

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Viestintä / verkkomedia suuntautumisvaihtoehto

Mirkka Kangasluoma

KÄYTTÄJÄLÄHTÖINEN SUUNNITTELU – BURMAKISSAN YSTÄVÄT RY

Opinnäytetyö 2010

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Viestintä

KANGASLUOMA, MIRKKA	Käyttäjälähtöinen suunnittelu – Burmakissan Ystävät ry
Opinnäytetyö	35 sivua + 5 liitesivua
Työn ohjaaja	lehtori Suvi Kitunen
Toimeksiantaja	Burmakissan Ystävät ry
Maaliskuu 2010	
Avainsanat	Käyttäjälähtöisyys, käytettävyys

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tutustua käyttäjälähtöiseen suunnitteluun. Tavoitteena on selvittää, miten käyttäjälähtöiset sivut rakennetaan ja mitä niiden tekemiseen vaaditaan. Tärkeää on myös ymmärtää miten hyötyä käyttäjälähtöisestä suunnittelutavasta. Käyttäjälähtöisen suunnittelun avulla sivuista saadaan toimivimmat ja ne kiinnostavat käyttäjiä enemmän.

Tavoitteena on suunnitella internetsivut Burmakissan Ystävät ry:lle käyttäen hyväksi käyttäjälähtöistä suunnittelua. Burmakissan ystävät ry on pieni yhdistys, joka toimii burmakissojen tunnetuksi tekemisen hyväksi sekä auttaakseen burmien kasvattajia ja näyttelyissä kävijöitä. Alkuperäiset sivut eivät toimineet käyttäjien kannalta. Sekä webmasterilla, että asiakkailla oli vaikeuksia sivujen käyttämisen kanssa. Toiveena oli että kuka tahansa voisi päivittää sivuja. Sivut olivat vanhat ja ne piti tehdä kokonaan uusiksi. Näkökulmana tutkimukselle on kuinka Burmakissan Ystävät ry:lle voisi tehdä mahdollisimman käyttäjäystävälliset sivut. Tässä on keskitytty kahteen päänäkökulmaan: käytettävyyteen ja käyttäjäkokemukseen, jotka yhdessä ovat tärkeitä osia käyttäjälähtöisessä suunnittelussa. Tutkimuksessa tärkeänä tavoitteena oli myös tutustua sivujen käyttäjiin ennen suunnitteluprosessin aloittamista.

Ensimmäisenä vaiheena tutkimuksessa oli käyttäjiin tutustuminen. Opinnäytetyötä varten kerättiin informaatiota sekä Burmakissan ystävien jäsenistöstä, että muista mahdollisista sivuston käyttäjistä. Tämän jälkeen käyttäjistä tehtiin asiakasanalyysi käyttäen käyttäjäpersoonatekniikkaa. Lisäksi piti selvittää mitä käyttäjät sivulta tahottavat ja miten he sitä käyttävät. Tätä varten tehtiin toimintatarinat ja käyttötarinat. Näistä voitiin päätellä mahdollisimman hyvin millainen on sivujen peruskäyttäjä.

Tutkimus on osoittanut kuinka tärkeää on sisällyttää loppukäyttäjä sivujen suunnitteluprosessiin. Näin sivuista tulee käyttäjälle mieleiset ja hänen on helppo löytää etsimänsä informaatio sivuilta. Tämän tulisi olla tärkeä näkökulma kaikille internetsivujen suunnittelijoille.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Design and Media

KANGASLUOMA, MIRKKA

User-centered Design – Burmakissan Ystävät ry

Bachelor's Thesis

35 pages + 5 pages of appendices

Supervisor

Suvi Kitunen, senior lecturer

Commissioned by

Burmakissan Ystävät ry

March 2010

Keywords

user-centered design, usability

This design study aims to analyse user-centered design and benefit from it in designing websites. Webdesigners should give more thought to user-centered design to make websites more useful and to increase the users' interest towards websites.

The main challenge is to design a website for Burmakissan ystävät ry. Burmakissan ystävät is a small association that mainly works to make Burmese cats known to the general public, to promote Burmese cats in cat shows, and to help the breeders. The old website of the association does not work for the users, the audience or the updaters of the site. The site is quite old and needs to be completely redesigned. The research question of this study is how to use user-centered design on the website of Burmakissan ystävät ry. There are two main focuses: usability and user experience. In both of these, it is very important first to know the user, and after that design the site for the user.

First, the users the site were focused on. A survey provided information of the members of Burmakissan ystävät as well as of other potential users of the site. Then, a customer analysis and task analysis were carried out to produce an as user-centered website as possible.

As a conclusion, the research has shown how important it is to include the end user in the design process. This way the user will prefer to use this site, and will find the important information he or she is looking for. This should be an important point for every webdesigner.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1 JOHDANTO	6
2 BURMAKISSAN YSTÄVÄT RY	7
2.1. Yhdistys	7
2.2. Yhdistyksen vanhat sivut	8
3 KÄYTTÄJÄLÄHTÖINEN SUUNNITTELU	9
3.1 Käyttäjälähtöisyys	9
3.2 Käytettävyys	10
3.3 Käyttäjäkokemus	13
3.4 Käyttäjälähtöisyys web-sivujen ulkoasussa	14
3.5 Suunnittelun haasteet käyttäjälähtöisyydessä	17
4 KÄYTTÄJÄLÄHTÖISYYS MUIDEN YHDISTYSTEN SIVUILLA	20
4.1. Siperiankissan ystävät ry	20
4.2. Suomen Devonrengas ry	22
4.3. Burmaklubben	24
5 BURMAKISSAN YSTÄVÄT RY:N SIVUJEN SUUNNITTELU	25
5.1 Aikataulu	25
5.2 Asiakasanalyysi	25
5.3 Tehtäväanalyysi	27
5.4 Tavoitteiden asettaminen	39
5.5 Suunnittelu	30
5.6 Ratkaisut ja perustelut	31
5.7 Palaute	33

6 LOPPUPÄÄTELMÄT 33

LÄHTEET 34

LIITTEET

Liite 1. Moodboard

Liite 2. Wireframe

Liite 3. Layout 1 suunnitelma

Liite 4. Layout 2 suunnitelma

Liite 5. Lopullinen Layout etusivu

1 JOHDANTO

Burmakissan ystävät ry (BKY) on parinsadan jäsenen burmakissoista kiinnostunut yhteisö, joka on perustettu vuonna 1988. Yhdistyksen tavoitteena on jakaa tietoa burmista sekä olla apuna niiden kasvattajille ja näyttelyistä kiinnostuneille. Yhdistys auttaa burmakissasta kiinnostuneita ihmisiä tarjoamalla tietoa ja pentuvälitystä. Nykyään tärkeäksi osaksi yhdistystä ovat muodostuneet sen websivut.

Burmakissan ystävät ry:n internetsivuilla on etsitty tekijää jo monta vuotta. Välillä työille ovat tekijät jo olleet valmiina, mutta mitään ei kuitenkaan heidän muiden kiireidensä takia olla saatu aikaan. Olen yhdistyksen jäsen ja olen ollut tietoinen ongelmasta pidemmän aikaa, mutta olin siinä uskossa että projektilla on tekijänsä. BKY:n syyskokouksessa tuli ilmi, ettei sivuprojekti ole edistynyt alkuunkaan ja se, että etsin aiheita opinnäytetyölleni. Yhdistyksen jäsenet olivat heti sitä mieltä, että projekti tulisi siirtää minulle. Näin aloin suunnitella sivustoa.

Yhdistyksen jäsenten mielestä pahin ongelma sivuilla on niiden erittäin vaikea päivitettävyyden. Sivut ovat jo vanhat ja web-sivujen rakentamisen tekniikka on muuttunut tänä aikana paljon. Myös ulkoasuun kaivattiin uudistusta ja selkeämpää rakennetta.

Kirjalliseen työhön tuli aiheeksi käyttäjälähtöinen suunnittelu, koska aloin suunnitella sivuja siltä kantilta, kuka niitä käyttää ja mihin tarkoitukseen. Ensimmäisessä tekevässäni mindmapissa käyttäjälähtöisyys tuli keskeiseksi suunnittelukeinoksi ja lähdin siitä kehittämään. En halunnut keskittyä pelkkään käytettävyyteen, sillä laajempi käyttäjälähtöisyys on kiinnostavampi ja tärkeä aihe, johon jokaisen suunnittelijan kannattaisi tutustua tarkemmin. Työ on rajattu käyttäjälähtöiseen suunnitteluun tutustumiseen, johon tärkeänä osana kuuluu toki käytettävyydenkin. Lisäksi olen tutkinut näihin läheisesti liittyvää käyttäjäkokemusta.

Tavoitteena on luoda mahdollisimman hyvin toimivat sivut BKY:lle sekä samalla tutustua käyttäjälähtöiseen suunnitteluun teoriassa. Käyttäjään tutustuminen on oleellinen osa käyttäjälähtöistä suunnittelua. Sivut suunnitellaan käyttäjille, joita ovat yhdis-

tyksen jäsenet, hallitus sekä burmakissoista kiinnostuneet ihmiset. Tavoitteena on tutustua näihin ihmisryhmiin, jotta sivu palvelisi heitä mahdollisimman hyvin.

Myös sivujen päivittämisen tulisi olla mahdollisimman sujuvaa. Tätä varten sivut rakennetaan Joomlailla, joka oli päätetty jo ennen astumistani tähän projektiin. Päätöksen ovat tehneet Burmakissan ystävät ry:n hallitus ja web-vastaava. Tärkeimpinä osina tutustumisessa käyttäjiin ovat asiakasanalyysin tekeminen sekä asiakkaiden toiminnan tutkiminen toiminta- ja käyttötarinoita hyväksi käyttäen.

2 BURMAKISSAN YSTÄVÄT RY.

2.1 Yhdistys

Asiakkaana on Burmakissan Ystävät Ry. (BKY). Olen saanut tilauksen suunnitella käytettävät ja helposti päivitettävät sivut, jotka kuvastaisivat burman luonnetta ja ulkonäköä.

BKY on pieni yhdistys, joka panostaa burmien hyvinvointiin, kasvatukseen, näyttelyihin sekä tiedon jakamiseen burmakissoista. BKY:n mukaan yhdistys on tarkoitettu kaikille burmakissoista kiinnostuneille yhteiseksi yhdistykseksi, jonka kautta voimme jakaa ja saada tietoa tästä upeasta rodusta. Burmakissan Ystävät haluaa myös kaikin tavoin edistää burman kasvatusta ja tunnetuksi tekemistä. (Burmakissan ystävät ry 20.2.2010)

Yhdistys on perustettu vuonna 1988, ja se on kasvanut tasaisesti kolmen ihmisen yhdistyksestä muutaman sadan jäsenen yhdistykseksi. Yhdistyksen päätavoitteena on edistää burmien kasvatusta. Tätä varten on vuonna 1994 perustettu jalostustoimikunta, joka kerää tietoa burman perimästä ja edistää burmakissojen kasvatuksessa päämääränä olevia terveyttä, standardinmukaista ulkonäköä sekä hyvän luonteen tärkeyttä. Lisäksi yhdistyksen tarkoituksena on edistää burmien tunnetuksi tekemistä. Yhdistys toimii rodusta kiinnostuneiden yhdyssiteenä. Yhdistys noudattaa Suomen Kissaliitto ry:n ja sen kautta myös Federation Internationale Feline de Europe (FIFé):n sääntöjä ja rotumääräyksiä.

Yhdistyksen asioita hoitaa hallitus, johon kuuluu syyskokouksessa valitut puheenjohtaja, varapuheenjohtaja, sihteeri, rahastonhoitaja sekä vähintään 2 ja enintään 4 muuta varsinaista jäsentä sekä kaksi varajäsentä. Yhdistyksen yksi tärkeistä toiminnoista on ylläpitää pentulistaa, kasvattajalistaa sekä listaa siitosuroksista. Nämä ovat yhdistyksen jäsenille tärkeitä toimintoja ja nykyään niiden näkyminen internetsivuilla on hyvin tärkeää. Näistä toiminnoista huolehtimaan yhdistyksellä on valittuna pentuvälittäjä. Lisäksi yhdistys julkaisee kolme kertaa vuodessa ilmestyvää lehteä, nimeltään Burmaposti. Ensimmäinen Burmaposti ilmestyi vuonna 1990. Lehteä odotetaan säännöllisesti kolme kertaa vuodessa. Lehti tarjoaa tietoa burmista, näyttelytuloksia ja kasvatustinformaatiota.

Viime vuosina toiminta on siirtynyt yhä enemmän internetiin, josta löytyvät tiedot yhdistyksestä ja sen ylläpitämistä toiminnoista. Internetsivut ovat tärkeä väline, niin kasvattajille kuin tavalliselle rivijäsenellekin. Myös yhdistyksen ulkopuoliset ihmiset on tarkoitus ottaa huomioon internetsivuilla. Sieltä löytyy paljon tietoa burmista sekä pentulistat ja siitosurolistat.

Yhdistys myös ylläpitää niin sanottua burmapöytää, joka on yhdistystä mainostava sekä kissatuotteita myyvä rotuyhdistyspöytä. Pöytä on esillä kissanäyttelyissä ja tapahtumissa. Yhdistyksen jäsenet ylläpitävät pöytää yhdessä ja myyntituotteet pöytään saadaan jäseniltä. Yhdistyksen pöytään saadaan tuotteita ns. hiiritalkoissa, joissa yhdistyksen jäsenet kokoontuvat askartelemaan kissoille leluja ja tarvikkeita.

2.2 Yhdistyksen vanhat sivut

Pääsyy uusien sivujen tekemiseen on nykyisten sivujen päivitettävyyden vaikeus. Sivut ovat jo aikansa eläneet ja päivityksen tarvitaan koodia hyvin osaava henkilö. Koska tätä tehdään harrastuksena muun työn ohella, on sivujen päivitys muodostunut ongelmaksi. Nykyinen päivittäjä on perehtynyt sivuihin hyvin, mutta hänellä ei ole aikaa päivittää sivuja riittävän usein. Tärkeitä päivityskohteita ovat varsinkin pentulistat sekä siitosurolistat, joiden ajantasaisuus on yhdistykselle ja sen jäsenille hyvin tärkeää.

Toisena ongelmana yhdistyksen toimihenkilöt ovat maininneet huonon valikkorakenteen. Rakenne on epäselvä ja epälooginen. Linkkejä on kolmessa eri kategoriassa ja etsittyjen asioiden löytäminen voi olla vaikeaa. Myös tehdyt päivitykset löytyvät mutkan takaa ja yhdistys toivoisi, että ne voitaisiin sijoittaa helposti löydettäväksi.

Ulkoasu on yksinkertainen ja vanhahtava. Sen hyvä puoli on yksinkertaisuus, mutta kaipaa päivitystä. Huonoin puoli sivuilla on burmien värigalleria, joka uusitaan kokonaan.

3 KÄYTTÄJÄLÄHTÖINEN SUUNNITTELU

3.1 Käyttäjälähtöisyys

Alun perin kaikenlaista suunnittelua ohjasi insinööri, joka päätti kuinka sivut toteutetaan käytettävien tekniikoiden puitteissa. Käyttäjän tarpeiden ajattelu oli harvinaista. 1960-luvulla tiedostettiin ensimmäisiä kertoja käytettävyyttä tietoteknisten sovellusten suunnittelussa. Nykyään tuotteita suunnitellaan enemmän käyttäjälähtöiseksi. Käyttäjän toimintaa on alettu tutkia ja mallintaa. Näin saadaan tulokseksi käyttäjäystävällisempiä tuotteita. (Kuutti 2003, 140 - 141).

Käyttäjälähtöistä suunnittelua voidaan toteuttaa melkein minkä tahansa asian, esimerkiksi esineiden ja tietokoneohjelmien suunnittelussa. Sama pätee myös internetsivuihin.

Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa käyttäjän tarpeet ja toiveet vaikuttavat suunnitteluun. Tuote on eri toimijoiden näkökulmasta erilainen. Siksi esimerkiksi suunnittelija ja tuotteen loppukäyttäjä näkevät sen eri tavoin (Aalto University, Media Lab Helsinki 2004). Usein suunnittelijat unohtavat käyttäjän ja suunnittelevat tuotteita, jotka eivät huomioi käyttäjän tarpeita. Käyttäjä tulisi sisällyttää suunnitteluprosessiin. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa käyttäjästä voidaan kerätä tietoa monin tavoin, esimerkiksi haastattelemalla tai seuraamalla, miten he käyttävät tuotetta tai samankaltaista tuotetta. Silloin käytössä on riittävästi systemaattista ja analysoitua tietoa käyttäjän kokemuksista. Tällöin lähtökohtana on käyttäjälle mahdollisimman sopiva tuote, eikä esi-

merkiksi standardeihin ja keskiarvoihin perustuva tuote. Pääpaino on siinä, että ymmärretään käyttäjän tarpeet sekä ominaisuudet. Tällöin tuote vastaa parhaiten käyttäjän käyttötarpeisiin. (Aalto University, Media Lab Helsinki 2004).

Käyttäjälähtöinen suunnittelu siis tarkoittaa vuorovaikutteista tapaa suunnitella esimerkiksi verkkopalveluja. Tavoitteena on ideaalinen käyttökokemus (Valtiovarainministeriö 2008). Käyttökokemus on subjektiivinen, mutta tutkimalla eri käyttäjiä voidaan pyrkiä mahdollisimman monille sopivaan palveluun. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa ideoille haetaan vahvistusta käyttäjiltä. Työn tulokset testataan käyttäjillä sitä mukaan, kun ne valmistuvat. Työstä saadaan palautetta, jota voidaan käyttää työn jatkokehittämisessä, näin saadaan vahvistusta tehdyille päätöksille tai uusia ideoita, joilla parantaa työtä ja korjata puutteita. (Valtiovarainministeriö 2008.)

Koska lähtökohtana on käyttäjä, tärkeä osa suunnittelua on ensin määrittellä käyttäjät tai käyttäjäryhmät. Nämä kohderyhmät määrittelevät, miten tehtävä palvelu tai tuote suunnitellaan. Kun tiedetään ketkä ovat käyttäjiä, aletaan tutkia, missä tilanteissa ja miten he käyttävät tuotetta. Tietenkin on tärkeää myös tietää, miksi käyttäjä tuotetta tai palvelua käyttää ja mihin hän sillä pyrkii. Kun tarpeet ja käyttötilanteet otetaan huomioon, tuotteesta saadaan mahdollisimman hyödyllinen ja käytettävä (Valtiovarainministeriö 2008). On myös selvitettävä, mikä on käyttäjälle hyödyllistä informaatiota ja miten se parhaiten esitetään niin, että se auttaa käyttäjän kognitiivista prosessia lukutilanteessa (Katz-Haas 1998, 2-3).

Myös käytettävyys ja käyttäjäkokemus ovat tärkeitä osioita käyttäjälähtöisen palvelun tai tuotteen suunnittelussa. Näistä tuonnempana lisää. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa käytetään hyväksi useita eri tieteenaloja, esimerkiksi kognitiivista psykologiaa, sekä ihmisen ja koneen vuorovaikutuksen tutkimista. Tällä hetkellä käytetyimpiä käyttäjälähtöisen suunnittelun malleja on ns. Contextual Design, jonka kehittivät 1990-luvun alussa Hugh Beyer ja Jaren Holtzblatt (Kuutti 2003, 142).

3.2 Käytettävyys

Käytettävyys on tärkeä osa käyttäjälähtöistä suunnittelua. Käyttäjät eivät halua palvelua tai tuotetta, jota eivät voi tai eivät osaa käyttää. Siksi on myös tärkeä osa-alue selvittää, miten palvelu tai tuote on mahdollisimman käytettävä.

Kuutti (2003,13) määrittelee käytettävyyden seuraavasti: ”Käytettävyys tuotteen ominaisuutena kuvaa, kuinka sujuvasti tuotteen toimintoja käyttäjä käyttää päästäkseen haluamaansa päämäärään.” Kyse on yleensä ihmisen ja koneen vuorovaikutuksesta. Käytettävyys tosin voidaan ajatella koskevan mitä tahansa tuotetta, esimerkiksi ovea. Ovi on käytettävä, jos ihminen tietää mistä ja miten se avataan. Käytettävyys on tärkeää, jotta ihminen pystyisi käyttämään tuotteita ja *haluaisi* käyttää niitä. Tärkeää on myös, että tuotteen käyttö olisi tehokasta ja ihminen pääsisi sitä käyttämällä päämääräänsä.

Jacob Nielsen on kehittänyt käytettävyydestä paljon käytetyn mallin. Hänen mukaansa käytettävyys koostuu eri osa-alueista, joita kaikkia tarvitaan, jotta käyttöliittymä olisi toimiva. Nämä viisi tekijää ovat: opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheettömyys ja miellyttävyys. (Parkkinen 2002, 28; Nielsen 1993, 26.) Käytettävyydestä on olemassa myös ISO -standardi.

Opittavuus tarkoittaa sitä, miten helppo käyttäjän on käyttää uutta palvelua. Se on hyvin tärkeä käytettävyyden osa-alue. Palvelun on oltava nopeasti opittavissa, jotta sitä päästään käyttämään nopeasti. Yleensä palvelu ei kuitenkaan ole vielä täysin opittu, kun sitä aletaan käyttää, vaan oppiminen tapahtuu osittain samanaikaisesti. Opittavuutta on helppo mitata valitsemalla koehenkilöitä, jotka eivät ole ennen käyttäneet palvelua ja sitten katsoa kuinka kauan oppimiseen menee. (Nielsen 1993, 27 - 29)

Tehokkuus tulee kuvaan, kun palvelua on opittu käyttämään tarpeeksi hyvin. Se kuvaa sitä, miten nopeasti osaava käyttäjä pystyy tekemään tiettyjä tehtäviä. Tätä varten palvelussa voi olla esimerkiksi oikopolkuja tai pikanäppäimiä. (Parkkinen 2002, 28 - 29.)

Muistettavuus tarkoittaa sitä, miten hyvin palveluun pääsee uudestaan sisälle käytössä olleen tauon jälkeen. Hyvin muistettava tuote on helppo käyttää myöhemminkin, eikä sitä tarvitse opetella käyttämään uudestaan. (Nielsen 1993, 31.)

Virheettömyys ja mahdollisten virheiden pitäminen pienenä ovat yksi osa käytettävyttä. Virheitä ei saisi päästää syntymään, mutta jos niitä syntyy, on tärkeää, että niistä saa palautetta ja ne on helppo korjata. Tässä virheeksi lasketaan kaikki toiminnot, jotka eivät tuota haluttua lopputulosta. (Nielsen 1993, 32 - 33).

Palvelun käytön miellyttävyyden on myös tärkeää ja lasketaan yhdeksi osa-alueeksi käytettävyyttä. Miellyttävyyden tietysti on hyvin subjektiivista ja sitä on vaikea mitata. Miellyttävyyden voi liittyä esteettisyys sekä arvot tai asenteet. Käyttäjää ei saa loukata tai johtaa harhaan (Parkkinen 2003, 31).

Käytettävyyttä suunniteltaessa on tärkeä ymmärtää, miten ihminen toimii. Ihmisestä käyttäjänä voi saada tietoa mm. psykologiaan ja kulttuuriin tutustumalla. Kulttuuri on laaja käsite, johon kuuluvat esimerkiksi kieli, tiedot, taidot, tieteet, taiteet, uskomukset ja tavat. Kulttuuri on siis ihmisten käyttäytymisen eri piirteitä ja fyysisen maailman muodostama kokonaisuus, joka on moniulotteista. Koska kulttuuriympäristö vaikuttaa ihmisen tekemisiin ja havaitsemiseen, se muodostaa suuren osan ihmisen toimintaympäristöstä. Psykologia taas tutkii ihmisen käyttäytymisen määräytymistä. Ihmisen käyttäytyminen perustuu biologiseen ja kulttuuriseen perimään. Psykologia on osaltaan teoreettista tietoa, mutta osasta ihmisen käyttäytymismalleja, kuten uskomuksesta ja taidoista, saadaan tietoa vain ihmisen toimintaa havainnoimalla tai häneltä itseltään kysymällä. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 37 - 38.)

Tuotteen käyttöä ohjaavat käyttäjän tavoitteet. Tavoitteena ei yleensä ole itse tuotteen käyttäminen, vaan sillä pyritään jonkin muun asian saavuttamiseen. Käyttöliittymää suunniteltaessa on hyvin tärkeää tutustua käyttäjän tavoitteisiin. Miksi hän tuotetta käyttää, mihin hän sillä pyrkii ja miten hän saavuttaa tavoitteensa. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 48.)

Yksi tärkeä osa käytettävyyden suunnittelussa on tutustua siihen, miten ihminen havainnoi asioita. Käytettävyyttä suunniteltaessa on tärkeää, että käyttäjä havaitsee itselleen tärkeät asiat. Jos käyttäjä ei havaitse tarvitsemaansa asiaa käyttöliittymässä voi vika olla siinä, että jokin muu vie hänen huomionsa tai asiat eivät hahmotu hänelle oikein. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 67.)

Web sivuilla havainnointi ei ole pelkkää näkemistä. Havaitseminen ja näkeminen ovat kaksi eri asiaa. Web sivun osiot pitää myös pystyä löytämään ja tunnistamaan, jotta niitä voisi käyttää. Ihminen ei näe kaikkea käyttöliittymässä, mutta suunnittelija voi auttaa häntä havainnoimaan oikeat asiat.

Varsinkin ihmisen tulkinnat asioista voivat olla hyvin erilaisia. Ihminen tulkitsee näkemänsä ja kuulemansa nojautuen aiempaan kokemusmaailmaansa. Havainto ei ole kopio todellisuudesta vaan havainnoijan tulkinta asiasta. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 68 - 80.)

Käyttäjän tunteet ovat myös osa käytettävyyttä. Ne ovat tärkeä osa myös käyttäjäkokemusta. Tärkeintä olisi tietenkin saada käyttäjä tuntemaan positiivisia tunteita tuotetta kohtaan.

3.3 Käyttäjäkokemus

Käyttäjäkokemus tarkoittaa jonkin tuotteen tai palvelun käyttämiseen tai kuluttamiseen liittyvää kokonaisvaltaista elämystä, käyttäjän tunnesidettä tuotteeseen. Siihen liittyy moninaisia tunteita, joista osa on tunnistettavissa ja osa taas alitajuisia ja hienovaraisia. Kokemus ei johdu pelkästään tuotteesta vaan myös käyttäjästä. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 260 - 261.)

Käyttäjäkokemus eroaa käytettävyydessä mm. sen perusteella että sen mittaaminen on paljon vaikeampaa, kokemus on subjektiivisempi. Käytettävyyttä voidaan mitata käytettävyydestien avulla, mutta käyttäjäkokemusta vain epäsuorasti. Käyttäjäkokemus on myös tilannesidonnainen. Siihen vaikuttavat monet asiat aikaisemmista kokemuksista odotuksiin, tarpeisiin ja motivaatioon. (Tompuri, 2008.) Osittain käyttäjäkokemus ja käytettävyys liikkuvat samalla alueella. Molemmat pyrkivät muun muassa siihen että tuotetta olisi mahdollisimman helppo käyttää.

Käyttäjäkokemusta määriteltäessä on tärkeää määritellä millainen on tuotteen käyttäjä. Käyttäjä on tekijä, joka tuntee ja tulkitsee. Hän on yhteisöjen jäsen ja kuluttaja. Käyttäjällä on monenlaisia ominaisuuksia, kuten yksilöllisiä ja kulttuurillisia. Käyttäjien tulkintatavat voivat olla hyvin erilaisia. Käyttäjällä on jokin päämäärä, johon hän pyrkii tuotetta käyttämällä. Tehtävän suoritukseen ja sovelluksen vaatimuksiin liittyvät myös tehtävän tärkeys ja se milloin ja miten usein se toistuu. (Romppainen 2005, 50.)

Käyttäjäkokemukseen on nimenomaan kokemista. Sitä, miten ihminen ja tuote kohtaavat ja miten houkutteleva tuote on käyttää. Käyttäjän tunteet kohdistuvat moneen

asiaan. Hänellä voi olla tunteita itse tuotetta kohtaan tai tuotteen omistamista kohtaan. Myös tuotteen käyttö aiheuttaa erilaisia tunteita. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 261.)

Koska tunteet ovat tärkeä osa käyttäjäkokemusta, on niiden ymmärtämiseen panostettava. Tunne – koettu elämys, viriää koettujen tapahtumien nostattamana. Tunne syntyy automaattisesti, ilman tietoista ajattelua, vaikkakin tunteet ja kognitiot ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa. Tunnereaktio voi myös syrjäyttää muut asiat mielestä hetkellisesti, koska tunteet vaikuttavat muistin toimintaan, tarkkaavaisuuteen ja päätöksiin sekä mielialaan. Tunteet vaikuttavat maailman havainnointiin ja siihen mihin kiinnitämme huomionsamme.

(Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 247 - 251.)

Esimerkiksi web-sivuilla voimakkaita tunteita voi aiheuttaa se, osaammeko käyttää sivua. Jos sivua ei osaa käyttää, turhautuu, eikä mahdollisesti yritä uudelleen. Positiivinen tunne taas syntyy, kun omat tarpeet ja tavoitteet täyttyvät. Positiiviset tunteet taas ohjaavat käyttäytymistä siihen suuntaan, että tuotetta on helpompi käyttää. Seuraa onnistumisia ja positiivinen tunne lisääntyy. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 253 - 255.)

Tunteet ovat kuitenkin hyvin henkilökohtaisia. On hyvin vaikea arvioida, mitä kukakin yksilö tuntee. On vain pyrittävä siihen, että mahdollisimman monen tuntemukset sivuston käytöstä olisivat positiivisia.

Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa käyttäjäkokemus on tärkeä osa-alue. Kun tuotetta suunnitellaan käyttäjää varten, on tärkeää myös tietää, mikä käyttäjän kannalta olisi miellyttävintä ja mikä saisi hänet käyttämään tuotetta myös uudestaan.

3.4 Käyttäjälähtöisyys web-sivujen ulkoasussa

Käyttäjälähtöisten sivujen suunnittelussa pitää ottaa huomioon, miten ihmiset internetiä käyttävät. He eivät lue kaikkea läpi. Sivuja enemmänkin silmäilläään ja napsauteaan ensimmäistä linkkiä, joka saattaisi johtaa siihen tietoon, mitä yritetään etsiä.

Käyttäjä keskittyy vain muutamiin sanoihin tai lauseisiin, eikä juuri näe muuta osaa sivusta. Käyttäjä ei myöskään aina valitse parasta vaihtoehtoa (esimerkiksi linkkiä) etsiessään jotain, vaan sen, joka ensimmäisenä hiukan muistuttaa hänen etsimäänsä. Tästä ei välttämättä ole paljon haittaa, mutta se vie aikaa, eikä oikeaa tietoa välttämättä löydy. Siksi linkkien ja ikonien tulisi olla mahdollisimman selkeitä käyttäjälle. Käyttäjät saattavat lisäksi käyttää sivuja tutustumatta niihin ollenkaan ensin. Heillä ei ole aikaa ensin tutustua siihen miten sivu toimii, he vain yrittävät suoriutua käyttämisestä. Tämä on sama asia kuin jonkin teknisen laitteen käyttäminen ennen kuin lukee sen käyttöohjeet. (Krug 2006, 21 - 29.) Usein käyttäjälähtöisessä suunnittelussa tuotteesta tehdään prototyyppi, jota kokeillaan käyttäjillä. Prototyypillä voidaan testata koko tuotetta, mutta myös vain osia tuotteesta. (Kuutti 2003, 104 - 105.)

Visuaalinen suunnittelu on tärkeä osa käytettävyyttä. Se helpottaa sivuston käyttöä monella tapaa, eikä ole pelkkä koriste. Kuten kaikessa graafisessa suunnittelussa, myös web-sivujen visuaalisessa suunnittelussa tärkeää on yhdenmukaisuus. Samaa kerran valittua linjaa käytetään koko sovelluksen tai sivuston suunnittelussa. Muistettava on, että myös rakenne on tärkeä osa suunnittelua, eikä huonoa rakennetta pelasta hienokaan visuaalinen suunnittelu. (Kuutti 2003, 90.)

Osa visuaalista suunnittelua on sommittelu. Yleensä elementit on hyvä suunnitella lukuunotuksena, joka länsimaisilla on vasemmalta oikealle ja ylhäältä alaspäin. Meille on luonnollisinta havainnoida asiat tässä järjestyksessä. Tämä ei kuitenkaan ole ehdoton järjestys, vaan erilaisilla visuaalisilla vihjeillä katseen suuntaa pystyy muuttamaan. Tällöin on oltava varma, että se on tarkoituksenmukaista, eikä vain hidasta käyttäjää. Huomiota voidaan ohjata esimerkiksi lihavoidulla tekstillä, väreillä, tyhjällä tilalla ja liikkeellä. Liikaa huomiota herättäviä elementtejä ei kannata käyttää, koska kilpailevat elementit voivat pilata käyttöliittymän. (Kuutti 2003, 91 - 93.)

Tasapaino on myös tärkeä osa käyttöliittymää. Tasapainolla tässä tarkoitetaan sitä, että elementit on aseteltu niin, että ne ovat painoarvoltaan tasapainossa, jolloin sivu ei näytä kallistuvan mihinkään suuntaan. Painoarvoon vaikuttaa mm. elementtien koko, väri ja liikesuunta. (Kuutti 2003, 97.)

Kuten kaikessa muussakin käyttäjälähtöisessä suunnittelussa web-suunnittelu lähtee käyttäjiin tutustumisesta. Tähän on monia keinoja, kuten käyttäjien haastattelut tai kyselyjen tekeminen. Tietoa voidaan saada markkinoinnin tutkimuksista ja materiaaleista (Parkkinen 2002, 132).

Tämän jälkeen on määriteltävä, mitä käyttäjä sivuilla tekee ja miksi hän niitä käyttää. Kiinnostavan tiedon on oltava helposti löydettävissä. Tässä auttaa linkkien ja tiedon sijoittelu ja nimeäminen. Yleensä käyttäjiltä on tarkistettava ymmärtävätkö he annetut linkit samalla tavoin kuin suunnittelija. Esimerkiksi voidaan antaa käyttäjien itse nimetä linkit tai asiakokonaisuudet sivuilla niin, että ne ovat mahdollisimman hyvin tunnistettavissa. Täytyy kuitenkin muistaa, että kaikkia käyttäjiä on mahdoton miellyttää.

Värit ja typografia ovat tärkeä osa sivun käytettävyyttä ja sivun käyttökokemusta. Värien käyttötapa on hyvin paljon kiinni siitä, kenelle sivustoa suunnitellaan ja mihin tarkoitukseen se on. Yleensä internetissä kannattaa käyttää hillittyjä värejä. Vahvoja värejä ei kannata suunnitella varsinkaan sovelluksiin, joita käytetään päivittäin pitkään. Värit vetävät huomiota puoleensa eri tavoin. Väri vaikuttaa paljon myös tunteisiin ja siksi sen valinta on tärkeää käyttökokemuksen kannalta. Toisaalta värit helpottavat sivun käyttöä ja lisäävät käytettävyyttä. Värit ovat aina suhteessa toisiinsa. Sivun muut värit vaikuttavat siihen, miten yksi väri nähdään. Myös värin paikka, koko ja muoto vaikuttavat värin näkemiseen. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 126 - 128.)

Lämpimät värit tuntuvat luonnostaan olevan lähempänä katsojaa. Siksi ne sopivat esimerkiksi kaappaamaan huomion. Kylmät värit taas ovat parempia taustaväreinä. Myös kirkkaat värit kaappaavat hyvin huomion. Estetiikankin kannalta värien sommiteluun pitää kiinnittää huomiota. Turvallisimpia ovat samankaltaisten värien yhdistelmät, esimerkiksi kylmien tai lämpimien värien yhdistelmät, lähivärien ja murrettujen tai taitettujen värien yhdistelmät. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 129.)

Väreillä on paljon merkityksiä, jotka pitää ottaa huomioon suunniteltaessa web-sivustoa. Merkitykset voivat liittyä politiikkaan, uskontoon tai kansallisuuteen, mutta myös käyttäjän omiin kokemuksiin, viiteryhmiin tai tunnetiloihin. Osalla väreistä on

erilaisia merkityksiä eri puolilla maailmaa. Värejä ei saa käyttää liikaa, ettei tulos olisi liian kirjava, jolloin värit saattavat menettää merkityksensä. Maksimina voisi pitää korkeintaan viittä väriä. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 132.)

Myös typografialla voidaan helpottaa ja parantaa sivujen käyttöä ja käyttökokemusta. Suunnittelijan tulisi typografiassakin tyytyä käyttämään vain muutamaa erilaista kirjaintyyppiä. Pienaakkoset ovat webissä paremmin luettavissa kuin suuraakkoset. Lisäksi suuraakkosten käyttö voidaan kokea huutamisena (Kuutti 2003, 92). Vaikka paperilla antiikvan (pääteellinen kirjasin) käyttäminen voi tehdä tekstistä luettavampaa, sama ei toimi kuvaruudulla. Päätteet tahtovat olla liian lähellä toisiaan ja tehdä tekstistä puuromaista. Siksi tulisi käyttää päätteetöntä kirjainta, eli groteskia. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 124.)

Näytöllä pitää ottaa huomioon fonttien luettavuus myös asioita korostettaessa. Lihavointi toimii hyvin, kun taas kursivi on näytöllä vaikealukuista. Internetissä alleviivattu teksti yhdistetään helposti linkkeihin. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 124.)

Steve Krugin mukaan on tärkeintä, ettei sivuilla pakoteta käyttäjää ajattelemaan. Se on hänen mukaansa ensisijainen periaate, joka kertoo, toimiiko jokin asia web-suunnittelussa vai ei. Tämä tarkoittaa, että sivusta pitäisi tehdä niin päivän selvä, että se on mahdollisimman helposti tajuttavissa. Silloin sivu on houkuttelevampi ja se näyttävää paremmalta. Tällöin käyttäjän kannalta merkityksettömien asioiden pähkäilyn sijaan aikaa jää sivun tutkimiseen, eikä miettiminen kuluta energiaa, tai laimenneta käyttäjän innostusta tutkia sivuja ja löytää etsimänsä. (Krug 2006, 11 - 19.)

3.5 Suunnittelun haasteet käyttäjälähtöisyydessä

Termien käyttö

Palvelussa voi aiheuttaa ongelmia termien käyttö. Jos termit eivät ole käyttäjälle selkeitä se hidastaa, tai jopa estää tuotteen käytön. Tämä voi johtua esimerkiksi siitä, että termien valinnassa on käytetty hyvin teknistä näkökulmaa, jota tavallinen käyttäjä

ei välttämättä ymmärrä. Termit tulisikin laatia käyttäjän omalla kielellä, tai hyvällä yleiskielellä. (Parkkinen 2002, 35 - 36.)

Muita hankaluuksia aiheuttavia termejä voivat olla yrityskohtaiset nimet, markkinointihenkiset nimet sekä hauskoiksi tarkoitetut nimet, joita käyttäjän on vaikea ymmärtää. Tämä vaikeuttaa sivun käyttöä ja laittaa käyttäjän miettimään turhia. Yleensä termeiksi kannattaa valita mahdollisimman yksiselitteisiä ja kuvaavia nimiä, ilman turhaa kikkailua. (Krug 2006, 14.)

Kontrollin pitää säilyä käyttäjällä

Kontrollin vieminen käyttäjältä tapahtuu esimerkiksi laatimalla linkkejä, jotka avaavatkin uuden ikkunan, vaikka käyttäjä ei odota sitä. On myös tärkeää, että käyttäjä voi aina käyttää back-painiketta halutessaan päästä taaksepäin sivulla. Käyttäjä saattaa klikata linkkiä, joka ei johdakaan paikkaan, jonne hän halusi päästä. Aina käyttäjällä ei voi olla selkeää kuvaa sivuston rakenteesta. Tällöin back-painike on hänelle hyvin tärkeä. Joskus saatetaan myös avata mainos uuteen ikkunaan. Kontrollin ottamista voidaan perustella sillä, että näin mainos huomataan. (Parkkinen 2002, 37 - 39.)

Käyttäjää ei saa jättää heitteille

Käyttäjä ei saa hukkoa linkkien paljouteen. Jos joka sivulta yritetään laittaa linkki joka sivulle, se vain sekoittaa käyttäjän ja vie kaiken tilan. Käyttäjän on vaikea löytää eteenpäin vieviä linkkejä ja niitä linkkejä, jotka johtavat nimenomaan sellaiselle sivulle jota hän etsii. Navigointia helpottaa kun yleisnavigointiin tarkoitetut linkit sijaitsevat omalla paikallaan selkeästi. (Parkkinen 2002, 39 - 41.)

Käyttäjän tottumukset ja konsistenssi

Jokaisella käyttäjällä on tottumuksia eli konventioita, jotka helpottavat tuotteiden käyttöä. Konventiot vaikuttavat käyttäytymisen ja tuotteiden käyttöön erittäin paljon. Palvelu ei siis saisi olla sellainen, johon suunnittelija on tottunut, vaan sellainen, millaista käyttäjä on tottunut käyttämään. Käyttäjän on huomattavasti helpompi käyttää tuotetta jos se muistuttaa hänen aiemmin käyttämiään tuotteita. Usein suunnittelija on niin oman suunnitelmansa sokaisema, että ei näe mitkä kohdat ovat käyttäjälle vaikeatajuisia. (Parkkinen 2002, 41 - 43.)

Tähän liittyy myös tuotteen konsistenssi, eli samanlaisuus. Tämä tarkoittaa sitä, että tuotteen samankaltaisten toimintojen tulisi näyttää samalta ja erilaisten erilaisilta. Palvelun sisäinen konsistenssi tarkoittaa, että eri osat ovat samankaltaisia layoutiltaan, ulkoasultaan ja tyylyltään, mutta myös toiminnallisuudeltaan ja käyttöliittymälogiikaltaan. Tyylin vaihtelut aiheuttavat käyttäjässä epätietoisuutta. Hän ei välttämättä ole varma enää olevansa samassa palvelussa. Käyttöliittymälogiikan samankaltaisuus tarkoittaa, että samanlaiset toiminnot pysyvät samoina, jotta käyttäjä tietää mitä toiminnolta odottaa. Jos toiminta on toteutettu täysin eri tavalla, on myös pinnan oltava erinäköinen, tai käyttäjä odottaa toiminnalta vääriä asioita. (Parkkinen 2002, 43 - 44.)

Liian vähäinen palaute

Tuotteen tulisi jatkuvasti antaa palautetta käyttäjälle siitä, mitä hän tekee ja mitä tapahtuu. Palautetta tulee tulla muulloinkin kuin virhetilanteessa, myös positiivista palautetta voi antaa. Palautetta tarvitaan varsinkin, jos käyttäjä on tekemässä toiminnon joka on peruuttamaton. Myös pitkistä latausajoista on hyvä antaa ilmoitus esimerkiksi näyttämällä latauspalkki tai muu kuvio, jonka käyttäjä osaa tulkita siten, että tuote lataa nyt uutta toimintoa. (Nielsen 1993, 134 - 138.) Internetsivuilla palautetta voidaan antaa esimerkiksi eri värein. Käyttäjän tulisi nähdä heti, millä sivulla hän parhaillaan on. Tärkeää on, että toiminnoista tulee joku palaute. Joskus palaute on niin näkymättömän, ettei käyttäjä havaitse jo tehneensä toiminnon. Esimerkiksi verkkokaupassa ”ostota”-painikkeen klikkaamisen tulisi tuoda palautetta käyttäjälle, että jotain on tapahtunut, ei vain lisätä tuotetta ostoskoriin. Muuten käyttäjä yrittää painaa painiketta uudelleen ja ihmettelee, kun se ei tunnu toimivan.

Visuaaliset vihjeet

Käyttäjälle pitää antaa vihjeitä siitä, miten tuotetta olisi käytettävä. Esimerkiksi aina kannattaa antaa vihje siitä, että painike on klikattava. Painikkeet jotka eivät näytä klikattavalta aiheuttavat turhaa miettimistä käyttäjälle (Krug 2006, 14). Visuaalisiin vihjeihin voi esittää, mitkä toiminnot ovat käytettävissä, mitkä eivät. Visuaalisilla vihjeillä on myös mahdollista ohjata katseen suunta oikeaan paikkaan. Näitä vihjeitä ei kuitenkaan tule käyttää liikaa, ettei tuotteesta tule sekava, jolloin vihjeet eivät enää toimi. Kaikkea ei kannata suunnitella erivärisiksi ja erimuotoiseksi, vaan jokin yhtenäisyys tuotteen visuaalisessa asussa on oltava, tai sen käyttö vain vaikeutuu.

4 KÄYTTÄJÄLÄHTÖISYYS MUIDEN YHDISTYSTEN SIVUILLA

4.1 Siperiankissan ystävät ry.

Siperiankissan ystävät ry (SIBY ry) on samankaltainen yhdistys kuin Burmakissan ystävät ry. Se on keskittynyt Siperiankissoihin ja niiden kasvatuksen ja tunnettavuuden eteenpäinvientiin. Sivut löytyy osoitteesta <http://www.siperiankissa.fi/>.

Opittavuudeltaan nämä sivut ovat hiukan hankalat. Tietojen löytämiseen menee turhan paljon aikaa. Sivut laittaa käyttäjän ajattelemaan liikaa tekemiään ratkaisuja. Steve Krugin (Krug 2006, 11 – 14.) mukaan sivujen tulisi olla mahdollisimman helpot käyttää, ja tämä tapahtuu niin, että sivut eivät pakota käyttäjää ajattelemaan ratkaisujaan, vaan kaikki tapahtuu automaattisesti.

SIBY ry:n sivuilla ongelmana on se, että linkit on aseteltu kolmeen eri kategoriaan ja on oikean etsiminen vie aikaa. Kun klikkaat linkkiä ”pennut”, kuvittelen pääseväni pentulistalle. Tätä kuitenkin ei löydy, vaan joudun etsimään toisen linkkipalkin, joka on hyvin huomaamaton, vaikkakin sijoitettuna sivun vasempaan laitaan. Sieltä löytyy erikseen vielä linkki pentulistalle. Tärkeimmät linkit toki ovat hyvin esillä sivun yläreunassa, paikassa josta ne helpoiten löytyy. Tämä on käytäntö, jota kannattaa käyttää. Käytännöt ovat web-suunnittelussakin tärkeintä. Käyttäjän on sivuille tullessaan löydettävä helposti otsikot, linkit jne. Pyörää ei tarvitse aina keksiä uudelleen, vaan toimiva käytäntö on usein parempi, kuin suunnittelijan tekemät hienot uutuudet. (Steve Krug 2006, 24 - 25).

Käyttäjään olisi voitu kiinnittää enemmän huomiota. Tuntuu että sivuilla ei ole mietitty sitä, mitä käyttäjä tulee etsimään ja miten hän löytäisi sen mahdollisimman helposti. Tekstiä on paljon, eikä käyttäjä jaksa kahlata sitä läpi, ellei ole todella kiinnostunut. Siperiankissasta oikeasti kiinnostuneelle tämä on varmasti hyvä, mutta jos muuten vaan etsii tietoa siperiankissasta, voi sivuilta lähteä aika nopeasti. Myös yhdistyksen jäsen-kasvattajalta voi viedä aikaa ennen kuin hän löytää tarvitsemansa tiedot. Sivun asettelu, linkit ja kuvien asettelu eivät tue käyttäjää sivuilla. Etusivu on yhdistyksen esittelyä varten, mikä ei varmasti ole se mitä käyttäjä ensimmäiseksi tulee sivuilta etsimään. Kotisivu voisi olla yksinkertaisempi ja sisältää selkeitä vihjeitä, mistä käyttäjä etsimänsä löytää.

Sivun käytön tehokkuus ei myöskään ole huipussaan, juurikin moninaisten linkkikategorioiden takia. On vaikeaa muistaa mistä kaikki löytyy, eikä oikeaan paikkaan pääse helposti, vaan tarvitaan monia klikkauksia ja joskus joutuu ihan muistelemaan, mistä jokin tietty sivu löytyisi. Muistettavuuden kanssa on sama ongelma. On todennäköistä että käyttäjä ehtii unohtaa, mistä minnekin pääsee, kun käytöstä on kulunut vähän aikaa.

Yllättäen ainakaan itse sivua tutkaillessani en tehnyt paljon virheitä. Vaikka asioita voi olla vaikea löytää, on linkit sivuille otsikoitu hyvin ja oikea löytyy vain hieman miettimällä. Tämä on erityisen tärkeää, koska epätarkka käsitteiden käyttö ja otsikointi veisi käyttäjän hakoteille, eikä hän löytäisi etsimäänsä (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 115).

Minkä kukin ihminen kokee miellyttäväksi on subjektiivista, mutta yleisesti voidaan arvioida esimerkiksi esteettisyyttä, vuorovaikutusta ja havaitsemista. Esteettisyydeltään sivu on keskitasoa. Värit ovat pirteät ja sointuvat hyvin yhteen. Ei ole käytetty liikaa värejä, eikä sivu ole riemunkirjava melko kirkkaasta pohjaväristä huolimatta. Pidän kovasti tyylitelystä kissankuvasta vasemmassa laidassa.

Sivun otsikko kaappaa huomion hyvin, mutta itse olisin ehkä käyttänyt jotain hieman lempeämpää kirjasintyyliä. Siperiankissahan on hyvin lempeä ja ystävällinen kissa niin ulkonäöltään kuin luonteeltaan. Otsikossa voisi myös olla jonkinlainen iskulause, joka kertoisin sivujen sisällöstä.

Typografian suunnitteluun olisi voinut uhrata runsaasti lisää aikaa. Linkkipalkin linkit on kirjoitettu pienellä ja groteskillä. Sivuilla on paljon tekstiä, paljon informaatiota. Jotta sitä kiinnostuisi lukemaan, voisi käyttää jotain huomioon vaikuttavia keinoja typografiassa. Nyt teksti on hyvin tavallinen ja typografia hyvin perustyylistä ja asiallista. Hyvä asia on että sivuilla ei ole käytetty paljon eri kirjasintyyliä. Maksimimääränä pidetään yleensä kolmea eri kirjasinta (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 124).

Kuvat on aseteltu erilliseen palkkiin. Tämä palkki tahtoo välillä kaapata huomion tekstiltä. Toisaalta on hyvä, että kuvat eivät ole tekstin seassa, koska tekstille on varattu niin kapea tila. Tyhjää tilaa sivulla on liikaa, koska se painottuu oikeaan reunaan.

Vasen reuna näyttää tällöin liian tiheään asetellulta. Sisältöä olisi voinut keskittää. Sivun ei näytä tasapainoiselta myöskään yläreunan tekstien ja linkkien suunnittelun osalta, mikään ei ole linjassa minkään kanssa. Sivun asettelu selkeästi eroteltuihin osiin on tärkeää, jotta käyttäjä voi heti päätellä, mitkä asiat ovat hänelle tärkeimpiä ja ohittaa muut (Krug 2006, 37).

4.2 Suomen Devonrengas ry

Suomen Devonrengas ry (DERE) on keskittynyt kiharakarvaisten devon rex –kissojen maailmaan. Sivut löytyvät osoitteesta <http://www.devonrex.fi/>. Devon rexit ovat hyvin eloisia ja rakastavia kissoja, minkä toivoisin näkyvän enemmän ulkoasussa. Aluksi pidin sivusta, koska se on hyvin yksinkertaisen tyylikäs. Värit tosin eivät sovi kovin hyvin aiheeseen ja sivuille kaipaisi enemmän lämpöä.

Käyttäjälähtöisyyttä on ajateltu siten, että viimeiset päivitykset löytyvät etusivulta, eikä niitä tarvitse erikseen etsiä. Tästä on etua sivuilla usein vierailevalle käyttäjälle. Uutiset ja tiedotteet löytyvät myös etusivulta. Sivun englanninkielisen version voisi löytää helpommin. Vieraskielinen käyttäjä ei välttämättä viihdy niin pitkään, että löytäisi sen sivupalkin alareunasta, joka ei näy sivulla kokonaan, ellei sivua rullaa alas-päin. Etusivulla esitellään yhdistystä, mikä ei ole hyvä ratkaisu. Tällä sivustolla etusivulle olisi voitu laittaa jotain, mikä tarjoaa paremmin käyttäjän etsimää informaatiota. Linkkipalkista kuitenkin löytyy oleellimmat asiat ja se on selkeä. Sivujen rakenne on kuitenkin arvoitus. Käyttäjä ei voi tietää, että sivuilla on oma osio, jossa annetaan hoito-ohjeita. Jos taas nimenomaan tätä etsii, ei millään voi tietää mistä lähtisi etsimään ensimmäisenä.

Käytettävyyden osa-alueella opittavuus on vaikeaa. Sivulla on liikaa linkkejä ja tekstiä. Etsityt asiat eivät sivulla ole heti esillä. Kun vähän käyttää aikaa, sivu selkiytyy hyvin ja tehokkuus paranee. Valitettavasti kaikki eivät ole valmiita käyttämään aikaa sivun opetteluun. Kun sivun rakennetta ei voi hahmottaa kunnolla tai etsimäänsä ei löydy, käyttäjä yleensä poistuu sivulta (Krug 2006, 51).

Muistettavuus on melko hyvä, mutta varsinkin uudelle käyttäjälle tulee helposti virheitä. Esimerkiksi pentulistaa etsittäessä jos klikkaa linkkiä ”Pentulista”, saa eteensä

ensin pelkkää tekstiä ja alkaa miettiä, jos pennut löytyisivätkin jostain samankaltaisesta linkistä. (Jalostus, Kasvattajat). Pitää taas tajuta rullata sivua eteenpäin jotta itse lista löytyy.

Sivut ovat kyllä miellyttävät käyttää. Ne ovat siistit ja melko yksinkertaiset, mutta varsinkin väritystä olisi voinut harkita tarkemmin. Värit antavat rauhallisen kuvan, mutta ovat tylsät ja tunkkaiset, eivätkä mitenkään tuo mieleen eloisaa devon rexiä. Ne ovat harmoniset ja näillä sivuilla eniten pidin yläpalkista.

Kuvat ovat kauniita, mutta vievät helposti huomion muulta sivuilla esiintyvältä. Sivulla oleva kissankuva vie katseen ulos sivulta, vaikka kaunis onkin. Tämä on tärkeä asia ottaa huomioon, koska sivun elementit kuljettavat käyttäjän katsetta sivulla ja määräävät sen, mikä havaitaan ensin ja mitä pidetään tärkeänä. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 102).

Otsikko on hyvin sijoitettu ja selkeä. Se kuitenkin taistelee huomiosta yläpalkin kissankuvan kanssa. Typografia on selkeää ja luettavaa. Ei ole käytetty liikaa erilaisia kirjaimia, ja asioita on korostettu lihavoinein ja värein, jotta asiat ja hierarkian tunnistaa hyvin. Tämä on web-sivuilla suositeltava käytäntö (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 124).

Asettelu sivustolla on mielestäni tyylikästä ja siistiä. Sivut on tehty hyvin yksinkertaisen pohjan mukaan ja ovat toimivat. Ainoastaan sivupalkki, jossa uutiset ja päivitykset ovat vaikuttaa mielestäni jotenkin sotkuisen näköisiä. Hyvää sivuilla on myös se, että käyttäjä saa aina palautetta siitä millä sivulla on. Tekstiosan ylälaidassa lukee missä ollaan. Lisäksi linkkipalkin kyseisen alueen linkki on merkitty.

Käyttökokemus jää pääosin myönteiseksi. Vain tumma harmaa tausta latistaa tunnelmaa. Sivuilla on paljon asiaa sitä kaipaavalle, kunhan oikean osion löytää. Muuten asia on hyvin jäsenettyä ja helppoa luettavaa.

4.3 Burmaklubben

Burmaklubben on Ruotsissa toimiva Burmakissan Ystävät ry:tä vastaava yhdistys. Sivusto on melko yksinkertainen mutta selkeä. Sivusto löytyy osoitteesta <http://www.burmaklubben.com/>. Sivua ei ole suunniteltu käyttäjälähtöisesti, tai käyttäjää juurikaan ajatellen. Ne on tehty hätiköimällä ja huolimattomasti. Sivua elävöittää vain muutama kuva. Tosin etusivu antaa mielestäni parempaa informaatiota kuin aiemmin tutkimillani sivuilla. Siinä on linkkejä ajankohtaisiin aiheisiin ja vuoden burman kuva. Etsitty asia löytyy helposti linkkilistalta, ei tarvitse penkoa koko sivustoa läpi. Silti sivu ei ole kovin miellyttävä, koska ulkoasu on sotkuinen, eikä sitäkään ole kunnolla suunniteltu.

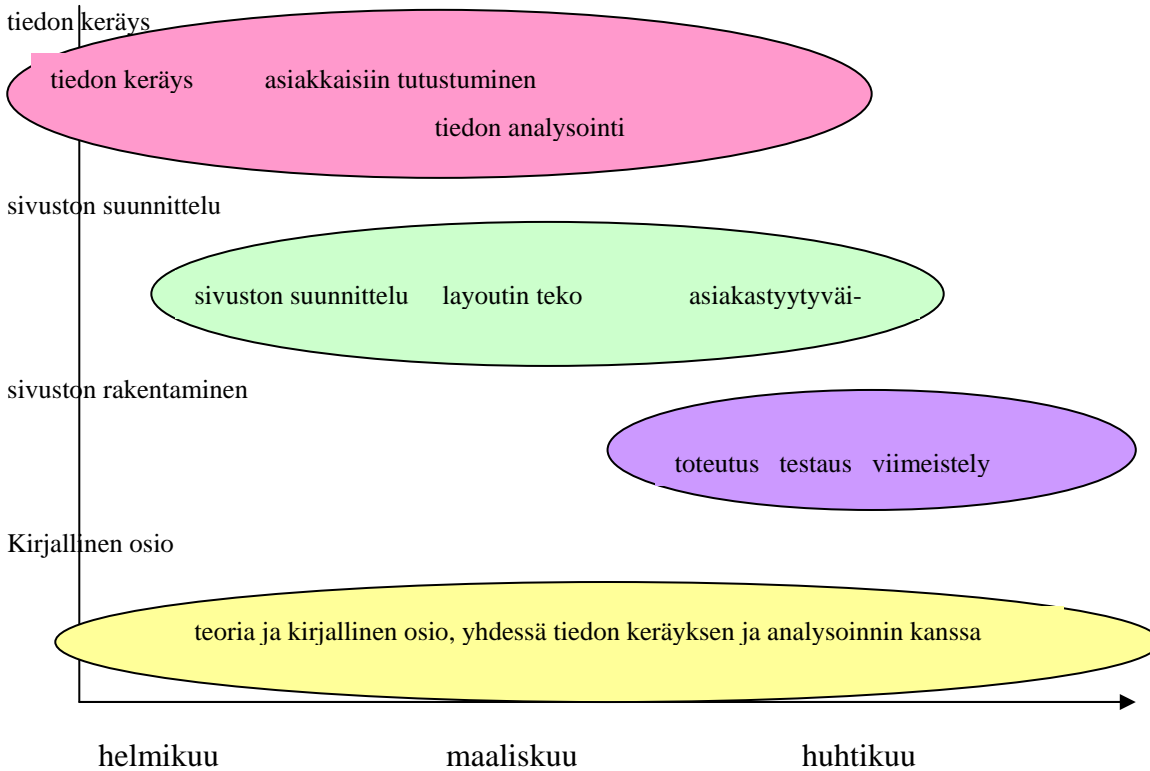
Opittavuuden kannalta sivu on hyvä, koska se on niin yksinkertainen, että sitä osaa käyttää vaikkei kovasti ruotsia ymmärräkään. Se toki on valitettavaa, ettei sivua voi käyttää englanniksi. Sivujen käytön tehokkuus on keskitasoa. Sivuissa ei ole paljon opittavaa, joten käytön tehokkuus ei juuri nouse, vaikka sivut oppisi hyvinkin. Muis-tettavuus on hyvä. Sivuilla ei ole liikaa materiaalia ja linkit ovat selkeitä. Kuitenkin kaipaisin enemmän elävyyttä sivulle ja pieniä vihjeitä siitä, mitä sivuilta löytyy. Miellyttävyys sekä kärsii että paranee sivujen yksinkertaisuudesta johtuen. Yksinkertaisia sivuja on mukava käyttää, mutta toisaalta sivut voisivat olla esteettisemmät tätä unoh-tamatta.

Huomio kiinnittyi ensimmäisenä vasemman ylänurkan pentukuvaan. Ensisilmäyksel-lä luulin se olevan logo, mutta logo onkin keskellä ylhäällä kuvien välissä. Linkit on sijoitettu hyvin, mutta ne ovat liian mitäänsanomattomat ja yhdessä kasassa niin, että niitä voi olla vaikea erottaa. Typografia on surkeaa. Tuntuu että tekstit on vain heitetty sivulle juuri asettelusta tai kirjasimista välittämättä. Kuvat eivät ole kovin kummoisia ja ylipäättään kaikki asettelu on hieman sekavaa.

Käyttökokemus voi jäädä aika ohueksi. Etsitty asia kyllä löytyy, mutta muuten sivut eivät tee mitenkään positiivista vaikutusta. Käyttäjä tuskin viihtyy sivuilla pitkään, ellei tarvitse juuri tiettyä tietoa joka sieltä löytyy. (Esim. siitosuroslista). Sivussa olisi paljon kehitettävää.

5 BURMAKISSAN YSTÄVÄT RY:N SIVUSTON SUUNNITTELU

5.1 Työn aikataulu



5.2 Asiakasanalyysi

Asiakasanalyysijä on monenlaisia ja niiden tekemiseen monta tapaa. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa on hyvin tärkeää tutustua käyttäjiin ennen muun työn aloittamista.

Yksinkertaisimmat tekniikat listaavat asioita käyttäjästä. Monimutkaisimmat laativat hyvin tarkkoja kuvauksia siitä millainen käyttäjä on. Käyttöliittymän suunnittelu on hyvin paljon riippuvainen siitä, millainen käyttäjä on. Tuotetta harvoin suunnitellaan koko väestölle. Siksi on rajattava tuotteen kohderyhmä. Kohderyhmä voi olla esimerkiksi tietty ammattikunta tai ikäryhmä. Kun kohderyhmä on valittu, voidaan alkaa laajentaa tutkimusta selvittämään muita piirteitä käyttäjäryhmästä. Tähän voidaan käyttää esimerkiksi kyselyjä tai haastatteluja. (Kuutti 2003, 117 - 118.)

BKY:n käyttäjää lähdin jäljittämään haastattelemalla muutamaa käyttäjää, koska ei ollut mahdollisuutta tehdä suurempaa tutkimusta. Lisäksi sain tietoja yhdistyksen jäsenlistalta, joka kertoo suuresta osasta käyttäjiä. Laadin kaksi käyttäjäpersoonaa kuvaamaan keskimääräistä kohderyhmän edustajaa.

Tietojen perusteella tein käyttäjäpersoonia, jotka ovat kuvitteellisia hahmoja, joille annetaan nimi, ikä, sukupuoli sekä joukko muita ominaisuuksia, kuten perhesuhteita ja harrastuksia. Käyttäjäpersoonan on oltava kohderyhmään mahdollisimman hyvin istuva henkilö, jonka ominaisuudet vastaavat mahdollisimman monia kohderyhmän henkilöitä. Kun käyttäjällä on nimi ja ominaisuuksia, on hänen tarpeensa paljon helpompi ottaa huomioon tuotetta suunniteltaessa.

BKY:n sivujen käyttäjät ovat lähinnä nuorehkoja naisia, joita yhdistää kiinnostus kissoihin. Myös vanhempia naisia ja miehiä on jonkin verran. Käyttäjät asuvat ympäri Suomea. Seuraavana kaksi laatimaani käyttäjäprofiilia.

Kati, 25 vuotta.

Kati asuu Keski-Suomessa miehensä kanssa. Kati on BKY:n jäsen ja hän omistaa kaksi burmakissaa. Kati käyttää kissojaan näyttelyissä usein. Kati harrastaa myös valokuvausta. Hän työskentelee Prismassa vaate-osastolla. Katille tärkeää ovat myös hänen kaksi alle kouluikäistä lastaan.

Marja 30 vuotta

Marja asuu pääkaupunkiseudulla ja on sinkku. Hänellä ei ole lemmikkejä, mutta hän on kiinnostunut kissoista. Marja harrastaa salilla käyntiä sekä lenkkeilyä. Hän myös viettää mielellään iltaa kavereidensa kanssa. Marja työskentelee vakuutusyhtiössä vakuutusmyyjänä. Hän viettää paljon aikaa myös netissä keskustelupalstoilla.

Nämä ovat kaksi BKY:n sivujen ”pääkäyttäjää”, jotka hakevat sivuilta erilaista tietoa. Tarkoituksena on saada selville, millaista informaatiota he sivulta hakevat ja miten he sivuja käyttävät. (De Troyer 1998, 89).

5.3 Tehtäväanalyysi

Toinen suunnittelussa tärkeä osio on tehtäväanalyysi. Siinä selvitetään, miksi käyttäjä käyttää sivuja, mitä hän sivuilta etsii ja miten hän pääsee tavoitteeseensa. Tämä vaikuttaa suuresti tuotteen suunnitteluun. (Nielsen 1993, 75 - 76.)

Tehtäväanalyysiinkin on monenlaisia keinoja. Usein niihin liittyy ihmisten haastattelu ja toiminnan seuraamista. Myös käyttötarinat ja toimintatavarat ovat yleisiä keinoja selvittää, mitä asioita käyttäjä tekee sivuilla. Olen laatinut käyttötarinat ja toimintatarinat käyttäjistä saamiani tietoja analysoimalla. Tarinat ovat tärkeä osa nykypäivänkin kulttuuria ja oppimista (Kuutti 2003, 134). Nämä tarinat mallintavat käyttötilannetta. Niihin on kerätty tietoa toiminnasta ja tavoitteista, mahdollisuuksista ja rajoitteista tuotteen käytössä. Tarkoituksena on saada esille toiminnot, joita tuotteella tulee saada aikaiseksi. Toimintatarinat ovat nimenomaan tarinamuodossa arkikielellä kirjoitettuja. Ennen toimintatarinan kirjoittamista on kerättävä tietoa siitä, mitä tehtäviä tuotteella tullaan tekemään. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 30-32.)

Toimintatarinat kuvaavat kohdealueen tarkoitusta ja toimintaa kiteytetysti, mutta kuitenkin konkreettisesti. Tärkeintä olisi että käyttäjä tulee paremmin ymmärretyksi. Näin löydetään solmukohtia, jossa toiminta ei suju niin kuin pitäisi. (Paavilainen 2005, 26.)

Käyttötarinat ovat myös tarinamuotoista kerrontaa tuotteen käytöstä. Käyttötarinassa käydään läpi tuotteen käyttö. Näin myös nähdään, jos jotain kohtaa ei voidakaan toteuttaa niin kuin on suunniteltu. (Kuutti 2003, 135.) Käyttötarinat kertovat tuotteen konkreettisesta käytöstä ja siitä miten se pitäisi suunnitella. Tarkoituksena on yrittää ymmärtää tuotteen ja käyttäjän välistä vuorovaikutusta. (Paavilainen 2005, 26.) Nämä tarinat kertovat, miten tuotetta käytetään sitten, kun se on uusittu, tai kokonaan uusi. Käyttötarinat muunnetaan myöhemmin malleiksi tai prototyypeiksi, joita käytetään tuotteen suunnittelussa. Myös nämä tarinat luodaan arkikielellä. Tärkeää on kiinnittää huomiota käytön kokonais- ja osatavoitteiden täyttymiseen. Myös palautteen antaminen on tärkeää, jotta käyttäjä tietää saavuttaneensa tavoitteen. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 30 - 32.)

BKY:n käyttötärinoissa esiintyvät aikaisemmin suunnitellut käyttäjäprofiilit.

Katin toimintatarina vanhoilla sivuilla

Kati käyttää BKY:n sivuja etsiäkseen tietoa näyttelyistä sekä burman standardista, joka on hänelle tärkeä, koska hän haluaa tietää miten hänen kissansa arvostellaan. Näyttelyistä Kati haluaa tietää viimeaikaisia tuloksia, sekä tietoa vuoden kissoista. Lisäksi Katia kiinnostavat yhdistyksen uutiset ja tapahtumat. Näyttelyt ja ajankohtaiset asiat löytyvät vanhoilla sivuilla linkkipalkista. Näyttelytuloksia ei kuitenkaan ole päivitetty vuoden 2007 jälkeen, joten Kati pettyy ja joutuu etsimään tiedon muualta. Burman standardiakin saa vähän etsiä. Kati kaipaisi myös selkeämpää värigalleriaa.

Marjan toimintatarina vanhoilla sivuilla

Marja on pitkään haaveillut kissasta ja tutkii eri kissarotuja. Burmakissa on yksi vaihtoehto. Marja löytääkin BKY:n sivut. Ensiksi hän haluaisi tietoa siitä, millainen burmakissa on rotuna. Hän löytää alueen ”tällainen on burmakissa” ja sen mukana värigallerian. Seuraavaksi Marja haluaisi tietoja mistä pennun voi saada. Hän löytää linkin pennut, mutta sivulla on liikaa linkkejä, eikä hän tiedä mitä on etsimässä. Pentulistan hän kuitenkin löytää, mutta kaipaisi lisää tietoja siitä mistä löytyisi kasvattaja lähellä häntä. Hän ei löydä pentuvälittäjän tietoja, koska ei osaa niitä etsiä.

Katin käyttötärina uusilla sivuilla

Kati tulee etusivulle. Sivulla sivupalkissa näkyvätkin uutiset ja ajankohtaiset asiat, joten niitä ei tarvitse lähteä erikseen etsimään. Kati löytää kiinnostavan uutisen ja klikkaa ”lue lisää”-linkkiä päästäkseen lukemaan koko jutun. Sitten Kati etsii tietoa burman standardista. Linkkipalkista löytyy linkki burmakissa, ja Kati päättelee, että sieltä voisi löytyä. Hän menee linkin kohdalle ja huomaa alas putkahtavan valikon. Burman standardi, sinne siis. Kati on tyytyväinen löytämäänsä tietoon. Vielä voisi katsoa löytyykö näyttelytuloksia. Niihin hän pääsee linkkipalkin linkistä ”Näyttelyt” ja sen alalinkistä ”Näyttelytulokset”. Näyttelyiden alta löytyy linkki myös vuoden kissa – kilpailun tuloksiin jotka Kati käy katsomassa.

Marjan käyttötarina uusilla sivuilla

Marja tulee BKY:n sivuille etsiäkseen tietoa burmasta. Sivun alalaidassa on suora linkki burmakuviin. Marja päättää ensin tarkistaa, minkä näköisiä ja värisiä burmat ovat. Sen jälkeen hän etsii tietoa burman luonteesta. Hän menee etsimään sitä pienen mietinnän jälkeen ”Burmakissa” linkistä, josta löytyykin heti linkki burman luoteen kuvaukseen. Nyt pitäisi löytää pentulista. Linkkipalkissa on linkki ”Pennut ja kasvatust”, josta Marja päättää kokeilla. Sieltä esiin tuleeekin pentulista ja pentuvälittäjän tiedot. Pentuvälittäjältä voisikin kysellä vielä lisää burmista, Marja tuumii. Kasvattajia etsiessään hän muistaa että ”Pennut ja kasvatust”-linkissä oli alasetoalikko ja meneekin katsomaan sitä. Sieltähän ne kasvattajatkin löytyvät ja Marja on tyytyväinen löytämäänsä tietoon.

5.4 Tavoitteiden asettaminen

Palvelun miellyttävyyden mittaa käyttäjä. Miellyttävyys on osaltaan estetiikkaa, osaltaan toiminnallisuutta. Visuaalisuus ei ole vain pintaa, vaan hyvä toiminnallisuus vaatii ulkoasun ottamisen huomioon jo suunnittelun alkuvaiheessa. Visuaalisuudella ei myöskään voi peittää huonosti suunniteltua pohjaa. (Parkkinen 2002, 106.)

BKY:n sivujen tavoitteena on olla mahdollisimman toimivat. Kuitenkin myös visuaaliseen kokemukseen kiinnitetään paljon huomiota. Vanhoilla sivuilla toiminnallisuudella on ongelmia käyttäjän kannalta, mutta varsinkin webmaster on joutunut haasteen eteen, koska sivusto on erittäin vaikea päivittää. Uusille sivuille asetetuista tavoitteista yksi tärkeimmistä onkin sivujen mahdollisimman helppo päivitys.

Kauniin ja tehokkaasti toimivan ei tarvitse olla toistensa vastakohtia. Parhaimmillaan visuaalinen suunnittelu tukee toiminnallisuutta ja rakennetta. Tällöin myös tuotteen käyttö on mahdollisimman helppoa ja nopeaa. (Parkkinen 2002, 107.)

BKY:n sivuilla visuaalisuus pyritään tekemään niin, että se tukee sivuston käyttöä, mutta on myös mahdollisimman miellyttävä katsella. Sivuston tilaaja on toivonut, että sivustolla olisi ruskeaa burmaa muistuttava tunnelma. Tämä johtaa juurensa siitä, että

ruskea on burman alkuperäinen väri, joka nykyäänkin on ikään kuin perusväri burmal-la. Kuitenkin on toivottu myös rauhallista ja lempeää väritystä, mikä voi olla hiukan vaikea yhdistää tummaan ruskeaan. Lisäksi sivujen tulisi kuvastaa burman kauneutta ja älykkyyttä. Tavoitteena on tehdä sivuista näitä toiveita vastaava. Joitain kompromisseja voidaan joutua tekemään.

Otsikointi on tärkeää ja BKY:n sivuilla tarkoitus on yrittää saada siitä mahdollisimman kuvaavaa. Käyttäjän pitää tietää heti missä hän on ja mikä on sivun tarkoitus. Tässä auttaa otsikointi ja linkkien selkeä nimeäminen. Otsikoiden tulisi olla ainutlaatuisia, itsenäisiä ja käyttäjän kannalta mielekkäitä (Parkkinen 2002, 110).

5.5 Suunnittelu

Kun on selvillä kenelle sivut tehdään, mitä niillä pitää voida tehdä ja miten toiminnot pitäisi suorittaa, aletaan suunnitella itse sivustoa.

Olen aloittanut suunnittelun tekemällä ns. Moodboardin, eli kuvan, johon olen koonnut sivustoon sopivia värejä, kuvia ja fontteja. (Liite 1). Moodboard on työkalu jota suunnittelija voi käyttää työn ulkoasun suunnittelussa. Näin saadaan mielikuva siitä, mitä asiakas on etsimässä. Käytännössä moodboard on kokoelma kuvia, luonnostelmia tai pintoja ja värikarttoja. (WiseGeek 2010.)

Sivustolla pyrittiin väreihin, jotka muistuttaisivat ruskeaa burmaa ja mahdollisesti myös kultaisia burman silmiä. Päädyin muutamaa ruskean erilaiseen sävyyn, jotka suunniteltiin Adoben Kuler värikartalla (<http://kuler.adobe.com/>). Moodboardin esittelin asiakkaalle ja se hyväksyttiin yksimielisesti.

Sivujen rakenteen suunnittelin aluksi wireframeen Mockingbird-ohjelmalla joka löytyy netistä osoitteesta <http://gomockingbird.com/>. Wireframe on suunnittelun apuväline, jolla suunnitellaan sivujen rakenne. Wireframe on sivujen luuranko, jonka päälle myöhemmin suunnitellaan sivun ”iho”, eli visuaalinen layout. Wireframe ei välttämättä ole kovin innostava osa suunnitteluprosessia, mutta se voi osoittautua arvokkaaksi.

Wireframe auttaa suunnittelijaa keskittymään siihen, mikä sivuilla on tärkeää ja miten parhaiten kommunikoida asiakkaan kanssa. Loppujen lopuksi se säästää paljon aikaa, kun sivujen rakennetta ei tarvitse suunnitella enää layoutia tehdessä. (Matt Beach 2005.)

Päädyin melko perinteiseen rakenteeseen, jossa sivuston yläosassa on otsikko ja logo, joiden alla on linkkipalkki. (Liite 2.) Etusivulla on lisäksi ajankohtaisia asioita varten oma palkki, sekä pikalinkkejä tärkeimmille sivuille, joiksi asiakkaan kanssa on sovittu pentuvälitys, kuvagalleria sekä jäseneksi liittyminen. Suunnittelin erikseen wireframen etusivusta, perussivusta, sekä pentuvälityssivusta.

Sivujen perinteinen rakenne nojaa tunnettuihin konventioihin. Tämä tarkoittaa, että asia on jo tuttu, opittu muista tuotteista. Vaikka konventiot ovat suunnittelussa tärkeitä, ne eivät tarkoita että kaikki suunnitellaan aina samalla tavoin, vaan voi myös yhdistää vanhaa ja uutta. (Kuoppala, Parkkinen, Sinkkonen, Vastamäki 2006, 136.)

Jokainen konventio on saanut alkunsa nerokkaasta ideasta, jota muut alkavat jäljitellä. Konventiot ovat tärkeitä, jotta käyttäjä osaa käyttää sivuja miettimättä liikaa. Jos aikoo poiketa totutusta konventiosta, on oltava varma, että on keksinyt jotain parempaa, joka toimii ilman, että sen käyttöä täytyy opetella erikseen. (Krug 2006, 34 - 36).

Kun sivujen rakenne ja ulkonäkö oli päätetty, aloin suunnitella sivuilla layoutia. Suunnittelin aluksi kaksi eri versiota, ruskean burman turkista otetun kuvan pohjalle, sekä toisen, joka perustui enemmän moodboardin vaaleampiin väreihin. (Liitteet 3 ja 4.) Asiakas toivoi, että käyttäisin alkuperäiseen ideaan pohjautuvaa layoutia, eli ruskeaa burmaa. Lähdin siis muokkaamaan sitä asiakkaan toiveiden perusteella ja käyttäjävälisyyttä ajatellen eteenpäin. Lopulliseen layoutiin tuli pieniä muutoksia.

5.6 Ratkaisut ja perustelut

Sivut rakennetaan Joomlailla. Joomla on julkaisujärjestelmä, joka toimii pelkällä internet-selaimella. Joomlaa voivat käyttää yritykset, yhteisöt ja yksityishenkilöt ilmaiseksi. Se mahdollistaa web-sivustojen lisäämisen ja päivittämisen helposti ilman ulkopuolista apua. Joomlaan käytöstä olivat päättäneet yhdistyksen hallitus sekä webmaster jo

ennen minun tuloani projektiin mukaan. Perusteluna oli yleisyys ja helppo käytettävyys. Mielestäni Joomla on sopiva ratkaisu näille sivuille.

Sivujen rakenne on suunniteltu käyttäjäystävälliseksi. Kaiken tulisi löytyä helposti kokemattomallekin käyttäjälle. Siksi olen käyttänyt rakenteessa paljon konventionaalisia ratkaisuja. Esimerkiksi yhdistyksen logo on sivun vasemmassa yläkulmassa ja linkkipalkki otsikkojen alla. Uutta yhdistyksen sivuilla on ajankohtaisista asioista ker-tova palkki. Tilaa ei ole paljon, jotta se ei veisi huomiota koko sivulta. Siinä on tarkoitus julkaista tietoa uutisista ja päivityksistä sivulla. Tekstien on tarkoitus olla lyhyitä ja niihin voidaan liittää linkki, josta voi lukea koko teksti. Etusivu ei kuitenkaan tar-koitettu pelkästään uutisille.

Linkkikuvat etusivun alalaidassa ovat myös uusi asia yhdistyksen vanhoihin sivuihin verrattuna. Tarkoituksena on, että vierailija löytäisi mahdollisimman helposti kiinnos-tavia osa-alueita sivulta. Näitä alueita on mietitty yhdessä hallituksen kanssa ja tultu siihen päätökseen että kaikkein tärkeintä on linkki pentuvälitykseen sekä kuvagalleri-aan. Myös jäseneksi liittymisestä haluttiin tehdä mahdollisimman helppoa.

Ajankohtaiset asiat ja kuvalinkit näkyvät vain etusivulla. Tämä siksi, että ne kuitenkin vievät sivulta paljon tilaa, eikä niille ole välttämätöntä tarvetta muilla sivuilla. Toi-saalta olisi hyvä, jos kuvalinkit löytyisivät muiltakin sivuilta. Koska ne on sijoitettu sivun alalaitaan, ei käyttäjä välttämättä huomaisi etsiä niitä pidemmiltä sivuilta. Samat asiat kuitenkin löytyvät myös linkkipalkista.

Linkkipalkissa on alaspäin avautuva valikko, josta löytyvät kaikki sivuston sivut. Ne on nimetty mahdollisimman kuvaavasti, jotta oikea sivu löytyisi ilman miettimistä. Linkkipalkista pitää myös saada selville, millä sivulla milloinkin ollaan. Siksi olen pyrkinyt tekemään avoinna olevan sivun linkin eriväriseksi.

Jokainen linkki lupaa käyttäjälle jotain, mutta suunnittelija ei voi tietää miten käyttäjä sen ymmärtää. Siksi suunnittelijan pitäisi pyrkiä ymmärtämään, mitä käyttäjän päässä liikkuu ennen kuin hän klikkaa linkkiä. Tärkeintä on, että linkki on käyttäjän ymmär-tämää kieltä ja kuvaa sitä mitä käyttäjä on etsimässä. (Garret 2002.)

Sisältö on suurilta osin yhdistyksen aikaisemmilta sivuilta siirrettyä. Kuvia on kerätty käyttäjiltä projektia varten, mutta tekstit säilyvät suurin piirtein samana. Pieniä muu-

toksia olen saanut tehdä tekstin asetteluun, niin että tärkeimmät asiat löytyisivät helpommin.

5.7 Palaute

Palautetta olen pyytänyt ja saanut työn joka vaiheessa. Asiakas on ollut tyytyväinen tekemiini ratkaisuihin. Varsinkin värit ovat saaneet positiivista palautetta sekä sivujen uusi rakenne. Asiakas oli myös tyytyväinen uuteen ratkaisuuni tehdä etusivulle kuvainlinkit sivuston tärkeimpiin osa-alueisiin. Myös selkeämpi linkkipalkki oli odotettu ratkaisu. Sivut eivät vielä ole täysin valmiit ja palautetta ja käyttäjien kokemuksia on tarkoitus tutkia enemmän sivujen prototyypin valmistumisen jälkeen.

6 LOPPUPÄÄTELMÄT

Käyttäjälähtöisen suunnittelun tutkiminen ja Burmakissan Ystävät ry:n sivujen suunnittelu on ollut antoisa prosessi. Opin paljon käyttäjälähtöisestä suunnittelusta teoriassa ja käytännössä. Ymmärrän, miksi käyttäjään pitää tutustua etukäteen ja minulla on hyvä käsitys siitä miten se tapahtuu.

Suurimpana haasteena tässä työssä oli käyttäjätietojen saatavuus. Alussa en tarkkaan tiennyt mitä tarvitsin. Yhdistykseltä sain jäsenlistat sekä joitakin haastatteluja siitä mitä sivuilta halutaan. Olisi ollut mielenkiintoista tehdä laajempikin kyselytutkimus käyttäjillä. Kun aihe oli määritetty tiedon hankinta hieman vaikeaa, koska useimmat tekstilähteet keskittyvät vain käytettävyyteen, käyttäjälähtöisyyttä on käsitelty hyvin vähän.

Ongelmia suunnittelun kanssa ei juuri tullut esille. Sain suhteellisen vapaat kädet suunnitteluprosessiin. Asiakas kuitenkin halusi nähdä tekemäni työn vaiheet ja laitoin ne asiakkaalle aina kommentoitaviksi. Palaute oli positiivista ja hieman rakentavaa kritiikkiäkin sain. Sivujen tekeminen sujui asiakkaan kanssa hyvässä yhteisymmärryksessä.

Sivujen ohjelmoiminen Joomlaalla ei ole vielä tätä kirjoittaessani valmis. Se on jonkin verran haasteellista, koska en ole juuri Joomlaa aiemmin käyttänyt. Mielestäni se kuitenkin sopii tähän tarkoitukseen hyvin.

Tulevaisuudessa tutustuisin mielelläni lisää käyttäjälähtöiseen suunnitteluun ja varsinkin siihen mitä ja miten käyttäjät verkossa etsivät ja toimivat. Mielestäni kaikkien web-suunnittelijoiden olisi hyvä tutustua loppukäyttäjiin paremmin, sivuthan suunnitellaan nimenomaan heitä varten ja usein suunnittelijalla ja asiakkaalla voi olla erilaisia käsityksiä sivujen toiminnasta kuin niiden lopullisella käyttäjällä.

LÄHTEET

- Aalto University, Media Lab Helsinki 2004. Käyttäjälähtöinen suunnittelu. http://mlab.taik.fi/polut/Yhteiskunnalliset/lisatieto_kayttajalahtoinen.html [20.2.2010]
- Beach, Matt 2005. Wire Frame your site. Site Point (<http://articles.sitepoint.com/article/wire-frame-your-site>) [26.3.2010]
- Garrett, Jesse James 2002. The Psychology of Navigation. Digital Web Magazine. (http://digital-web.com/articles/the_psychology_of_navigation/) [15.1.2010]
- Katz-Haas, Raïssa 1998. Society for Technical Communication. Design and Web Development (http://www.stcsig.org/usability/topics/articles/ucd%20_web_devel.html) [20.2.2010]
- Koch, Peter-Paul 2002. Client-centered Design Digital Web Magazine. (http://www.digital-web.com/articles/client_centered_design/) [20.2.2010]
- Krug, Steve 2006. Älä pakota minua ajattelemaan! Jyväskylä: Readme.fi
- Kuoppala, H, Sinkkonen I, Parkkinen, J, Vastamäki 2006. Käytettävyyden psykologia. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Kuutti, Wille 2003. Käytettävyys, suunnittelu ja arviointi. Saarijärvi: Talentum Media Oy
- Nielsen, Jacob 1993. Usability Engineering. San Diego: Academic Press
- Paavilainen, Vesa 2005. Käyttäjakeskeinen www-suunnittelu. Viestinnän ko. Tampereen ammattikorkeakoulu. Tutkintotyö.
- Parkkinen, Jarmo 2002. Hyvään verkkopalveluun! Helsinki: Inforviestintä.
- Romppainen, Päivi 2005. Käytettävyys, käyttäjäkokemus ja laatu arjen verkkosovelluksissa. Medialaboratorio. Taideteollinen korkeakoulu. Lopputyö.
- Sachs, Tammy 2002. Back to the User: Creating User-focused Websites. Digital Web Magazine (http://www.digital-web.com/articles/creating_user_focused_websites/) [20.2.2010]

Tompuri, Janne 2008. Käytettävyys ja käyttökokemus.

<http://www.adage.fi/blogi/2008/kayttavyys-ja-kayttokokemus/> [19.3.2010]

Valtiovarainministeriö 2008. Käyttäjälähtöisyys verkkopalveluiden suunnittelussa.

(http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/04_hallinnon_kehittaminen/20080129Kaeyttae/verkkopalveluiden_suunnittelu.pdf#16) [20.2.2010]

WiseGeek. What is a moodboard. (<http://www.wisegeek.com/what-is-a-mood-board.htm>) [26.3.2010]



421615



A34217



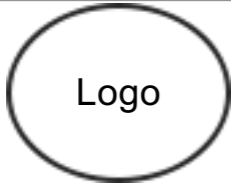
D89424



D8A661



EAD880



Logo

Burmakissan Ystävät ry

Tervetuloa tutustumaan burman hurmaan

[Etusivu](#)

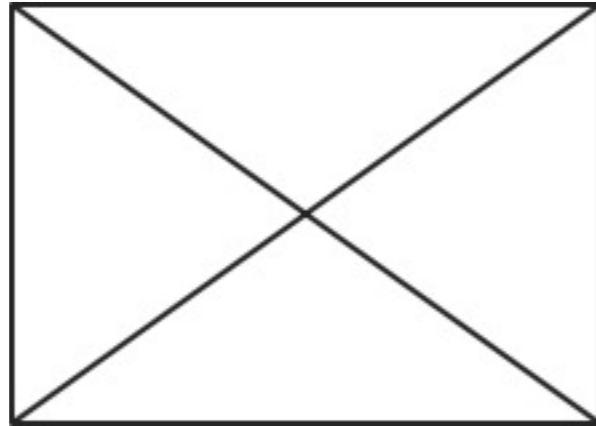
[Yhdistys](#)

[Burmakissa](#)

[Pennut & Kasvatus](#)

[Näyttelyt](#)

[Muita burmasivustoja](#)



Kuukauden burmakuva

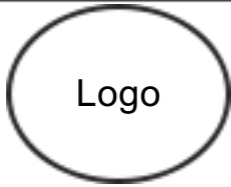
Uutisia



Kuvalinkki: Galleriaan

Kuvalinkki: Etsitkö pentua?

Kuvalinkki: Liity jäseneksi



Logo

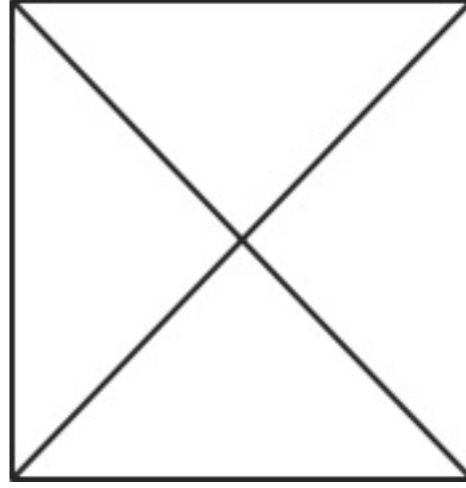
Burmakissan Ystävät ry

Tervetuloa tutustumaan burman hurmaan

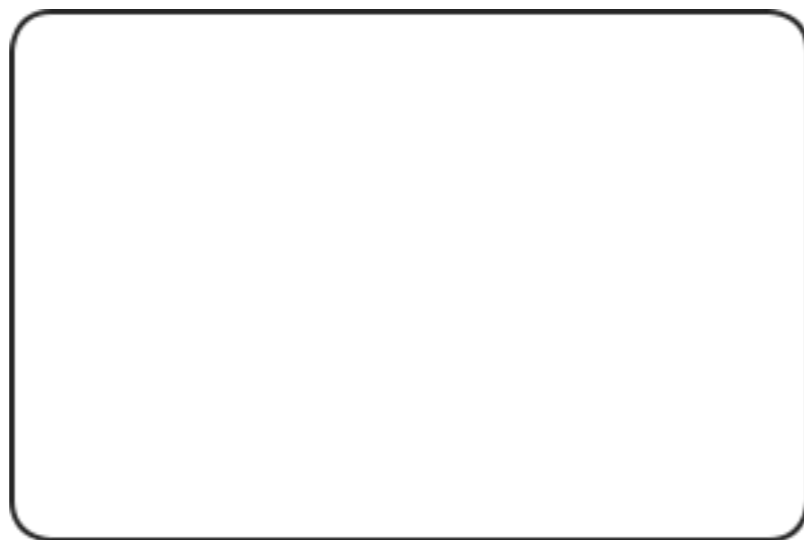
[Etusivu](#) [Yhdistys](#) [Burmakissa](#) [Pennut & Kasvatus](#) [Näyttelyt](#) [Muita burmasivustoja](#)

Burmakissan Ystävien Pentuvälitys

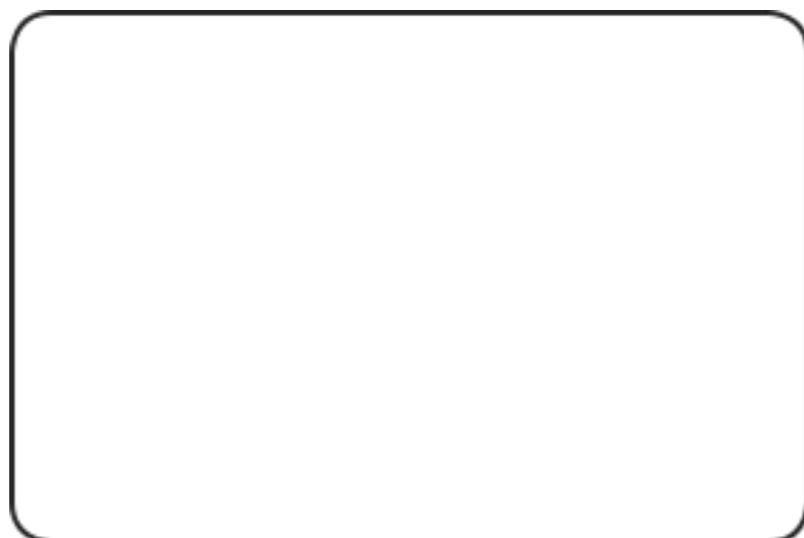
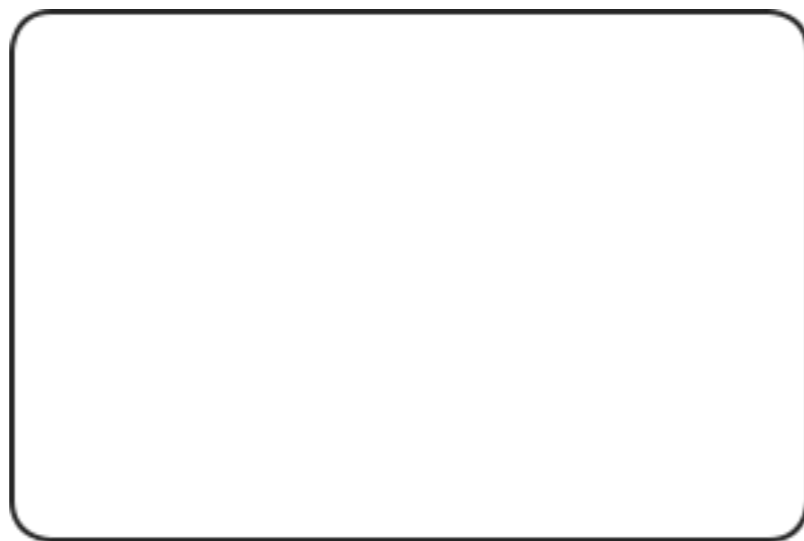
Lorem ipsum dolor sit amet, maiores ornare ac fermentum, imperdiet ut vivamus a, nam lectus at nunc. Cum quam euismod sem, semper ut potenti pellentesque quisque. In eget sapien sed, sit dui vestibulum ultricies, placerat morbi amet vel, nullam in in lorem vel.



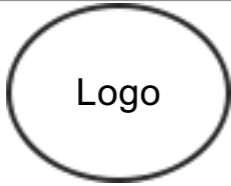
Varattavissa olevat pennut:



Odotettavissa olevat pennut:



Lorem ipsum dolor sit amet, maiores ornare ac fermentum, imperdiet ut vivamus a, nam lectus at nunc. Cum quam euismod sem, semper ut potenti pellentesque quisque. In eget sapien sed, sit dui vestibulum ultricies, placerat morbi amet vel,



Burmakissan Ystävät ry

Tervetuloa tutustumaan burman hurmaan

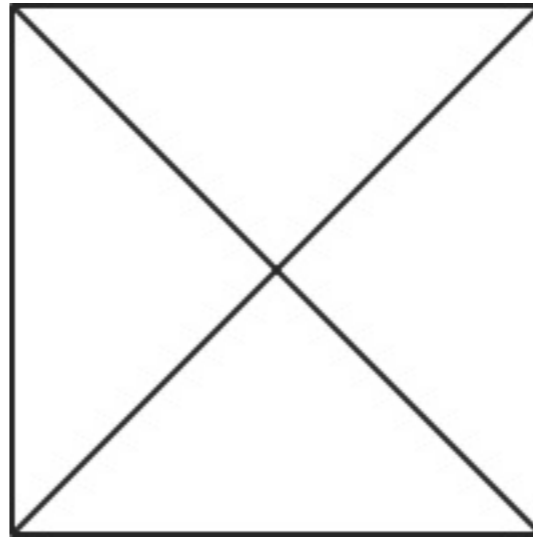
[Etusivu](#) [Yhdistys](#) [Burmakissa](#) [Pennut & Kasvatus](#) [Näyttelyt](#) [Muita burmasivustoja](#)

Tällainen on burmakissa

Lorem ipsum dolor sit amet, maiores ornare ac fermentum, imperdiet ut vivamus a, nam lectus at nunc. Cum quam euismod sem, semper ut potenti pellentesque quisque. In eget sapien sed, sit dui vestibulum ultricies, placerat morbi amet vel, nullam in in

Lorem ipsum dolor sit amet, maiores ornare ac fermentum, imperdiet ut vivamus a, nam lectus at nunc. Cum quam euismod sem, semper ut potenti pellentesque quisque. In eget sapien sed, sit dui vestibulum ultricies, placerat morbi amet vel, nullam in in lorem vel. In molestie elit dui dictum, praesent nascetur pulvinar sed, in dolor pede in aliquam, risus nec error quis pharetra. Eros metus quam augue suspendisse, metus rutrum risus erat in. In ultrices quo ut lectus, etiam vestibulum urna a est, pretium luctus euismod nisl, pellentesque turpis hac ridiculus massa.

Venenatis a taciti dolor platea, Jne...
curbitur lorem platea urna odio





Burmakissan Ystävät ry

Tutustu burman hurmaan!

[Etusivu](#) [Yhdistys](#) [Burmakissa](#) [Pennut & Kasvatus](#) [Näyttelyt](#) [Muita burmasivustoja](#) [Yhteystiedot](#)



Kuukauden kuva:
FI*Frostnight's Omen Of Good

AJANKOHTAISTA:

1.3.2010
Pentusivut päivitetty

20.11. 2010 BKY tiedottaa:
Burmakissan Ystävät ry on saanut tietoonsa, että muutamat tahot ovat alkaneet kasvattaa burmia ilman rekisterikirjoja. Kissojen kerrotaan olevan rotupuhtaita, ja että molemmat vanhemmat ovat rekisteröityjä burmakissoja, mutta jostakin syystä pentuja ei ole rekisteröity. lue lisää..

20.10. 2009
Lisätty siitosuroso olliistalle.





Burmakissan Ystävät ry

Tutustu burman hurmaan!

[Etusivu](#) [Yhdistys](#) [Burmakissa](#) [Pennut & Kasvatus](#) [Näyttelyt](#) [Muita burmasivustoja](#) [Yhteystiedot](#)



Kuukauden kuva:
FI*Frostrnight's Omen Of Good

AJANKOHTAISTA:

1.3.2010
Pentusivut päivitetty

20.11. 2010 BKY tiedottaa:
Burmakissan Ystävät ry on saanut tietoonsa, että muutamat tahot ovat alkaneet kasvattaa burmia ilman rekisterikirjoja. Kissojen kerrotaan olevan rotupuhtaita, ja että molemmat vanhemmat ovat rekisteröityjä burmakissoja, mutta jostakin syystä pentuja ei ole rekisteröity. Lue lisää..

20.10. 2009
Lisätty siitosuroso olliistalle.



Pennut



Galleria



Jäseneksi





Burmakissan Ystävät ry

Tutustu burman hurmaan!

[Etusivu](#) [Yhdistys](#) [Burmakissa](#) [Pennut & Kasvatus](#) [Näyttelyt](#) [Muita burmasivustoja](#) [Yhteystiedot](#)



Kuukauden kuva:
FI*Frostnight's Omen Of Good

AJANKOHTAISTA:

1.3.2010
Pentusivut päivitetty

20.11. 2010 BKY tiedottaa:
Burmakissan Ystävät ry on saanut tietoonsa, että muutamat tahot ovat alkaneet kasvattaa burmia ilman rekisterikirjoja. Kissojen kerrotaan olevan rotupuhtaita, ja että molemmat vanhemmat ovat rekisteröityjä burmakissoja, mutta jostakin syystä pentuja ei ole rekisteröity. lue lisää..

20.10. 2009
Lisätty siltosuoro olliistalle.

