässä haastattelussa toteamalla, kuinka on hyvä idea tuoda ajoittain esiin joku kirjailija (H6). Myös palvelun kuvaukseen oltiin hyvin tyytyväisiä (H1, H2, H3, H5). Kaikki tarvittava tieto löytyi palvelun kuvauksesta ja eräässä haastattelussa jopa erikseen kiiteltiin sivun reunassa olevia tilastoja siitä kuinka paljon eri lajien näytelmiä sivustolla on (H2). Myös kyselyyn vastanneet olivat hyvin tyytyväisiä palvelun kuvaukseen ja heidänkin mukaansa palvelun kuvaus piti sisällään lähes kaiken tarvittavan tiedon.

Eräissä haastatteluissa käsiteltiin erikseen sivustolta dramaturgipalvelu-kohtaa, joka kuulemma löytymisen jälkeen oli hyvin selkeä. Erityisesti kuvituskuvat nimien yhteydessä, jotka kertovat dramaturgin osaamisalueesta (televisio, elokuva, teatteri, dramaturgia) olivat kuulemma todella toimivia. (H1, H2). Eräs haastateltava ehti kommentoida jopa sivuston hyvää nimeä. Hänen mukaansa Näytelmät.fi kuulostaa juuri sellaiselta verkkosivulta jolta hän lähtisi etsimään näytelmiä. (H2.)

Kyselyssä ei käynyt ilmi, toimiiko sivusto halutulla tavalla, mutta haastatteluissa käyttövirheitä ei ilmennyt, joten kaiken kaikkiaan sivusto toimii selvästi halutulla tavalla (H1, H2, H3, H5).

Sivusto oli kaiken kaikkiaan vastaajien mieleen ja esimerkiksi haastateltava H2 summasi sivuston olevan hyvä eikä sivustolla ole suurempia vikoja. Myöskään kirjautumispainikkeen epätavallinen paikka ei herättänyt haastateltavissa negatiivisia kommentteja, sillä käyttäjät tiesivät missä tämä painike on, ja uudet käyttäjät löysivät sen hyvin nopeasti (H2, H5).

6.2 Esteet ja vaikeudet sivustolla

Haastatteluissa ja kyselyssä tuli esille monia esteitä ja vaikeuksia, jotka vaikuttavat sivuston käytettävyyteen ja miellyttävään käyttökokemukseen. Nämä esteet ja vaikeudet on koottu tähän yhteen lukuun.

Haastatteluissa ensivaikutelmaa kommentoitiin hyväksi ja selkeäksi, mutta sivustoa ei silti pidetty houkuttelevana tai esteettisesti miellyttävänä. Sivustoa väitettiin jopa aneemiseksi. (H1, H2, H3, H5.) Kyselyssä tuli myös ilmi kuinka sivustoa pidettiin vanhanaikaisena ja jopa tylsänä. Haastatteluissa tätä vanhanaikaista ja tyl-

sää mielikuvaa kommentoitiin muun muassa sillä, että kohderyhmäksi oletettiin vanhemmat ihmiset. Myös sivuston sinivalkoinen väritys ja laatikkomaisuus saavat kuulemma aikaan kuivahkon vaikutelman. (H1.)

Sivuston väritystä pidettiin hyvin valkoisena ja vaikka tämä sinivalkoisuus ei kuulemma käyttökokemusta häiritse on se erään haastateltavan mukaan hieman luotaantyöntävä (H2). Sivuston massiiviset valkoiset marginaalit aiheuttivat samaisessa haastateltavassa jopa hieman klaustrofobisen tunteen. Haastatteluissa kommentoitiin myös sivuston linkkien väriä. Muun muassa se, että luetteloiden linkkien väri ei vaihdu jos käyttäjä on käynyt katsomassa näytelmän tai kirjailijan tiedot oli selvä puute. Tämä linkkien väri häiritsi käyttäjiä, sillä he menivät sekaisin siitä, minkä näytelmän he olivat jo katsoneet. Varsinkin jos samannimisiä näytelmiä oli paljon tuli linkkien värityksestä ongelma. (H1, H2.) Kyselyssä enemmistö vastaajista oli melko tyytyväisiä sivuston väritykseen, mutta vastaajien joukosta löytyi myös hyviä parannusideoita, jotka voi lukea luvusta 7 kehitysideoita.

Hakukoneeseen toivottiin haastateltavien puolelta enemmän vaihtoehtoja lajeihin, jotta käyttäjien ei tarvitsisi käydä läpi esimerkiksi kaikkia komedioita halutessaan tehdä kotimaisen farssin. Myös muun muassa nykynäytelmä puuttui kokonaan. (H1, H2, H3.) Haastatteluissa otettiin myös esille epäselvyys siitä, tarkoittaako esimerkiksi lasten näytelmä lapsille suunnattua aikuisten esittämää näytelmää vai kenties näytelmää, joka roolit sopivat lasten esitettäväksi (H1, H5). Synopsiksen puute näytelmän tiedoissa oli muutamalle haastateltavalle selvästi iso puute sivustolla (H1, H3). Haastateltava H6 toivoi myös referenssejä näytelmistä.

Eräässä haastattelussa kommentoitiin myös sitä, kuinka epäselvästi näytelmän lataus on ohjeistettu. Hän esimerkiksi kertoi kuinka olisi saattanut ensimmäisellä kerralla ihmetellä pitkään miten sivustoa käytetään ja miten hän saa näytelmän itselleen. (H2.) Samaisen haastateltavan mukaa uutisikkuna on liian hektinen ja teksti katkeaa ikävästi kesken uutisen. Tämä oli kuulemma outoa ottaen huomioon kuinka paljon tilaa etusivulla olisi laajentaa uutisikkunaa alaspäin. Samaisessa haastattelussa kommentoitiin myös sitä kuinka arkistopojinta on hyvin alhaalla sivustolla ja kuinka sitä ei eksy lukemaan ellei varta vasten halua. Vaikka etusivun poimintoista oltiin kaiken kaikkiaan melko neutraalia mieltä, olisi eräs haastateltava halunnut näistä poimintoista houkuttelevamman näköisiä, jotta nämä poiminnat

hyppäisivät paremmin silmille (H2). Myös eräät haastateltavat kommentoivat kuinka aikaisemmin kaikenlaiset uutiset ja poiminnat tulivat sähköpostiin ja haastateltavat kuulemma pitivät siitä (H3, H6).

Haastatteluissa kävi ilmi myös paljon pieniä puutteita, joita haastateltavat halusivat tuoda esille. Vaikka kirjautumispainikkeesta sanottiin positiivisia asioita, kommentoitiin painiketta silti turhan pieneksi ottaen huomioon kuinka tyhjä etusivu on ja kuinka painike näyttää siltä, että sitä yritetään piilotella (H2). Lisäksi samaisessa haastattelussa haastateltava jäi kaipaamaan näytelmäkirjaston aukioloaikojen tietoja. Eräs haastateltava sen sijaan kaipasi lisää tietoa uusista näytelmistä ja kommentoi myös kuinka vuosittainen maksu on melko korkea, sillä teatteri ei tarvitsisi palvelua koko vuotta (H3).

Sivustolla on myös haastateltavien mukaan paljon materiaalia, joiden väliotsikoinnit eivät kerro sivusta mitään. Muun muassa dramaturgipalvelu tai opetusmateriaalit ovat kysymysmerkkejä nostattavia otsikoiteja (H1, H2). Sivustolla on myös paljon tekstimassaa, jonka käyttäjä voi vain hypätä yli, sillä käyttäjät ovat tottuneet silmäilemään tekstiä (H2). Vaikka dramaturgipalveluihin oltiin loppuen lopuksi tyytyväisiä, olivat eräät haastateltavat sitä mieltä, että he eivät itse löytäisi kyseiselle sivustolle, ellei Google tai jokin muu hakukone ehdottaisi sivua heille (H1, H2).

7 KEHITYSIDEAT JA YHTEENVETO

7.1 Kehitysideat

Kyselyssä ja haastatteluissa tuli esille paljon hyviä ja huonoja puolia sivustosta sekä näiden kautta kehitysideoita, jotka on koottu yhteen.

Kyselyssä ja haastatteluissa tuli paljon kommentteja siitä, kuinka muun muassa etusivua voisi muokata ja kuinka esimerkiksi sivuston käyttötarkoituksen saisi paremmin esille. Kyselyyn vastanneiden mukaan palvelun kuvauksen tiedot sopisivat paremmin etusivulle ja etusivulla voisi myös selventää, mikä sivusto on kyseessä esimerkiksi isommalla otsikolla tai suuremmalla logolla. Eräs kyselyn vastaaja tarkoitti houkuttelevuuden korostukseen mieltien fontin laimeutta. Haastateltava H2 taas huomautti kuinka organisaation nimi on piilossa sivun alaosassa, ja tästä syystä hän esimerkiksi ei tiennyt kenen ylläpitämä Näytelmät.fi -sivusto on.

Etusivun selkeyttämiseen ehdotettiin monenlaisia vaihtoehtoja. Eräs haastateltava ehdotti, että jos usean käyttäjän ensisijainen käyttötarkoitus on esimerkiksi näytelmien hakeminen, voisi hakukonetta tai näytelmäluettelon linkkiä suurentaa, jotta nämä tärkeimmät kohdat löytyisivät helpommin etusivulta. Hän olisikin halunnut esimerkiksi uutis-ikkunaa tai hakulaatikkoa isommaksi. (H2.) Etusivulle ehdotettiin myös erilaisia ryhmittelyjä joiden avulla näytelmien haku helpottuisi. Esimerkiksi eri genret voisivat olla eri värillä, sekä erilaisia ikoneita voisi lisätä kertomaan, mikä genre on kyseessä. Etusivulle haluttiin myös tietoa muun muassa tekijänoikeusasioista. (H3.) Viikon poimintoihin haluttiin myös houkuttelevuutta ja näitä laatikoita voisi jollain tavalla nostaa valkoisesta taustasta esiin (H2).

Väreistä oltiin montaa mieltä ja esimerkiksi luetteloiden piristämiseksi ehdotettiin taustan tai marginaalien väritystä sekä linkkien väritystä, jotta sivusta tulisi selkeämpi (H1, H2). Haastateltavien mukaan tällä hetkellä luetteloiden linkit näyttävät käydyiltä linkeiltä sekä tuovat mieleen Wikipedian, joten muun muassa linkkien väriä haluttiin muuttaa esimerkiksi mustaksi (H1, H2). Kyselyyn vastanneet kommentoivat millaisia värejä he haluaisivat ja mihin. Eräs vastaaja totesi yksinkertaisesti, että väriä voisi laittaa melkein mihin tahansa syrjäyttämään sinivalkoisuuden,

joka sivustolla tällä hetkellä vallitsee. Toinen vastaaja totesi haluavansa sinisen eri sävyjä ja myös violettia ehdotettiin. Vastaajat ottivat myös kantaa, mihin kaikkialle lisäväriä haluttaisiin. Muun muassa laatikot ja taustat voisivat kuulemma olla erivärisiä ja näytelmähaulla, luetteloilla, tiedotuksella ja kirjautumisella voisi erään vastaajan mukaan olla omat teemavärit. Tätä teemaväriä ehdotti haastateltava H3. Eräs kyselyn vastaaja totesi, että tällä hetkellä sivustolla on vanhahtava asettelu ja lisävärit toisivat raikkautta. Suurten valkoisten marginaalien tilalle ehdotettiin jotain hailakkaa yksiväristä taustaa ja luetteloiden alle voisi myös vaihtaa taustaväriä vakoisesta johonkin muuhun yksiväriseen (H2).

Värien lisäksi haastatteluissa mietittiin myös kuvitusta ja haastatteluissa ehdotettiin esimerkiksi pitkien luetteloiden alle jonkinlaista grafiikkaa tai ainakin jotain valkoisesta poikkeavaa (H2). Myös sivuston paksut sivumarginaalit haluttiin elävöittää grafiikalla tai väreillä (H2). Lisäksi sivustoa elävöittämään ehdotettiin kuvituskuvia sekä kuvia teatterin produktioista (H1, H6). Sivustosta haluttiin visuaalisempi ja esittelevämpi (H3). Myös kyselyyn vastanneet olivat sitä mieltä, että sivustolle voisi lisätä kuvia. Kyselyn vastaajat kertoivat haluavansa muun muassa aiheeseen liittyviä hyvälaatuisia kuvia ja valokuvia esimerkiksi tapahtumista ja toiminnasta. Lisäksi esimerkiksi dramaturgien yhteystietojen ja muiden tietojen kohdalla voisi olla kuvat henkilöistä ja myös kirjailijoiden kuvia kaivattiin. Kaiken kaikkiaan vastaajien mielestä kuvat elävöittäisivät sivustoa.

Hakukoneeseen tuli haastateltavilta paljon erilaisia parannusideoita. Lajeihin haluttiin monenlaisia uusia vaihtoehtoja ja erityisesti haluttiin yksityiskohtaisempaa lajivalikkoa. Lajivalikkoon haluttiin esimerkiksi farssia, nykynäytelmiä, ulkokesäteattereille suunnattuja näytelmiä, joulunäytelmiä, jännäreitä, rikospoliisinäytelmiä, lapsille sopivia metsässä esitettäviä näytelmiä sekä neljän-viiden näyttelijän näytelmiä. (H1, H2, H3, H5.) Kun haastateltaville annettiin vapaat kädet suunnitella erilaisia hakumahdollisuuksia tuli eräällä haastateltavalla idea, jossa hakutoiminolla olisi mahdollista etsiä tiettyä näytelmää, joka on esitetty tietyssä teatterissa tietyssä aikana. Esimerkkinä haastateltava kertoi, kuinka hän haluaisi löytää näytelmän, jonka hän olisi esimerkiksi nähnyt Haminan teatterissa kymmenen vuotta sitten. Nyt hän olisi halunnut tietää, mikä teksti oli kyseessä. Jos hän voisi hakea rooli-hahmon tai tapahtumapaikan mukaan auttaisi tämä kuulemma tekstien löytymisessä. (H2.) Myös teemoittain haettava hakumahdollisuus sekä aiheen mukainen

haku oli kaikkien haastateltavien mielestä varteenotettava kehitysidea. Lasten- ja nuortenteattereihin haluttiin selvennys siitä onko kyseessä lasten ja nuorten esittävä näytelmä vai näytelmä, joka soveltuu esitettäväksi lapsille ja nuorille. (H1; H5). Näytelmien tietojen yhteyteen haluttiin tieto siitä, onko kyseinen teksti esimerkiksi voittanut palkintoja (H2). Myös synopsis kuuluisi haastateltavien mielestä kuulua jokaisen näytelmän tietoihin (H1, H2, H3, H6). Lisäksi kaikenlaiset erikoisuudet näytelmästä kuten murre olisi hyvä tietää jo ennen näytelmän latausta tai tilausta (H1).

Eräs haastateltava haluaisi lisää esittelyjä näytelmiin. Hän ihmetteli onko se salaisuus missä päin Suomea mitään näytelmää on esitetty? Hänen mielestään esimerkiksi Suomen kartta, johon on laitettu näkyviin paikkakunta ja näytelmä, olisi hyödyllinen, jotta teatteri ei heti valitsisi näytelmää, joka on jo esitetty lähialueella. Lisäksi haastateltava sanoi kaipaavansa sivustolle tietoa hyvin katsojia keränneistä esityksistä sekä käsikirjoituksista ja näytelmistä. Myös varatut näytelmät voisi merkitä jotenkin, eli mikä teatteri kyseisen näytelmän on varannut, jotta näitä näytelmiä ei turhaan lukisi. (H3.) Vaikka näytelmiä on sivustolla tuhansia, haluaisi eräs haastateltava lisää käännostekstejä (H2). Eräs haastateltava perusteli haluaan uusiin näytelmiin kertomalla kuinka laajempi näytelmävalikko auttaa ihmisiä tekemään erilaista teatteria sillä näytelmävalikoima vaikuttaa siihen millaista teatteria Suomessa tehdään (H1).

Vaikka palvelun kuvaus oli suurelta osin hyvä kokonaisuus, ehdotti haastateltava H1, että sivustolle voisi lisätä alkuun väliotsikoiden linkit, joiden avulla käyttäjä voisi hypätä haluamalleen kohdalle sivulla. Esimerkiksi hinta oli monen mielestä kaikkein kiinnostavin kohta palvelun kuvauksessa ja tällä hetkellä se on sivun keskivaiheilla hieman piilossa (H1, H2). Kyselyyn vastanneiden mielestä hinta oli epäselvästi esitetty ja useat vastaajat eivät edes löytäneet tietoa siitä, mitä näytelmän tilaus maksaa.

Muun muassa opetusmateriaalit kiinnostivat erästä haastateltavaa ja hän ehdotti, kuinka sivu parantuisi jos esillä olisi esimerkiksi ”täsmäohjeita” ja vihjeitä tietyn näytelmän käsittelyyn oppitunnille. Muun muassa paikka jossa opettajat voisivat jakaa kokemuksiaan ja esimerkkejään olisi haastateltavan mielestä hyödyllinen lisäys sivulle. Myös samanlainen omien kokemusten kommentointi voisi sopia

myös ohjaajille ja jos joku olisi ohjannut esimerkiksi nuorisoryhmälle teatterin, niin haastateltavan mielestä olisi mielenkiintoista lukea hänen kokemuksistaan. (H1.) Erään haastateltavan mukaan kirjastoon lisätyt uutuudet voisivat näkyä paremmin ja niitä voisi korostaa jotenkin. Myös muun muassa teatterin tekemiseen liittyvää materiaalia harjoitteista voisi lisätä sivustolle. (H5.)

Viikon kirjailija ja muut poiminnat sekä tiedot uutuuksista tulivat aikaisemmin sähköpostiin ja moni haasteltava kaipaa sitä ja haluaisi edelleen tiedot sähköpostiinsa (H3, H6). Eräs kyselyyn vastannut kommentoi myös kuinka: ”käyttöoikeudet pitäisi vapauttaa. Tekstit pitäisi saada vapaasti luettavaksi. Se olisi iso, mutta tarpeellinen asennemuutos. Tekstimassa näytelmäarkistossa on jatkuvasti kasvava. On täysin järjetöntä, etteivät esim. Sunkloon kuuluvat näytelmäkirjailijat saa itse tunnuksia sivustolle. Omankin tekstin saa ladattua vain jos sattuu olemaan myös äidinkielenopettaja tai ohjaajaliiton jäsen”.

Kaiken kaikkiaan suurin kehitysidea oli näytelmän tietoihin lisättävät mahdollisimman laajat tiedot näytelmästä. Tämä auttaisi erilaisten näytelmien etsimisessä eikä aikaa kuluisi turhien ja epäsovivien näytelmien lukemiseen.

7.2 Yhteenveto

Näytelmät.fi -sivusto on selkeästi oiva esimerkki siitä, kuinka käytettävyydeltään hyvä verkkosivusto toimii. Krugin (2000) ajatus siitä, kuinka käyttäjää ei saa pakottaa ajattelemaan ja kuinka asioiden tulee löytyä ilman turhempaa etsimistä, näkyy sivustolla hyvin muun muassa vastaajien tyytyväisistä kommenteista sivuston väliotsikointeihin ja selkeyteen. Muun muassa Nielsenin (1995) 10 sääntöä tulevat esille kyselyn ja haastattelujen kautta ja vastauksista selviää kuinka sivusto on pyritty tekemään käytettävyydeltään miellyttäväksi ja helpoksi, sillä säännöt toteutuvat sivustolla. Vastauksista selviää että suurin osa käyttäjistä tiesi missä he olivat ja mitä he sivustolla voivat tehdä eli etusivun linkit olivat selkeitä ja ymmärrettäviä. Lisäksi sivuston termistön tulisi Nielsenin (1995) mukaan olla ymmärrettävää ja vastaajat totesivat lähes yksimielisesti kielen olevan sivustolla selkeää. Palvelun tulisi hänen mukaansa tunnistaa virheet ja tätä ei kyselyssä päästy kokeilemaan, sillä sivusto toimi kaikilla ilman virheitä, mikä omalta osaltaan on loistava uutinen.

Nielsen (1995) ja Krug (2000) molemmat toistavat tärkeänä sääntönä sitä, että käyttäjää ei saa pakottaa ajattelemaan eikä käyttäjän tule muistaa missä mitään on vaan linkkien ja otsikoiden tulee olla niin selkeitä että käyttäjä tietää heti minne päin hän lähtee ja tämä toteutui kyselyn ja haastatteluiden perusteella hyvin sivustolla. Sivuston tulee olla joustava ja toimia kaikille samalla tavalla ja tätä ei tietenkään voitu kysyä vastaajilta, mutta oletettavasti sivusto toimii useilla selaimilla. Sivuston tulisi olla esteettisesti miellyttävä ja esillä tulisi olla vain tarvittavat toiminnot, ei enempää. Tämäkin tuli selvästi esille kyselyssä sillä sivustoa pidettiin selkeänä ja suuri osa vastaajista kyselyssä sekä haastatteluissa ei kaivannut lisäväriä sivulle. Kuten haastattelussa H2 tuli ilmi; sivusto on toimiva eikä sitä ole tarkoitettu taideteokseksi. Sivuston ohjeistus tulisi Nielsenin (1995) mukaan olla selkeää ja vaikka tätä ei erikseen kysytty kyselyssä, voi selkeyden ja asioiden löytymisen perusteella todeta ohjeiden olevan kunnossa. Haastattelussa H1 jopa kommentoitiin, kuinka hyvin hakukoneen ohjeet olivat esillä.

Myös Krug (2000, 31–38) luetteli muutamia sivustolle tärkeitä asioita, jotka osittain sivustolta löytyivät, mutta joita voisi myös parantaa. Sivustolla tulisi olla selkeä ja visuaalinen hierarkia ja koska kyselyssä tuli selväksi, että sivusto on selkeä ja otsikot auttavat ihmisiä löytämään haluamansa, voi olettaa tämän asian olevan kunnossa. Saman aiheen asiat tulisi myös olla fyysisesti kiinni toisissaan ja tätä asiaa ei kysytty vastaajilta, mutta sivustoa tarkastellessa voi huomata kuinka väliotsikoiden alla on saman aiheen sisältäviä sivuja. Lisäksi sivustolla tulee hyödyntää tuttuja tapoja. Tätä ei myöskään haastatteluissa ja kyselyssä kysytty. Sivusto tulisi rajata selkeisiin alueisiin ja kuten edellä todettiin myös tässä sivusto näyttää toteuttavan tätä sääntöä. Sivusto jopa toteuttaa laatikkomaista ajatteluaan hieman liikaa, sillä haastattelussa H1 kävi ilmi, että laatikkomaisuus on melkeinpä negatiivinen asia. Tosin eräässä haastattelussa taas nimenomaan pyydettiin erillisiä laatikoita selkeyttämään etusivulle asioita (H3). Klikattavien kohtien selkeyttäminen on Krugin (2000, 31–38) kohdista ehkä vähiten toteutettu asia, sillä kahdessa haastattelussa tuli suuresti esille luetteloiden klikattavien kohtien/linkkien vaikea väri ja se, että väri ei muutu kun sivulla on käyty. Myös Nielsen (2000, 53–62) kommentoi hyvän käytettävyyden perustuvan osaltaan linkkien selkeyteen ja hän totesikin, kuinka linkkien värin tulisi aina olla sama kaikkialla ja tänä päivänä linkin yleinen väri on sininen ja käydyn linkin väri punainen, eli sama punainen, joka

Näytelmät.fi-sivustolla on yleisenä linkin värinä. Viimeisenä Krug (2000, 31–38) muistuttaa häiriöiden minimoinnista ja sivustolla ei vastausten perusteella vaikuta olevan levottomuutta tai taustahäiriöitä.

LÄHTEET

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. 4. uud. p. Tampere: Vastapaino.

Jäsenluettelo. ei päiväystä. [Verkkosivu]. Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat – Finlands Dramatiker och Manusförfattare ry. [Viitattu 11.11.2015]. Vaatii käyttöoikeuden.

Kananen, J. 2008. Kvantti: Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 89.

Kansainväliset yhteistyökumppanit ja linkit. ei päiväystä. [Verkkosivu]. Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat – Finlands Dramatiker och Manusförfattare ry. [Viitattu 20.4.2015]. Saatavana: <http://www.sunklo.fi/content.php?&id=29&mid=6>

Kaukonen, P. 13.4.2015. Kirjastonhoitaja. Näytelmäkirjasto. Vastauksia. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]. Vastaanottaja: Krista Kettunen. [Viitattu 20.4.2015]

Kotimaiset yhteistyökumppanit ja linkit. ei päiväystä. [Verkkosivu]. Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat – Finlands Dramatiker och Manusförfattare ry. [Viitattu 20.4.2015]. Saatavana <http://www.sunklo.fi/content.php?&id=24&mid=4>

Krug, S. 2000. Don't make me think!: A common sense approach to web usability. USA Indiana: New Riders publishing.

Kuutti, W. 2003. Käytettävyys, suunnittelu ja arviointi. Talentum Media Oy.

Nielsen, J. 1.1.1995. 10 Usability Heuristics for User Interface Design. [Verkkosivu]. NN/g: Nielsen Norman Group. [Viitattu 2.10.2015]. Saatavana: <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Nielsen, J. 1993. Usability engineering. [Verkkokirja]. Academic Press, inc. [Viitattu 7.9.2015]. Saatavana: https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=DBOowF7LqIQC&oi=fnd&pg=PP1&dq=usability+engineering+nielsen&ots=Bk33VULTyP&sig=b98Jqittxya8dyXqKLo0MfZZxHQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Nielsen, J. 2000. WWW suunnittelu. Suomentaja Timo Haanpää. Oy Edita Ab.

Näytelmät.fi: näytelmät netissä. ei päiväystä. [Verkkosivu]. Suomen Näytelmäkirjailijaliitto - Finlands Dramatikerförbund ry. [Viitattu 20.4.2015]. Saatavana: <http://www.naytelmat.fi/>

Parkkinen, J. 2002. Hyvään verkkopalveluun: käytettävyysopas verkkoviestijöille. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Seppälä, A. 1996. Neljästätoista kirjailijan kokouksesta se alkoi....Teoksessa: Toim. Suomen näytelmäkirjailijaliitto Finlands Dramatikerförbund ry. Näytelmäkirjailijamatrikkeli, 5–15.

Sinkkonen, I., Nuutila, E. ja Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Helsinki: Tietosanoma

Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat - Finlands Dramatiker och Manusförfattare. 2013. Toimintakertomus 2013. [Viitattu 20.4.2015]. Vaatii käyttöoikeuden.

Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat - Finlands Dramatiker och Manusförfattare r.y.. 2012. Toimintakertomus 2012. [Viitattu 20.4.2015]. Vaatii käyttöoikeuden.

Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat Finlands Dramatiker och Manusförfattare. 2014. Toimintakertomus 2014. [Viitattu 20.4.2015]. Vaatii käyttöoikeuden.

Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat. ei päiväystä. [Verkkosivu]. Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat – Finlands Dramatiker och Manusförfattare ry. [Viitattu 20.4.2015]. Saatavana <http://www.sunklo.fi/content.php?&id=19&mid=22>

LIITTEET

Liite 1. Lista Suomen Näytelmäkirjailijat ja Käsikirjoittajat – Finlands Dramatiker och Manusförfattare ry:n kotimaisista ja kansainvälisistä yhteistyökumppaneista.

Liite 2. Kyselylomake

LIITE 1. LISTA SUOMEN NÄYTELMÄKIRJAILIJAT JA KÄSIKIRJOITTAJAT RY:N KOTIMAISISTA JA KANSAINVÄLISISTÄ YHTEISTYÖKUMPPANEISTA

Kotimaiset yhteistyökumppanit:

Asiamies: Agency North Oy

Elokuva, TV ja radio: Satu ry, Suomen Elokuvasäätiö, Suomen Elokuvatuottajien Keskusliitto, Suomen Filmikamari ry, Yleisradio Oy

Kirjallisuus: FILI, Lukukeskus, Suomen Kirjailijaliitto, Villa Kivi -säätiö

Koulut ja oppilaitokset: Aalto-yliopiston taideteollinen korkeakoulu, Metropolia, Oriveden Opisto, Tampereen ammattikorkeakoulu, Tampereen yliopisto: Viestinnän, median ja teatterin yksikkö, Tampereen yliopisto: Tutkivan teatterityön keskus, Teatterikorkeakoulu, Turun taideakatemia

Pelit: Neogames

Teatteri: Cefisto, Labbet, Suomen Harrastajateatteriliitto, Suomen Näyttelijäliitto, Suomen Teatterijärjestöjen Keskusliitto, Suomen Teatterit ry, Teatteri- ja Mediatyöntekijät ry (TeMe), Teatterikeskus, Teatterin Tiedotuskeskus, Työväen Näyttämöiden Liitto r.y.

Tekijänoikeusjärjestöt: Gramex ry, Kopiosto ry, Kuvasto ry, Sanasto ry, Teosto ry, Tuotos ry

Muut yhteistyökumppanit: Forum Artis ry

Kansainväliset yhteistyökumppanit:

Australian Writers Guild

Danske Dramatikeres Forbund

European Network of Information Centres for Performing Arts ENICPA

FSE - Federation of Screenwriters in Europe

Informal European Theatre Meeting (IETM)

International theatre institute (ITI) / Kansainvälinen teatteri-instituutti

Leikskáldafélag Islands

NDU - The Nordic Union of Playwrights

Nordisk centrum för teaterdokumentation (NCTD)

Nordisk Teaterunion (NTU) / Pohjoismainen teatteriunioni

Norske Dramatikeres Forbund

Playwrights Guild Of Canada

Sveriges Dramatikerförbund

The Dramatists Guild Of America

The Writers Guild of America

The Writer's Guild Of Great Britai

LIITE 2. Kyselylomake

Näytelmät.fi-sivuston käytettävyys-käyttäjäkysely

Tämän kyselyn tarkoituksena on selvittää asiakkaiden ja käyttäjien mielipiteitä Näytelmäkirjaston Näytelmät.fi-sivustosta.

1.Tausta

ikä (ympyröi vastaus)

alle 20v. 20-25v. 26-30v. 31-35v. 36-40v. 41-45v. 46-50v. 51-55v. 56-60v. 61-65v. yli 65v.

sukupuoli

nainen/mies

äidinkieli

asuinpaikka

koulutus (ympyröi korkein suorittamasi tai tällä hetkellä suorituksessa oleva koulutusaste)

peruskoulu/ vastaava

toinen aste

ylempi korkeakoulututkinto

alempi korkeakoulututkinto

tutkijakoulutus

Kuulun äidinkielen opettajien liittoon?

kyllä/ei

Kuulun teatteriohjaajien liittoon?

kyllä/ei

Teatterini on harrastajateatteri

kyllä/ei

Teatterillani on y-tunnus

kyllä/ei

oletko käyttänyt sivustoa aikaisemmin

kyllä/ei

Jos vastasit edelliseen kyllä, kuinka usein käytät sivustoa

harvemmin

kerran

muutaman

kerran

useammin kun

vuodessa

kerran vuodessa

kuussa

kerran kuussa

Onko sinulla käyttäjätunnus/salasana sivustolle

kyllä/ei

jos vastasit kyllä, miten olet hyödyntänyt käyttöoikeuttasi?

Mene Näytelmät.fi-sivustolle (<http://naytelmät.fi>)

2. Mikä on ensivaikutelmasi sivustosta?

| | | | | | |
|--------------------------|---|---|---|---|-------------|
| epämiellyttävä | 1 | 2 | 3 | 4 | miellyttävä |
| moderni kainen | 1 | 2 | 3 | 4 | vanhanai- |
| tylsä va | 1 | 2 | 3 | 4 | hukuttele- |
| liian värikäs värikäs | 1 | 2 | 3 | 4 | tarpeeksi |
| väritön värikäs | 1 | 2 | 3 | 4 | tarpeeksi |
| sekava | 1 | 2 | 3 | 4 | selkeä |
| epäasiallinen | 1 | 2 | 3 | 4 | asiallinen |
| epävirallinen | 1 | 2 | 3 | 4 | virallinen |

3. Sivuston ulkoasu

- selviääkö sivustolta selkeästi mitä varten sivusto on olemassa?
 - kyllä/ei
 - jos vastasit ei, miten sivuston käyttötarkoituksen saisi selkeämmin esille?
-
-

Vastaa seuraaviin väittämiin: valitse vain 1 vaihtoehto!

1. täysin erimieltä, 2. osittain erimieltä, 3. osittain samaa mieltä, 4. täysin samaa mieltä

- sivustolta selviää mitä kaikkea sivusto pitää sisällään
1 2 3 4
 - sivuston tarjoamat palvelut selviävät helposti
1 2 3 4
 - sivuston värit sekoittavat ulkoasua
1 2 3 4
 - värit ovat liian räikeät
1 2 3 4
 - värejä on liian vähän
1 2 3 4
- Jos vastasit 3 tai 4 mihin kohtaan ja millaisia värejä haluaisit?
-
-

- sivustolle tarvitaan lisää kuvia
1 2 3 4
- Jos vastasit 3 tai 4, mihin ja minkälaisia kuvia haluaisit?

-
-
- sivuston väliotsikot ovat selkeät
1 2 3 4
 - nopealla vilkaisulla saa selville mistä mitäkin löytyy
1 2 3 4
 - sivusto on houkuttelevan näköinen
1 2 3 4

4. Hakukoneen toimivuus (ympyröi vain 1 vastaus)

1. täysin eri mieltä, 2. osittain erimieltä, 3. osittain samaa mieltä, 4. täysin samaa mieltä

mene valikosta kohtaan näytelmähaku- "hakukone"

vastaa seuraaviin väittämiin:

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Sivun ulkoasu on selkeä? | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Tiedän mihin kirjoitan näytelmän nimen | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Tiedän mitä tarkoittaa "pienoisnäytelmä" | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Kaipaani lisää hakukriteerejä | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Kaikki tarvitsemani näytelmälaajat löytyvät lajivalikosta | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Haku toimii halutulla tavalla | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Löysin hakukoneella vaatimuksiani vastaavan näytelmän | 1 | 2 | 3 | 4 |

5. Muita tietoja

vastaa seuraaviin väittämiin

1. täysin eri mieltä, 2. osittain eri mieltä, 3. osittain samaa mieltä, 4. täysin samaa mieltä

- sivustoa on helppo käyttää
1 2 3 4
- sivustolla käytetty kieli on ymmärrettävää
1 2 3 4
- palvelun kuvauksesta selviää kaikki tarpeellinen tieto
1 2 3 4
- kirjailijaluettelosta löytää helposti kirjailijan tiedot ja hänen näytelmänsä?
1 2 3 4

- etusivun ”viikon kirjailija, viikon jokeri sekä arkistopaiminta vaihtuu tarpeeksi usein?
1 2 3 4
- Tulisiko sivustosta olla ruotsin- ja/tai englanninkielinen versio?
 - ruotsi
 - englanti
 - molemmat
 - ei
- Saako sivustolta selville kuinka paljon näytelmän tilaus maksaa?
kyllä/ei

Käyttäisitkö sivustoa uudelleen?

kyllä/ei

jos vastasit ei, miksi et käyttäisi?

Suoritan myös aiheeseen liittyviä haastatteluja, joissa henkilötiedot eivät tule esille opinnäytetyössäni. Jos olet käytettävissä haastattelua varten laita yhteystietosi (nimi, puhelinnumero ja sähköpostiosoite) niin saatan ottaa sinuun yhteyttä.

Vapaa sana/kommentteja

Kiitos palautteestasi!