



Menestymisen mahdollisuudet Case: sattuma.net

Tampereen ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelman tutkintotyö
Projektinhallinta
Kevät 2005
Pii Sami Paappanen

OPINNÄYTETIIVISTELMÄ

Osasto Viestinnän osasto	Erikoistumisala Projektinhallinta
Tekijä Pii Sami Paappanen	
Työn nimi Menestymisen mahdollisuudet, case: sattuma.net	
Lopputyön laji Mediateko	
Työn valmistumisaika 15.4.2005	Sivumäärä 47
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön mediateko-osuus tuotti viihteellisen, ei-kaupallisen www-sivuston sattuma.net, jonka tarkoituksena on kerätä suomalaisilta maailma on pieni –tarinoita yhteen paikkaan toisten luettavaksi. Tarinoita voi lukemisen ohella myös kommentoida ja arvostella sen hauskuuden, yllättävyyden tai muun syyn perusteella.</p> <p>Kirjallisessa osuudessa mietittiin sivuston menestymisen mahdollisuuksia ja esteitä, mitä uuden sivuston käynnistämiseksi pakostakin syntyy. Pitemmällä mittakaavalla tutkittiin, mitkä asiat vaikuttavat siihen, että sivustolla riittää asiakkaita ja tarinoita.</p> <p>Opinnäytetyö sivuaa myös aihetta, miten verkostoituminen ja yhteisöllisyys auttaa sivuston menestymisessä.</p>	
Aineisto	
Asiasanat sattuma, käytettävyys, verkkoyhteisö	
Säilytyspaikka Tampereen ammattikorkeakoulu, taide ja viestintä	
Muita tietoja	

THESIS

SUMMARY

Department Art and media	Area of specialisation Project management
Author Pii Sami Paappanen	
Title Menestymisen mahdollisuudet, case: sattuma.net	
Sort of Final Thesis (Written / Project / Portfolio) Project	
Date 15. April 2005	Number of pages 47
<p>Summary:</p> <p>The final thesis media act produced a entertaining and not commercial www-site called sattuma.net which goal is to collect little coincidence stories to the one place. In the site other people can comment stories and give them a points, how funny or surprising the story was.</p> <p>The written part of the thesis deal with a problem of success. It will research the reasons and possible threats of success which every new site will experience. On a large scale it'll research a problem how the site must be made to secure that there will be enough users and stories.</p> <p>In side issue it will deal with the communities and networking.</p>	
Material (e.g. audio / video tape, photographs, slides, paintings, statues...)	
Key words coincident, usability, communities, networking	
Filing Tampere Polytechnic, Art and Media	
Other information	

Esipuhe	5
Johdanto	6
1 Taustaa ja pohjatietoa	8
1.1 <i>Internetistä on tullut arkipäivää</i>	8
1.2 <i>Internet alun perin sotilaallinen keksintö</i>	9
1.3 <i>Edistyksellinen tekniikka myös siviilissä</i>	10
1.4 <i>WWW ja selaimet</i>	11
1.5 <i>Microsoft ärsyttää monia</i>	12
1.6 <i>"Ilmaista" mainostilaa</i>	12
1.7 <i>Yhteensopivuusongelmia</i>	13
1.8 <i>Viihdettä</i>	13
2 Sattuma.net sivuston esittely	14
2.1 <i>Liian vapaa-ajan ongelma</i>	15
2.2 <i>Sattuma on melkein viihdettä</i>	15
2.3 <i>Kenelle opinnäytetyö on tarkoitettu</i>	16
2.4 <i>Työryhmä</i>	16
2.5 <i>Budjetti</i>	17
3 Käytetyt työtavat	17
3.1 <i>Konseptisuunnittelu</i>	17
3.2 <i>Graafinen suunnittelu</i>	18
3.3 <i>Käytettävyysuunnittelu</i>	20
3.4 <i>Kohderyhmä</i>	27
3.5 <i>Domainin valinta</i>	28
3.6 <i>Käytetyt tekniikat ja ohjelmat</i>	28
3.7 <i>Webhotellipalvelut</i>	29
3.8 <i>Yhteisö</i>	29
3.9 <i>Yhteisöä ei voi pakottaa syntymään</i>	30
4 Analyysit	31
4.1 <i>SWOT-analyysi</i>	31
5 Päätelmät	38
5.1 <i>Menestymisen mahdollisuudet ovat olemassa</i>	38
Lähteet	40
Liitteet	42

Esipuhe

TTVO oli meidän leikkikenttä, oma turvallinen paikka tehdä kokeiluja, joita ei myöhemmin enää sallita ilman riskejä. Haasteita voi itselleen asettaa loputtomasti, mutta jossain vaiheessa ei koulu enää riitä. On lähdettävä katsomaan, mitä muualla olisi tarjota. En olisi tässä tilanteessa ilman muutamia ihmisiä ja yhteisöjä, jotka ovat auttaneet minua tielläni kohti valmistumista.

Kiitos Rikalan Liisalle ja rehtori Markku Lahtiselle, jotka ottivat minut töihin tiedottajaksi TAMKIN tekniikan ja metsän yksikköön 1999. Se oikeutti minut oppisopimuskoulutukseen, josta valmistuin media-assistentiksi; siitä syystä olen nyt TTVO:lla ja valmistumassa. Kirsti Kallio omalaatuisella tyylillään tuki kaikkia ratkaisujani sitten vuoden 1996, jolloin hänet ensi kertaa tapasin. Kirsti on varmasti tuhlannut minuun enemmän punakynää kuin keskivertopienyrityksessä käytetään kirjanpitoon. Kiitos Kirsti.

Kiitos TAMKO ry:lle ja sen sidosryhmille. TAMKOssa sain vapauden tehdä asioita omalla tyylilläni, mikä lisäsi itseluottamustani. Se oli tärkeämpää kuin pystyn sanomaan. Matti J. Mäkelä sanoi kerran, että meillä kaikilla on päämäärä elämässä, ja että kaikki ratkaisumme vievät meitä yhtä askelta lähemmäksi tätä maalia. Välillä polku ei johda ihan suoraan sitä kohti, mutta vie silti eteenpäin. Jostain syystä tämä oppi kolahti niin, että muistelen sitä usein.

Kiitos ystäväilleni, jotka ovat auttaneet niin oikolukemisessa, hauskanpidossa, kriitikkoina, tyrmääjinä ja ovat tukeneet silloin, kun on ollut tarve. Ystäviä on niin paljon, etten voi heitä kaikkia luetella loukkaamatta toisia. Kiitos TTVO:n jengille ja TARINALLE, kiitos Saunaseuralle ja sen kaikille jäsenille, te teitte opiskeluajastani mahtavan.

Johdanto

Kerran haastattelussa tuntematon blogaaja¹ sanoi, että jos hän ei löydä verkosta haluamaansa aineistoa, hän tekee sen sinne itse. Sattuma.net-opinnäytetyössä on kyse samasta asiasta. Aiheen mukaista sivua ei löytynyt niin suomeksi kuin englanniksikaan, ja siitä se idea sitten lähti. Idean kypsyminen kesti pari vuotta, jona aikana aihe rajautui sopivaksi seminaari- ja opinnäytetyölle. Mielenkiintoisen aiheesta tekee se, että se syntyi – kuinkas muutenkaan – sattumalta.

Elämä on täynnä kaikenlaisia pieniä sattumia ja tapahtumia, joista ei jää jäljelle muuta kuin muisto. Yleensä nämä pienet, mutta sitäkin mieleenpainuvammat muistot ovat laadultaan positiivisia, ja niitä jaksetaan muistella aina vain uudestaan ja uudestaan. Mikä tekee yksittäisistä jutuista niin mielenkiintoisia, että ne muistetaan ja että niitä jaksetaan toistella useaan kertaan? Yllätyksellisyys tavatessa ystävä vuosien takaa paikassa, jossa tätä ei voinut olettaa? Muuten vain mieluisa kohtaaminen? Jokin suurempi voima niissä kuitenkin on.

Opinnäytetyön tuloksena syntyy sivusto, jonne voi tallettaa pieniä tarinoita toisten luettaviksi ja kommentoitavaksi sekä arvosteltavaksi. Työn kirjallisesta osuudesta selviää, mitä tehdään, miten tehdään ja miksi tehdään. Lopuksi mietitään myös sivuston tarpeellisuutta hyödyn ja viihteen kannalta sekä sen menestymismahdollisuuksia ja mahdollisia puutteita. Punaiseksi langaksi on valittu juuri menestyminen ja sen edellytykset, sillä eikö se ole juuri se asia, mitä kaikki yritykset ja sivustot etsivät? Mikä on menestymisen salaisuus, onko siihen olemassa kaava?

Pääasiassa menestymistä tutkitaan käyttäjämäärän ja –tyytyväisyyden kannalta; taloudellista menestystä ei voida tässä vaiheessa vielä tutkia, koska se vaatii käyttäjämestymisen pohjaksi. Taloudellista menestymistäkin sivutaan, mutta sen ongelmat ovat alussa niin vakavat, että sen saavuttaminen vaatisi huomattavasti korkeampia panoksia kuin nyt työhön on voitu antaa.

¹ blog = weblog eli verkossa oleva yksityisen ihmisen yleinen päiväkirja

Koska menestymisen ehkä tärkein tekijä on asiakkaat ja heidän viihtymisensä sivuilla, on tärkeää, että sivuston käytettävyyteen perehdytään tarkoin. Se on kuitenkin se asia, mikä pitää asiakkaat sivuilla ja luo tyytyväisyyden tunnetta. Käytettävyydestä tullaan siksi puhumaan jopa kyllästymiseen asti.

1 Taustaa ja pohjatietoa

Internetistä on tullut jokapäiväinen asia ja sen historia on kirjoitettu tuhansia kertoja eri lehdissä ja tietenkin netissä², josta nämäkin tiedot ovat hankittu (<http://www.internetopas.com/historia/>). Siksi sitä ei ole tarpeen kirjoittaa enää uudestaan kokonaisuudessaan; sen sijaan joitakin lukijoita varten kerrotaan Internetin lyhyt historia, jos se on heille hyödyllinen opinnäytetyön ymmärtämisen kannalta. Yksityiskohtaisesta historiasta kiinnostuneet voivat lukea sen mm. W3C:n³ sivuilta. Seuraavat kappaleet voivat huoletta ohittaa ne henkilöt, joilla on jo ennestään tieto, mistä kaikki alkoi.

1.1 Internetistä on tullut arkipäivää

”Sattuma.net” on tietokoneella katsottuna linkki, vaikka paperilla se on vain tekstiä. Hiirtä klikkaamalla pääsee sen osoittamaan Internet-osoitteeseen. Oikeastaan on väärin puhua Internet-osoitteesta, vaikka se kansan suuhun onkin niin jäänyt. Oikea termi olisi WWW-osoite. WWW⁴ ja Internet sekoitetaan usein toisiinsa sen vuoksi, että WWW on Internetin näkyvin ja yleisin osa. (Muita tällaisia osia ovat mm. FTP⁵ ja sähköposti.)

Linkin teksti on siis WWW-osoite, joka kertoo sen olevan löydettävissä ei-reaalisesta paikasta nimeltä Internet. Nykyään miltei kaikki ymmärtävät, että kaksi sanaa, jotka erotetaan pisteellä ilman välilyöntejä, tarkoittavat Internet-osoitetta⁶. Vielä kymmenen vuotta sitten se olisi voitu helposti ymmärtää kielioppivirheeksi ja siis kahdeksi eri virkkeen osaksi. Jacob Nielsenkin on samaa mieltä: ”Web on jo niin yleisesti tunnettu, että kaikki WWW-alkuiset ja .com (ja .uk, .de, .fi jne.) -loppuiset sanat tunnustetaan

² net , web = Internet

³ W3C = World Wide Web Consortium (www.w3c.com)

⁴ www = World Wide Web eli vapaasti suomennettuna maailmanlaajuinen verkko

⁵ FTP = File Transfer Protocol eli vapaasti suomennettuna tiedostojenvaihtoprotokolla

⁶ Ainakin, jos pisteen jälkeinen sana on com/net/org/edu/info/mikä tahansa kaksikirjaiminen maatunnus, kuten ”fi”

WWW-osoitteiksi.” (Nielsen, 2000, 247) Mitä voi tapahtua kymmenessä vuodessa niin radikaalia, että kaikki kansanosat ymmärtävät näiden eron?

Internet on varmasti aikamme suurimpia keksintöjä. Olisi ollut vaikeaa uskoa kymmenisen vuotta sitten, että voidaan tehdä opinnäytetyö verkko-osoitteesta, jota ei ole olemassa oikeasti, vaan ainoastaan ”netissä.” Vieläkin voi olla vaikeata kertoa vanhemmille sukupolville, mistä päättötyö kertoo tai mistä sen yleensä löytää. On jopa olemassa yrityksiä, jotka elävät pelkästään tästä antimaterialistisesta tiedosta. Yhä enemmän palveluita on siirretty Internetiin, ja palvelupisteitä on lopetettu. Toisaalta tämä on tuonut helpotusta: enää ei tarvitse jonottaa pankin tiskille laskuja maksamaan - toisaalta taas kerrotaan jatkuvasti uusista tietomurroista, joista ei ikinä ollut kuultu ennen Internetiä.

Kehitys on ollut niin käsittämättömän huimaa, ettei ole ihme, että Hannu H. Kari ennusti Internetin kaatuvan omaan mahdottomuuteensa vuonna 2006 (http://www.teleware.fi/corpsec2004/5A_Internet_luhistuu.pdf ja http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news_id=22030). Internetin mahdollisuudet kehittyvät nopeammin kuin sen suojausjärjestelmät. Tämä ennustus saattoi olla vain provosointia, että ihmiset heräisivät todellisuuteen: jatkuvaan saastan kasvuun tietoliikenteessä. Ennustus aiheutti ansaittua huomiota, mutta silti suurimmaksi osaksi sitä pidetään vain turhana lietsontana. Harva profeetta on kunnioitettu elinaikanaan. Hannu H. Karin tapaus selviää parin vuoden kuluessa.

1.2 Internet alun perin sotilaallinen keksintö

Internet sai alkunsa 1960-luvulla ARPANETISTÄ⁷, joka oli, kuten niin moni muukin keksintö, alun perin sotilaallinen idea. Sen tarkoituksena oli tiedonvälityksen jatkuminen, vaikka osa palvelimista kaatuisikin esim. pommituksen yhteydessä. Tieto osasi hakeutua itse kohteeseensa vaihtoehtoisia reittejä, jos alkuperäinen reitti oli

⁷ ARPANET = Advanced Research Project Agency

tuhoutunut. Jo silloin keksittiin pakettipohjainen tiedonsiirtoprotokolla TCP/IP⁸, joka siis vieläkin on käytössä eikä loppua näy. ARPANET levisi Yhdysvaltain armeijan käytöstä ensiksi USA:n yliopistoihin, mutta ymmärrettävistä syistä sotilaallinen ja tutkimuksellinen verkko halusivat erottautua omiksi verkoikseen. ARPANET säilyi yliopistojen verkkona, ja MilNet⁹ perustettiin armeijan käyttöön. ARPANETiin liitettiin useita yliopistoja, nyt myös ulkomailta alkaen Iso-Britanniasta, sekä supertietokoneita. Näiden yliopistojen ja supertietokoneiden verkottuneesta yhteisvaikutuksesta syntyi NSFNET¹⁰, joka on nykyisen Internetin perusta.

1.3 Edistyksellinen tekniikka myös siviilissä

ARPANETin ja myöhemmin MilNetin idea sotilaalliselta kannalta oli, ettei olisi yhtä suurta tiedonvälityskeskusta, koska silloin se olisi vihollisen ensimmäisiä iskukohteita sodan syttyessä. Sen sijaan olisi monta samanarvoista ”nodea” (solmua, serveriä, palvelinta), jotka toimisivat ilman valvontaa ja siten automaattisesti. Tieto lähetetään paikasta toiseen pienissä paketeissa, jotka kulkeutuvat määränpäähän nopeinta mahdollista tietä, ja viesti koottaisiin kokonaiseksi vasta perillä. Lisäksi paketit ovat ”tietoisia” määränpäästään, niiden sisältämä tieto ohjaisi ne solmusta toiseen, mutta ei välttämättä samaa reittiä kuin toiset saman viestin paketit. Tässä tekniikassa oli selvät edut:

- Vaikka osa solmuista pommitettaisiinkin hajalle tai jos joku solmu olisi ruuhkainen, tieto silti hakeutuisi määränpäähän juurikaan esteen hidastamatta.
- Vihollisen olisi mahdotonta saada selville viestin koko sisältöä, vaikka se olisikin saanut jonkin solmun hallintaansa.
- Tämä kaikki toimi automaattisesti.

Tästä taustasta saamme kiittää sitä, että Internet koetaan yhdeksi harvoista viestintäkanavasta, jossa voi suhteellisen vapaasti ilmaista mielipiteitään. Sillä ei ole

⁸ Transfer Control Protocol / Internet Protocol

⁹ MilNet = Military Net

¹⁰ NsfNet = National Science Foundation Network

valtionrajoja eikä isoveljeä¹¹ valvomassa. Ikävä kyllä myös rikolliset ainekset huomasivat nopeasti Internetin mahdollisuudet. Vasta viime päivinä on havahduttu totuuteen, että myös Internetiä pitää viranomaisten valvoa, sen verran kuin pystyvät. Valvominen on edelleenkin vaikeata, koska taitavat Internetin käyttäjät osaavat peitellä jälkiään, ja on olemassa useita ohjelmia, jotka tekevät käyttäjästä anonyymien. On jopa olemassa sivustoja, kuten Anonymizer (<http://www.anonymizer.com>), jonka kautta surfatessa Internetissä voi surfaaja pysyä virkavallan ulottumattomissa, sillä palvelu peittää surfaajan verkkohenkilöllisyyden eli IP-osoitteen¹².

1.4 WWW ja selaimet

Suosion räjähdysmäisen kasvun Internet koki 90-luvun puolivälissä, oikeastaan vasta Tim Berners-Leen keksimän WWW¹³:n myötä. WWW oli aluksi tekstipohjainen, ja sitä kirjoitetaan vieläkin html-sivunkuvauskielellä¹⁴. Html-kielellä kirjoitettuja sivuja voitiin lukea tekstipohjaisilla käyttöliittymillä. Kuvien tulo mukaan html-koodiin toi mukanaan Mosaic-selaimen, jolla pystyi katsomaan myös kuvilla höystettyjä WWW-sivuja. Mosaicin suosio ei tosin kestänyt kauan, koska markkinoille saapui edistysellisempi Netscape Navigator. Netscape hallitsi pitkään selainmarkkinoita, kunnes Microsoft julkisti oman selaimensa Internet Explorerin, jonka se myös liitti osaksi Windows-käyttöjärjestelmäänsä. Ehkä juuri Windowsin tuoman vetoavun mukana se syrjäytti Netscapen selainten ykköspaikalta ja on myös pitänyt sen siitä asti tähän päivään.

¹¹ Käsité saanut alkunsa George Orwellin aka Eric Arthur Blairin kirjasta ”1984,” jossa tulevaisuus kuvattiin paikkana, missä yksilönvapautta ei ollut. Kansaa valvoi instanssi, jota kutsuttiin ”isoveljeksi.”

¹² IP-osoite on Internetissä käytetty järjestelmä, jolla identifioidaan Internetiin kytketyt tietokoneet

¹³ WWW = World Wide Web

¹⁴ HTML = HyperText Markup Language

1.5 Microsoft ärsyttää monia

”Microsoftin politiikkaan kuuluvat olennaisena osana valehtelu, uhkailu kirstys, kieroilu, epärehellinen mainonta jne.”

(<http://www.students.tut.fi/~warp/grrr/microsoft.html>)

Koska Microsoftin miltei monopolimainen asema käyttöjärjestelmä- ja selainmarkkinoilla sekä sen käyttämä politiikka harmittaa monia, on Internet Explorer joutunut hakkerien ja virustenkirjoittajien hampaisiin. Microsoft ei pysy pahaa tahtovien ihmisten mukana paikatessaan tietoturvariskejä, joita IE:ssä on. Tämän vuoksi vaihtoehdot selaimet ovat saaneet jälleen jalansijaa markkinoilla näennäisen turvallisuutensa vuoksi. Näennäisen siksi, että yhtä lailla muut käyttöjärjestelmät ja selaimet ovat alttiita hyökkäyksille, mutta ne eivät pahantekijöitä kiinnosta, koska ne eivät ole niin laajalle levinneitä kuin Microsoft eivätkä ne provosoi samalla tavoin politiikallaan hyökkäyksiin. Käyttöjärjestelmistä mm. Linux ja MacOS ovat säilyneet lähes viruksitta, muutamia harvoja poikkeuksia lukuun ottamatta.

Muita selaimia IE:n lisäksi ovat mm. Netscape Navigator, Mozilla Firefox (& Mozilla), Opera sekä Safari. Selaimia on enemmänkin, mutta jotkin ovat niin pieniä, että niiden kaikkien mainitseminen on tarpeetonta.

1.6 ”Ilmaista” mainostilaa

WWW:n aluksi kohtaama suosio johtui pitkälti siitä, että se oli yrityksille ”ilmaista” mainostilaa, jolla tavoitti periaatteessa koko sivistyneen maailman, tai näin silloin ajateltiin. Ernst Malmsten kirjoittaa kirjassaan Boo hoo: ”1996 there were more people in Sweden with access to the Internet than in France, a country seven times its size. To my eyes, it was an almost miraculous way of reaching a mass market at minimum expense.” (Malmsten, 2001, 12) Eihän se mitenkään valheellinen idea ollut, mutta silloin dollarinkiilto silmissä ei tajuttu sellaisia pieniä asioita kuin että haluavatko nämä kaikki maailman kansalaiset tulla juuri sen tietyn yrityksen sivuille. Se oli sitä aikaa, kun kaikilla piti olla omat sivut verkossa, vaikka tarvetta ei ollutkaan. Nykyään ollaan

jo järkevämpiä: ei sivuista toki haittaakaan ole, paitsi jos niitä ei hoideta ja päivitetä – sillä saattaa olla jopa kielteisiä seurauksia.

1.7 Yhteensopivuusongelmia

Suurin ongelma WWW:ssä ja html-kielessä on selainten yhteensopivuus tai oikeastaan sen puute. Kun sivuja luodaan html-kielellä, sama sivu saattaa näyttää erilaiselta eri selaimissa. Tämä johtuu pääosin siitä, etteivät html-ohjelmoijat tee ns. validia eli puhdasta koodia. Tällä tarkoitetaan sitä, että html-kielellä on normit, missä järjestyksessä komentoja voi koodiin laittaa. Vaikka komennot eivät olisikaan täysin oikein, sivu saattaa silti näyttää oikealta toisessa selaimessa, kun taas toisessa se aiheuttaa sotkua. Selaimet tulkitsevat koodia hieman eri tavoin, mutta jos koodi on puhdasta, sivun pitäisi näkyä samanlaisena riippumatta selaimesta. Ainoastaan selaimen eri tavoin näkyvä ikkuna voi aiheuttaa muutoksia, mutta taitavat koodaajat tietävät ongelman ja osaavat kiertää sen.

1.8 Viihdettä

Sitä mukaa kuin tekniikka on kehittynyt ja ihmisten vapaa-aika on lisääntynyt, on myös viihteen tarve kasvanut samassa tahdissa. Tyhjä aika on täytettävä jollain. Internet on luonut täysin uuden ajankulun, joka parhaimmassa tapauksessa on kehittävää ja tietoa lisäävää, tosin myös pahimmillaan täyttä ajanhukkaa. Viimeaikaisten tutkimusten mukaan Internet on ohittanut television nuorten päivittäisessä ajankäytössä:

”Tuoreen Yhdysvalloissa tehdyn selvityksen mukaan 13–24-vuotiaat nuoret viettävät enemmän aikaa internetissä kuin television ääressä. Kyselyyn vastanneet nuoret kertoivat kuluttavansa aikaa internetissä keskimäärin 17 tuntia joka viikko. Lukuun eivät sisälly sähköpostien vastaanottaminen ja lähettäminen. Televisio kiinnostaa nuoria selvästi vähemmän. Sen ääressä istutaan noin 14 tuntia viikossa. Radiota kuunnellaan selvityksen mukaan kaksi tuntia vähemmän. Medioiden käyttö ei ole täysin erillään, sillä nuoret kertovat usein kuuntelevansa esimerkiksi radiota surffailun aikana. Nuoret käyttävät internetiä yhä useammin elokuva- ja musiikkiarvostelujen lukemiseen. Asiantuntijoiden mukaan netti on nuorille ensisijainen

tietolähde. Sen kautta etsitään myös hintatietoja. Vain harva etsii halutun elokuvateatterinäytöksen enää perinteisten sanomalehtien sivuilta.”
Mikrobitti 9/2003 s. 23.

Joka tapauksessa viihdettä tarvitaan siinä missä tietoakin, ja Internetiä voitaisiin jopa sanoa paremmaksi viihteen kuin tiedon tyyssijaksi, koska sinne voi kuka tahansa kirjoittaa ”varmaa” tietoa. Tämä tuo mukanaan sen, että kaikkeen Internetistä saatuun tietoon on suhtauduttava varauksella.

”Sivuston voi perustaa kuka tahansa, ja nykyään monet tekevätkin niin. Tästä johtuu, että käyttäjien on vaikeaa päättää miten verkosta haettuun tietoon tulisi suhtautua. Käyttäjän löytämä tieto voi yhtä hyvin olla oikeaa kuin väärääkin. Ei ole helppoa saada selville, onko sivusto luotettava vai ei.”
(Nielsen, 2000, 91)

Viihteellä tätä ongelmaa ei ole, kunhan vain asiakas ymmärtää sivuston viihteeksi. Viihteen tarkoitus ei ole sivistää, vaan kuluttaa ylimääräistä aikaa.

2 Sattuma.net sivuston esittely

Sattuma.net (myöhemmin opinnäytetyössä Sattuma) on aktiivisesti Internetiä käyttäville nuorille ihmisille tarkoitettu vapaa-ajan sivusto. Sen kantavana ideana on mielenkiintoisten sattumien kirjaaminen muistiin yhteen paikkaan, josta voi lukea, vertailla ja kommentoida toisille sattuneita tapahtumia. Viihteenä sivusto on vaaraton, ja siten se sopii kaiken ikäisille ihmisille taustaan katsomatta. Lisäksi yhteensattumilla ei ole rajoja: totuus on monesti tarua ihmeellisempää, ja voi vain kuvitella, miten uskomattomia tarinoita ihmisillä on kerrottavanaan. Toivottavasti nämä ihmeelliset tarinat löytävät tiensä sivustolle.

2.1 Liian vapaa-ajan ongelma

Sattuma on yksi vastaus lisääntyneen vapaa-ajan ongelmaan. Kauan sitten, kun ihmisiltä puuttuivat nykyiset elämää helpottavat keksinnöt, kuten vesijohdot, sähkö, tietokoneet jne., ihmisillä ei ollut vapaa-aikaa. Kaikki ylimääräinen vapaa käytettiin puhdetöiden tekemiseen, jolla helpotettiin tulevaa kiirettä. Koko hereilläoloaika kului hengissäpysymisen varmistamiseen: ei ollut vapaa-ajan ongelmia. Sitä mukaa kuin tekniikka kehittyi, on ihmisten vapaa-aika lisääntynyt ja sen mukana ongelmat. Liika vapaa-aika aiheuttaa ahdistusta, kun ihmiset turhautuvat tekemättömyyteen. Johonkin on turhautuminen purettava, ja tästä seuraa ongelmia. Internet on tuonut yhden ratkaisun ajan kuluttamiseen. Sattuma pyrkii olemaan ajan kuluttamisen lisäksi hyödyllinen.

2.2 Sattuma on melkein viihdettä

Vaikka Internet on täynnä viihteellisiä ja puoliviihteellisiä sivustoja, jostain niille kaikille näyttää riittävän asiakkaita. Sattuma kuuluu tähän puoliviihteellisten sivustojen joukkoon, koska sillä on puhtaan viihteen lisäksi myös itseilmaisun lisäarvo. Johan Fornäs kirjoitti artikkelikokoelmassa Johdatus digitaaliseen kulttuuriin asiasta näin: ”Kun tietokoneteknologia sulautuu medioihin ja populäärikulttuuriin, syntyy lajityyppien hybridejä, joissa yhdistyvät niin fakta kuin fiktio (engl. faction), informaatio ja viihde (infotainment) kuin opetus ja viihdekin (edutainment). Näissä hybrideissä viihde yhdistyy kasvatukseen, työhön, politiikkaan ja uutisiin, ja tällä tavoin vakavuus estetisoituu samaan aikaan kun nautinto vakavoituu.” (Järvinen & Mäyrä, 1999, 35) On hyvin miellyttävää, että näitä hybridejä syntyy. Uutisia on huomattavasti hausempi lukea verkosta, kun pystyy itse vaikuttamaan uutisen sisältöön lukemalla vain ne taustat, jotka kiinnostavat. Yhtä lailla viihde tuntuu jotenkin oikeutetummalta, jos siinä on esimerkiksi opetuksellinen näkökulma. Ilmeisesti ihmiset eivät ole vielä täysin pystyneet hyväksymään, että vapaa-ajalla ei tarvitse tehdä jotain hyödyllistä, koska niin monella omatunto soimaa, jos aika kuluu vain viihteeseen. Tätä taustaa vasten Sattumalla on taas yksi hyvä ominaisuus verrattuna tuhansiin muihin sen kaltaisiin, mutta puhtaasti viihteellisiin sivustoihin.

Myöhemmin sivuston menestyessä eräänlainen sattumaan perustuva verkostoitumisominaisuus toteutuu, mutta sen todellisen arvon näkee vasta paljon myöhemmin. On jännittävää odottaa ja katsella, miten sivusto lähtee kehittymään ja mihin suuntaan. Erityisesti on kiinnostavaa, saavuttaako Sattuma yhteisöllisyyden tunteen käyttäjissään, kuten esimerkiksi Aukeassa on havaittavissa. (liite 1.) Yhteisö syntyy, jos se on syntyäkseen; sitä ei voi pakottaa. Edellytykset tälle kuitenkin on olemassa, joskaan ei niin mittavat kuin tarkoituksella yhteisöllisyyttä korostavilla sivustoilla.

2.3 Kenelle opinnäytetyö on tarkoitettu

Opinnäytetyö on kirjoitettu sitä silmällä pitäen, että miltei kuka tahansa pystyisi sen lukemaan ja ymmärtämään. Tästä syystä jotkin asiat on selitetty enemmän Internetiä ja sen tekniikoita käyttäneen mielestä liiankin perusteellisesti. Monille Internet on tuttu, mutta silti heillä ei välttämättä ole tietoa, mistä se yhtäkkiä tuli kaikkien saataville ja tästä syystä aloitetaan selostus ihan alusta: Internetin historia jo käytiin lävitse, jotta saataisiin käsitys, miten olemme tulleet tähän pisteeseen.

2.4 Työryhmä

Alkuperäisen idean, käsikirjoituksen sekä pääosin toiminnallisuuden laati ja suunnitteli *Pii Sami Paappanen*. Tietokannan suunnittelivat Pii ja *Juho Jouhtimäki* yhdessä, mutta itse ohjelmoinnin suoritti Juho Jouhtimäki. Graafisen suunnittelun loi Piin ohjeistuksesta ja valvonnan alla *Jouni Nummela* ja html-ohjelmoinnin sekä koostamisen *Marko Mäkipelto*. Kaikki ovat Tampereen ammattikorkeakoulun Taiteen ja viestinnän osaston kolmannen ja neljännen vuoden opiskelijoita.

Työryhmä oli kiireinen kaikkien projektiensa vuoksi, mutta tämä on täysin normaalia TTVO:lla. Aikataulukin oli tavalliseen tapansa kiireinen ja työ on vielä kesken, kun kirjallista osuutta opinnäytetyöstä palautetaan. Tämän vuoksi ikävä kyllä opinnäytetyöhön ei ole saatu lopullisia kuvakaappauksia sivustosta.

2.5 Budjetti

Mediateko tehdään koulun mallin mukaisesti projektityönä, ja sille anotaan projektitukea. Alustava budjetti on ennen projektituen anomista 72 euroa, jolla kustannettiin sattuma.net-domain vuodeksi. Projektikokouksessa 14.4.2005 anotaan projektille tukea 800 euroa, jolla olisi tarkoitus kustantaa sivuston markkinointi ja webhotellikulut. Markkinointiin kuuluvat käyntikorttien, muutaman t-paidan ja mahdollisten mainosten kulut. Webhotelli pyritään maksamaan kolmeksi vuodeksi eteenpäin, siinä ajassa ollaan jo varmoja, miten sivustolle kävi taistelussa paikasta auringossa.

3 Käytetyt työtavat

3.1 Konseptisuunnittelu

Koski (2001, 28) kirjoitti konseptisuunnittelusta näin: ”Verkkoyhteisön yksityiskohtainen konseptisuunnitelma tehdään aina tapauskohtaisesti kumpaakin osapuolta – tilaajaa ja kohderyhmää – kuunnellen.” Sattuman tapauksessa kohderyhmän kuunteleminen jäi yksittäisiksi keskusteluiksi, ja laajempi tutkimus olisi varmasti ollut antoisa tietolähde ja antanut osviittaa siitä, minkälaiseksi sivusto pitäisi suunnitella. Kuitenkin konseptisuunnittelu on tehty niin hyvin käyttäjää ajatellen kuin on mahdollista ilman laajoja esitutkimuksia. Kaikki ratkaisut on pyritty varmistamaan alan kirjallisuudesta ja jo hyviksi havaittujen toisten WWW-sivustojen toiminnasta.

Konseptisuunnitelma on kokonaisuudessaan Pii Sami Paappasen kirjoittama ja se tehtiin seminaarityönä osittain päällekkäin opinnäytetyön kanssa.

3.2 Graafinen suunnittelu

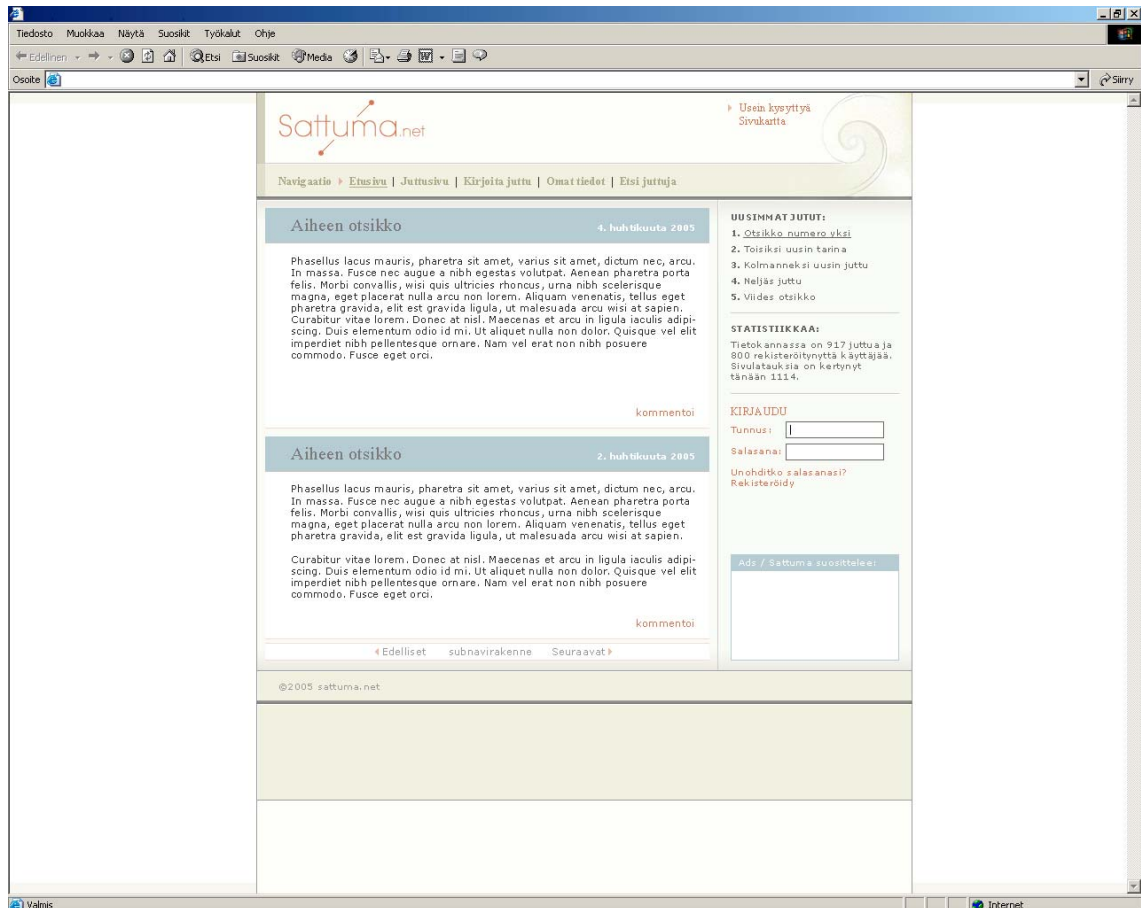
Graafisen suunnittelun pitää tällaisessa toiminnallisuuteen pyrkivässä sivustossa olla selkeää, enemmän sivuston toimintaa tukevaa kuin ilottelua WWW:n mahdollisuuksilla. ”Graafisen suunnittelun pitäisi antaa kuva vuorovaikutuksen prioriteeteista kiinnittämällä käyttäjän huomio sivun tärkeimpiin osiin.” (Nielsen & Tahir, 2002, 23) Niin tässäkin tapauksessa. Kohderyhmä pitää ottaa huomioon ehkä suurimpana tekijänä leiskaa¹⁵ suunniteltaessa.

Kuten ylempänä mainittiin, kohderyhmä on laaja ja eikä sitä yhdistä oikeastaan mikään muu tekijä kuin kiinnostus sivuston juttuihin. Tämän vuoksi leiskaa kuvaavat parhaiten sanat rauhallinen, selkeä, järjestyksellinen ja järkevä. Kaikkien nappien pitää löytyä ”oikeilta” paikoiltaan tarkoittaen siis sitä, ettei käyttäjää saa hämmentää epäsovinnaisella elementtien sijoittelulla. Myös laajan kohderyhmän vuoksi täytyy nappien olla selkeitä ja niistä pitää tietää heti, mitä kustakin tapahtuu. Vähemmän Internetiä käyttäneille eivät kaikki yleiset ikonit ole vielä tulleet selväksi. Nielsen ja Tahir myös kertovat aiheesta kirjassaan Kotisivun suunnittelu seuraavasti:

”Kokemattomat käyttäjät häkeltyvät usein kotisivulla, jonka vaihtoehtoja ei ole selitetty selkeästi. Kun käyttäjä ei ymmärrä sivustoa, hän turhautuu ja syyttää itseään; hän ei todennäköisesti palaa. Hän valitsee mieluummin sivuston, joka tuntuu viihtyisämmältä. Tietävämmät käyttäjät ovat usein hyvin ankaria. Jos Web-sivusto ei jollain kerralla täytä heidän sen hetkisiä toiveitaan, he muistavat ongelman ja pitävät sitä sivuston vikana...
...Tällainen kommentti ei silti tarkoita, että ominaisuus X tarvitsee oman painikkeensa kotisivulla, vaan että kyseisen henkilön oli vaikea löytää ominaisuutta X.”
(Nielsen & Tahir, 2002, 3)

Sattuman layout on varmasti haasteellinen toteuttaa: tylsyyttä pitää välttää, mutta silti sen pitää olla rauhallinen; sen pitää tukea sivuston toimivuutta, mutta ei saa ärsyttää ketään. Layoutin pitää olla kompromissi kaikesta.

¹⁵ leiska. Ammattislangia, joka on lähtöisin englannin sanasta layout eli suomennettuna taitto



Kuva 1. Layout-ehdotus (© Jouni Nummela)

Kuten kuvasta 1. näkyy, mitään ilottelua ei sivuilla siis ole: yksinkertaisuus on kaunista, lähtökohtana on ”yksi koko sopii kaikille.” Tällaisesta suunnittelusta hyvänä esimerkkinä toimii tunnustuksien luola (liite 2.), joka muutenkin idealtaan on lähellä Sattumaa. Tunnustuksien luolassakin on yksinkertainen värimaailma, sinisen eri sävyjä sekä viininpunainen ilmettä antamassa. Kuvituksena on yksi kuva, joka ei ole liian hallitseva, että se veisi huomiota pois tärkeimmästä – sisällöstä.

Jouni Nummelan laatima layout tukee mainiosti käytettävyydguru Jacob Nielsenin ohjeita:

Sivuston tulisi koostua pääosin käyttäjiä kiinnostavasta sisällöstä. Valitettavan useat sivustot tuhlaavat suurimman osan käytettävissä olevasta tilasta navigaatioapuvälineisiin sen sijaan, että pääosassa olisi se

informaatio, joka oletettavasti sai käyttäjän sivustolla käymään. Sivulla liikkumiseen käytettävä käyttöliittymä on vain välttämätön paha, ja sen osuus sisällöstä pitäisi minimoida.
(Nielsen, 2000, 18)

3.3 Käytettävyyssuunnittelu

”Webissä tärkeintä on käytettävyys.” (Nielsen, 2000, takakansi)

Kuten Nielsen sen jo ilmaisi: käytettävyydeltään huonosti suunniteltu sivusto saattaa saada asiakkaita pelkällä uutuudenviehätyksellään, mutta toiste ihmiset eivät sivustolle tule. On turhaa haluta paljon uusia käyttäjiä, sen sijaan pitäisi keskittyä heihin, jotka ovat jo kerran tai useammin sivuilla vierailleet! He ovat palanneet sivuille sen vuoksi, että siellä oikeasti oli sellaista sisältöä, joka heitä kiinnosti, ja se oli ainakin tyydyttävästi saatavilla. Nielsen ja Tahir kertovat ensimmäistä kertaa sivustolle saapuvasta asiakkaasta seuraavasti: ”Hän tarvitsee koko aivokapasiteettinsa arvioidessaan pikaisesti, onko sivulla mitään hyödyllistä. Jos hänen huomionsa siirtyy – lyhyeksikin hetkeksikin – sisällön etsimisestä jonkin uuden opettelemiseen, olet menettänyt tilaisuutesi.” (Nielsen & Tahir, 2000, 38)

Sattuma tehdään mahdollisimman hyvin käytettävyysperiaatteita noudattaen. Lähdeoteoksena käytetään pääasiassa alan ”raamattua” eli Jacob Nielsenin WWW suunnittelu –kirjaa. Kaikki yritetään tehdä mahdollisimman helpoksi käyttäjälle. Nielsen sanookin kirjassaan WWW suunnittelu, että

”Käyttäjien palaaminen toisille verkkosivuille mutta ei toisille, johtuu neljästä syystä. Nämä neljä syytä ovat hyvän WWW-suunnittelun perusta, koska niitä käyttäjät eniten haluavat.

- Korkeatasoinen sisältö
- Oikea-aikaiset päivitykset
- Todella lyhyt latausaika
- Intuitiivinen käyttöliittymä”

(Nielsen, 2000, 382)

Sivusto toimii mahdollisimman suoraviivaisesti ja selkeästi. Periaate on, että kaikki sivuston toiminnot tapahtuvat siten kuin asiakas olisi kuvitellutkin niiden toimivan. Kaikki on mietitty loogisesti, mm. mihin asiakas haluaa mennä täyttäessään lomakkeen, kommentoituaan juttuun tai lisättyään jutun. Tarkoitus on, ettei asiakas edes tajua miten hyvin sivusto toimii – koska se toimii niin kuin pitää! Anu Kosken mielipide tukee hyvin tätä teoriaa, hän kirjoittaa opinnäytetyössään ”Elämän edellytykset verkkoyhteisössä” seuraavasti: ”Tämän vuoksi myös välineen ja sen käyttäjän välisen rajapinnan, käyttöliittymän, tulisi olla mahdollisimman huomaamaton ja ”läpinäkyvä”: sen on oltava niin yksinkertainen ja helppokäyttöinen, ettei käyttäjä edes huomaa sitä, vaan ikään kuin näkee sen ohi suoraan sisälle yhteisöön.” (Koski, 2001, 28.) On tunnettu tosiasia, että negatiiviset asiat kyllä huomataan ja ne muistetaan, mutta positiiviset unohtuvat tai paremminkin niitä ei huomata. Kun asiakkaalle jää hyvä mielikuva, hän palaa toistekin.

3.3.1 Juttujen lukeminen

Sivuston ainoa toiminto, jota voi tehdä ilman rekisteröitymistä, on toisten jättämien juttujen lukeminen. Tämä on valitettavaa, mutta ainoa vaihtoehto sivun toiminnan kannalta. Ilman rekisteröitymistä ei näet pystytä toteuttamaan mm. kappaleessa 3.3.6 kerrottua tunnistautumista, joka on sivuston suola.

Kun sivustolle saapuu, heti etusivulla näkyy muutama uusin juttu (kuva 1.) samaan tyyliin kuin Tunnustuksien luolan etusivulla. (liite 2.) Etusivulle saadaan näkyviin myös statistisesti parhaimmat jutut eli esimerkiksi eniten kommentteja saanut juttu, eniten pisteitä saanut juttu, uusin ja vanhin juttu ja vaikkapa eniten juttuja kirjoittaneen henkilön uusin juttu. Kaikki on mahdollista, koska tietokanta mahdollistaa tiedoilla leikkimisen.

Jokaisen jutun kohdalta pääsee klikkaamalla ko. jutun kommenttisivulle.

3.3.2 Rekisteröityminen

Rekisteröityminen pyritään tekemään mahdollisimman helpoksi, ja tietoja kerätään niin vähän kuin mahdollista sen vuoksi, että vain harva jättäisi rekisteröitymättä sen vaikeuden vuoksi. Tuntuu ikävältä rekisteröityä ja jättää tietojansa sellaiselle sivulle, jossa rekisteröitymisestä ei ole mitään hyötyä sivuston toimivuuden kannalta. Myös Nielsen ja Tahir ovat huomanneet tämän:

Monet Web-sivustot, myös useat tässä kirjassa esitetyt, kysyvät käyttäjältä sähköpostiosoitteen ja muita tietoja heti kotisivulla. Ne eivät kuitenkaan selitä, miksi käyttäjän pitäisi luopua yksityisyydestään. Monet kokemattomatkin käyttäjät suhtautuvat epäluuloisesti henkilötietojensa antamiseen, koska he tietävät tämän johtavan usein roskapostin lisääntymiseen.
(Nielsen & Tahir, 2000, 32)

Näin ollen rekisteröimisessä ei vaadita ainakaan aluksi käyttäjää antamaan muuta kuin tunnus, sähköposti ja salasana. Asiakkaille myös selitetään tarkasti, miksi rekisteröitymistä tarvitaan, ja että tietoja ei luovuteta kolmansille osapuolille eikä Sattuma lähetä postia ellei siihen ole pakottavaa tarvetta. Käyttäjä saa tunnuksen aktiiviseksi vastattuaan rekisteröimisen jälkeen systeemin lähettämään sähköpostiin. Tällä keinolla vältetään kaikista innokkaimmat häiriköijät. Jos sähköpostivarmennetta ei käytettäisi, voisi pahantahtoinen asiakas laittaa osoitteeksi jonkun toisen henkilön osoitteen, jolloin tämä voisi saada postia sivustolta, jolla hän ei ole ikinä käynyt. Ja koska hän ei ole sitä erikseen toivonut, posti voidaan määritellä roskapostiksi ja siten Suomessa lainvastaiseksi.

”Suomessa roskapostin lähettäminen on pääsääntöisesti laitonta kuluttajansuojalain ja yksityisyyden suojasta televiestinnässä ja teletoiminnan tietoturvasta säädetyn lain nojalla. Ainoastaan yrityksille suunnatut, ei luonnollisille henkilöille lähetetyt mainokset eivät tarvitse vastaanottajan ennakkosuostumusta.”
(<http://fi.wikipedia.org/wiki/Roskaposti>)

Tämä suojausaste riittänee aluksi pitämään sivuston asiakkaan kaidalla tiellä, mutta jos häiriköintiä tästä huolimatta ilmenee, voidaan viimeisenä vaiheena mennä siihen, että

vain ylläpito voi hyväksyä uudet asiakkaat. Tämä on todella viimeinen keino, ja on todennäköisempää, ettei tähän koskaan mennä, sillä sitä ennen ylläpidon resurssit ovat jo muutenkin loppuneet.

Tietokantasuunnittelussa otettiin huomioon sivuston mahdollinen laajeneminen, ja sinne jätettiin paikkoja mm. osoitteelle, puhelinnumerolle sekä muille enemmän henkilökohtaisille tiedoille. Toistaiseksi asiakkaalta vaaditaan vain käyttäjätunnus, sähköpostiosoite ja salasana.

3.3.3 Jutun jättäminen

Asiakkaita pitää rohkaista jättämään juttunsa sivustolle siitä yksinkertaisesta syystä, että ilman juttuja sivusto kuolee nopeasti. Rohkaisu tapahtuu hienovaraisella ohjailulla: visuaalisella suunnittelulla pystytään tekemään ”jätä juttu” –linkki houkuttelevaksi, ja käytettävyyssuunnittelulla se voidaan tehdä helpoksi.

Niinpä etusivulta löytyy houkutteleva linkki, jota klikkaamalla pääsee jättämään oman juttunsa palveluun. Juttua jätettäessä pitää olla rekisteröitynyt asiakas. Jos näin ei ole, asiakas ohjataan rekisteröintisivulle, jolta hän pääsee rekisteröidyttyään suoraan takaisin jättämään juttuansa. Rekisteröiminen tietysti ajaa kärsimättömimmät asiakkaat pois, mutta ikävä kyllä se on välttämätöntä, jotta sivuston kaikki toiminnot saataisiin käyttöön. Rekisteröimisestä jo puhuttiinkin enemmän kappaleessa 3.3.2.

Jutun lisäksi asiakkaan pitää jättää omiin kenttiinsä päivämäärän milloin juttu tapahtui (vaikka summittainenkin), missä kaupungissa ja maassa se tapahtui sekä missä paikassa. Lisäksi voi edelleen jättää tietoja ihmisistä, joita juttuun liittyi. Esimerkiksi jos kuvitellaan, että henkilö X tapasi lapsuudenystävänsä Y:n Tukholman Slussenin metroasemalla 3.3.2004, X jättää tiedot:

- jutun kertoja: X (järjestelmä lisää automaattisesti)
- sattumajuttu

- päiväys: milloin sattuma tapahtui
- paikkakunta: missä sattuma tapahtui
- paikka: missä sattuma tapahtui
- juttuun mahdollisesti osallistuneet henkilöt (max 5, kaikki omiin kenttiinsä).

Edelleen ”osalliset henkilöt” -kohtaa painotetaan, koska tästä kohdasta juttua lukeva henkilö voi tunnistautua. Tunnistautumisessa on jännittävyyden lisäksi sivuston käyttäjäkuntaa lisäävä ominaisuus: jos tunnistautunut henkilö edelleen jättää omia juttujansa, jossa on taas uusia osallisia, voi syntyä lumipalloefekti, joka voi tuoda verkostomarkkinoinnin voimalla sivustolle uusia käyttäjiä.

Jutun jättäjä voi myös lähettää postia tästä kohdasta jutussa osallisille henkilöille tyyliin: ”Hei, sinusta on kirjoitettu juttu sattuma.net sivuilla. Seuraa tätä linkkiä lukeaksesi jutun: <osoite>...” Klikattuaan s-postissa tullutta osoitetta postin saaja päätyy juttusivulle.

3.3.4 Kommentoiminen

Koska pelkkä juttujen lukeminen ei varmasti tuo ketään toista kertaa sivustolle, tarvitaan käyttäjän koukuttamiseksi jotain sellaista, johon hän voi itse osallistua. Niinpä sivustolla annetaan mahdollisuus satunnaisen käyttäjän kommentoida juttuja. Tätä varten ei tarvitse rekisteröityä. Kun käyttäjä jättää kommentin, luku juttusivulla jutun otsikon vieressä nousee yhdellä. Kommentti lisätään kommenttisivulle alimmaiseksi. Jos kommentoija on jo rekisteröitynyt sivuille, kommenttia ei voi jättää anonyyminä, vaan käyttäjätunnus liitetään automaattisesti jutun oheen.

Kommentoimisella pyritään ensisijaisesti yhteisöllisyyden lisäämiseen. On mukava kirjoittaa kommentteja toisille sattuneista tapahtumista ja vaikka verrata omiin kokemuksiin. Kommentteja lienee myös mukava saada; on mielenkiintoista nähdä, mitä muut ovat mieltä jutusta. Parhaimmillaan kommentit aloittavat vuoropuhelun, joka on omiaan nostamaan tunnetta ”kaveruudesta”, vaikka tosiasiasa henkilöt ovat täysin

tuntemattomia toisilleen. Tietenkin tämä on myös verkkoyhteisöjen yhteinen piirre: käyttäjät voivat olla keitä tahansa sukupuoleen, uskontoon, rotuun, ikään tai ammattiin katsomatta. Normaalielämässä rajat ylittävä yhteisö ei ole niin tavallinen kuin verkossa.

3.3.5 Arvosteleminen

Arvosteleminen toimii samalla periaatteella kuin kommentoiminen, eikä sen vuoksi tarvitse rekisteröityä. Kuka tahansa sivuille eksynyt voi siis arvostella kommenttisivulla jutun 1-5 asteikolla. Arvosteluperusteet voivat olla mitä tahansa, ja arvostella voi niin monta kertaa kuin haluaa. Arvosteluista lasketaan keskiarvo, joka ilmoitetaan jutun pisteiksi.

Toisin kuin kommentoinnilla, arvostelulla ei saada aikaan yhteisöllisyyden tuntua, pahimmassa tapauksessa se saattaa jopa olla sitä vastaan (sen mukaan kuinka hyvän arvostelun juttu saa ja kuinka itsevarma kirjoittaja on), mutta arvostelulla saavutetaan toinen etu. On huomattu, että sivustojen asiakkaat pitävät kaikenlaisista gallupeista, testeistä, nimigeneraattoreista ja arvosteluista. Hyvä esimerkki toimivasta arvostelusta on Cityn verkkosivuston Peilikuva-palvelu (<http://www.city.fi/peilikuva>), jonne ihmiset saavat lähettää kuviaan, joita muut voivat arvostella asteikolla 1-10 ja kommentoida. Se sai heti aluksi huiman suosion, joka ei ole juuri hiipunut. Aukeassa (liite 1.) ei ole arvostelua, mutta kommentointi kyllä, ja se nauttii suuresta suosiosta, ainakin käyttäjämääristä päätellen.

3.3.6 Tunnistautuminen

Tunnistautuminen tarkoittaa sitä, että asiakas X on jättänyt sivustolle jutun, jossa mainitaan juttua lukeva henkilö Y. Kun Y tajuaa olevansa yksi jutussa mainituista henkilöistä, hän voi klikata jutun kohdalla olevaa ”tunnistaudu”-linkkiä, jolla hän rekisteröityy yhdeksi jutussa mainituksi henkilöksi. Ymmärrettävistä syistä tunnistautuessaan täytyy olla rekisteröitynyt sivustolle, ja jos näin ei ole, asiakas

ohjataan rekisteröimissivulle, josta selvittyään hän palaa automaattisesti jatkamaan tunnistautumista.

Tunnistautuminen on se tekijä, joka tekee tästä sivustosta erityisen. Sen vuoksi pitää nähdä vaivaa, että se saadaan toimimaan kuten pitääkin – ilman minkäänlaisia ongelmia. Tunnistautuminen on vahvasti yhteisöä luova tekijä sivustolla, sillä se sitoo kaksi tai useampia ihmisiä toisiinsa virtuaalisilla langoilla. Useasti nämä ihmiset ovat vielä ennestään tuttuja tai tuttuja jonkun kolmannen kautta. He ja heidän kaverinsa luovat sivuston yhden peruspalikan eli pienyhteisön. Pienyhteisön yksi jäsen voi olla mukana useammassa pienyhteisössä, ja tämä on se tekijä, joka linkittää ihmisiä toisiinsa.

3.3.7 haku

Hakutoiminnolla voidaan hakea juttuja vapaasanan, kirjoittajan, lempinimen, maan, kaupungin tai tapahtumapaikan mukaan. Osumista tulee linkki jutun kommenttisivulle.

Hakukenttä sijoitetaan navigointiin, jotta se on aina käsillä, eikä sen vuoksi tarvitse vaihtaa sivua. Tämäkin kuuluu käytettävyyden perussääntöihin; pahinta on, jos hakutoimintoa joutuu etsimään! Hakutoiminto on niin yleinen, että sen puuttuminen sivustolta olisi katastrofi. Ihmiset ovat tottuneet siihen, että hakutoiminto sivuilta löytyy ja jos näin ei ole, niin sivusto saa etsijän mielessä miinuksen. Sekään ei ole aivan sama, missä hakutoiminto sijaitsee. Nielsen ja Tahir lähestyivät tätäkin asiaa kirjassaan Kotisivun suunnittelu: ”Logo ja hakutoiminto ovat kotisivun kaksi osaa, joita käyttäjät hakevat yleensä ensiksi. He haluavat tietää, missä he ovat ja miten tietoja etsitään. Siksi näiden osien tulee olla vaivatta löydettävissä.”

Nielsen ja Tahir olivat myös tehneet pienen tutkimuksen aiheesta ja saaneet seuraavat tulokset: etsintätoiminnon sijainti (kotisivulla) jakaantui siten, että kaikista tutkituista kotisivuista 35 % sijoitti sen oikeaan yläkulmaan, 30 % vasempaan yläkulmaan, 14 % ylös keskelle, 12 % vasemmalle keskelle ja 12 % muualle. (Logo oli 80 %:ssa

vasemmassa yläkulmassa) (Nielsen & Tahir, 2000, 41) Tästä saadaan jo hyvin selvä käsitys, minne ko. elementit kannattaa sijoittaa, jottei ärsyttäisi suotta suurinta osaa asiakkaita: logo vasempaan yläkulmaan ja hakutoiminto oikeaan. Nielsen ja Tahir esittivät myös, että hakutoiminnon tulee olla heti käytettävissä kotisivulla, toisin sanoen sen pitää olla hakukenttänä. Erillinen hakusivu on tarpeen vain harvoin. ”...tee etsintätoimistosta näkyvä, leveä ja yksinkertainen.”, he sanoivat. Tosin Sattuman tapauksessa etsintätoiminto ei ole niin oleellisessa asemassa kuin Nielsenin ja Tahirin tutkimilla sivuilla, sillä Sattumasta ei etsitä mitään tärkeää tietoa nopeasti. Useimmat lukenevat vain juttuja kronologisesti.

3.4 Kohderyhmä

Sattuman kohderyhmä on n. 15 – 45-vuotiaat Internetiä aktiivisesti käyttävät ihmiset, joille on sattunut jotain muisteltavaa, tai jotka ovat kiinnostuneita sattumalta tapahtuneista asioista - ja joita ei epäilytä kirjoittaa juttuja kaiken kansan nähtäväksi omalla nimellään.

Sivuston idean vuoksi, sattumalta tapahtuneet asiat, sen kohderyhmäksi sopivat laajasti ottaen kaikki Internetiä käyttävät kirjoitustaitoiset henkilöt. Kuitenkin tämä on vain ideaalitila, todellisuus on toinen. Kohderyhmää rajaa jo se, ettei kaikilla ole mahdollisuutta Internetiin ja vaikka näin olisikin, taito käyttää esimerkiksi selainta voi olla puutteellista. Lisäksi nuoremmilla (alle 15-vuotiaat) ei ehkä riitä vielä motivaatio kirjoitella, liekö yllättäviä sattumia juuri tapahtunutkaan siihen ikään mennessä. Taitoa heillä kyllä olisi sivustoa käyttää toisin kuin vanhemmilla ihmisillä, koska nämä ovat joutuneet opettelemaan Internetin käytön, kun taas nuoremmat ovat siihen kasvaneet. Monille opetteleminen on liian iso kynnykskysymys, ja vanhemmat helposti toteavat, ettei Internetin opettelun työmäärä kompensoi sitä hyötyä, mitä he voisivat netistä enää vanhuuden päivillään saada. Tietenkin potentiaalisilla asiakkailla pitää olla tieto, että tällainen sivusto on olemassa, ennen kuin heistä tulee asiakkaita.

3.5 Domainin valinta

Domainia otettaessa piti miettiä monia asioita, kuten pitääkö sen olla suomeksi vai englanniksi. Yleisesti ottaen on järkevämpää valita suomalainen nimi silloin, kun itse sivustokin on suomeksi, eikä edes ole tarkoitettu muille kuin suomea puhuville. Ja koska tulevaisuuden suunnitelmiinkaan ei kuulu laajennus toisiin kieliin, niin asia oli helppo päättää.

Domainin pitää olla helposti muistettava ja iskevä, sen pitää kertoa sisällöstä, mutta se ei silti saa olla niin tarkka, ettei sivuston ideaa voisi laajentaa. Edelleen, ”sattuma.net” pompahtelee iloisesti lausuttaessa ja se on iskevä. Ehkä tuon pompahtelevuuden vuoksi se jää helposti mieleen. Se on yleinen suomalainen sana, joka on vielä tarkalleen sivuston ideaa tukeva nimi.

Voidaan ehkä väittää, että sattuma.net on paras mahdollinen nimi sivustolle.

3.6 Käytetyt tekniikat ja ohjelmat

Ainoa järkevä vaihtoehto tehdä tällainen sivusto on tietokannalla toteutettu. Tietokannaksi valittiin MySQL sen yleisyyden ja ilmaisuuden vuoksi, lisäksi Juho Jouhtimäki (tietokantaohjelmoija) on tehnyt aikaisemminkin töitä kyseisen ohjelman kanssa. MySQL:lle luontainen pari on PHP, jolla tietoa haetaan ja käsitellään tietokannasta.

Muina ohjelmina käytettiin:

- Adobe PhotoShopia visuaaliseen suunnitteluun
- Macromedia Freehandia logon suunnitteluun
- Macromedia Dreamweaweria html-koostamiseen
- Microsoft Wordia ja OpenOfficea tekstin tuottamiseen

3.7 Webhotellipalvelut

Sattuma toimii Daous Oy:n palvelimella, sillä sen hinta-laatu suhde oli domainin rekisteröimisen aikoihin (kesällä 2004) selkeästi paras. Valittiin Small Business -vaihtoehto, koska sen ominaisuuksiin kuului kaikki tarpeellinen. Lisäksi kesällä yhtiöllä oli menossa kampanja, joka tarjosi 72 euron vuosihinnalla:

- yhden domain-nimen
- 500 mb kovalevytilaa
- 40 kpl POP/IMAP¹⁶ 10Mt kokoista sähköpostilaatikka
- rajoittamattomat edelleenohjaukset
- rajoittamattomat aliakset, automaattivastaajat ja lomavastaajat
- 1 sähköpostilistan
- Tuen MySQL:lle, PHP:lle, Perl:lle, CGI-tekniikoille ja SSI:lle¹⁷
- 10 Gt:n sallitun liikennemäärän
- Tilastointityökalut
- SSH/SCP¹⁸ valmiuden

Näistä erityisesti tärkeitä olivat MySQL & PHP, koska sillä tekniikalla sivusto toteutetaan. Myös liikennemäärä, 10 Gt/kk, takaa riittävät resurssit kattamaan vaikka pienen yleisöryntäyksen sivustolle.

3.8 Yhteisö

Sivustolle kirjautuneet henkilöt muodostavat yhteisön. Perinteiseen yhteisöön ja virtuaaliyhteisöön verrattuna se on hatara, mutta yhteisö kuitenkin. Hataran siitä tekee se, että ihmiset eivät välttämättä tunne toisiaan entuudestaan (muuten kuin sattumalta

¹⁶ POP = Post Office Protocol
IMAP = Internet Message Access Protocol

¹⁷ ohjelmointikieliä

¹⁸ SSH = Secure Shell

SCP = Secure CoPy [protocol] (tiedostonsiirtoprotokolla, joka käyttää hyväkseen ssh:ta)

tietenkin), eikä heillä ole mitään muuta yhteistä mielenkiinnon aihetta kuin sivustolle kirjoitetut jutut. Lähinnä siis sivusto koostuu hyvin pienistä yhteisöistä, joilla saattaa olla yhden henkilön linkki toisiinsa. Samanlaisia sivustoja periaatteeltaan ovat Orkut.com (liite 3.), Hi5.com (liite 4.), Koulukaverit (liite 5.) ja inttikaverit (liite 6.), joissa luokka- ja inttikaverit sekä kaveripiirit muodostavat pieniä yhteisöjä, mutta nämä yhteisöt eivät ole toisiinsa yhteydessä muuten kuin yksittäisten jäsenten kautta. Sattuman tapauksessa yhteisöt ovat vielä pienempiä - yhden ihmisen sattumalta tapaamia kavereita. Myöhemmin näiden pienien yhteisöjen yhteenkuuluvuutta voidaan vahvistaa perustamalla sivustolle foorumi, jos nähdään sellainen tarpeelliseksi. Tarpeellisuus kartoitetaan esimerkiksi haastatteluilla.

WWW:n alkuaikoina verkkoyhteisöjä syntyi paljon, ja niitä myös tutkittiin paljon. Aluksi verkkoyhteisöt nähtiin suurena mullistavana asiana, mutta kun suurin kohu laantui, ilmaantui kriittisempiäkin näkökulmia, joista yksi sopii erinomaisesti kuvaamaan Sattumaan mahdollisesti syntyvää yhteisöä: ”Virtuaaliyhteisöt ovat sosiaalisia muodostelmia, joita ilmaantuu Netissä kun tarpeeksi monet ihmiset käyvät siellä tarpeeksi pitkään julkisia keskusteluja, riittävällä inhimillisellä tunteella, ja he muodostavat kyberavaruudessa henkilösuhteiden verkostoja.” (Rheingold 1993, kirjassa Järvinen & Mäyrä, 1999, 103) Tässä virkkeessä oli koko Sattuman idea. Sattuma pyrkii muodostamaan kaverien, joita muutenkin jo sitovat sosiaaliset suhteet, yhteisöjä. Inhimilliset tunteet ovat varmasti läsnä jutuissa, koska ne kertovat ystävydestä ja mielenkiintoisista sattumista ja siten varmasti aiheuttavat keskustelua Sattuman sisällä. Teoria tukisi myös vahvasti foorumin perustamista pikimmiten Sattuman yhteyteen.

3.9 Yhteisöä ei voi pakottaa syntymään

Anu Koski kysyy opinnäytetyönsä kansitekstissä: ”Voiko verkkoyhteisön pakottaa syntymään?” Hän käsitteli verkkoyhteisön syntymistä monelta kantilta ja mietti, miten yhteisö pysyy hengissä. Hän teki päätelmän, että yhteisö voi syntyä vain tarpeesta ja täysin asiakkaiden mielialan mukaan. Lisäksi hän kertoi, että yhteisö syntyy ja kehittyy vähitellen: ”Mielekkäin tapa kehittää verkkoyhteisöä edelleen on antaa sen kasvaa aiemmin mainittujen perinteisten yhteisöjen tapaan pikkuhiljaa ja luonnollisesti,

jäsenten ehdoilla. Verkkoyhteisöä ei voida vastoin jäsenten toivomuksia pakottaa mihinkään erityiseen muottiin.” (Koski, 2001)

Voimme siis vain odottaa ja katsoa, ottaako Sattuma yleisönsä tai paremminkin, ottaako yleisö Sattuman omakseen. Asiakkaat kuitenkin ovat se tekijä, joka luo sivustolle sisällön – Sattuma on vain perusta. Asiakkaat äänestävät hiirikädellään, jos sivusto ei miellytä. Tulevaisuus nähdään hyvin kaksijakoisena: joko lumipalloefektimäisenä ryntäyksenä tai hälvenemisenä ilmaan, kuten käy niin monelle muullekin aloittelevalle sivustolle. Hauskaa Sattuman tapauksessa on, että asiakkaat, jotka luovat sisällön, ovat myös jossain määrin vastuussa sivuston menestymisestä. Markku Jussila ja Antti Leino kiteyttivät tämän: ”’Content is a king, sisältö on kuningas.’ Hyvä sisältö on ehdoton edellytys sille, että verkkopalvelusta tulee toimiva, käyttäjät viihtyvät sivuilla, palaavat sinne uudestaan, kokevat saavansa jotain, mitä muualta ei löydy ja tietenkin sitä kautta verkkopalvelu maksaa itsensä takaisin. Hyvä sisältö toimii syöttinä ja koukkuna, jolla sivun osoite siirtyy käyttäjän suosikkilistalle.” (Jussila & Leino, 1999, 131)

4 Analyysit

4.1 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi on tunnettu tapa tutkia omaa tai toisten työtä objektiivisesti ja havainnollisesti. Jokaista osa-aluetta (vahvuudet ja heikkoudet sekä tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhat) varten on oma lokero, jonne merkitään ranskalaisin viivoin kaikki siihen kuuluvat ominaisuudet. Kun taulukkoon on merkitty kaikki esille tulleet ajatukset, siitä näkee heti, millä osa-alueella on kehittämisen varaa ja mikä toimii. Tämän jälkeen mietitään kukin ranskalainen viiva erikseen ja tutkitaan sen antamaa aihetta laajemmin, mistä se johtuu ja onko mitään tehtävissä (heikkouksien ja uhkien kohdalla.)

Sattuman SWOT-analyysistä tuli seuraavanlainen:

Nyt	<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - itseilmaisu - ei kilpailijoita - huonommatkin ideat ovat toimineet 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - suppea aihealue - jaksako pitää kiinnostusta yllä - tarvitsee pitkän ”käynnistysajan” - ”tunnistautuminen” vaatii paljon käyttäjiä - mainokset ainoa keksitty potentiaalinen tulonlähde - ylläpito talkoovoimin → resurssipula, ei voida kehittää kunnolla - juttujen todenperäisyydestä ei varmuutta - jutut ovat teoksia ja vaativat teoksille tarvittavan suojan
Tulevaisuus	<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - ikinä ei voi tietää mitä kansa haluaa - lumipalloeefekti - yhteisön syntyminen - aiheen mukaisia juttuja sattuu kaikille ja usein 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - löytyy kilpaileva sivusto - idea on todettu käyttökelvottomaksi - resurssit eivät riitä ylläpitämään saati kehittämään palvelua

Kuva 2. SWOT-analyysi

4.1.1 SWOT-analyysin purku

Kuten heti nähdään, heikkouksia on selkeästi eniten, ja sen vuoksi niihin pitää paneutua tarkemmin. Etenkin heikkouksien ja vahvuuksien välinen ero on niin huima, että se suorastaan vaatii tarkennuksia. Sen sijaan mahdollisuuksien ja uhkien eroa ei juuri huomaa, mutta se ei silti tarkoita sitä, ettei etenkin uhkiin pidä puuttua, jos mahdollista. Aina pitää pyrkiä täydellisyyteen.

4.1.2 Vahvuudet

Sattuman vahvuudet ovat selkeästi ihmisten tarpeessa tuoda julki omia juttujaan. Hyvin monet haluavat ilmaista itseään, ja siksi sivustot, joilla annetaan mahdollisuus kenen tahansa julkistaa tuotoksiaan nimettömänä tai omalla nimellä ovat saavuttaneet ainakin jonkinlaisen suosion. Ensimmäisenä mieleen tulevat tunnustuksien luola (liite 2.) ja aukea.net (liite 1.) Tänne kirjoittaessaan ei tarvitse osata kirjoittaa hauskaasti tai muutenkaan oikein, vaan juttusisältö itsessään on tärkein. Tunnustuksien luolassa sivustolle kirjoittaminen on tehty todella helpoksi, koska sen sloganinkin mukaan - ”tunnusta anonyymisti” - sivustolle ei tarvitse rekisteröityä. Sen kuin vain kirjoittaa sielunsa syvimmit salaisuutensa pelkäämättä, että paljastuu.

Sattumassa pyritään samaan, mutta rekisteröimisen kanssa. Rohkaistaan käyttäjiä jättämään hulluimmat ja hauskimmat juttunsa ja myöhemmin toteamaan, että jutuista pidettiin.

Sattuman kaltaista sivustoa ei ole vielä olemassa ainakaan suomeksi. Tämä oletamus perustuu pitkään verkon tutkimiseen eri hakukoneilla, eli sellaista ei ole vielä tullut vastaan, ja hyvin todennäköisesti voidaan väittää, ettei sellaista ole. Tämä on selkeä vahvuus – markkinarako, niin sanotusti.

4.1.3 Heikkoudet

Ikävä kyllä heikkouksia sivustoidealla on liikaakin eikä niistä voi tietää muuten kuin kokeilemalla, toimiiko idea. Ensinnäkin kantaako idea itseään. Maailma on pieni -aihe on suppea ja itsessään kuitenkin aika tylsä. Juttujen laatu voi tehdä paljon hyvää tai myös päinvastoin hallaa sivuston maineelle. Vaikka kirjoittajien laatua ei pystytäkään valvomaan, voidaan heidän intoa kirjoittaa vapautuneesti nostaa rohkaisevilla sanoilla. Kun asiakas näkee, ettei hänelle naureta vaan hänen jutuilleen, se varmasti saa aikaan positiivista virtaa. Tällaisen kokenut ihminen varmasti kertoo sivustosta ystävilleen. Pyydetään siis moderaattoreita ja luottohenkilöitä rohkaisemaan kirjoittajia. Ainakin

alussa on työryhmän huolehdittava rohkaisusta aina siihen saakka, että on saatu jo ulkopuolisia, luotettuja moderaattoreita, jotka jatkavat työtä.

Sivusto tarvitsee paljon tarinoita ja käyttäjiä ennen kuin se alkaa toimia itsekseen. Muutama juttu ei riitä pitämään käyttäjien mielenkiintoa yllä. Lisäksi joka käyntikerralle pitää olla paljon uusia juttuja luettavaksi. Vasta kun juttuja ja käyttäjiä on jo paljon, voi esimerkiksi tunnistautuminen alkaa kunnolla toimia. Kyllästyminen samankaltaiseen sisältöön voi tulla nopeastikin.

Edellä mainittuun ongelmaan käy pitkälti sama vastaus kuin uhkiin. Sivuston avaamisen aikoihin pitää panna alulle markkinointikampanja, jolla saataisiin sivusto sille kannalle, että juttuja ja asiakkaita riittää jokaiselle käyntikerralle. Samankaltaisen sisällön ongelmaan ei ole olemassa kunnan ratkaisua, ainoastaan kirjoittajien kirjoituskyky ratkaisee: kirjoittajia on niin monenlaisia ja jokaisella on oma tyylinsä kirjoittaa. Täytyy vain toivoa, että diversiteetti olisi jutuissa kohdallaan.

Toistaiseksi ei ole keksitty, miten sivusto voisi tuottaa muuten kuin mainostuloilla tai sattumankaupalla (jossa myytäisiin Sattumarikhkamaa), joten sivustoa tullaan pyörittämään talkoovoimin harrastuksena, mikä ei ole kovin pysyvä keino. Lisäksi tällä keinoin ei sivusto pysy hengissä jatkuvasti uudennäköisen käyttäjäkunnan hampaissa. Käyttäjät kaikkoavat muualle.

Ansaintalogiikka on varmasti suurin ongelma. Tähän ei ole olemassa oikein ratkaisuaakaan ennen kuin nähdään, saavuttaako Sattuma suosion vai ei. Jos suosio saavutetaan, voi sinne alkaa myydä mainostilaa (se on otettu huomioon jo layoutissa.) Missään tapauksessa mainokset eivät varmasti riitä kattamaan muuta kuin perusylläpidon. Kehittämiseen tarkoitettujen resurssien pitää tulla talkoina. Ajatustyö on kuitenkin käynnissä koko ajan, ja ehkä tulevaisuudessa keksitään, miten sivuston rahoitus voitaisiin saada kuntoon.

Jutut saattavat muuttua hyvin pian toisiaan muistuttavaksi. Niinpä tarinoiden ympärille pitää kehittää lisäominaisuuksia, joilla saadaan tarinoihin syvyyttä ja mielenkiintoa

lisää. Tunnistautuminen, arvostelu ja kommentointi jo ovat, mutta oheen voisi liittää monenlaista pikku puuhastelua, mm. noppageneraattoria, juttujen todennäköisyyslaskuria jne. Nämä ovat kuitenkin tulevaisuuden ongelmia. Ensiksi pitää keskittyä asiakkaiden saamiseen.

Koska kyseessä ovat asiakkaiden itse kirjoittamat jutut, joiden totuudenperää ei voida millään tarkastaa, täytyy vain luottaa siihen, että ne kertovat oikeasta elämästä. Koska voidaan olla kuitenkin suhteellisen varmoja siitä, että sivustoa käytetään myös väärin, täytyy jokaisen jutun kohdalle lisätä kohta, jossa voidaan valittaa ylläpidolle loukkaavasta tai keksitystä jutusta.

Tämä on ongelma, jolta ei voi välttyä. Toisaalta netin jokaisella sivulla on sama ongelma, ja hyvin näyttää suurin osa selviävän. On yleisesti tiedossa, että häiriköijä on, ja heille ei voi mitään. On kuitenkin todettu, että häiriköijät tai paremminkin heidän poistamisensa sivustolta nostavat yhteisöllisyyden tunnetta – kunnolliset käyttäjät ikään kuin liittoutuvat häiriköijää vastaan. Katja Konola haastatteli omaa opinnäytetyötensä varten Pingstate.nu:n ylläpitäjää Henrik Rydbergiä. Henrik vastasi Katjan kysymykseen ”Kuka/mikä mielestänne pitää yhteisön elossa?” näin: ”...Vastoinkäymiset, esimerkiksi sikaileva ulkopuolinen vieras, nostaa yhteishenkeä ja tiivistää yhteisöä – niin hassunkurista kuin se on. Tätä ei onneksi tapahdu usein.” (Konola, 2004, 19)

4.1.4 Mahdollisuudet

Yhtä lailla kuin heikkouksia on myös mahdollisuuksia. Ikinä ei voi tietää, mitä kansa päättää. Jos sivusto saa aluksi paljon käyttäjiä, se voi saada aikaan lumipalloefektin eli eksponentiaalisesti kasvavan asiakaskunnan, jonka jälkeen kasvua ei välttämättä pysäytetä ihan heti. Toisaalta tämä efekti olisi myös heikkous, koska sivuston kantokyky ei riitä suurelle käyttäjäkunnalle. Ylläpidon resurssipula tulee jossain vaiheessa pakostakin vastaan, jos asiakaskunta kasvaa liian nopeasti. Ratkaisuna tässä ongelmassa voidaan käyttää yhteisöjen yhtä ominaispiirrettä eli luottojäseniä. Tehdään luottojäsenistä moderaattoreita tai ylläpitäjiä, jolloin jaetaan vastuuta sivustosta eteenpäin yhteisölle itselleen. Yhteisö alkaa pyörittää itse itseään, ja se myös hyväksyy

helpommin yhteisön sisältä tulevaa moderointia. Edelleen (sivuston sisällä) isolla julkisuudella valitut moderaattorit ja ylläpitäjät saavat helpommin itselleen auktoriteettia ja kun yhteisö näkee, että sen joihinkin jäseniin luotetaan, se saa siitä elinvoimaa.

Tämä on myös yksi syy siihen, miksi päätettiin tehdä sivustolle WWW-pohjainen ylläpito. On huomattavasti helpompaa ja etenkin turvallisempaa antaa moderaattoreille ja ylläpitäjille tunnukset WWW-ylläpitoon kuin palvelimelle, missä kokeneempikin henkilö voi saada vahingossa paljon tuhoa aikaan.

Sivuston pienet lisäominaisuudet voivat saada ratkaisevan osan sivuston menestyksessä. Jos tunnistautuminen alkaa toimia, voivat asiakkaat joutua päivityskoukkuun eli toisin sanoen ovat miltei riippuvaisia tarkistaessaan, onko kukaan heidän juttujensa hahmoista tunnistaunut tai onko juttua kommentoitu.

Koska sivusto on ensimmäinen laatuaan, se saattaa kerätä kaikki sellaista sivustoa etsineet asiakkaiksi hyvinkin nopeasti, riippuen siitä miten sana leviää. Tätä leviämistä yritetään korostaa markkinoinnilla ja puffeilla. Teetetään käyntikortteja, joita jaetaan työryhmälle ja luotetuille. Kun joku puhuu taas kerran jostain ihmeellisestä sattumasta, on helppo lyödä hänelle käyntikortti käteen ja pyytää käymään sivustolla!

Sivustoa yritetään puffata kaikille perinteisille lehdille, etenkin nuorten ilmaisjakelulehdille kuten City, Nöjesguiden, Sue, Voima, Metro jne, sekä käytetään hyväksi kontakteja median parissa työskenteleviin kavereihin, jos he vaikka saisivat puffattua sivustoa mediatalojen sisältä päin.

Yhtenä suurimmista haasteista on saada ensikertalaiset tulemaan toistekin.

Yksi menestymistä helpottava tekijä on myös se, että aiheen mukaisia juttuja sattuu kaikille ja vielä usein. Jos nämä ihmiset ovat vielä halukkaita tarinoita julkistamaan, niin mahdollisuudet ovat rajattomat.

4.1.5 Uhat

Pahin uhka olisi tällä hetkellä se, että löytyisi jo olemassa oleva sivusto tai ehkä paremminkin vasta-aloittanut kilpaileva sivusto. On selvää, ettei kahdelle samanlaiselle sivustolle löytyisi asiakkaita tarpeeksi. Tämä uhka ei ole todellisuutta, sillä kilpaileva sivusto olisi tullut kyllä esiin sivuston tekemisen aikana. Kuitenkin kaikki työryhmäläiset ovat aktiivisesti nettiä käyttäviä eikä kukaan heistä ole edes kuullut lähimainkaan samanlaisesta sivustosta. Isompi uhka on sitten se, että kun sivusto julkaistaan, kopioijat havahtuvat ja tekevät oman versionsa ideasta. Tämän uhan vuoksi sivuston lanseeraus on tärkeää aikaa: työ pitää tehdä perusteellisesti, että sivusto saa niin selkeän etumatkan kilpailijoihin, että ne luopuvat leikistä jo ennen kuin saavat omat versionsa valmiiksi.

Toinen vähintään yhtä paha takaisku sivustolle olisi, jos alkuajan kriittisissä vaiheissa ei saataisi sivustolle tarpeeksi asiakkaita ja juttuja, jolloin ei myöskään ole toivoa yhteisön syntymisestä. Ja jos yhteisöä ei synny, niin sivusto menettää yhden tärkeimmistä valteistaan. Sivusto voi silti selviytyä, mutta ei niin hyvin kuin olisi ollut mahdollista. Yhteisö pitää siis tekohengittää käyntiin: otetaan iso joukko betatestaajia testaamaan sivustoja omilla jutuillaan ja pyydetään heitä jättämään mahdollisimman monta juttua osallisineen mukaan. Näin sivuston lanseerausvaiheessa siellä olisi jo pesämuna-asiakkaita sekä -juttuja, ja näin uusien asiakkaiden on helppo tulla sisään. Ihmisillä ja etenkin suomalaisilla on ihmeellinen käyttäytymismalli, ettei kukaan halua olla ensimmäinen. Niinpä kierretään ongelma huijaamalla uudet asiakkaat luulemaan, että sivusto on ollut pystyssä jo kauemmin. Omilla jutuilla voidaan heti alusta pitäen vaikuttaa asiakaskunnan laatuun: nuorekkailla jutuilla saadaan helpommin asiakkaiksi nuoria ja päinvastoin.

5 Päätelmät

5.1 Menestymisen mahdollisuudet ovat olemassa

Opinnäytetyössä on nyt käsitelty Internet, sen ominaisuudet ja historia. Käytiin läpi mediateko sen verran kuin oli tarpeen sekä mietittiin mm. SWOT-analyysillä sivuston mahdollisuuksia menestyä. Yhteisöllisyyteen puututtiin useammassa kohtaa samoin kuin käytettävyyteen. Kaksi viimeistä kohtaa ovat avainasemassa kun sivustolle koetetaan saada asiakkaita. Asiakkailta saadaan juttuja, ja juttujen kautta tunnistautumisia. Kun tunnistautumisia on tarpeeksi, voidaan saavuttaa kriittinen massa, ja sivusto kokee yleisövyöryn. Tähän on paljon matkaa, mutta se ei näytä mahdottomalta, joskaan ei vielä lupaavaltakaan. Monet opinnäytetyössä keksityt mahdolliset ongelmat on ratkottava, mutta toisaalta spekulointi asioista, joita ei ole vielä tapahtunut, voi olla monesti turhaa. Tietenkin ongelmiin on puututtava mielellään ennen kuin ne ilmaantuvat, mutta Sattuman tapauksessa on paljon asioita, joita ei voi edes aavistaa ennalta. Sivustolla käytetään uusia asioita, joihin asiakkaat eivät ole ennen törmänneet, mm. tunnistauminen. Oppivatko asiakkaat sen käytön luontevasti ja paremminkin, käyttävätkö he sitä ensinkään, sillä se ei ole pakollinen kenttä juttuja jätettäessä.

Vaikka SWOT-analyysikin näytti aluksi huonolta niin monine heikkouksineen, nämä pystytään kaikki kääntämään voitoksi, samoin kuin tulevaisuuden uhat. Paljon jää työryhmän harteille vastuuta siitä, saadaanko sivustosta toteutettua sellainen kuin se suunnitelmissa on ollut. Toki kaikki tekniset ja graafiset ratkaisut puitiin läpi niin, ettei niiden toteuttamisessa pitäisi olla ongelmia, mutta entä sivuston yleinen ”fiilis?” Siis se aines, jota ei pysty havaitsemaan ennen kuin sitä on. Huonompikin sivusto voi pärjätä, jos sen fiilis on hyvä. Asiakkaat eivät välttämättä edes tiedä, miksi aina vain palaavat sivustolle, vaikka eivät tee siellä mitään. Tähän ei pidä tietenkään luottaa, mutta olisi kaikkien teknillisten ja graafisten ratkaisujen kanssa mukava huomata, että sivustolla on myös oma fiiliksensä.

Vaikka kaikkia ominaisuuksia ei saatukaan nyt tehtyä, tämä ei välttämättä ole kokonaan huono asia. Taloudelliset näkökulmat huomioon ottaen voi olla viisaampaa katsoa ensiksi, miten sivusto menestyy, ennen kuin käyttää tunteja ja taas tunteja opiskelijoiden työvoimaa kaikkien hienouksien säätämiseen. Toiminnallisuus lienee kuitenkin ensimmäinen maali, mihin pyritään. Hieno visuaalinen ulkoasu ja muu sivuston toiminnan kannalta ylimääräinen on toisarvoista.

Työryhmän tehtyä voitavansa vastuu ikään kuin siirtyy asiakkaille, sillä he lopulta nostavat tai laskevat peukalonsa sivuston puolesta tai vastaan. Asiakkaat ovat sivuston sisällöntuottajat, he ovat tuomari, he ovat jossain määrin jopa ylläpito, jos he toteavat sivuston käyttökelvottomaksi. Työryhmän täytyy joka tapauksessa tuntea alamaisuutta asiakkaita kohtaan: nämä kuitenkin puhaltavat sivuston henkiin ja täten heidän vallassaan on sen hengissäpysyminen. Tietenkin työryhmä korjaa ja paikkailee aloittelevaa sivustoa vielä kauan lanseerauksen jälkeen, sillä virheitä on varmasti jäänyt mukaan koodiin.

Tavoitteena oli luoda käyttökelpoinen runko, jonne asiakkaiden on helppo koota juttujaan ja muodostaa yhteisöjä. Työ on vielä kesken opinnäytetyön kirjallista osiota palautettaessa, mutta hyvältä näyttää. Tietokanta toimii testien mukaan kuten pitääkin, lopullisia layouteja on toimitettu koostajalle, ja työryhmällä on hyvä henki. Kiire kuitenkin tulee, se on varma. Sekin on varma, ettei yksikään WWW-projekti tässä maailmassa ole ollut valmis silloin, kun se on julkaistu. Eikä tule olemaankaan – koskaan. WWW-maailmassa eivät päde samat säännöt kuin reaali-maailmassa. WWW-sivut eivät ole koskaan valmiita. Se opittiin hyvin nopeasti ensimmäisen sukupolven WWW-sivuista, joissa joka toisessa oli ruudun levyinen gif-animaatio kertomassa, että sivusto on kesken. Ja hyvä näin: jos myöntäisimme itsellemme, että asiat ovat nyt valmiita, emme tekisi niille enää mitään. Ja milloin staattisuus on voittanut dynaamisuuden?

Ollaan onnellisia, että asiat ovat kesken, niin kuin elämä.

Lähteet

Painetut lähteet

1. Nielsen, Jacob 2000
WWW-suunnittelu (alkup. Designing Web Usability)
Oy Edita Ab (alkup. New Riders Publishing)
ISBN 951-826-203-9
2. Sanoma Magazines Finland oy 2003
Mikrobitti 9/2003
Sanoma Magazines Finland Oy
ISSN 0781-2078
3. Järvinen, Aki & Mäyrä, Ilkka (toim.)1999
Johdatus digitaaliseen kulttuuriin
Vastapaino, Tampere
ISBN 951-768-059-7
4. Nielsen, Jacob & Tahir, Marie 2002.
Kotisivun suunnittelu, miten teet vetävimmät web-sivut (alkup. Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed)
Edita Publishing Oy (alkup. New Riders Publishing)
ISBN 951-826-610-7
5. Malmsten, Ernst; Portanger, Erik ja Drazin, Charles 2001
Boo hoo
Random House Business Books, London
ISBN 0-7126-7239-7
6. Jussila Marko; Leino, Antti & Inforviestintä oy 1999
Net. Verkkoviestinnän käsikirja

Painamattomat lähteet

7. Koski, Anu 2001. *Elämän edellytykset verkkoyhteisössä*. Tampereen ammattikorkeakoulu. Viestinnän osaston tutkintotyö.
8. Konola, Katja 2004. *Osa 1. Verkkoyhteisön suunnittelu & osa 2. Konseptisuunnitelma*. Tampereen ammattikorkeakoulu. Viestinnän osaston tutkintotyö.

Verkkolähteet

1. <http://www.internetopas.com/historia/>
2. http://www.teleware.fi/corpsec2004/5A_Internet_luhistuu.pdf
3. http://www.tietokone.fi/uutta/uutinen.asp?news_id=22030
4. <http://www.anonymizer.com>
5. <http://www.students.tut.fi/~warp/grrr/microsoft.html>
6. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Roskaposti>
7. <http://www.city.fi/peilikuva>

Liitteet

Liite 1: Aukea.net (<http://aukea.net>)

Aukea.net on paikka, missä jokainen on taiteilija, kirjailija, valokuvaaja tai runoilija. Kuka tahansa saa luoda Aukeaan oman galleriansa, jossa voi julkaista omia kirjoituksiaan tai kuviaan. Näitä teoksia muut voivat lukea ja kommentoida. Aukea on hyvin suosittu.

Etusivu - Info - Palaute - Haku - Arkisto - Keskustelu Valokuvaus / Muu kuvataide / Kirjallisuus

aukea.net Kirjautu sisään

Valokuvaus

- Kylmäkö?
- Naked truth
- Aamuja kodin ja töiden väliltä
- Jäällä
- Epätavallinen Auringonlaskuni
- Parturi-Kampaamo
- Pakoon pimeää
- Koskikera
- ihmisiä
- Yksin on miehen juostava.
- Kevätalven auringonlasku

Siirry ●

Muu kuvataide

- Sinua tarkkailaant!
- Kilpi
- Initiaatio
- J-P Sartre (3 vaihetta)
- (nimetön)
- Meren juuret
- Sängyllä istuva tyttö
- "Miraculous peace"
- kuoriutuminen
- Puutarhassa
- Kansikuva koulun vuosikertomukseen n

Siirry ●

Kirjallisuus

- Entropianpelko
- Kioko - happychild
- Viikonpäivät
- Tahtomatta
- Mustamüstemppi
- Otteita arkielämästä
- Sanoja joita ei sanottu, viestejä joita ei lähetetty ja kirjoja joita ei lähetetty.
- Jeppokeepo.
- Yhden illan juttuja
- Juuri nyt on kevät
- Luiferin uhma

Siirry ●

Luovan harrastamisen keskus

Aukea.net on vapaa luomigalleria luoville ihmisille ja harrastajille, jotka haluavat tuoda töitensä esille saadakseen palautetta, uusia ideoita ja kokemuksia. Työt jaetaan omiin alueisiinsa, joista voit helposti löytää oman mielenkiitosi kohteet. Vasemmasta palkista näet eri alueet ja niiden uusimmat teokset. Lue lisää [info-osioistamme](#).

Digitaalisten sisältöjen tuottaminen on nykyään melkein pä luvattoman helppoa. Siispä korostamme, että teosten julkaisu on sallittu alan harrastajille, ei täysin vasta-alkajille. Lue lisää [ohjeistamme](#).

Julkaisuja ja kommentointia varten tarvitset oman tunnuksen, joten vaikka vain selaillet loputonta luovuuden satoa, suosittellemme rekisteröitymistä. Tervetuloa tutustumaan ja löytämään oma inspiraatiiosi!

Anonyymäänestys loppui [30.3.2005]
Moni käyttäjä on harmistunut töillensä kertyvistä anonyymikköistä, joita nimettömät sabotoijat ovat pommittaneet jopa sadoittain. Enää ei tarvitse: tästä päivästä lähtien ääniä saa antaa vain kirjautuneena.

Ylläpito kehottaa kaikkia käyttäjiä käyttämään äänioikeuttaan ahkerasti ja toivoo muutenkin iloisempia aikoja arvostelun suhteen.

Aukea 4 vuotta! [2.10.2004]
Vaikeahan sitä on ymmärtää, mutta neljä vuotta täällä ollaan jo oltu. Syntäreitä juhliitaan ilman täytekkäviä erikoisteoksella. :)

Keskusteluissa nyt

- Onko "ykkösen" antajat saaneet eston? 20 vastausta, uusin tänään
- ykkösten vallassa? 2 vastausta, uusin 1.4.2005
- Vuoden luontokuva 2005 40 vastausta, uusin 1.4.2005
- kaikkien valokuvien keskiarvo? kirjoitettu 31.3.2005
- Onko töitäne esillä muissa gallerioissa? 19 vastausta, uusin 28.3.2005
- Hyvää Naistenpäivää! 9 vastausta, uusin 25.3.2005

Lue lisää ●

Pikahaku

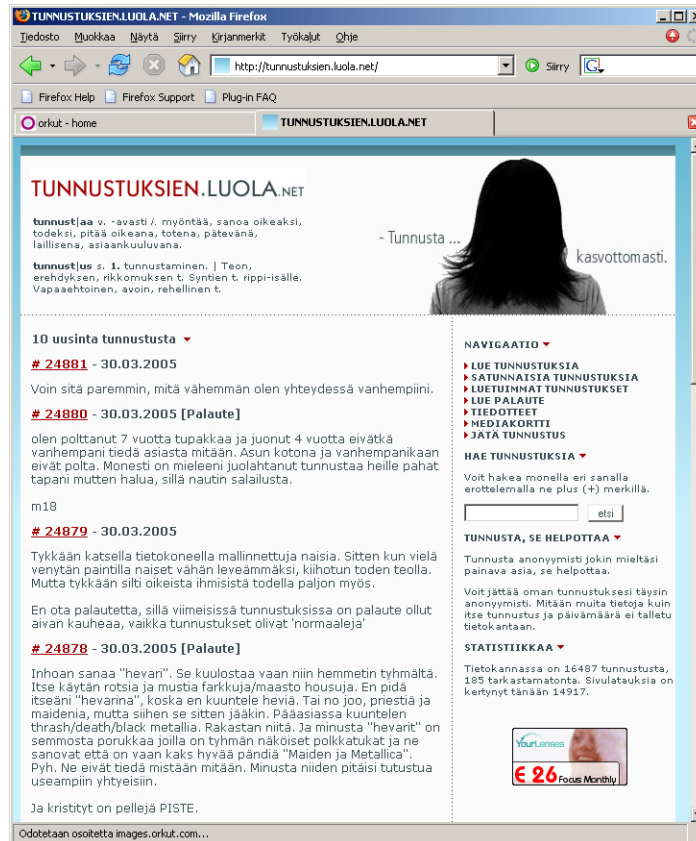
Tarkempi haku ●

Kaikki teokset © tekijänsä - luvaton käyttö kielletty
Sivusto © Optinet Oy 2000-2003

Kuva 3. Kuvakaappaus aukea.net -sivustosta

Liite 2: Tunnustuksien luola (http://tunnustuksien.luola.net)

”Tunnusta kasvottomasti” sanoo Tunnustuksien luolan etusivulla oleva takaapäin kuvattu nainen. Tunnustuksien luola on nerokkaan yksinkertainen konsepti: kuka tahansa voi tunnustaa anonyymisti mitä tahansa vaikka murhista tyttöystävän pettämiseen. Ja ihmiset tunnustavat! He tunnustavat kaiken. Vaikka varmasti sivuilla on paljon keksittyjä tunnustuksia, silti totuus on tarua ihmeellisempää. Tunnustuksien luola on helposti koukuttava sivusto, josta myös KRP kiinnostui yhdessä vaiheessa tai oikeastaan se kiinnostui joistain tunnustuksista.



Kuva 4. Kuvakaappaus Tunnustuksien luola -sivustosta

Liite 3: Orkut.com (http://www.orkut.com)

Orkut.com on Googlen avittama verkostoitumispalvelu, johon pääsee mukaan vain kutsusta. Sivuston tarkoituksena on verkostoitua ensiksi ystäväiesi, tuttaviesi ja työkavereittesi kanssa ja heidän kauttaan edelleen eteenpäin. Näin voit löytää vaikka tarvitsemasi ammattilaisen suoraan luotetun lähipiirin ystäivistä. Sivustoa tukee myös teoria, että maailman kaikki ihmiset olisivat vain kuuden ihmisen päässä toisistaan.



Kuva 5. Kuvakaappaus orkut.com -sivustosta

Liite 4: Hi5 (http://www.hi5.com)

Hi5 on kuin Orkut.com, mutta sekä ulkoasultaan että toiminnaltaan selkeästi enemmän ystävien verkostoitumispalveluksi tarkoitettu. Paljon animaatiota ja vilkkuvia gif-kuvia ja värikästä materiaalia puskee joka välissä silmille. Ei kovin ammattimaisen oloinen, toisin kuin Orkut.com.



Kuva 6. Kuvakaappaus aukea.net –sivustosta


Liite 5: Koulukaverit.com (http://www.koulukaverit.com)

Koulukaverit oli menestys heti. Sivuston ideana on toimia vanhojen koulukavereiden yhdistävänä tekijänä. Sinne voi rekisteröityä tietyn koulun tiettyyn luokkaan eli siis käytännöllisesti siihen, missä tuli koulun penkkiä kulutettua.

etisa.net | Uutiset | Haku | TV&Radio | Mobili | Habbo | Älypää | Inttikaverit | Vaahtokylpy | Taajuus | Koirat | Videot

Koulukaverit

Tervetuloa Koulukaverit-sivustolle!
Tämä sivusto on tehty sinua varten joka haluaa verestää koulu- tai opiskeluaikansa muistoja, ottaa yhteyttä tai jopa tavata vanhoja koulukavereita. Sivuston käyttöohjeet löydät APUA-osioista.
Toivottavasti viihdyt sivustollamme.
Ystävällisin Terveisin,
Koulukaverit Team



Klikkaa kuvaa jos haluat nähdä sen isona

Uutiset
Koulun aloitusvuosi lisätty
Yksi yleisimmistä kehitysehdotuspöytäkirjoista on pitkään ollut koulun tai opiskelupaikan aloitusvuoden merkitysmahdollisuus pääkäsivuosien lisäksi. Pitkään sen kanssa painimme ja nyt se on valmis! Varsinkin peruskoulun jälkeisissä kouluissa ...
[Lue lisää >](#)


Aikaisemmat uutiset:
> 23.12. Rauhallista Joulua ja hyvää uutta vuotta
> 14.10. Koulukaverit-cd julkaistui!
> 14.10. Syysarvontaili
> 20.09. 600 000 rekisteröityneen raja ylitetty!
> 02.07. Kultajäsenyys
> 10.06. Kuukauden tarina
[Uutisarkisto >](#)

Etsi koulu
Anna koulun nimi tai osa koulun nimestä
Koulun nimi:

Rekisteröityneet käyttäjät
Email-osoitteesi:
Salasanasi:

Koulukaverit-keskustelut
Re: julkikkset...
Mun luokalla oli kesäkouluissa ainakin kolmannella Riik Sorsa, joka oli tosi symppis luokkatoveri. Sitten koulussamme oli myös Babbinin osarokista, kuten Musika ja Ylä, mutta eri luokalla kuin minä, sekä Aarre Elon veljen polka Pena. ... [Lue lisää >](#)

Uusimmat keskustelut:
> 04.04. Re: Koulukiusaaminen
> 02.04. Re: Koulukiusaaminen
> 02.04. Re: Koulukiusaaminen
[Keskusteluhakemistoon >](#)

Käyttäjien kuvat
Tuorein oppilaskorttiin laitettu kuva

Mina ja Annika 1,5v
[Lisää kuviasi >](#)

Kuva 7. Kuvakaappaus koulukaverit.com –sivustosta

Liite 6: Inttikaverit.com (http://www.inttikaverit.com)

Inttikaverit on sama kuin koulukaverit, mutta siis aiheena on puolustusvoimat.

Kaljuttaako?
Hiustenlähtöön on lääke. Kysy lääkäriltäsi.

etisa.net Uutiset Haku TV&Radio Mobiili Habbo Alypää Koulukaverit Vaahhtokylpy Taajuus Koirat Videot

INTTI KAVERIT

Tervetuloa Inttikaverit-sivustolle!
Inttikaverit-sivusto on tehty sinulle, joka haluat löytää kadonneet armeijan aikaiset kaverit. Inttikaverit on etsimään POSTITUT :)
[Ohjeet täällä.](#)
Toivottavasti viihdyt sivustollamme.

Ystävällisin Terveisin,
Inttikaverit Team
P.S. [kerro kaverillesi!](#)

Viimeisimmät uutiset
30.04.2004 [Hyvää Vappua!](#)
24.02.2004 [100 000 inttikaverin raja rikokoulu!](#)
21.01.2004 [Koulukaverissa jo yli 500 000 rekisteröitynyttä!](#)
23.07.2003 [Linkki omiin yksiköihin](#)
18.07.2003 [50 000 inttikaveria](#)
[Lisää uutisia...](#)

Etsi paikka
Anna paikan nimi tai osa siitä
Paikan nimi:

Rekisteröityneet käyttäjät
Email osoitteesi:
Salasanasi:

Klikkaa kuvaa jos haluat nähdä sen isona
Aiankohtaista
Jos sinulla on tunnus Koulukaverit.com-palveluun, aktivoit sen käyttöön kätevästi myös täällä Inttikaverit.com-palvelussa [tästä](#).

BBC WORLD

© Elisa Oyj - Käyttöehdot - Anna palautetta - Mediatiedot - Netiketti - Tekninen tuki

Kuva 8. Kuvakaappaus inttikaverit.com –sivustosta