



**Metatiedon laatua parantamassa –
Ylen asiansanoitussovelluksen käyttäjäkokemus ja
kehittämiskohteet**

Ulla Kokko

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tradenomin tutkinto

Amk-opinnäytetyö

2023

Tiivistelmä

Tekijä(t) Ulla Kokko
Tutkinto Tradenomi (tietojenkäsittely)
Raportin/Opinnäytetyön nimi Metatiedon laatua parantamassa – Ylen asiasanoitussovelluksen käyttäjäkokemus ja kehittämiskohteet
Sivu- ja liitesivumäärä 56 sivua + 9 liitesivua
<p>Opinnäytetyön tutkimuskohteena on Yleisradiossa sisäisessä käytössä oleva Tagger-niminen sovellus, jota käytetään suoratoistopalvelu Yle Areenan ohjelmien asiasanoittamiseen.</p> <p>Asiasanat ovat ohjelmiin liitettävää sisältöä kuvailevaa metatietoa, jolla on suuri merkitys Areenan ohjelmakatalogin tarjoilussa. Asiasanoja hyödynnetään mm. palvelun kuluttajanäkymien ja sisältöpaketoitien automaattisessa koostamisessa sekä ohjelmien algoritmisessa suositellussa. Osa asiasanoista näkyy myös Areenan käyttäjille ohjelman tietojen yhteydessä, jolloin ne täydentävät ohjelman muuta kuvausta.</p> <p>Tutkimuksen tarkoituksena oli muodostaa yleiskuva Taggerin käyttäjäkokemuksesta. Aineisto käyttäjäkokemuksen tutkimiseksi kerättiin verkossa käyttäjäkyselyllä syyskuussa 2022. Kyselyssä kartoitettiin vastaajien kokemuksia sovelluksesta ja sen käytettävyydestä sekä yleisellä tasolla että erityisesti liittyen ohjelmien lajityyppejä kuvaavien asiasanojen merkitsemiseen. Taggerin kehittäjillä oli jo ennestään tiedossa, että monet käyttäjät kokevat haasteita valitessaan lajityyppiasiasanoja ohjelmille. Osaltaan kyselyllä pyrittiin siis myös validoimaan eli vahvistamaan aiemmin saadusta käyttäjäpalautteesta heränneitä kehittämissuunnitelmia.</p> <p>Tutkimuksen toisena tavoitteena oli tiivistää kyselystä nousevia Tagger-sovelluksen tärkeimpiä kehittämiskohteita. Tagger on toiminut tutkimushetkellä asiasanoituksen työkaluna reilut kolme vuotta, eikä sen käyttöliittymää ole tänä aikana juurikaan uudistettu. Areenassa meneillään oleva kehitystyö ohjelmien metatiedon laadun parantamiseksi kattaa myös asiasanoitussovelluksen kehittämisen, jotta se voisi tukea paremmin laadukkaan metatiedon tuottamista.</p> <p>Teoriapohjana tutkimuksessa olivat ajatukset käyttäjäkokemuksesta ja käytettävyydestä. Opinnäytetyössä eriteltiin Taggerin käyttäjäkokemuksen muodostumista, minkä lisäksi sovelluksen käytettävyyttä tarkasteltiin mm. kognitiivisen kuorman näkökulmasta.</p> <p>Tutkimus osoitti Taggerin käyttäjäkokemuksen olevan neutraali tai varovaisen myönteinen. Vastajat kokivat sovelluksen käytön yleisesti melko miellyttävänä, mm. yksinkertainen käyttöliittymä sai kehuja. Toisaalta vastaajat nostivat esiin myös monia käyttöliittymään, sanastoon ja ohjeisiin liittyviä kehitystarpeita. Kyselyn perusteella tärkeimmiksi konkreettisiksi kehittämiskohteiksi tiivistettiin kolme asiaa: lajityyppitermien ryhmittely Taggerin käyttöliittymässä, lajityyppikäsitteiden määritelmien ja käyttökohteiden selkeyttäminen sekä ohjeiden parantaminen.</p> <p>Käyttäjäkokemuksen lisäksi työssä nostettiin esiin käyttäjäkeskeisiä suunnittelumenetelmiä. Myös Taggerin tapauksessa käyttäjien tarpeiden selvittämisen ja huomioimisen todettiin olevan olennaisen tärkeää onnistuneen lopputuloksen kannalta. Olipa kyse ulkoisille asiakkaille suunnatusta palvelusta tai sisäisestä työkalusta, tuotekehityspäätökset tulee aina priorisoida asiakasta, palvelun todellista käyttäjää kuunnellen.</p>
Asiasanat asiasanoitus, metadata, metatiedot, käyttäjäkokemus, käytettävyys, käyttäjätutkimus

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Käyttäjäkokemus, käytettävyys ja käyttäjäkeskeinen suunnittelu	4
2.1	Käyttäjäkokemuksen muodostuminen ja käytettävyys	4
2.2	”Turhan ajattelun” ja kognitiivisen kuorman vähentäminen	6
2.3	Käyttäjäkeskeinen suunnittelu ja kehittäminen	8
2.4	Käyttäjävalidointi tuotekehityspäätösten tukena	11
3	Asiasanoitus ja sen käytännöt	13
3.1	Asiasanoitustoiminta Ylessä	13
3.2	Av-asiasanoituksen tehtävät ja periaatteet	14
3.3	Tagger – asiasanoituksen työkalu	16
3.4	Taggerin kehitystarpeet ja niiden priorisointi	17
4	Käyttäjäkysely ja vastaukset	21
4.1	Kyselytutkimuksen toteutus	21
4.2	Käyttäjäkyselyn vastaukset	23
4.2.1	Taustakysymykset	24
4.2.2	Taggeria yleisesti koskevat kysymykset	24
4.2.3	Lajityypin valintaa koskevat kysymykset	27
4.2.4	Avoimet kysymykset	32
5	Käyttäjäkokemus ja kehittämiskohteet	36
5.1	Taggerin käyttäjäkokemus	36
5.2	Taggerin tärkeimmät kehittämiskohteet	40
5.2.1	Lajityyppitermien ryhmittely käyttöliittymässä	41
5.2.2	Lajityyppikäsitteiden määritelmien ja käyttökohteiden selkeyttäminen	43
5.2.3	Ohjeiden lisääminen ja löydettävyys	45
5.3	Sisäinen asiakkuus ja asiakaskokemuksen kehittäminen	46
6	Pohdinta	49
6.1	Tutkimuksen tulokset ja tavoitteiden saavuttaminen	49
6.2	Tutkimuksen hyödyt ja tulosten soveltaminen Taggerin jatkekehityksessä	51
6.3	Oman oppimisen arviointi	52
	Lähteet	54
	Liitteet	57
	Liite 1. Taggerin käyttöliittymän aloitusnäkyvä	57
	Liite 2. Aihetta kuvaavan asiasanan valinta	58
	Liite 3. Tunnelmaa kuvaavan asiasanan valinta	59
	Liite 4. Lajityyppiä kuvaavan asiasanan valinta (syyskuu 2022)	60

Liite 5. Kyselylomake.....	61
Liite 6. Lajityyppiä kuvaavan asiasanan valinta (suositutimmat lajityypit erikseen).....	64
Liite 7. Ehdotus lajityyppien uudeksi jäsentelyksi Taggerin käyttöliittymässä	65

1 Johdanto

Digitalisaation myötä tiedonvälitys sekä erilaisten teksti- ja kuva-aineistojen tallettaminen ja jakaminen ovat siirtyneet pääosin tietoverkkoihin. Samaan aikaan, kun sisällöt ovat muuttuneet digitaaliseen muotoon, myös digijulkaisemiseen liittyvät käsitteet ja käytänteet ovat arkipäiväistyneet ja tulleet osaksi tavallisten ihmisten elämää. Hyvä esimerkki tällaisesta kehityksestä on metadata eli metatieto ja sen mahdollisuuksien ymmärtäminen ja hyväksikäyttö. Kun vielä pari vuosikymmentä sitten metadata oli informaatioalan tai tietojenkäsittelyn ammattilaisten erikoisosaamista, on kyky hyödyntää metadataa nykyään yhä useammassa yhteydessä tarvittava kansalaistaito. Vaikka metadata – tai metatieto – ei terminä olisikaan tuttu, joutuu aihepiirin kanssa lähes väistämättä tekemisiin vaikkapa etsiessään aineistoja kirjastojen kokoelmista, selaillessaan suoratoistopalveluiden tarjontaa tai julkaistessaan sisältöä sosiaalisen median alustoille.

Metatiedon idea ei ole kuitenkaan digiaikakaudella syntynyt, vaan se on paljon vanhempaa alkuperää. Yksinkertaisimmassa, tietoa tiedosta -merkityksessä metatietoa on ollut olemassa niin kauan kuin ihmisillä on ollut tarve järjestellä informaatiota (Gilliland 2008, 1). Esimerkiksi kirjastojen kokoelmien ylläpito on jo antiikin aikana nojannut luokittelujärjestelmiin. Teoksia on lajiteltu tyylin mukaan ja mm. teosten rivimääristä ja tekijätiedoista on tehty luetteloita. (El-Abbadi 6.1.2023.)

Nykyisin metatiedolla tarkoitetaan yleisesti digitaalisessa muodossa olevan datan kuvailutietoja (Helsinki Region Infoshare s.a.). Metadata kertoo mm. aineiston kontekstista, sisällöstä ja rakenteesta tai kuvailee aineiston hallintaa, käsittelyä, käyttöoikeuksia tai suhdetta toisiin aineistoihin (Gilliland 2008, 7–9). Yleensä metatieto on muodoltaan rakenteista dataa, jolloin se on myös kone-luettavaa ja sen jatkokäyttö ja hyödyntäminen, esimerkiksi aineiston hakuun ja tunnistamiseen, on helppoa (Hyvönen 2018, 124).

Metadatan käyttötavat ovat erittäin laajat, ja hyödyntämismahdollisuuksia keksitään jatkuvasti lisää. Kun tarkastellaan metadatan käyttöalueita yleisemmällä tasolla, huomataan, että monet metadatan tunnetuimmista tehtävistä liittyvät aineistojen löydettävyyteen ja sen parantamiseen, mm. sisältöjen kuvailuun, järjestämiseen ja hakutoiminnallisuuksiin. Kun aineistojen sisältö ja ominaisuudet kuvaillaan riittävän tarkasti erityyppisen metadatan avulla, esimerkkeinä kirjaston kirjojen aiheita kuvaavat asiasanat ja tekijätiedot, voidaan aineistot tämän jälkeen järjestää halutunlaisiksi kokoelmiksi kyseisiä tietoja hyödyntäen. Hyvälaatuinen kuvaileva metadata mahdollistaa myös monipuoliset hakutavat, eli aineistoja voidaan myöhemmin helposti etsiä ja löytää käytettäväksi. (Gilliland 2008, 13–14.)

Digitaalisten aineistojen metadata on luonteeltaan kertyvää, inkrementaalista dataa. Sitä tuotetaan ja muokataan eri tahoilla ja eri aikoina aineiston elinkaarta. Metadatan tuottamista ja hallinnointia

voidaan kuvata monimutkaiseksi kerrokselliseksi sekoitukseksi sekä manuaalisia, ihmistyönä tehtäviä, että automaattisia prosesseja. Osa metadatasta syntyy automaattisesti: esimerkiksi samalla, kun digitaalinen tiedosto luodaan, sen metatietoihin tallentuvat mm. luontiaika, tiedostomuoto ja tiedoston nimi. Toisaalta osa metadatasta liitetään tai liittyy aineistoon myöhemmin, kun aineisto täydentyy tai sitä jatkokäsitellään. (Gilliland 2008, 11–14.) Tyypillisiä myöhemmin kertyviä metadatan lajeja ovat mm. deskriptiivinen eli aineistoa kuvaileva metadata, kuten kuvaukset ja asiasanat, tai hallinnollinen ja aineiston käyttöön liittyvä metadata, kuten tiedot aineiston muokkaajista tai käyttöoikeuksista.

Digitalisoituneessa yhteiskunnassa hyvätasoiset metadatan luomiseen ja hallintaan liittyvät käytännöt ovat erittäin tärkeitä kaikille yhteisöille ja yrityksille, erityisesti sellaisille, jotka omistavat ja säilyttävät laajoja tietokokoelmia ja joiden liiketoiminta perustuu näiden kokoelmien hyödyntämiseen. Siksi ohjeistuksia ja työprosesseja, jotka tähtäävät johdonmukaisen ja laadukkaan metadatan tuottamiseen, tulisi edistää organisaation kaikilla tasoilla. Koska metadatan tuottaminen ja hallinta vie helposti paljon ihmisten työaikaa, pitäisi käsityönä tehtäviä työvaiheita pyrkiä helpottamaan esimerkiksi automaattisella metadatan tuotannolla silloin, kun se on sopivaa ja mahdollista. (Baca 2008, 71–72.)

Tarve parantaa metadatan laatua ja metadatan tuottamiseen liittyviä keskeisiä työprosesseja ovat myös tämän opinnäytetyön motiiveina. Opinnäytetyöni tutkimuskohteena on Yleisradiossa sisäisessä käytössä oleva Tagger-niminen widget-sovellus, jota käytetään suoratoistopalvelu Yle Areenaan julkaistavien ohjelmien asiasanoittamiseen, toisin sanoen sisältöä kuvailevan metatiedon tuottamiseen ja hallinnoimiseen. Tutkimuksen päämäärä on kahtalainen: tarkoitukseni on ensin muodostaa yleiskuva Tagger-sovelluksen käyttäjäkokemuksesta ja sen jälkeen arvioida käyttäjäkokemuksen pohjalta tärkeimpiä parannuskohteita sovelluksen jatkokehittämistä varten.

Opinnäytetyössä etsin vastausta kolmeen tutkimuskysymykseen:

- Millaisia kokemuksia audio- ja video-ohjelmien asiasanoittajilla on Tagger-sovelluksen käytettävyydestä?
- Millaisia kokemuksia audio- ja video-ohjelmien asiasanoittajilla on lajityyppiä kuvaavien asiasanojen lisäämisestä Tagger-sovelluksella?
- Mitkä ovat Taggerin tärkeimmät kehittämiskohteet käyttäjäkokemuksen perusteella?

Taggerin käyttäjäkokemusta kartoitan opinnäytetyössä tekemällä käyttäjäkyselyn. Kyselyssä selvitän, millaisia kokemuksia audio- ja video-ohjelmien metatietoja käsittelevillä henkilöillä on Tagger-sovelluksesta, sen käyttöliittymästä ja käytettävyydestä. Erityishuomio on siinä, kuinka käyttäjät kokevat ohjelman *lajityyppiä* kuvaavien asiasanojen merkitsemisen sovelluksen avulla: koetaanko sovelluksen käyttöliittymä lajityypin valinnan osalta selkeäksi vai sekavaksi? Huomion keskittäminen

erityisesti lajityyppeihin johtuu siitä, että Areenassa työskentelevillä metatiedon asiantuntijoilla ja Taggerin kehittäjillä on ollut jo entuudestaan tiedossa, että monet ohjelmia asiasanoittavat henkilöt kokevat etenkin lajityyppiasiasanojen valitsemisen ongelmalliseksi. Tutkimuksella haen siis myös vahvistusta ja mahdollisia syitä näille ennakkohavainnoille.

Oletukseni on, että kun käyttäjäkyselyn tulokset on analysoitu, voidaan tulosten perusteella muodostaa yleiskuva Taggerin käyttäjäkokemuksesta. Tätä tietoa taas voidaan hyödyntää edelleen Taggerin lähiajan kehittämiskohteiden määrittelyssä. Tarkoitukseni on tunnistaa ja validoida 3–4 tärkeintä parannuskohdetta, jotka tulisi huomioida sovelluksen jatkokehityksen suunnittelussa.

Laajempina kontekstina ja innoittajana opinnäytetyössä esiteltävän tutkimuksen tekemiselle on toiminut Areenassa meneillään oleva asiasanoituksen laadun parantamiseen tähtäävä kehitystyö. Pyrkimyksenä on eri keinoin kehittää ohjelmien asiasanoitusta mm. lisäämällä asiasanoituksen kattavuutta, oikeellisuutta ja yhdenmukaisuutta. Areenassa nähdään asiasanoituksen laatu sekä käytännöllisesti että asiakaslähtöisesti. Laadukas asiasanoitus palvelee ennen kaikkea sisältöjen julkaisun ja asiakkaiden käyttötarpeita. Kaikilla ohjelmilla tulee olla asiasanat, asiasanojen tulee kuvata ohjelman sisältöä totuudenmukaisesti ja samanlaiset sisällöt tulee olla asiasanoitettu yhdenmukaisesti. (Viljanen 9.6.2022.)

Laadun parantamiseen kuuluu oleellisena osana myös tutkimuksen kohteena olevan, Ylen eri järjestelmiin liitetyn asiasanoitussovelluksen jatkokehittäminen entistä käyttäjäystävällisemmäksi ja selkeämmäksi. Työvälineen parantamiseen kannattaa panostaa, sillä asiasanoituksen käyttöliittymä ohjaa asiasanoittajan työprosessia ja näin osaltaan tukee tai haittaa tarpeellisten metatietojen liittämistä ohjelmasisältöihin. Tarkoitus on, että tämän opinnäytetyön myötä muodostuva käsitys asiasanoitussovelluksen käyttäjäkokemuksesta ja kehittämiskohteista voisi osaltaan auttaa asiasanoituksen laadun – kattavuuden, oikeellisuuden ja yhdenmukaisuuden – edistämisessä.

Areenan asiasanoituksen laadunparannushanke on osa Yleisradion laajempaa metatietoja käsittelevää selvitystyötä. Selvityksessä pyritään luomaan koko yhtiön kattava kuva metatiedon tuottamisesta, hallinnoimisesta ja kehitysprosesseista. Tavoitteena on muodostaa Ylessä yhteinen tulevaisuudennäkymä siitä, mitä metatiedot Ylessä ovat ja mitä niitä hyödyntämällä halutaan saada aikaan. Samalla on tarkoitus selkeyttää metatietotyön johtamista ja vastuita sekä metatiedon tuottamisen työprosesseja. (Hagström 30.8.2022.)

Ylessä ja Areenassa uskotaan, että metadata on tärkeässä osassa, kun asiakkaille luodaan entistä henkilökohtaisempaa mediakokemusta. Laadukkaasti tuotetun metadatan avulla asiakkaille pystytään paremmin tarjoilemaan ja suosittelemaan juuri heille sopivia ohjelmia, ja toisaalta asiakkaat pystyvät itse yhä monipuolisemmin etsimään kiinnostavia sisältöjä. (Ilikkanen & Kivinen 23.8.2022.)

2 Käyttäjäkokemus, käytettävyys ja käyttäjäkeskeinen suunnittelu

Jotta käyttäjäkokemusta voidaan tutkia, on ensin määriteltävä, mitä käyttäjäkokemuksella tarkoitetaan. Tässä luvussa kerron tutkimuksen teoriapohjasta kuvaamalla käyttäjäkokemuksen käsitettä ja käyttäjäkokemuksen osatekijöitä. Lisäksi luvussa perehdytään käyttäjäkeskeisen suunnittelun periaatteisiin. Lähempään tarkasteluun nostetaan kaksi käyttäjäkeskeistä suunnittelumenetelmää. Luvun lopuksi käsitellään käyttäjäkokemuksen huomioimista tuotekehityspäätösten validoinnissa.

2.1 Käyttäjäkokemuksen muodostuminen ja käytettävyys

Käyttäjäkokemuksessa (user experience) on kyse tuotteen, järjestelmän tai palvelun ja sen käyttäjän välisestä suhteesta. Käyttäjäkokemus-termille on annettu monia, hieman toisistaan poikkeavia määritelmiä, mutta yhteistä niille on nimenomaan loppukäyttäjän kokemuksen ja näkökulman korostaminen (Loranger 2014). Normanin (2016) mukaan käyttäjäkokemus on sitä, kuinka käyttäjä kokee vuorovaikutuksen tuotteen kanssa. Laajimmillaan käyttäjäkokemus pitää sisällään kaiken käyttäjän ja tuotteen välisen interaktion.

Siihen, millaiseksi käyttäjän kokemus vuorovaikutuksesta tuotteen kanssa muodostuu, vaikuttavat monet asiat. Tuotteen ominaisuuksien, kuten sisällön, ulkoasun ja käyttöliittymän, lisäksi käyttäjän kokemukseen vaikuttavat myös käyttäjästä itsestään johtuvat tekijät, kuten hänen tarpeensa, motivaationsa, asenteensa ja ennakko-odotuksensa tuotetta ja käyttötilannetta kohtaan. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 18.) Norman ja Nielsen (1998) korostavatkin, että on tärkeää erottaa käyttäjäkokemus käyttöliittymästä. Vaikka käyttöliittymä on tärkeä osa tuotteen tai palvelun suunnittelua, sen vaikutus käyttäjäkokemukseen on rajallinen.

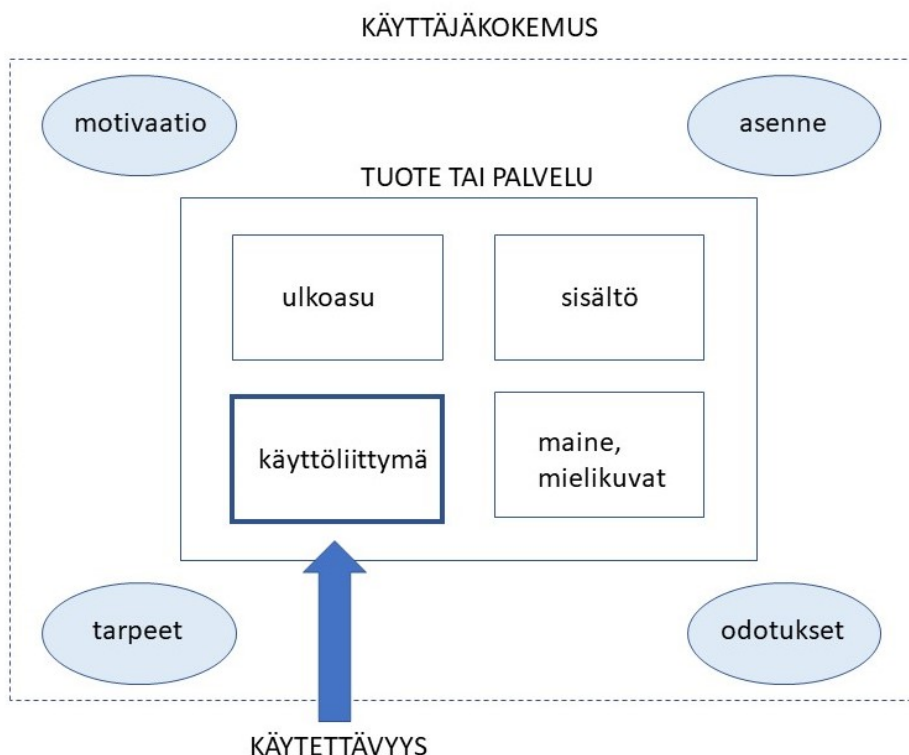
Käyttäjäkokemukseen liittyy läheisesti käytettävyyden (usability) käsite. Käytettävyys nähdään yhtenä käyttäjäkokemuksen osatekijänä (Norman & Nielsen 1998). Kun tuote on käytettävyydeltään hyvä, muodostuu käyttäjäkokemuksestakin todennäköisemmin positiivinen. Verkkopalveluiden käytettävyydestä tutkimuksen uranuurtaja Jakob Nielsen (2012) määrittelee käytettävyyden erityisesti käyttöliittymän (user interface) laatuominaisuudeksi. Käytettävyydellä tarkoitetaan, kuinka helppoa, tehokasta ja miellyttävää palvelun tai tuotteen käyttöliittymää on käyttää. Nielsen (2012) erottaa käytettävyydessä viisi osatekijää, jotka ovat:

- opittavuus,
- tehokkuus,
- muistettavuus,
- virheettömyys
- tyytyväisyys.

Opittavuudella (learnability) tarkoitetaan sitä, kuinka helppo käyttäjän on suorittaa perustoimintoja ensi kerran palvelua käyttäessään. Tehokkuus (efficiency) kertoo sen, kuinka nopeasti käyttäjä pystyy suorittamaan tavoittelemansa asiat. Muistettavuus (memorability) viittaa siihen, kuinka helppoa palvelun käyttö on palauttaa mieleen käyttötaun jälkeen. Virheettömyys (errors) liittyy myös käytettävyyteen, sillä käyttäjä haluaa yleensä välttää virheitä. Jos virheitä kuitenkin tapahtuu, ne pitäisi pystyä tunnistamaan ja korjaamaan helposti. Viides osatekijä on tyytyväisyys (satisfaction), joka kuvaa sitä, kuinka miellyttävä palvelua on käyttää.

Nielsen (2012) mainitsee myös käyttökelpoisuuden (utility) läheisenä käsitteenä käytettävyydelle. Käyttökelpoisuus viittaa palvelun toimintaan: tekeekö palvelu sitä, mitä käyttäjä tarvitsee? Nielsenin mukaan käytettävyys ja käyttökelpoisuus määrittelevät tasavahvoina yhdessä palvelun tai tuotteen hyödyllisyyden. Vaikka palvelu tai tuote olisi helppokäyttöinen, se ei ole hyödyllinen, jos se ei tee sitä, mitä sen pitäisi tehdä. Toisaalta vaikka palvelun tai tuotteen avulla saatava lopputulos olisi haluttu, on palvelu tai tuote käytännössä hyödytön, jos sen käyttäminen on liian vaikeaa.

Kuvassa 1 havainnollistetaan käyttäjäkokemuksen muodostumisen kompleksisuutta sekä käyttöliittymän ja käytettävyyden osuutta käyttäjäkokemuksessa.



Kuva 1. Tuotteen tai palvelun käyttäjäkokemuksen muodostuminen palvelun ominaisuuksien ja käyttäjästä johtuvien tekijöiden yhteisvaikutuksena

Kuvassa 1 uloimpana oleva, katkoviivoilla rajattu suorakulmio kuvaa käyttäjän kokonaisvaltaista käyttäjäkokemusta, ja keskimäinen suorakulmio kuvaa tuotetta tai palvelua. Suorakulmioiden välissä olevat soikiot kuvaavat käyttäjästä johtuvia tekijöitä, joilla on merkitystä käyttäjäkokemuksen muodostumisessa. Näitä ovat mm. käyttäjän motivaatio ja asenne tuotteen tai palvelun käyttämiseen sekä hänen tarpeensa ja ennako-odotuksensa tuotetta tai palvelua kohtaan. Tuotetta tai palvelua kuvaavan suorakulmion sisällä olevat pienemmät suorakulmiot ovat puolestaan esimerkkejä tuotteen tai palvelun ominaisuuksista, jotka vaikuttavat käyttäjäkokemukseen. Käyttäjäkokemukseen vaikuttavat mm. tuotteen sisältö, ulkoasu, käyttöliittymä sekä siihen liitetyt mielikuvat ja maine. Käyttöliittymä, ja käytettävyys sen laatuominaisuutena, ovat siis vain yksi monista käyttäjäkokemukseen vaikuttavista asioista.

Koska käyttöliittymä muodostaa ainoastaan osan käyttäjäkokemuksesta, voivat tuotteen tai palvelun käytettävyys ja yleinen käyttäjäkokemus olla joskus ristiriidassa. Tällöin yleensä kokonaisvaltaisempi käyttäjäkokemus painaa käytettävyyttä enemmän tuote- tai palvelumielikuvan muodostumisessa. Esimerkiksi palvelun käyttöliittymä voi toimia loistavasti ja olla käytettävyydeltään erinomainen, mutta jos palvelu ei muilta osin – vaikkapa sisällöltään – vastaa käyttäjän odotuksia, käyttäjäkokemus jää huonoksi. (Nielsen & Norman 1998.) Tai päinvastoin, jos käyttäjä pitää palvelusta sisällöllisesti todella paljon, hän sietää jonkin verran puutteita käytettävyydessä ja yleinen käyttäjäkokemus muodostuu hyväksi (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 19).

2.2 ”Turhan ajattelun” ja kognitiivisen kuorman vähentäminen

Toisen näkökulman käyttäjäkokemukseen ja käytettävyyteen tarjoaa Steve Krug. Tunnetussa, vuonna 2000 ensi kerran julkaistussa teoksessaan *Don't Make Me Think* (suom. *Älä pakota minua ajattelemaan*) Krug keskittyy erityisesti verkkopalveluiden käytettävyyteen. Hän lähestyy aihetta hyvin pragmaattisesti: tärkeintä on helppokäyttöisyys ja selkeys. Krugin (2006, 11–19) mielestä palvelusta, esimerkiksi verkkosivustosta, pitää tehdä niin päivänselvä ja selityksiä kaipaamaton kuin inhimillisesti katsoen on mahdollista. Helppokäyttöinen palvelu toimii siten, ettei käyttäjän tarvitse kuluttaa turhaan aikaa ajattelemiseen. Ajan tuhlaamista on Krugin mukaan esimerkiksi sen pohtiminen, mistä käyttö pitäisi aloittaa, mistä jokin löytyy, missä ovat tärkeimmät kohdat tai mitä erikoisilla nimeämistavoilla tarkoitetaan. Krugin mukaan merkityksettömien asioiden pohtiminen paitsi tuhlaa aikaa myös kuluttaa käyttäjän energiaa ja laimentaa innostusta. Samaan tapaan ymmärtämistä vaikeuttavaa on myös palvelun visuaalinen sekavuus eli kohina, joka tulisi vähentää minimiin (Krug 2006, 38–39).

Krugin (2006, 21–25) mukaan verkkopalveluiden suunnittelijoiden käsitykset ihmisten tavasta käyttää palveluita poikkeavat valitettavan usein siitä tavasta, jolla ihmiset oikeasti niitä käyttävät. Suunnittelijat olettavat käyttäjien tutkivan palvelua läpikotaisin ja selvittävän sen rakenteen ennen

toimintojen suorittamista. Tosiasiassa ihmiset eivät perehdy kokonaisuuteen vaan etenevät silmäillen, etsien itselleen merkityksellisiä tietoja ja kohtia, jotka liittyvät suoritettavana olevaan tehtävään. Optimaalisen toimintavaihtoehdon sijaan monille kelpaa ensimmäinen kohtuullisen hyvä vaihtoehto. Krugin nimittää toimintatapaa kelvollistamiseksi. Käyttäjillä on usein kiire ja kiireessä kelvollistaminen on tehokkaampaa kuin ajan käyttäminen parhaan vaihtoehdon selvittämiseen.

Kelvollistaminen on Krugin (2006, 26–29) mukaan yksi strategia, joita ihmiset kehittävät tullakseen toimeen käytettävyyden laadultaan vaihtelevien digitaalisten palveluiden kanssa. Ihmiset oppivat suoriutumaan esimerkiksi erilaisten ohjelmistojen käytöstä, kun heillä on siihen tarve. Kun toimiva menetelmä on löytynyt, käyttäjät omaksuvat sen ja voivat kysyttäessä kertoa olevansa käyttökokemukseensa jopa tyytyväisiä. Tavot, joilla ohjelmistoja käytetään, eivät kuitenkaan ole välttämättä lainkaan sellaisia, joita suunnittelijat ovat tarkoittaneet. Palvelun ylläpitäjän liiketoiminnan näkökulmasta epätarkoituksenmukaiset tavot käyttää palvelua voivat myös olla huonoja, jopa tuhoisia, jos käyttäjät eivät ohjautu näkymiin, joihin heidän haluttaisiin päätyvän.

Krugin vaatimus turhan ajattelun välttämiseksi on hyvin lähellä kognitiivisen saavutettavuuden ja kognitiivisen kuorman käsitteitä, joita käytetään nykyään yleisesti, kun puhutaan digitaalisten palveluiden helppokäyttöisyydestä (Kärpänen 2022). Helppokäyttöinen palvelu on saavutettava, mikä tarkoittaa, että mahdollisimman laaja, kyvyiltään ja aisteiltaan heterogeeninen ihmisjoukko pystyy käyttämään sitä. Helppokäyttöisyys edellyttää siis käyttäjien kognitiivisten kykyjen huomioimista. Kognitiivisella toimintakyvyllä tarkoitetaan mm. asioiden muistamiseen, ymmärtämiseen ja hahmottamiseen liittyvää toimintaa. Jotkut sairaudet tai oppimisvaikeudet voivat heikentää ihmisen kognitiivista toimintakykyä pysyvästi, mutta tilapäisiä häiriöitä kokee joskus jokainen esimerkiksi väsymyksen tai erilaisten stressitekijöiden takia. Helppokäyttöisessä palvelussa käyttäjän kognitiivista kuormaa vähennetään ja saavutettavuutta edistetään tukemalla muistamista, ymmärtämistä ja hahmottamista suunnittelun keinoin. (MDN Web Docs s.a.)

Konkreettisia keinoja vähentää käyttäjän kognitiivista kuormaa verkkosivuilla ja sovelluksissa ovat mm. seuraavat (MDN Web Docs s.a.):

- sisällön tarjoaminen useammassa eri muodossa, esimerkiksi luettavana tekstinä ja kuunneltavana versiona
- sisällön muokkaaminen kielellisesti helposti ymmärrettävään muotoon
- käyttäjän huomion kiinnittäminen tärkeisiin asioihin
- tarpeettoman sisällön välttäminen
- sivustolla tai sovelluksessa suoritettavien toimintojen jakaminen loogisiin vaiheisiin.

Kognitiivisen saavutettavuuden parantamiseksi ja kognitiivisen kuorman vähentämiseksi on tarjolla runsaasti ohjeita. Yksi tunnetuimmista ja laajimmista ohjeistuksista on kansainvälisen World Wide

Web -konsortion (W3C) laatima ja ylläpitämä WCAG-ohjeistus eli Web Content Accessibility Guideline (suom. Verkkosisällön saavutettavuusohjeet). WCAG-ohjeistuksen tavoitteena on varmistaa, että kognitiivisilta ominaisuuksiltaan erilaiset ihmiset erilaisissa tilanteissa voivat käyttää verkkopalveluja. WCAG-ohjeet auttavat mm. käyttöliittymäsuunnittelijoita, teknisiä kehittäjiä ja sisällöntuottajia parantamaan verkkopalvelun saavutettavuutta. Ohjeet painottuvat kuitenkin tekniseen saavutettavuuteen, joten ohjeiden noudattaminen ei vielä takaa sitä, että verkkopalvelu olisi kaikille käyttäjille kognitiivisesti saavutettava. (Etelä-Suomen aluehallintovirasto 2019.)

2.3 Käyttäjäkeskeinen suunnittelu ja kehittäminen

Hyvää käytettävyyttä ja käyttäjäkokemusta rakennetaan käyttäjäkeskeisillä suunnittelumenetelmillä. Menetelmissä yhdistyvät sekä liiketoiminnan tavoitteet että käyttäjien tarpeet. Olennaista on, että käyttäjäkeskeisessä suunnittelussa käyttäjät otetaan mukaan suunnitteluprosessin joka vaiheeseen. Prosessin aikana suunnittelijat perehtyvät konkreettisesti käyttäjän maailmaan, jolloin suunnittelu ei perustu arvaukseen vaan todelliseen tietoon käyttäjän tarpeista. Samalla suunnittelijat voivat olla varmoja, että työssä ollaan menossa oikeaan suuntaan. Yksi käyttäjäkeskeisen suunnittelun hyvistä oheisvaikutuksista onkin kehittämisprosessin vakaus ja tuloksen ennustettavuus: ratkaisua rakennetaan pala palalta iteroiden, kunnes tuote täyttää asiakkaan tarpeen. Käyttäjäkeskeisyyden edut liiketoiminnalle ovat myös selkeät. Olipa kyseessä sitten asiakkaille tarkoitettu tai yrityksen sisäinen palvelu, kehittämisresurssit kannattaa käyttää sellaiseen palveluun, josta käyttäjät pitävät ja jota he haluavat käyttää. Helppokäyttöinen ja käyttäjiä miellyttävä palvelu myy paremmin. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 27–30.)

Yksityiskohdiltaan toisistaan poikkeavia käyttäjäkeskeisiä suunnittelumenetelmiä on kehitetty useita erilaisiin tarkoituksiin. Osa menetelmistä on niin yleisluonteisia, että ne soveltuvat lähes minkä tahansa palvelun kehittämiseen, toiset menetelmät on suunniteltu erityisesti digitaalisia palveluita varten. Yhteistä käyttäjäkeskeisille menetelmille on yleensä kolmevaiheinen eteneminen: suunnittelu alkaa käyttäjään tutustumisesta ja hänen tarpeidensa ymmärtämisestä. Tämän jälkeen tuotekehitys jatkuu ideoinnilla, prototyypin valmistamisella ja testauksella, jonka jälkeen edetään valmiin tuotteen kehittämiseen. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 33–35.)

Eräs tunnetuimmista käyttäjäkeskeisistä menetelmistä on design thinking -ajattelu. Sen ideoita oli näkyvissä jo joidenkin 1900-luvun alun suunnittelijoiden töissä, mutta 1990-luvulla design thinking standardoitiin viralliseksi metodiksi. Design thinking -metodin ytimessä on ajatus siitä, että mitä paremmin käyttäjän tarpeet pystytään tunnistamaan ja huomioimaan ongelmanratkaisussa ja tuotekehityksessä, sitä erottuvampia ja enemmän kilpailuetua tuovia palveluratkaisuja pystytään kehittämään. Suunnitteluprosessin kolme vaihetta ovat muita käyttäjäkeskeisiä menetelmiä mukaillen: ymmärtäminen (understanding), kokeileminen (exploring) ja aineellistaminen (materializing).

Vaiheet jakautuvat edelleen kuuteen toimintoon, jotka ovat: eläytyminen (empathize), määrittely (define), ideoiminen (ideate), prototyyppien tekeminen (prototype), testaaminen (test) ja toteuttaminen (implement). (Gibbons 2016.)

Eläytymisvaiheessa suunnittelijoiden tärkeä tehtävä on tutustua käyttäjiin kokonaisvaltaisesti selvittämällä, mitä he tekevät, sanovat, ajattelevat ja tuntevat. Tarkoitus on kerätä niin paljon tietoa, että suunnittelijat voivat todella eläytyä käyttäjän tarpeisiin ja näkökulmaan. (Gibbons 2016.) Tiedonkeruu tapahtuu erilaisten käyttäjätutkimusten avulla. Käyttäjätutkimuksen laajuus ja syvyys riippuvat siitä, millaista tutkimusta ollaan tekemässä. Yleisimpiä käyttäjätutkimuksen muotoja ovat mm. haastattelut, kyselyt ja havainnointi, joita voidaan käyttää yksin tai yhdistelminä. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 70.)

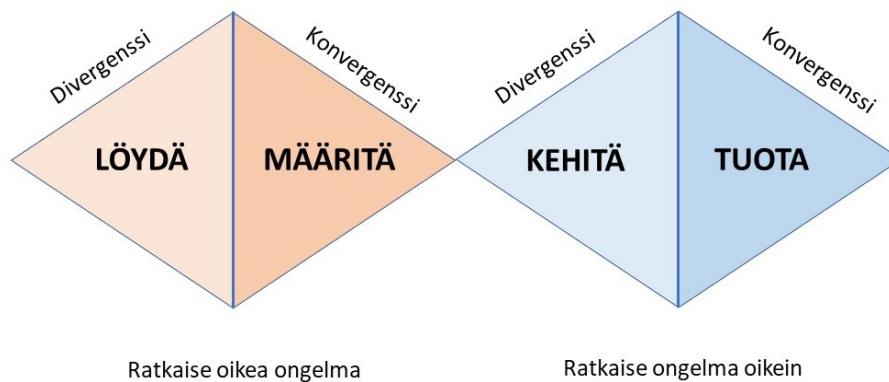
Tiedonkeruun jälkeen käyttäjien tarpeista ja ongelmista muodostetaan kokonaiskuva, jonka jälkeen on vuorossa ideointivaihe. Ideointivaiheessa on aluksi syytä päästää mielikuvitus valloilleen ja kerätä kaikki mahdolliset ideat miettimättä niiden toteuttamiskelpoisuutta. Vasta ideoinnin toisessa vaiheessa on aika pohtia sitä, kuinka ideat toimisivat käyttäjän tarpeiden ratkaisemisessa. Jos mahdollista, ideoiden pohjalta pyritään rakentamaan käsinkosketeltavia prototyyppejä, joita käyttäjät voivat jo testata. Testitilanteessa saatujen käyttäjäkommenttien perusteella prototyyppiä parannetaan ja näin edetään vähitellen kohti valmiin tuotteen toteuttamista. Olennaista on suunnittelu-prosessin syklisyys: kun suunnittelijoiden ymmärrys käyttäjän tarpeista laajenee testien myötä, voidaan prosessissa aina tarvittaessa palata takaisin määrittely- ja ideointivaiheeseen. (Gibbons 2016.)

Samat design thinking -ajattelusta peräisin olevat ihmiskeskeisyys sekä syklisyys ja toistettavuus protoiluineen ja testauksineen ovat olennaisia periaatteita myös tämän hetken luultavasti tunnetuimmassa käyttäjälähtöisen kehittämisen mallissa, palvelumuotoilussa. Tämä suunnittelumenetelmä alkoi saada suosiota 2000-luvun puolivälistä lähtien, kun palveluliiketoiminnan havaittiin dominoivan taloutta ja kysyntä alkoi kohdistua yhä asiakaslähtöisemmin kehitettyihin palveluihin organisaatiolähtöisten sijaan. Myös digitalisaation kiihtyminen lisäsi palvelumuotoilun kysyntää. (Kovisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 32–33.)

Palvelumuotoilussa kaiken kehittämisen keskipiste on palvelun käyttäjä, olipa hänen roolinsa asiakas, asiakaspalvelija tai yhteistyökumppani. Päämääränä on kehittää käyttäjälle hyödyllisiä, haluttavia, käytettäviä ja johdonmukaisia palveluita, jotka kuitenkin vastaavat myös palveluntarjoajan liiketoiminnallisia tavoitteita. Erityistä huomiota palvelumuotoilussa kiinnitetään käyttäjän palvelupolkuun, eli käyttäjän läpikäymään prosessiin hänen käyttäessään palvelua, sekä käyttäjän vuorovaikutukseen polun eri kontaktipisteiden, esimerkiksi ihmisten tai käyttöliittymien, kanssa. Palvelupolut ja kontaktipisteet voivat sijaita sekä fyysisissä tai digitaalisissa palvelukanavissa, eli kehittämisen

kohde voi olla yhtä lailla mobiili- tai verkkopalvelu tai asiakaspalvelu palvelupisteellä. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 34–35.)

Palvelumuotoilun prosessia ja etenemistä kuvataan usein tuplatimanttia esittävän kaavion avulla (kuva 2). Siinä peräkkäin olevat vinoneliöt eli timantit kuvaavat muotoiluprosessin kahta toisiaan seuraavaa osaa, jotka ovat ongelman tunnistaminen ja ratkaisun kehittäminen. Palvelumuotoiluprosessin ensimmäisen osan aikana päämäärä on pyrkiä tunnistamaan ratkaistava ongelma. Toisen osan aikana kehitetään tunnistettuun ongelmaan parhaiten soveltuva ratkaisu.



Kuva 2. Palvelumuotoilun Tuplatimantti-prosessimalli (mukaillen Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 43)

Kokonaisuutena palvelumuotoilun tuplatimantti jakaantuu neljään päävaiheeseen, jotka ovat: löydä, määritä, kehitä ja tuota. Löydä- ja määritä-vaiheet ovat osa ongelman tunnistamista, kun taas kehitä- ja tuota-vaiheet ovat osa ratkaisun kehittämistä. Samalla prosessissa vaihtelevat kaksi ajattelutapaa: divergentti eli vaihtoehtoja luova ja konvergentti eli vaihtoehtoja rajaava ajattelu. Divergenttissä ajattelussa, jota edustavat löydä- ja kehitä-vaiheet, luodaan vaihtoehtoja eikä rajoiteta ideointia. Konvergenttissä ajattelussa, jota edustavat määritä- ja tuota-vaiheet, syntyneitä vaihtoehtoja testataan, arvioidaan ja karsitaan tarkoituksena löytää paras vaihtoehto. Vaikka tuplatimanttimalli on jaettu eri vaiheisiin, on palvelumuotoilu työskentelymenetelmänä käytännössä hyvin joustava ja iteratiivinen. Prosessin aikaisempiin vaiheisiin on aina mahdollista palata ja samaa vaihetta voidaan toistaa, kunnes toimiva lopputulos on saatu aikaan. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 39–47.)

Design thinking -ajattelu ja palvelumuotoilu tuovat hyvin esiin käyttäjäkeskeisten menetelmien edut: ne ovat joustavia ja skaalautuvat erilaisiin suunnittelutilanteisiin. Menetelmät soveltuvat konkreettisten tuotekehitysprojektien ohella yhtä lailla myös palveluiden suunnitteluun. Täysin uusien tuotteiden ja palveluiden ideoinnin ja luomisen lisäksi menetelmiä voi soveltaa myös vanhan, jo

olemassa olevan palvelun päivittämiseen ja jatkokehittämiseen. Digitaalisten palveluiden suunnittelussa ja kehittämisessä käyttäjäkeskeiset menetelmät ovat nykyään valtavirtaa, ja suosiota lisää se, että käyttäjäkeskeisyys on helppo sovittaa yhteen ohjelmistoalalla yleisesti sovellettujen ketterien menetelmien kanssa.

Ketterien (agile) menetelmien perusajatukset ovat lähellä käyttäjäkeskeisen suunnittelun periaatteita: ratkaisua iteroidaan eli kehitetään pala palalta, kunnes lopputulos on hyvä. Iteroimisen lisäksi ketteriin menetelmiin kuuluu myös odotus siitä, että asiakas sitoutuu ja käyttää aikaansa projektiin. Yhdistämällä käyttäjäkeskeisen suunnittelun ja ketterien menetelmien parhaat puolet saadaan aikaan yleensä hyvä työskentelymalli digitaalisten palveluiden kehittämiseen. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 44–45.)

2.4 Käyttäjävalidointi tuotekehityspäätösten tukena

Digitaalisiin palveluihin perustuvassa liiketoiminnassa palveluiden menestyksellinen ammattimainen ylläpitäminen vaatii jatkuvaa panostusta sekä palveluiden sisällön että teknisten ominaisuuksien kehittämiseen. Ylläpidettävän digitaalisen palvelun nykyisiä ominaisuuksia on syytä parantaa ja uusia ominaisuuksia kenties lisätä, ja jossain vaiheessa joistakin ominaisuuksista on järkevää luopua. Jotta kehittäminen olisi suunnitelmallista eivätkä palvelun ylläpitäjän rajalliset tuotekehitysmahdollisuudet menisi hukkaan, on kehitystyön priorisointi ensiarvoisen tärkeää. (Ruokonen 2016, 141–142.)

Ruokosen (2016, 108) mukaan digitaalisen palvelun kehittämiseen liittyvät päätökset tulisi aina tehdä todennetun ja validoidun asiakasdatan perusteella ja asiakasta, eli palvelun ensisijaista käyttäjää, kuunnellen. Yleensä tuotetta ei kannata kehittää eteenpäin juuri lainkaan, ellei kehittämiskohteita ole validoitu eli käyty läpi ja testattu yhdessä asiakkaan kanssa ja varmistettu, että suunnitellut muutokset vastaavat todellisen käyttäjän tarpeita ja etuja. Tuotekehityspanostuksia ei kannata suunnata ominaisuuksiin, joita palvelun käyttäjä ei ollenkaan tarvitse.

Keinoja, joilla käyttäjän ääni saadaan kuuluviin kehitystyössä, on useita, ja niitä voidaan soveltaa sen mukaan, minkälaista tuotetta ollaan kehittämässä ja kenelle se on tarkoitettu. Käyttäjät voidaan esimerkiksi kutsua työpajaan tai fokusryhmäkeskusteluun, heille voidaan näyttää prototyypppejä, tai heitä voidaan haastatella heidän tarpeistaan. Digitaalisessa palvelussa voidaan myös tuottaa käyttäjille jatkuvasti erilaisia sähköisiä kyselyitä, joilla kerätään lisätietoa esimerkiksi tuotteen ominaisuuksista ja käytettävyydestä. Ylipäänsä parhaiten käyttäjien tarpeista saadaan realistinen kuva silloin, kun palvelua kehittävät asiantuntijat tapaavat käyttäjiä säännöllisesti. Kun kehittäjillä on suora ja jatkuva kontakti käyttäjiin, käyttäjien tarpeiden tulkitsemiseen liittyvien väärinkäsitysten riski on pienempi kuin esimerkiksi silloin, jos käyttäjien tarpeet tulevat kehittäjien tietoon välikäsien

kautta. Myös asioiden selittämiseen ja kuvaamiseen liittyvää aikaa ja vaivaa tarvitaan vähemmän, kun kehittäjät ovat suorassa kontaktissa käyttäjiin. (Ruokonen 2016, 108–110.)

Digitaalisten palveluiden kehittämisessä asiakas- ja käyttäjävalidointi tulisi nähdä jatkuvana toimintana, jossa tuotekehityshankkeen edetessä käyttäjää kuullaan moneen kertaan ennen kuin lopullinen versio on valmis. Pelkkä käyttäjälähtöinen taustaoletusten validointi hankkeen alussa ei yleensä riitä, sillä kehitystyön edetessä sekä asiakkaan tarpeet että kehitettävä tuote muuttuvat. Läheskään aina käyttäjien tarpeiden validointi tuotekehitysprosessin aikana ei vaadi koodaamista, vaan havainnekuvat voivat riittää tuomaan esiin tärkeät huomiot. Usein on järkevää jakaa uusi kehitettävä kokonaisuus pieniin, nopeasti toteutettaviin vähäriskisiin osiin. Testaamalla rakennettavaa tuotetta pieni osa kerrallaan käyttäjien kanssa, on helpompi olla varma, että kehityksen suunta on joka kehitysaskelilla oikea. (Ruokonen 2016, 111–112.)

Kuten alaluvussa 2.3. on todettu, tuotteen kehittäminen pieni pala kerrallaan on olennainen työtapa nykyisin yleisesti käytettävissä ketterissä työskentelymenetelmissä. Tuotekehityksessä halutaan usein saada mahdollisimman pian valmiiksi ns. MVP-versio eli pienin toimiva tuote (minimum viable product). MVP-versio sisältää jonkin toimivan osan tavoitteena olevasta tuotteesta tai palvelusta. MVP-versiota testaamalla oikeat tulevat käyttäjät pääsevät kertomaan, kannattaako tuotteen kehittämistä jatkaa. Jos käyttäjät toteavat MVP:n kehityskelpoiseksi, siihen voidaan alkaa lisätä ominaisuuksia. (Kügelgen & Laukkonen 2020, 197.)

3 Asiasanoitus ja sen käytännöt

Edellä on perehdytty opinnäytetyön lähtökohtaan, tarpeeseen parantaa kuvailevan metatiedon laatua Yle Areenan sisältöjen asiasanoituksessa. Lisäksi on käsitelty käyttäjäkokemuksen ja käytettävyyden käsitteitä sekä käyttäjäkeskeisen suunnittelun periaatteita ja merkitystä tuotekehityksessä. Tässä luvussa luon katsauksen Ylen asiasanoitustoimintaan ja av-asiasanoituksen käytäntöihin sekä esittelen tutkimuksen kohteena olevan Tagger-sovelluksen. Taggerin valikkonäkymät ja sovelluksen kehittämistarpeet, joihin alaluvuissa viitataan, perustuvat tutkimuksen aloittamisen aikaan syyskuussa 2022 tuotannossa olleeseen versioon Taggerin käyttöliittymästä.

3.1 Asiasanoitustoiminta Ylessä

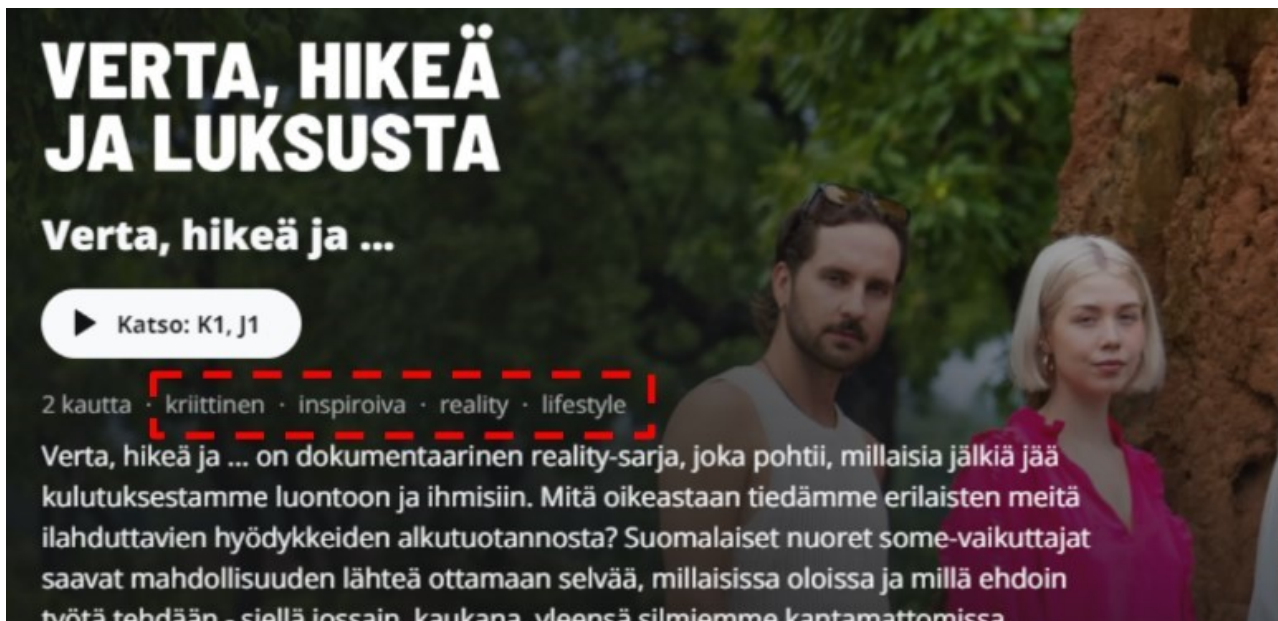
Yleisradiossa asiasanoittamisella tarkoitetaan yksittäisistä sisältöä kuvailevista termeistä koostuvan metadatan liittämistä julkaisuihin. Asiasanat ovat käytössä sekä Ylen tekstimuotoisissa sisällöissä, kuten uutisartikkeleissa, että suoratoistopalvelu Yle Areenan video- ja audiosisällöissä. Myös arkistomateriaalien ja kuvien asiasanoituksella on jo pitkät perinteet (Virtanen 14.9. 2022).

Ylen tekstisisältöjen asiasanoitus käynnistyi eri toimitusten kokeiluina 2010-luvun alussa. Toimituksissa oli ensin käytössä omiin tarpeisiin räätälöityjä sanastoja, mutta yhtenäisempään asiasanoitukseen ja yhteiseen sanastoon siirryttiin vähitellen vuodesta 2014 alkaen. Areenaan julkaistavien av-sisältöjen asiasanoitusta kokeiltiin ensi kerran vuoden 2018 olympialaisissa. Systemaattisesti ohjelmiin alettiin kuitenkin lisätä asiasanoja vasta vuoden 2019 lopulla asiasanoituksen käyttöliittymän valmistuttua. (Virtanen 14.9.2022.) Areenan sisältöjen asiasanoitus aloitettiin, koska suoratoistopalvelun kasvun myötä ohjelmien löydettävyyttä verkossa ja sovelluksissa haluttiin parantaa. Lisäksi Areenan sisältönäkymien rakenteellinen uudistus, jossa näkymiä muutettiin sivusuunnassa selattaviksi nauhamaisiksi stripeiksi, edellytti asiasanojen käyttöönottoa, koska stripejä haluttiin koostaa myös automaattisesti. (Virtanen 2020.)

Audio- ja videosisältöjen asiasanoittaminen eroaa prosessina jonkin verran tekstiartikkeleiden asiasanoittamisesta. Kun artikkelille lisätään asiasanat yleensä kerralla tekstin kirjoittamisen yhteydessä, on av-sisältöjen asiasanoittaminen kerroksellisempaa ja hajautetumpaa. Audioille ja videoille asiasanoja voidaan lisätä useassa eri sisällönkäsittelyjärjestelmässä, mikä tarkoittaa, että osa asiasanoista liitetään ohjelmaan jo sen suunnitteluvaiheessa ja osa vasta juuri ennen ohjelman julkaisua Areenaan, tai tarvittaessa myös julkaisun jälkeen. Eri järjestelmissä asiasanoja lisäävät yleensä eri henkilöt. Viimeinen lisäyskerta tapahtuu Areenan toimituksessa, jossa ohjelman asiasanoja täydennetään nimenomaan Areenan julkaisutarpeiden, kuten sisältöpaketoitien, tarvitsemilla asiasanoilla.

Tekstimuotoisten sisältöjen ja av-sisältöjen asiasanoitus eroavat toisistaan myös sen suhteen, mitä asiasanatyyppejä sisältöihin lisätään. Tekstisisällöissä asiasanoilla kuvaillaan, mitä aihetta tai aiheita uutinen tai artikkeli käsittelee. Videoissa ja audioissa asiasanatyypin, lyhyen kuvailevan metadatan kirjo on paljon laajempi: aihe sanojen lisäksi ohjelmiin lisätään myös mm. ohjelman lajityyppiä (esim. komedia tai western), kohdeyleisöä (esim. 15–29-vuotiaat) sekä tunnelmaa (esim. jännittävä tai lämminhenkinen) kuvaavia sanoja. Ylen av-asiasanoittamisessa on käytäntönä kutsua kaikkia tällaisia sanoja yhteisnimityksellä 'asiasanat'.

Myös asiasanojen näkyvyys palvelun käyttäjille on erilainen artikkeleissa ja av-sisällöissä. Artikkeleiden lukijat näkevät kaikki asiasanat tekstin ohessa ja pystyvät asiasanaa klikkaamalla saamaan listauksia saman asiasanan sisältävistä artikkeleista. Sen sijaan av-sisällöissä asiasanoja näytetään toistaiseksi käyttäjille valikoidummin. Käyttäjä näkee ohjelmien yhteydessä yhteensä enintään neljä lajityyppiä ja tunnelmaa kuvaavaa asiasanaa (kuva 3). Näytettävät sanat on priorisoitu ohjelman asiasanojen joukosta kuvailuarvon mukaan siten, että suurimman ja tarkimman kuvailuarvon käyttäjälle tuottavat sanat näytetään ensisijaisesti. Asiasanat näkyvät toistaiseksi Areenan selaimversiossa ja äly-tv-sovelluksissa video-ohjelmilla.



Kuva 3. Areenan ohjelmisivu, jossa käyttäjän nähtävillä ovat ohjelman tunnelmaa ja lajityyppiä kuvaavat asiasanat. Esimerkissä asiasanat on ympäröity punaisella katkoviivalla.

3.2 Av-asiasanoituksen tehtävät ja periaatteet

Vaikka av-sisältöjen asiasanat näkyvät tällä hetkellä Areenan käyttäjille rajoitetusti eivätkä ne vielä mahdollista palvelun käyttäjien tekemiä hakulistauksia, on asiasanoilla kuitenkin erittäin tärkeä tehtävä Areenan ylläpidossa. Asiasanoja hyödynnetään palvelun rakenteiden, kuten kuluttaja-

näkymien ja sisältöpaketoitien, automaattisessa koostamisessa sekä sisältöjen algoritmisessa suositelussa. (Viljanen 9.6.2022.) Ilman asiasanoja Areenan laajan ohjelmiston järjestely ja tarjoilu käyttäjille olisi huomattavasti työläämpää.

Asiasanojen kautta ilmennetään myös Areenan ohjelmakatalogin taksonomiaa eli ohjelmien luokittelua eri kategorioihin, kuten esimerkiksi elokuviin, dokumentteihin, draamasarjoihin ja uutissisältöihin, sekä edelleen tarkemmin esimerkiksi komedioihin, tiededokumentteihin ja jännityssarjoihin. Kun av-sisältöihin liitetään asiasanoja, saavat tietyn kategorian ohjelmat määritteekseen aina juuri kyseistä kategoriaa kuvaavan lajityyppiasiasanan. Taksonomioiden yleinen tehtävä on auttaa erilaisten kokonaisuuksien jäsentelyssä: kun kokonaisuuden osilla on nimet, on asioista keskusteleminen ja niiden analysointi helpompaa. Hyvin usein taksonomiat helpottavat myös sisältöjen hakemista. Taksonomioita voidaan laatia halutulla tarkkuudella eri tarpeisiin, ja on laativan tahon tehtävä määrittellä, mitkä piirteet ovat taksonomisessa luokittelussa olennaisia, luokkia ja kategorioita erottavia. (Williams 2018, 4–12.) Media-alalla eri toimijat hyödyntävät erilaisia taksonomioita esimerkiksi ohjelmagenrejen jäsentelyyn tarpeidensa mukaan (ks. esimerkiksi IMDb.com s.a.; Netflix-Codes.com s.a.).

Areenan ohjelmien asiasanoituksen yleisenä tavoitteena on kiteyttää erityyppisten asiasanojen avulla asiakkaan ja julkaisemisen kannalta hyödyllisiä piirteitä sisällöstä (Viljanen 9.6.2022). Perinteisten aihetta kuvaavien asiasanojen ohessa ohjelmille annetaan myös muita kuvailevia asiasanoja, kuten lajityyppi, tunnelma, kohderyhmä ja alkuperämaa. Lisäksi asiasanoilla voidaan kertoa, mihin tapahtumaan tai laajempaan sisältökokonaisuuteen ohjelma liittyy. Niin ikään voidaan nimetä ohjelmassa esiintyviä henkilöitä tai mainita sen tekijöitä.

Vaikka av-sisältöihin tulee lisätä kaikki sen kuvailuun tarvittavat asiasanat, asiasanojen määrässä on kuitenkin hyvä pyrkiä kohtuuteen. ”Yliasiasanoittamista” pitää välttää. Asiasanoituksessa enemmän ei välttämättä ole paremmin, sillä epäoleellisten asiasanojen, esimerkiksi liian laajojen käsitteiden tai monien synonyymisten sanojen, liittäminen sisältöihin voi johtaa siihen, että kuluttajanäkymiin nousee epäoleellisia, sinne kuulumattomia sisältöjä. Siksi ohjelmille kannattaa lisätä vain relevantteja, oleellisia asiasanoja. (Virtanen 2019.)

Av-asiasanoituksen tärkeisiin periaatteisiin kuuluu myös se, että asiasanojen muodostaman kokonaisuuden tulisi olla mahdollisimman neutraali kuvaus ohjelmasta. Asiasanoilla annetaan pysyvää metatietoa ohjelmille, eli tarkoitus on, ettei ohjelmalle annettuja asiasanoja tarvitsisi myöhemmin muuttaa. Esimerkiksi se, että jokin ohjelma on sisällöltään ”ajankohtainen” kyseisellä hetkellä, ei ole pysyvää tietoa. Ohjelman ajankohtaisuus muuttuu ajan myötä. Tällä hetkellä sisällöltään ajankohtainen ohjelma ei välttämättä ole ajankohtainen enää kahden vuoden kuluttua. (Viljanen 9.6.2022.)

3.3 Tagger – asiasanoituksen työkalu

Areenan audio- ja videosisältöjen asiasanoitus tapahtuu ohjelmiston suunnittelu- ja julkaisujärjestelmiin kytketyllä lomaketyyppisellä widget-sovelluksella. Widget on kehitetty Ylessä vuonna 2019 räätälöidysti yhtiön omiin tarpeisiin, ja siitä käytetään yleisesti nimitystä Tagger, tai Tagger Classic, silloin kun halutaan tehdä ero tekstisisältöjen asiasanoittamiseen käytettävään Tagger Lite -sovellukseen. (Virtanen 14.9. 2022.) Tässä opinnäytetyössä käsitellään vain av-sisältöjen asiasanoitusta, joten widgetistä puhutaan yksinkertaisesti nimellä Tagger.

Kun ohjelman tietoa käsittelevä henkilö haluaa lisätä ohjelmalle asiasanoja, hän saa Tagger-widgetin avattua valitsemalla suunnittelu- tai julkaisujärjestelmästä ”Lisää asiasanoja” -painikkeen. Asiasanoituslomake aukeaa ponnahdusikkunaan liitteen 1 mukaisesti.

Lomakkeen käyttöliittymässä (liite 1) ovat näkyvissä kaikki kahdeksan asiasanatyyppeä, jotka av-sisällölle on mahdollista antaa. Asiasanatyypit ovat:

- aihe
- lajityyppi
- tunnelma
- Yle-kokonaisuus
- tapahtuma
- sisällön alkuperämaa tai -alue
- kohdeyleisö
- tekijä / esiintyjä.

Asiasanatyyppeiden ryhmistä eniten sanoja kuuluu aihetta kuvaavien sanojen ryhmään, noin 250 000. Muihin ryhmiin kuuluu selvästi vähemmän sanoja, esimerkiksi lajityyppiasiasanoja on noin 90 ja tunnelmia on noin 30. Asiasanojen määrä kasvaa ajan myötä, varsinkin aihesanoihin lisätään viikoittain uusia sanoja. Muut asiasanatyypit saavat täydennyksiä harvemmin. Silloin tällöin Taggerin sanastosta myös poistetaan sanoja. Tavallisimmin sanoja poistuu, kun läheisiä käsitteitä yhdistetään eli sillataan toisiinsa (siltauksesta ks. esim. Hyvönen 2018, 147).

Kun ohjelmalle määritellään asiasanoja, kaikkia tarjolla olevia asiasanatyyppejä ei ole pakko käyttää, mutta Areenan sisältönäkymien koostamisen kannalta ainakin aihe, lajityyppi, alkuperämaa ja kohdeyleisö tulisi määritellä kaikille ohjelmille. Etenkin draama- ja dokumenttisisällöille suositellaan myös tunnelmatiedon merkitsemistä.

Taggerin käyttöliittymässä asiasanoja pääsee lisäämään ohjelmalle klikkaamalla asiasanatyypin nimen alla olevaa plussaa (ks. liite 1). Tämän jälkeen osa asiasanoista lisätään hakemalla niitä hakulaatikon kautta, kuten esimerkiksi aihetta kuvaavat asiasanat (liite 2). Osa asiasanoista taas

valitaan suppeammasta sanastosta haluttua termiä klikkaamalla. Näin valitaan esimerkiksi tunnelma- ja lajityyppiasiasanat (liite 3 ja 4).

Audio- ja videosisältöjen asiasanoituksen lähdejärjestelminä Taggerissa hyödynnetään sekä ulkoisia että sisäisiä sanastoja. Ulkoisia sanastolähteitä ovat Finto.fi-palvelun ylläpitämä KOKO-ontologia ja Wikidata, joihin perustuu mm. Taggerin aihe sanojen laaja valikoima. Sisäiset sanastot ovat Ylessä omaan käyttöön määriteltyjä tärkeiden piirteiden kirjastoja. Taggerissa tällaisia ovat mm. ohjelmien lajityyppihin, tunnelmiin ja kohdeyleisön kuvailuun liittyvät sanastot. (Viljanen 9.6.2022.)

3.4 Taggerin kehitystarpeet ja niiden priorisointi

Taggerin nykyinen käyttöliittymä sanastoineen on ollut käytössä loppuvuodesta 2019 lähtien. Kehitysvaiheessa käyttöliittymää testattiin tulevilla käyttäjillä, ja osa tulevista käyttäjistä osallistui myös sisäisten sanastojen laatimiseen. Lanseerauksen jälkeen Taggeriin on täydennetty mm. aihe sanastoa sekä lajityyppi- ja tunnelman sanastoa käyttäjien toiveiden ja tarpeiden mukaan. Sen sijaan käyttöliittymään kohdistuvaa, käyttäjille näkyvää kehittämistä Taggerille ei ole av-asiasanoittamisen aloittamisen jälkeen tehty. (Virtanen 14.9. 2022.)

Tutkimushetkellä, syksyllä 2022, Areenan audio- ja videosisältöjen asiasanoituksesta on saatu kokemuksia noin kolme vuotta. Tänä aikana asiasanojen hyödyntämisen tavat ovat kehittyneet, ja samalla erityisesti lajityyppiä ilmaisevista asiasanoista on tullut keskeisen tärkeitä Areenan sisältönäkymien koostamisessa. Sisältönäkymissä samankaltaisten ohjelmien paketointi nojaa nykyisin pitkälti lajityyppiasianoihin. Tämä tarkoittaa, että jos ohjelman lajityyppiä ei ole merkitty oikein tai riittävän tarkasti, ohjelmat eivät automaattisesti ohjautu oikeisiin näkymiin tai samantyyppisten ohjelmien kanssa samoihin sivusuunnassa selattaviin valikkoihin eli stripeihin.

Vaikka valittavissa olevien lajityyppiasiasanojen määrä on suuri ja niillä on ratkaiseva merkitys Areenan sisältönäkymien tarkoituksenmukaiselle toiminnalle, ei lajityyppiasanojen esillepanoa Taggerin käyttöliittymässä ole toteutettu erityisen käyttäjäystävällisesti. Kaikki lajityypit ovat tarjolla yhtenä aakkostettuna listana (liite 4), eivätkä esimerkiksi muita merkittävämmät ja paljon käytetyt lajityypit erotu vähemmän käytettävistä lajityyppiasanoista. Ongelmana on myös lajityyppilistan pituus: käyttäjä joutuu joka kerran etsimään haluamansa lajityypin kymmenien termien joukosta. Termien selitykset ovat niin ikään hieman huonosti näkyvissä, sillä ne on sijoitettu ns. tooltip-teksteiksi ja tulevat näkyviin vasta, kun käyttäjä vie hiiren osoittimen termin päälle.

Kun tarkastellaan Taggerin käyttöliittymän tapaa esittää lajityypit kymmenistä termeistä koostuvana pitkänä listana, on helppo havaita, ettei esittämistapa ole käytettävyydeltään toimivin. Luvussa 2.1 esitellyistä Nielsenin (2012) määrittelemistä käytettävyyden laatukriteereistä Taggerissa eivät toteudu kovin hyvin ainakaan tehokkuus ja tyytyväisyys. Termien hakeminen pitkästä listasta ei ole

kovin tehokasta, mikä johtaa edelleen käytön miellyttävyyden heikentymiseen. Myös virheettömyyden toteutuminen on vaarassa, jos käyttäjät eivät huomaa ja näin pysty kunnolla hyödyntämään tooltip-teksteiksi sijoitettuja lajityyppitermien selityksiä.

Myöskään luvussa 2.2 käsitellyn kognitiivisen kuorman näkökulmasta Taggerin käyttöliittymän tapa esittää lajityypit ei ole paras ratkaisu. Lähes 90 termin pitkässä listassa tärkeät sanat eivät erotu vähemmän tärkeistä, ja se, että halutun asiasanan joutuu joka kerran etsimään isosta joukosta muita sanoja, kuormittaa turhaan käyttäjän muistia. Kognitiivisen saavutettavuuden parantamiseksi esitettyjä ohjeita (MDN Web Docs s.a.) soveltaen voi arvella, että lajityyppien jakaminen käyttöliittymässä pienempiin ryhmiin ja tärkeiden termien erottaminen muista voisivat korjata tilannetta.

Koska Taggerissa on havaittu käytettävyydspuutteita, jotka vaikuttavat myös asiasanoituksen laatuun häiritessään oikeiden asiasanojen valintaa, Areenassa on päätetty kehittää Taggerin käyttöliittymää. Ensimmäiseksi kehittämiskohteeksi on suunniteltu Areenan sisällönäkymien muodostamisessa tärkeässä roolissa olevien lajityyppiasiasanojen esillepanoa. Laaja lajityyppisanasto haluttaisiin jäsenellä käyttöliittymässä uudelleen siten, että kymmenet termit jaoteltaisiin pienempiin loogisiin ryhmiin. Ajatus on, että selkeät ryhmittelyt auttaisivat Taggerin käyttäjiä valitsemaan tarvitsemansa lajityypit entistä helpommin.

Käyttöliittymän jäsentelyyn tehtävien parannusten lisäksi Taggerin lajityyppivalinnan sujuvoittamiseen on ajateltu yhdistää myös toinen asiasanoituksen laadun parantamiseen tähtäävä toimenpide, lajityyppikäsitteiden määritelmien läpikäynti. Asiasanoittajien mielestä haastavimmat lajityypit tulee tunnistaa ja käsitteiden merkityksiä täytyy tarvittaessa täsmentää siten, että niiden käyttö ohjelmien kuvailussa voi olla entistä johdonmukaisempaa ja yhtenäisempää. Lajityyppien ryhmittelyn ja täsmentämisen yhteydessä lajityyppisanastoa on mahdollista myös täydentää kokonaan uusilla, nykyisestä sanastosta puuttuvilla, mutta tärkeiksi koetuilla lajityypeillä.

Lajityyppitermit ovat nykyisellään melko sekalainen ryhmä sanoja. Osa termien taustalla olevista käsitteistä on merkitykseltään hyvin laajoja ja joskus monitulkintaisiakin, osa termeistä taas viittaa yksiselitteisempiin ja helpommin määriteltäviin käsitteisiin ('käsitteen' ja 'termin' välisestä suhteesta ks. Suonuuti 2012, 11). Esimerkiksi lajityyppi 'asia' voi viitata hyvin erilaisiin faktaohjelmäsältöihin, kun taas esimerkiksi 'mykkäelokuvalla' tarkoitetaan juuri tietynlaista elokuvaa, jossa henkilöiden puhe ei ole katsojan kuultavissa. Osa lajityyppitermeistä – kuten esimerkiksi termiä 'sarja' – hyödynnetään ohjelmien kuvailussa erittäin paljon, osaa käytetään vain vähän, esimerkkinä mainittakoon 'äänitaide'. Lajityyppien tarkoituksenmukaista käyttöä tukemaan lajityyppisanaston yhteyteen lisättiin jo Taggerin syntyvaiheessa tooltip-elementtinä näkyviin tulevat termiselitykset. Selityksistä huolimatta on havaittu, ettei lajityyppiasiasanojen lisääminen sisällöille ole aina täysin

johdonmukaista ja yhteneväistä. Eri henkilöt voivat ymmärtää asiasanojen käyttötarkoitukset omalla tavallaan ja kuvata samalla käsitteellä keskenään erilaisia sisältöjä.

Ennen kuin Taggerin kehittämistoimenpiteistä ja niiden toteuttamisjärjestyksestä tehdään lopullinen päätös, Areenassa halutaan kartoittaa laajemmin myös käyttäjien mielipiteitä Taggerista, sen ominaisuuksista ja kehitystarpeista. Käyttäjien näkemyksiä ja kokemuksia kootaan tässä opinnäytetyössä esiteltävällä käyttäjäkyselyllä.

Jos Taggerin kehittämistä ajatellaan luvussa 2.3 esiteltyjen design thinking -ajattelun tai palvelumuotoilun termein prosessina, käyttäjäkysely sijoittuu muotoiluprosessin alkuvaiheeseen käyttäjän ymmärtämiselle omistettuun, löydä ja määritä -vaiheeseen. Siinä tutustutaan käyttäjän tilanteeseen, ja hänen asiansanoitukseen liittyviä tarpeita ja ongelmia pyritään tunnistamaan ja kiteyttämään ratkaistaviksi kehittämistehtäviksi. Paitsi kehittämiskohteiden yleisessä tunnistamisessa ja validoinnissa, käyttäjäkysely auttaa Taggerin kehittäjiä myös parannustoimenpiteiden priorisoinnissa. Suuremmasta määrästä kehitysideoita seulotaan esiin tärkeimmät. Kyselyssä eniten esiin nousevat epäkohdat voidaan tarvittaessa ottaa työn alle ensimmäisenä.

Kehittämiskohteiden priorisoinnissa käyttäjien mielipiteiden ja kokemusten kerääminen on yleisesti ottaen tärkeää. Kuten luvussa 2.4 käyttäjävalidoinnin käsittelyn yhteydessä on todettu, tuotekehityksen resursseja ei kannata suunnata sellaisiin ominaisuuksiin, joita käyttäjät eivät tarvitse. Käyttäjien tarpeiden ohella priorisoinnissa on syytä kuitenkin huomioida myös palvelua kehittävän tahon tavoitteet ja mahdollisuudet. Käyttäjän tarpeista nousevan ominaisuuden toteuttamisen on oltava kannattavaa myös palvelun omistajalle ja tuettava tämän liiketoimintaa. Jos kannattavuuden objektiivinen arviointi on vaikeaa, eri osapuolten näkökohtien huomioimiseksi voi saada apua erilaisista priorisoinnin menetelmistä. Kehitystarpeita voi esimerkiksi pisteyttää sen mukaan, kuinka haluttuja, helposti toteutettavia ja tuottavia ne ovat. Kolmen tekijän yhteispistemäärän perusteella tarpeita voidaan laittaa järjestykseen siten, että korkeimman yhteissumman haluttavuudesta, toteutavuudesta ja tuottavuudesta saavuttanut kehitystarve laitetaan toteutukseen ensimmäisenä. (Lombardo, McCarthy, Ryan & Connors 2017, 140–141.)

Jos priorisoitavia kehitysideoita on kovin paljon, suosittu tapa laittaa ideoita järjestykseen on laskea niille ns. ROI-luku. Sijoitusosalta myös muiden sektoreiden hyödyntämäksi ja soveltamaksi laajentunut tunnusluku tarkoittaa sijoitetulle pääomalle saatavaa tuottoa (return of investment). Kannattavuutta kuvaava käsite voidaan ymmärtää laajasti siten, että aina kun yritys käyttää aikaa, rahaa ja työvoimaa erilaisiin kehityshankkeisiin, on kyseessä sijoitus, jonka yritykselle palauttamaa arvoa tai tuottoa voidaan mitata. ROI-luku saadaan määrittämällä ensin kehitysidean toteuttamisen tuottama arvo tai etu sekä asiakkaalle että palvelun tuottajalle. Nämä edut lasketaan yhteen ja saatu hyötyarvo jaetaan toteuttamisen vaatiman vaivannäön määrällä. Mitä enemmän arvoa tai etua

suhteessa vaivannäköön voidaan jokin kehitysidea toteuttamalla saavuttaa, sitä kannattavampaa idean priorisoiminen on. (Lombardo, McCarthy, Ryan & Connors 2017, 142–146.)

Taggerin tapauksessa sovelluksen kehittämistarpeita pystytään ainakin alkuvaiheessa priorisoimaan ilman ROI-luvun laskemista. Koska Taggeria kehittävän ydintiimin ulkopuolista työtä tarvitaan melko vähän, kehittämiskohteiden valinnassa voidaan painottaa niiden positiivista vaikutusta asiasanoituksen laatutavoitteisiin, joita ovat asiasanoituksen kattavuus, oikeellisuus ja yhdenmukaisuus. Mitä enemmän toimenpide parantaa asiasanoituksen laatua, sitä kannattavampaa sen toteuttaminen on. Tarvittaessa priorisointia varten olisi mahdollista muotoilla myös edellä kuvatun kaltainen kolmen tekijän pisteytysmalli. Siinä pisteitä voitaisiin antaa paitsi kehitettävän ominaisuuden asiasanoituksen laatua parantavalle vaikutukselle, myös ominaisuuden haluttavuudelle käyttäjien näkökulmasta sekä teknisen toteuttamisen vaatimalle työmäärälle.

4 Käyttäjäkysely ja vastaukset

Tässä luvussa käyn läpi Taggerin käyttäjäkyselyn toteutusta ja kyselyn vastauksia. Asiasanoitussovelluksen kehittämiseen liittyvä käyttäjätutkimus toteutettiin verkkokyselynä syyskuussa 2022, ja se oli ensimmäinen sovelluksen lähes kolmevuotisen käyttöhistorian aikana. Kyselyn tarkoitus oli tuottaa tietoa Taggerin käyttäjäkokemuksesta etenkin sovelluksen käyttöliittymän kannalta ja antaa näin vastauksia opinnäytteen tutkimuskysymyksiin. Kyselyllä selvitettiin, millaisia kokemuksia audio- ja video-ohjelmien asiasanoittajilla on Taggerin yleisestä käytettävyydestä sekä lajityyppiä kuvaavien asiasanojen lisäämisestä sovelluksen avulla. Lisäksi kyselyllä haluttiin saada käsitystä Taggerin tärkeimmistä lähiajan kehittämiskohteista sekä vahvistusta ennakkoon tiedossa olleille kehittämistarpeille. Käyttäjätutkimuksen kysymykset ovat luettavissa liitteessä 5.

4.1 Kyselytutkimuksen toteutus

Tutkimusaineisto eli käyttäjien kokemukset Tagger-asiasanoitussovelluksen käytöstä kerättiin 19.–26.9.2022 verkossa Google Forms -ohjelmalla koostetulla kyselylomakkeella. Kyselytutkimus sopi tässä tapauksessa erittäin hyvin aineiston keruumenetelmäksi, sillä tutkimuksen kohderyhmä oli laaja: kohteena olivat kaikki Yleisradiossa työskentelevät henkilöt, joilla on kokemusta asiasanoitussovelluksen käytöstä. Toisaalta kohderyhmän koko oli myös epämääräinen, sillä vaikka Taggerin potentiaalisia käyttäjiä tiedetään olevan runsaasti yhtiön eri osastoilla, ei kaikkien sovelluksen käyttäjien henkilöllisyys ja heidän tarkka kokonaismääränsä ole selvillä. Kyselylomakkeen avulla on mahdollista kerätä tietoa suureltakin määrältä ihmisiä eikä kohderyhmän tarkalla koolla ole merkitystä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 195).

Paitsi soveltuvuus suuriin vastaajamääriin verkkolomakkeen etu on myös vastaamisen ajallinen joustavuus sekä tutkimuksen tekijän että vastaajan kannalta. Kyselyn aukioloaika voidaan määrittää halutun pituiseksi – tarvittaessa lyhyeksikin –, mutta kuitenkin jokainen vastaaja voi käydä täyttämässä lomakkeen itselle sopivana hetkenä, ja vastaaminen onnistuu yhtä hyvin läsnä työpaikalla kuin etätyöpisteellä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 195.) Lisäksi kynnystä vastaamiseen mataltaa verkkokyselyissä se, että vastaaminen on usein mahdollista tehdä anonymisti. Kun vastaaja tuntee henkilöllisyytensä suojatuksi, hän rohkaistuu vastaamaan kysymyksiin aidosti omien mielipiteidensä ja ajatustensa mukaisesti. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 107.)

Kyselylomakkeen huono puoli on se, ettei vastaajilta voida kysyä selventäviä tai syventäviä kysymyksiä, toisin kuin esimerkiksi haastattelussa, jossa ollaan tutkittavan henkilön kanssa suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa. Tämän takia kyselytutkimuksessa saatava aineisto jää aina jonkin verran pinnalliseksi. Myöskään ei voida olla varmoja, että kyselyn vastaajat ovat ymmärtäneet kysymykset niin kuin on ollut tarkoitus tai että he ovat suhtautuneet tutkimukseen riittävän

vakavasti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 195–206.) Toisaalta kyselyä voidaan käyttää haastattelun esitutkimuksena. Kyselyvastauksissa esiinnousseita mielenkiintoisia asioita voidaan tarkentaa myöhemmin toteutettavissa haastatteluissa. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 108.)

Taggerin kyselyssä lomakkeen vastausten mahdollinen pinnallisuus ja epätarkkuus oltiin valmiita hyväksymään. Kyseessä oli asiasanoitussovelluksen käyttöhistorian ensimmäinen käyttäjäkysely, ja vastauksia haluttiin saada kohtuullisen pienellä vaivalla mahdollisimman isolta joukolta käyttäjiä. Tavoitteena oli ennen kaikkea yleiskuvan muodostaminen sovelluksen käyttäjäkokemuksesta sekä tärkeimpien kehittämiskohteiden validointi. Toisaalta kyselyn yhteyteen oli tarkoitus laittaa strukturoitujen kysymysten lisäksi myös avoimia kysymyksiä, joilla uskottiin olevan mahdollista saada samantyyppistä tietoa kuin haastatteluissa. Lisää yksittäisten käyttäjien tarkempia havaintoja voidaan kerätä haastatteluin myöhemmin Taggerin kehitystyön edetessä esimerkiksi käyttäjätestausten yhteydessä.

Taggerin käyttäjäkyselyyn sisältyi yhteensä 25 kysymystä: 16 strukturoitua kysymystä, joiden joukossa oli sekä monivalinta- että asteikkokysymyksiä, ja 9 avointa kysymystä, joihin vastaajat saivat omin sanoin kirjoittaa kommenttinsa. Kyselyn tuloksina saatiin siis sekä määrällistä että laadullista tietoa. Strukturoidut kysymykset tuottivat käyttäjäkokemuksesta helposti graafisessa muodossa hahmotettavaa numeraalista tietoa, jota voidaan tarvittaessa myös vertailla myöhempänä ajankohdana kerättävään tietoon. Avointen kysymysten vastauksina saatiin käyttäjien itsensä vapaasti kuvaamia kokemuksia ja mielipiteitä. Koska avoimissa vastauksissa käyttäjien tuntemukset välittyvät heidän itsensä omin sanoin kertomana, on tällainen tieto aitoutensa ja tarkkuutensa ansiosta hyvin arvokasta Taggerin kehittäjille.

Rakenteeltaan käyttäjäkysely jakautui neljään osaan. Ensimmäisessä osassa kysyttiin taustatietoja vastaajan Taggerin käytöstä. Toisen osan kysymykset käsittelivät Taggeria yleisellä tasolla. Kolmannessa osassa keskityttiin kartoittamaan vastaajien kokemuksia erityisesti lajityyppien valitsemisesta. Neljäs osa sisälsi avoimia kysymyksiä, jotka liittyivät sekä Taggeriin että muulla tavoin asiasanoittamiseen.

Käyttäjäkyselyn jakelu vastaajille tapahtui Yleisradion sisäisiä sähköisiä kanavia hyödyntäen. Linkkiä kyselyyn jaettiin asiasanoitukseen ja metatietoon liittyvissä chat- ja Slack-ryhmissä sekä intranetin tiedotuskanavilla. Lisäksi kutsu kyselyyn lähetettiin yli sadalle potentiaaliselle vastaajalle suoraan sähköpostilla. Vaikka tiedotus kyselystä oli melko intensiivistä usean päivän aikana ja muistutuskutsujakin lähetettiin, kyselyn vastaajamäärä jäi melko alhaiseksi. Lopullinen vastaajamäärä oli 22. Määrä tosin ylitti pessimistisimmät arviot, mutta jätti kuitenkin tunteen siitä, ettei läheskään kaikkia asiasanoituksen kanssa työskenteleviä henkilöitä onnistuttu kyselyllä tavoittamaan.

Vastaajakato on valitettavan yleinen ongelma kyselytutkimuksissa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 196).

4.2 Käyttäjäkyselyn vastaukset

Seuraavaksi käydään läpi käyttäjäkyselyn vastauksia. Vastausten esittelyn yhteydessä määrällistä tietoa antavista strukturoiduista kysymyksistä esitetään vastausjakauma graafisesti, minkä lisäksi kysymyksistä lasketaan vastausjakauman keskiarvo ja keskihajonta. Keskihajonnan laskeminen keskiarvon ohella on perusteltua, sillä pelkkä keskiarvo ei kerro mitään vastausarvojen jakautumisesta ja vaihtelusta keskiarvon ympärillä. Keskihajonta taas on tunnusluku, joka kuvaa nimenomaan sitä, kuinka paljon havainnot keskimäärin poikkeavat jakauman keskiarvosta. Mitä isompi keskihajonta on, sitä enemmän vastauksissa on vaihtelua. (Taanila 18.5.2022.) Vaihtelun huomioiminen auttaa tekemään kyselyn tuloksista realistisempia johtopäätöksiä.

Laadullista tietoa antavien avointen kysymysten vastauksia esitellään kertomalla yhteenvetoja vastauksissa esiin tulleista huomioista. Yhteenvedot avointen kysymysten tuloksista ovat muodostuneet, kun vastaukset on kyselyn tulosten purkamisen yhteydessä analysoitu samankaltaisuusanalyysin periaatteita soveltaen. Tämä tarkoittaa, että vastauksia on lajiteltu sisällön ja aiheen mukaan ja niistä on muodostettu ryhmiä saman teeman ympärille.

Samankaltaisuus- eli affiniteettianalyysi on menetelmä, joka soveltuu paljon laadullista aineistoa tuottavien käyttäjätutkimusmenetelmien, kuten kyselyjen ja haastatteluiden, vastausten analyysiin. Siinä suuria tietomassoja ryhmitellään teemojen, trendien tai luokkien löytämiseksi. Analyysissä jokainen vastauksissa esiin tullut asia käydään läpi ja yhdistetään muihin samaan asiaan liittyviin asioihin. Työskentely tapahtuu kirjaamalla kaikki vastauksissa saadut kommentit ja huomiot yksittäisinä lauseina lapuille, minkä jälkeen laput ryhmitellään. Ryhmittely voidaan tehdä monella tavalla, mutta olennaista on, että tuloksena saatavat teemat ja kategoriat nousevat tutkimusaineistosta eivätkä tutkijoiden ennakkokäsityksistä. Samankaltaisuusanalyysissä laputtaminen ja ryhmittely tehdään seinätaulua hyödyntäen, minkä koetaan tukevan luovaa ajattelua ja lisäävän havainnollisuutta. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 118.) Tämän tutkimuksen aineiston käsittelyssä on hyödynnetty seinätaulun digitaalista vastinetta, Miro-sovellusta.

Koska opinnäytetyössä rajoitutaan käsittelemään Taggerin käyttäjäkokemusta käytettävyyden ja käyttöliittymän osalta, kyselyn vastauksia ei esitellä yksityiskohtaisesti osuuksista, joissa kartoitettiin vastaajien taustatietoja ja asiansanoituksen tukikeinojen käyttöä. Kyselystä esitellään siis vastaukset kysymyksistä 8–21, ja käsittelemättä jäävät ensimmäisen osan kysymykset 1–7 sekä neljännen osan viimeiset kysymykset 22–25. Kyselylomake on kokonaisuudessaan luettavissa liitteessä 5.

4.2.1 Taustakysymykset

Käyttäjäkyselyn ensimmäinen osa koostui vastaajien taustatietoja kartoittavista kysymyksistä, joilla pyrittiin saamaan yleiskuvaa vastaajista ja heidän Taggerin käytöstään. Vastaajilta kysyttiin mm. osastoa, missä he työskentelevät, työroolia sekä sitä, millaisia ohjelmia tai julkaisuja he asiansanoittavat. Lisäksi tiedusteltiin, kuinka kauan vastaajat ovat käyttäneet Taggeria sekä kuinka usein ja minkä sisällönhallinta- tai julkaisujärjestelmän kautta he sovellusta käyttävät.

Kyselyyn saatiin vastauksia ohjelmasisältöjä tuottavilta osastoilta ympäri Yleisradiota, ja vastaajien yleisin ammattinimike oli tuottaja. Vastausten perusteella kävi myös ilmi, että tyypillinen vastaaja oli kokenut Taggerin käyttäjä, joka asiansanoittaa sisältöjä säännöllisesti. Enemmistö vastaajista käytti Taggeria päivittäin tai viikoittain. Sisällöissä, joita vastaajat kertoivat asiansanoittavansa, olivat odotetusti mukana kaikki Yleisradion ohjelmalajit. Uutisten ja urheiluohjelmien asiansanoittajia oli vastaajien joukossa vähiten, dokumenttien asiansanoittajia eniten.

4.2.2 Taggeria yleisesti koskevat kysymykset

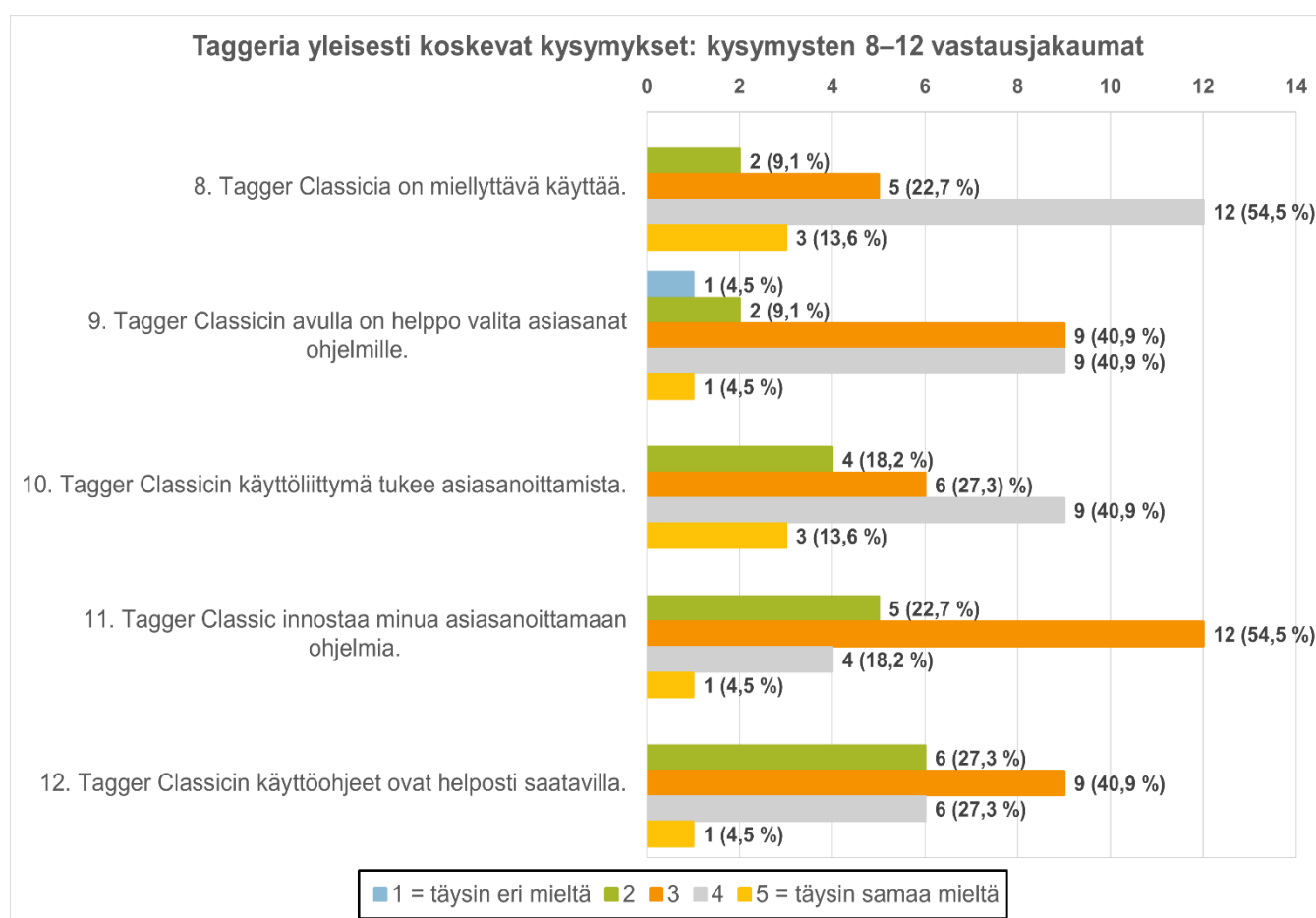
Kyselyn toisessa osassa haettiin asteikkokysymyksillä vastaajien kokemuksia Taggerin käytön miellyttävyydestä ja helppoudesta. Vastaajat saivat arvioitavakseen seuraavat viisi asiansanoitussovellusta yleisesti koskevaa väitettä (kysymykset 8–12):

8. Tagger Classicia on miellyttävä käyttää.
9. Tagger Classicin avulla on helppo valita asiansanat ohjelmille.
10. Tagger Classicin käyttöliittymä tukee asiansanoittamista.
11. Tagger Classic innostaa minua asiansanoittamaan ohjelmia.
12. Tagger Classicin käyttöohjeet ovat helposti saatavilla.

Vastaajien tuli arvioida väitteitä viisiportaisella lineaarisella asteikolla, jossa numero 1 merkitsee sitä, että vastaaja on väitteen kanssa täysin eri mieltä ja numero 5 sitä, että vastaaja on väitteen kanssa täysin samaa mieltä. Vastaamisen tueksi kysymysten oheen oli liitetty myös kuva Taggerin aloitusnäkyvästä (liite 1).

Kuvaan 4 on koottu kysymysten 8–12 vastausjakaumat. Jokaisen kysymyksen kohdalla näkyvät valittujen eri vastausvaihtoehtojen lukumäärät sekä niiden prosentuaaliset osuudet. Vastausvaihtoehtoja kuvaavat palkit on merkitty kuvioon eri värein: 1-vaihtoehto (täysin eri mieltä) = sininen, 2-vaihtoehto = vihreä, 3-vaihtoehto = oranssi, 4-vaihtoehto = harmaa ja 5-vaihtoehto (täysin samaa mieltä) = keltainen. Esimerkiksi Taggerin käytön miellyttävyyttä selvittävään kysymykseen nro 8 viisi vastaajaa (22,7 %) oli valinnut oranssilla värillä kuvatun vastausvaihtoehdon 3.

Vastausten tulkinnan ja vastauksista tehtävien johtopäätösten tekemisen kannalta on syytä huomata, että numeroiden 1 ja 5 väliin jääviä vastausvaihtoehtoja ei ollut kyselyssä erikseen sanallistettu. Kyselyn laatimiseen käytetty Google Forms -ohjelma ei mahdollistanut sanallisten tunnisteiden merkitsemistä kaikille lineaarisen asteikon vastausvaihtoehdoille. Kysymyslomakkeen asettelun ja ääripäiden vastausvaihtoehtojen yhteydessä olevien sanallisten tunnisteiden (täysin eri mieltä, täysin samaa mieltä) perusteella vastaajien luotettiin kuitenkin ymmärtävän vastausasteikon olevan jatkumo täysin erimielisestä arviosta kohti täysin samanmielistä. Tällöin asteikon keskelle sijoittuva vastausvaihtoehto 3 kuvaa sävyltään neutraalia mielipidettä, ja vaihtoehtojen 2 ja 4 voidaan tulkita ilmaisevan melko erimielistä ja melko samanmielistä kantaa asiaan.



Kuva 4. Kysymysten 8–12 vastausjakaumat lukumäärien ja prosenttiosuuksien mukaan

Kun kuvassa 4 esitettyjen kysymysten 8–12 vastausjakaumia tarkastelee lähemmin ja toisiinsa vertaillen, voi huomata, että yhteistä kaikille kysymyksille on äärimmäisiä kantoja – vaihtoehdot 1 ja 5 – edustavien vastausvalintojen puuttuminen tai niiden pieni määrä. Ainoastaan Taggerin käytön helppoutta koskevaan kysymykseen nro 9 oli yksi vastaaja valinnut vastausvaihtoehdon 1 eli ilmaissut olevansa täysin eri mieltä väitteen kanssa. Myös vastausvaihtoehtoa 5 oli kysymyksissä

8–12 valittu niukasti. Täysin samaa mieltä väitteen kanssa oli kysymyksissä nro 9, 11 ja 12 vain yksi vastaaja. Kysymyksissä nro 8 ja 10 vaihtoehdon 5 oli valinnut kolme vastaajaa.

Kun ääripäiden näkemyksiä valittiin vähän, painottuivat vastauksissa keskiasteikon valinnat. Eniten valintoja kysymyksissä 8–12 keräsivätkin vastausvaihtoehdot 3 tai 4, eli moni vastaaja on ottanut väitteisiin neutraalin tai melko myönteisen kannan. Kysymyksessä nro 8 ”Tagger Classicia on miellyttävä käyttää” vastausvaihtoehto 4 keräsi yhteensä 12 valintaa, mikä on yli puolet vastauksista. Kun samaan aikaan huomioidaan, että kolme vastaajaa oli valinnut vaihtoehdon 5, eli ollut täysin samaa mieltä väitteen kanssa, voi tilanteesta tehdä päätelmän, että vastaajien enemmistö piti Taggerin käyttöä vähintään melko miellyttävänä.

Myös kysymyksessä nro 11 suosituin vastausvaihtoehto keräsi yli puolet valinnoista. Kysymyksessä piti ottaa kantaa väitteeseen ”Tagger Classic innostaa minua asiansanoittamaan ohjelmia”. Innostavuuden käsitettä ei määriteltä tarkemmin, vaan vastaajat saivat käsittää sen omalla tavallaan. Suosituimmaksi nousut vastausvaihtoehto 3 ilmaisee vastaajien melko neutraalia kantaa asiaan. Kun lisäksi huomioidaan sen, että vain yksi vastaaja oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, ja vaihtoehdon 4 valinneita on vähemmän kuin vaihtoehdon 2 valinneita, voi vastausjakaumasta päätellä, ettei Taggeria pidetä kovinkaan innostavana työvälineenä. Täysin eri mieltä -vastausten puuttuminen toisaalta viittaa siihen, ettei kukaan myöskään kokenut Taggerin täysin lamaannuttavan innostustaan asiansanoittaa ohjelmia.

Kysymyksen nro 9 vastausjakauma väitteelle ”Tagger Classicin avulla on helppo valita asiansanat ohjelmille” on kiinnostavalla tavalla jakautunut. Yhteensä yli 80 % vastauksista jakautui vastausvaihtoehtojen 3 ja 4 kesken, eli suurin osa vastaajista koki asiansanojen valinnassa ainakin jonkin verran vaikeuksia. Vertailemalla kysymysten 8 ja 9 vastausjakaumia voi pohtia, mikä on Taggerin käytön miellyttävyyden ja asiansanojen valitsemisen helppouden välinen yhteys. Miellyttävyydestä annetut arviot ovat jonkin verran positiivisempia kuin asiansanan valitsemisen helppoudesta annetut arviot. Sovelluksen käyttö voidaan siis kokea yleisesti miellyttäväksi, vaikka asiansanojen valinnassa olisikin joskus vaikeuksia.

Kysymyksissä nro 10 ja 12 vastausjakaumat ovat tasaisempia, eikä ero suosituimman mielipiteen ja muiden välillä näy niin voimakkaasti. Kysymyksessä nro 10 piti ottaa kantaa siihen, tukeeko Taggerin käyttöliittymä asiansanoittamista. Eniten vastauksia keräsi vaihtoehto 4, jonka oli valinnut yhdeksän henkilöä eli 40,9 % kyselyn osallistujista. Väitteen kanssa täysin samaa mieltä oli kolme vastaajaa. Kysymyksessä nro 12 aiheena oli Taggerin käyttöohjeiden löydettävyyden kannatus. Eniten kannatusta keräsi vastausvaihtoehto 3, jonka oli niin ikään valinnut yhdeksän henkilöä eli 40,9 % vastaajista. Muut vastaukset ryhmittivät varsin tasaisesti vaihtoehdon 3 ympärille, sillä sekä vastausvaihtoehdon 2 että vaihtoehdon 4 oli valinnut kuusi henkilöä. Yleisvaikutelmaksi käyttöohjeiden

saatavuudesta jää siis mielipiteiden jakautuneisuus. Moni vastaaja näkee kuitenkin ohjeiden löydettävyydessä parannettavaa.

Taulukkoon 1 on koottu kysymysten 8–12 vastausten keskiarvot ja keskihajonnat. Tunnusluvuista voidaan havaita, että korkeimmat keskiarvot (3,73 ja 3,50) saivat kysymykset 8 ja 10, jotka käsitelivät Taggerin käytön miellyttävyyttä ja käyttöliittymän tukea asiasanoittamiselle. Kuvaavaa on, että kumpaankin kysymykseen kaikkien myönteisimmän täysin samaa mieltä -arvion, eli vaihtoehdon 5, oli valinnut kolme vastaajaa. Kysymysten 8–12 alhaisin keskiarvo puolestaan tuli innostavuutta käsitelleestä kysymyksestä nro 11, jonka vastausten keskiarvo oli 3,05.

Taulukko 1. Kysymysten 8–12 vastausten keskiarvot ja keskihajonnat

Kysymys	Keskiarvo	Keskihajonta
8. Tagger Classicia on miellyttävä käyttää.	3,73	0,83
9. Tagger Classicin avulla on helppo valita asiasanat ohjelmille.	3,32	0,89
10. Tagger Classicin käyttöliittymä tukee asiasanoittamista.	3,50	0,96
11. Tagger Classic innostaa minua asiasanoittamaan ohjelmia.	3,05	0,79
12. Tagger Classicin käyttöohjeet ovat helposti saatavilla.	3,09	0,87

Vastausten keskihajonta, eli keskimääräinen poikkeama keskiarvosta, jäi kaikissa kysymyksissä alle yhden. Korkein keskihajonta (0,96) muodostui kysymyksessä nro 10, jossa vastausvaihtoon 2 tai 5 oli valinnut useampi vastaaja. Alhaisin keskihajonta (0,79) taas oli kysymyksessä nro 11, jossa suuri joukko vastaajia oli valinnut vaihtoehdon 3, samalla kun täysin samaa mieltä väitteen kanssa oli vain yksi vastaaja.

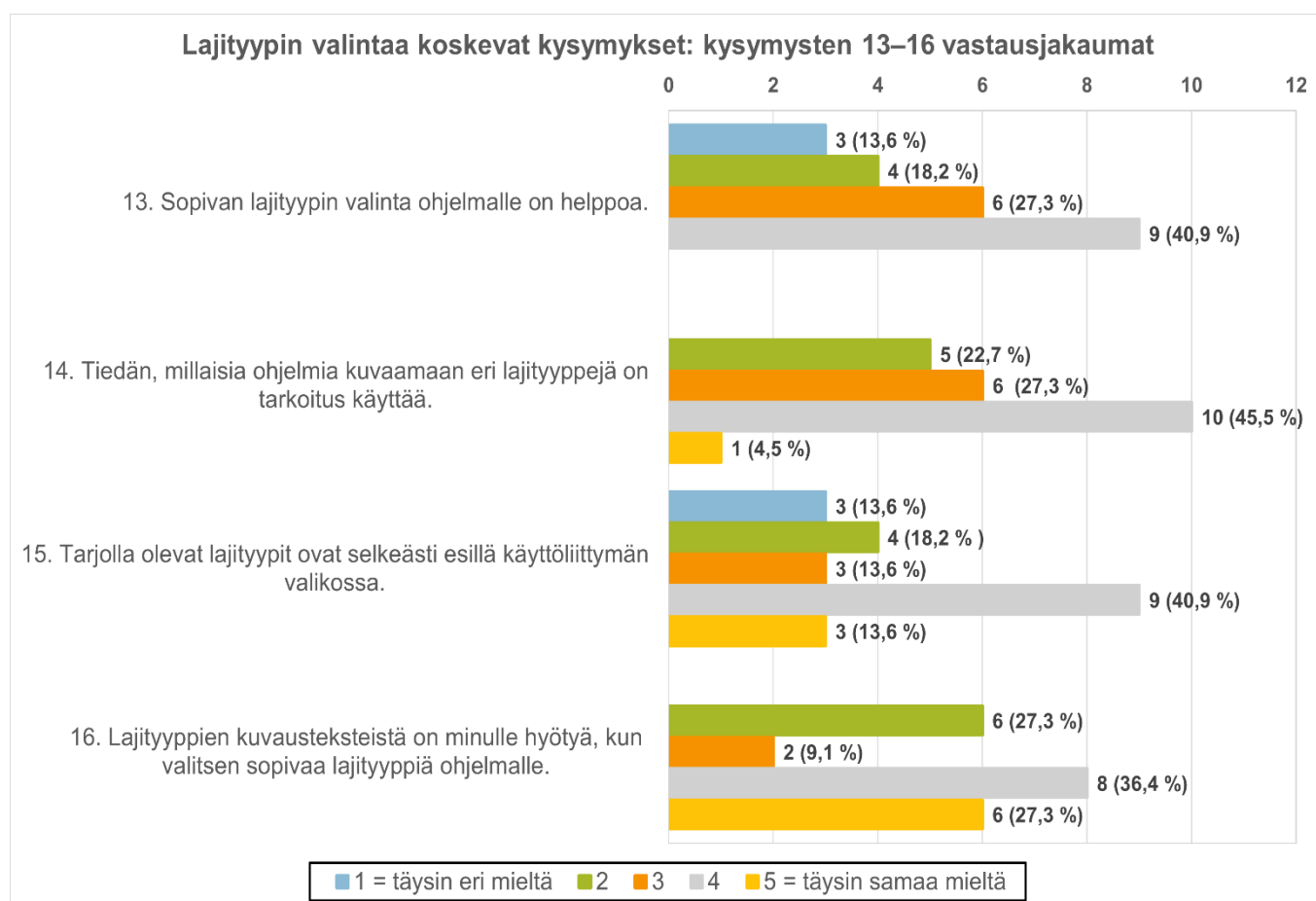
4.2.3 Lajityypin valintaa koskevat kysymykset

Käyttäjäkyselyn kolmannessa osassa selvitettiin vastaajien käsityksiä lajityyppiä kuvaavien asiasanojen valinnasta. Neljän asteikkokysymyksen lisäksi tämä kyselyn osa sisälsi kaksi avointa kysymystä. Niissä vastaajia pyydettiin kertomaan omin sanoin lajityyppien käytöstä ja käyttöön mahdollisesti liittyvistä epäselvyyksistä. Vastaamisen tukena oli kuva Taggerin lajityyppivalikosta.

Asteikkokysymyksissä (kysymykset 13–16) hahmoteltiin eri väittämien muodossa, onko lajityypin valinta ohjelmalle Taggerin avulla helppoa ja selkeää. Vastaajat arvioivat väittämiä asteikolla 1–5, jossa numero 1 merkitsee sitä, että vastaaja on väitteen kanssa täysin eri mieltä ja numero 5 sitä, että vastaaja on väitteen kanssa täysin samaa mieltä. Väitteet olivat seuraavat:

13. Sopivan lajityypin valinta ohjelmalle on helppoa.
14. Tiedän, millaisia ohjelmia kuvaamaan eri lajityyppejä on tarkoitus käyttää.
15. Tarjolla olevat lajityypit ovat selkeästi esillä käyttöliittymän valikossa.
16. Lajityyppien kuvausteksteistä on minulle hyötyä, kun valitsen sopivaa lajityyppiä ohjelmalle.

Kuvaan 5 on koottu kysymysten 13–16 vastausjakaumat. Jokaisen kysymyksen kohdalla näkyvät valittujen eri vastausvaihtoehtojen lukumäärät sekä niiden prosentuaaliset osuudet. Vastausvaihtoehtoja kuvaavat palkit on merkitty kuvioon eri värein: 1-vaihtoehto (täysin eri mieltä) = sininen, 2-vaihtoehto = vihreä, 3-vaihtoehto = oranssi, 4-vaihtoehto = harmaa ja 5-vaihtoehto (täysin samaa mieltä) = keltainen. Esimerkiksi kysymykseen nro 13 ”Sopivan lajityypin valinta ohjelmalle on helppoa” kolme vastaajaa (13,6 %) oli valinnut sinisellä värillä kuvatun vastausvaihtoehdon 1.



Kuva 5. Kysymysten 13–16 vastausjakaumat lukumäärien ja prosentiosuuksien mukaan

Kun tarkastellaan lajityypin valintaa kartoittavien kysymysten 13–16 vastausjakaumia toisiinsa vertaillen, voidaan yhteisenä piirteenä havaita, että suosituin vastausvaihtoehto on kaikissa

kysymyksissä melko myönteistä suhtautumista väitteeseen kuvaava vaihtoehto 4. Yhdessäkään kysymyksessä vaihtoehdon 4 valinneiden osuus ei kuitenkaan ylitä 50 prosenttia vastausten määräästä.

Ääripäiden mielipiteitä osoittavat vastaukset (vaihtoehdot 1 ja 5) jakautuvat kysymyksissä 13–16 vaihtelevasti. Silmiinpistävää on se, että täysin eri mieltä -kantaa osoittavan vastausvaihtoehdon 1 on valinnut kysymyksissä nro 13 ja 15 kolme vastaajaa, kun taas kysymyksissä nro 14 ja 16 täysin eri mieltä ei ole yksikään vastaaja. Vastausvaihtoehdon 5 valinneiden eli täysin samaa mieltä olevien vastaajien määrät ovat kaikissa väitteissä erilaisia.

Kysymyksessä nro 13 otettiin kantaa väitteeseen ”Sopivan lajityypin valinta ohjelmalle on helppoa”. Vastausjakoumassa huomionarvoista on se, ettei täysin samaa mieltä väitteen kanssa olevia vastaajia löytynyt yhtään. Voidaan siis tulkita, ettei lajityypin valinta ollut yhdellekään vastaajalle täysin ongelmaton. Eniten valintoja keräsi toiseksi myönteisin vastausvaihtoehto 4, jonka valitsi yhdeksän vastaajaa eli 40,9 %. Täysin eri mieltä esitetyn väitteen kanssa oli kolme henkilöä eli 13,6 % vastanneista. Vastausvaihtoehdon 2 oli valinnut neljä henkilöä eli 18,2 %. Vastausvaihtoehtojen 1 ja 2 valinneiden suurehko yhteismäärä, yli 30 %, osoittaa, että monelle vastaajalle lajityypin valinta on helpon sijasta suorastaan vaikeaa.

Eniten täysin samaa mieltä väitteen kanssa olevia vastaajia löytyy kysymyksessä nro 16. Siinä selvitettiin, kokevatko vastaajat lajityyppiasiansanojen kuvaustekstit hyödyllisiksi. Kuvaustekstit ovat ns. tooltip-tekstejä, jotka tulevat näkyviin, kun hiiren osoitin viedään valikossa lajityypin päälle. Asiaa havainnollistettiin kysymyksen yhteydessä olevalla kuvalla. Vastausjakoumassa painottuvat myönteiset arviot kuvaustekstien hyödyistä. Täysin samaa mieltä väitteen kanssa oli peräti kuusi vastaajaa eli 27,3 %. Eniten kannatusta sai vastausvaihtoehto 4, jonka oli valinnut kahdeksan henkilöä eli 36,4 % vastanneista. Kuitenkin myös kuvaustekstien hyödyllisyyteen erimielisesti suhtautuvia vastaajia oli useita.

Kysymyksessä nro 14 selvitettiin vastaajien kantaa väitteeseen: ”Tiedän, millaisia ohjelmia kuvaamaan eri lajityyppejä on tarkoitus käyttää”. Vain yksi vastaaja oli täysin samaa mieltä väitteen kanssa. Eniten kannatusta sai vaihtoehto 4, jonka oli valinnut 10 vastaajaa eli 45,5 % vastanneista. Vastausjakouman perusteella voi huomata, että tasan puolet vastaajista – vaihtoehdon 4 tai 5 valinneet yhteensä 11 vastaajaa – uskoi tietävänsä vähintään melko hyvin, miten eri lajityyppejä käytetään. Sen sijaan toinen puolikas vastaajista arvioi lajityyppien käyttötarkoitusten tuntemuksensa olevan vähintään jonkin verran parantamisen varaa.

Kysymys nro 15 käsitteli lajityyppien esillepanon selkeyttä Taggerin käyttöliittymän valikossa. Vastaamisen helpottamiseksi kyselyyn oli liitetty kuva lajityyppivalikosta. Kysymys sai vastaajien

mielipiteet jakautumaan kaikkien vastausvaihtoehtojen kesken. Eniten kannatusta sai vaihtoehto 4, jonka oli valinnut yhdeksän henkilöä eli 40,9 % vastaajista. Merkillepantavaa on, että muut vastaukset jakautuivat hyvin tasaisesti muiden vaihtoehtojen kesken. Vaikka kaksi myönteisintä vastausvaihtoehtoa keräsikin yhdessä hieman yli puolet vastauksista, on myös eriasteista tyytymättömyyttä lajityyppien esillepanoon ilmaisseiden vastaajien määrä suuri.

Yleisesti ottaen, kun vertailee lajityypin valintaa eri näkökulmista selvittävien kysymysten 13–15 vastausjakaumia (kuva 5), on kiinnostavaa huomata jakaumien keskinäinen erilaisuus. Laskemalla yhteen valittujen myönteisten ja kielteisten vastausvaihtoehtojen lukumääriä ilmenee, että lajityypin valinnan helppous (kysymys nro 13) koetaan jonkin verran kielteisemmin kuin lajityyppien esittämistä käyttäliittymässä (kysymys nro 15). Jos lajityypin valinnassa koetaan vaikeuksia, tämä ei siis kaikkien vastaajien kohdalla yhdisty välttämättä siihen, että lajityyppien esillepano käyttäliittymässä mielletäisiin epäselväksi. Vaikeuksia voi aiheuttaa myös se, ettei vastaaja ole varma kaikkien lajityyppien käyttötarkoituksista (kysymys nro 14). Tämä käsitys saa vahvistusta avointen kysymysten vastauksista.

Taulukkoon 2 on koottu kaikkien kyselyn kolmannen osan strukturoitujen kysymysten vastausten keskiarvot ja keskihajonnat. Keskiarvo nousi korkeimmaksi (3,64) kysymyksessä nro 16, joka käsiteli lajityyppien kuvaustekstien hyödyllisyyttä. Alhaisin keskiarvo (2,95) tuli kysymyksessä nro 13, jossa aiheena oli sopivan lajityypin valinnan helppous.

Taulukko 2. Kysymysten 13–16 vastausten keskiarvot ja keskihajonnat

Kysymys	Keskiarvo	Keskihajonta
13. Sopivan lajityypin valinta ohjelmalle on helppoa.	2,95	1,09
14. Tiedän, millaisia ohjelmia kuvaamaan eri lajityyppejä on tarkoitus käyttää.	3,32	0,89
15. Tarjolla olevat lajityypit ovat selkeästi esillä käyttäliittymän valikossa.	3,23	1,31
16. Lajityyppien kuvausteksteistä on minulle hyötyä, kun valitsen sopivaa lajityyppiä ohjelmalle.	3,64	1,18

Keskihajonta, eli vastausten vaihtelu keskiarvon ympärillä, oli suurinta kysymyksessä nro 15, jossa otettiin kantaa lajityyppien tarjoilun selkeyteen. Melko korkea keskihajonta 1,31 selittyy tarkastelemalla vastausjakaumaa (kuva 5). Annetut vastaukset jakautuivat hyvin tasaisesti eri vastausvaihtoehtojen kesken, lukuun ottamatta vastausvaihtoehtoa 4, jonka oli valinnut yhdeksän vastaajaa.

Alhaisin keskihajonta (0,89) muodostui lajityyppien käyttötarkoituksia kartoittavaan kysymykseen nro 14, jossa lähes kaikki vastaukset keskittyivät kolmeen vastausvaihtoehtoon.

Asteikkokysymysten lisäksi käyttäjäkyselyn kolmannessa osassa oli kaksi avointa kysymystä, jotka liittyivät lajityyppeihin. Kysymyksessä nro 17 käyttäjiä pyydettiin luettelemaan, mitä lajityyppejä he käyttävät eniten ja/tai vähiten. Näin pyrittiin saamaan kuva siitä, kuinka hyödyllisinä ja käyttökelpoisina av-sisältöjen asiansanoittajat pitävät eri lajityyppikäsitteitä. Kysymykseen “Mitä lajityyppiä käytät eniten / vähiten?” saatiin seuraavat vastaukset:

Eniten käytetyt lajityypit (suluissa selkeiden mainintojen määrä):

- draama (6)
- asia (4)
- dokumentti (4)
- sarja (3)
- lastenohjelma (3)
- tiede, historia, musiikki, elokuva, animaatio, reportaasi, henkilökuva, dokumenttielokuva, kulttuuri, haastattelu, ajankohtainen (1)

Vähiten käytetyt lajityypit:

- western (2)
- lastenohjelma (2)
- vlogi, konsertti, käyttäjien luoma sisältö, äänitaide, puolipitkä (1)

Kun kysymyksen nro 17 vastauksista tehdään johtopäätöksiä, on huomioitava se, että kysymys oli tyypiltään avoin ja vastaajilla oli mahdollisuus tulkita se omalla tavallaan. Aivan kaikki vastaajat eivät olleetkaan nimenneet eniten tai vähiten käyttämiään lajityyppejä selkeästi lajityyppisanoja mainitsemalla, vaan he olivat kuvanneet asiaa muulla tavalla. Osa vastaajista taas oli nimennyt vain eniten käyttämiään lajityyppejä. Kysymyksen tarkoitus ei tosin ollutkaan saada lajityyppien käytöstä täydellisen tarkkaa kuvaa, vaan tuottaa pikemminkin suuntaa antava käsitys siitä, mitä lajityyppejä käytetään paljon tai hyvin vähän.

Kysymyksessä nro 18, joka oli toinen lajityyppeihin liittyvä avoin kysymys, haettiin täydentävää tietoa kysymykselle nro 14. Tarkoitus oli jatkaa sen selvittämistä, tuntevatko vastaajat eri lajityyppien käyttötarkoitukset. Asiaa lähestyttiin nyt siten, että vastaajia pyydettiin mainitsemaan lajityyppejä, joiden käyttötarkoitus on heille epäselvä. Kysymykseen “Onko Tagger Classicissa jokin lajityyppi, jonka käyttötarkoitus tuntuu sinusta epäselvältä?” saatiin vastaukseksi sekä suoria mainintoja epäselvistä lajityypeistä että jonkin verran myös pitempiä pohdintoja lajityyppien käyttötarkoituksista.

Epäselviksi koettuja lajityyppejä olivat seuraavat (suluissa mainintojen määrä):

- arkisto (3)
- klassikko (2)
- feature (2)
- short form (2)
- indie (2)
- reportaasi (2)
- ajankuva (2)
- henkilökuva, äänitaide, kokeellinen, kooste, haastattelu, tapahtuma, musiikkiesitys, musiikki, lifestyle, sarja, ajankohtainen, puolipitkä, mustavalko (1)

Muutammat vastaajat olivat liittäneet vastaukseensa mukaan perusteluja siitä, miksi he kokevat kyseisen lajityypin käyttötarkoituksen epäselväksi. Esimerkiksi eniten mainintoja saaneen 'arkisto'-lajityypin valintaa perusteltiin mm. näin:

"Epäselvää, milloin on tarkoitus käyttää "arkisto" (aina, kun on kyse arkistojulkaisusta?) ja "mustavalko" (ei varsinainen lajityyppi)."

Eräs vastaaja koki ongelmalliseksi joidenkin lajityyppiasiasanojen sekoittumisen aihetta kuvaaviin asiasanoihin:

"Minulla menee välillä sekaisin "lajityyppi" ja "aihe"-kategoriat, koska niissä on useita samoja asiasanoja. Joskus sisällöissä on väärän lajityypin asiasana, vaikka itse asiasana olisikin oikea. Se vaikeuttaa paketointia ja stripejen sääntöjen tekemistä."

4.2.4 Avoimet kysymykset

Käyttäjäkyselyn neljännessä eli viimeisessä osassa vastaajat pääsivät avointen kysymysten kautta omin sanoin kuvaamaan kokemuksiaan Taggerin käyttämisestä sekä asiasanoittamisesta yleensä (ks. liite 5). Vastaajat saivat kehua ja moittia Taggeria sekä esittää parannusehdotuksia. Lisäksi vastaajia pyydettiin kertomaan, millaiseksi he mieltävät asiasanojen merkityksen sisältöjen näkyvyydelle. Lisäksi kysyttiin, keneltä vastaajat saavat tukea Taggerin käyttöön ja asiasanoittamiseen sekä sitä, tarvitsevatko he lisää tukea asiasanoittamiseen. Seuraavaksi käsitellään yksityiskohtaisesti ainoastaan suoraan Taggerin käytettävyyteen liittyvien kysymysten 19–21 vastaukset.

Kysymyksessä nro 19 vastaajia pyydettiin kertomaan, mikä on parasta Taggerissa. Kysymykseen ei ollut pakko vastata, mutta 17 vastaajaa 22:sta (77 %) oli kuitenkin kertonut mielipiteensä. Asiasanoitussovelluksen parhaat puolet välittyivät vapaamuotoisista vastauksista selkeästi. Taggerin pidetyimmät ominaisuudet ovat kyselyn perusteella helppokäyttöisyys ja yksinkertaisuus, mitkä mainitsi 13 vastaajaa. Helppokäyttöisyyden ja yksinkertaisuuden lisäksi kehuja saivat myös Taggerin nopeus sekä valmiit ehdotuslaatikot ja opasteet. Positiivisena asiana pidettiin lisäksi, että Taggeria pääsee käyttämään eri järjestelmien yhteydessä.

Vastaajat perustelivat arviotaan Taggerin parhaista puolista esimerkiksi seuraavasti:

”Onhan se helppo”

”Kohtalaisen mutkaton käyttötapa.”

”Se on tosi intuitiivinen, selkeä ja helppo käyttää.”

”Melko helppokäyttöinen ja toiminnallisesti selkeä.”

”Nopea käyttää”

”Se, että siihen on pääsy lähes kaikista julkaisemisen eri vaiheissa käytettävistä järjestelmistä.”

”Tosi helppo käyttää, kun asiasanoittaa tyypillisimpiä ohjelmia. Toimii teknisesti useimmiten ilman ongelmia.”

Kysymyksessä nro 20 vastaajille annettiin mahdollisuus kertoa Taggerin epäkohdista. Kysymys oli muotoiltu: ”Mikä on ärsyttävintä Taggerissa?” Tähänkin kysymykseen vastaaminen oli vapaaehtoista, mutta epäkohtien listaaminen oli silti kiinnostanut 20 vastaajaa 22:sta, eli vastausprosentti kysymykseen oli 91 %.

Vastaajien mainitsemat Taggerin epäkohdat voidaan jakaa aiheen perusteella kolmeen laajempaan ryhmään: Taggerin teknistä toimintaa ja käyttöliittymää koskeviin epäkohtiin, ohjeistuksiin liittyviin puutteisiin sekä sanastoon liittyviin puutteisiin. Epäkohtia Taggerin teknisessä toiminnassa ja käyttöliittymässä olivat mm. sovelluksen ajoittainen hitaus ja asiasanojen tallennuksen epäonnistuminen sekä lajityyppivalikon jäsentymättömyys. Näin vastaajat kommentoivat:

”Tallennus tökkii. Virheiden korjaaminen hankalaa. Ohjelman hitaus.”

”Välillä tosi hidas ainakin etänä työskennellessä sekä lajityypit välillä tosi vaikeita”

”Asiasanat ovat yhtenä liian laajana sumppuna varsinkin lajityypeissä.”

Ohjeisiin liittyviä, ja ohjeistuksilla parannettavia, ärsyttäviä asioita olivat mm. epätietoisuus tai riittämättömäksi koettu tieto siitä, miten eri järjestelmissä Taggerilla lisätyt asiasanat siirtyvät järjestelmien välillä. Lisäksi kaivattiin selitystä sille, mitä Taggerissa käytössä oleva eri järjestelmissä lisätyjen asiasanojen värikoodaus tarkoittaa. Yleensäkin vastaajat toivoivat selkeämpiä ohjeita, jotta eri toimitukset voisivat asiasanoittaa ohjelmia yhdenmukaisesti. Seuraavana esimerkkejä vastaajien kokemuksista:

”Ei oikein aina muista/ymmärrä miten asiasanat kulkeutuvat Ceitonista sarjoihin, kausiin ja jaksoihin ja millä aikataululla.”

”Tägityyppien väritys ja niitten tarkoitus - ja myös miten suhdetyypit ei käytetään samalla tavalla jokaisella toimituksella.”

”Käytän Taggeria paljon täydentääkseni muiden tekemää asiasanoitusta, ja se vähän ärsyttää, kun jatkuvasti törmää siihen, miten eri tavoin (minusta oudosti ja/tai puutteellisesti)

asiasanoja käytetään. Kaipaani siis selkeitä ohjeita kaikille, ja myös konkreettista seurantaakin siitä miten asiasanoitus käytännössä toimii eri puolilla taloa.”

Sanastoon liittyviä ärsytyksenaiheita oli listattu eniten. Jotkut vastaajat valittivat omiin sisältöihin sopivien asiasanojen puuttumista. Toisaalta toisten mielestä lajityyppiä ja aihetta kuvaavia asiasanoja oli liikaa tarjolla, mikä vaikeutti sopivan sanan valintaa. Sanojen merkityksen ja käyttötarkoituksen epäselvyys oli kiusana etenkin lajityyppi-, tunnelma- ja tapahtuma-asiasanoissa. Osa vastaajista hämäsi joidenkin asiasanojen merkitysten päällekkäisyys. Näin vastaajat kuvasivat sanastoon liittyviä epäkohtia:

”Sopivia aihe-asiasanoja on usein vaikea valita, niitä on liikaa valittavana, liikaa samankaltaisia sanoja.”

”Lajityypit, tapahtuma ja tunnelma vähän epäselviä käyttää”

”Aihevalinnassa liian laaja valikoima”

”Ei löydy sopivaa genreä tai ohjelmatyyppiä omalle sisällölle.”

”Sama tai lähes sama asiasana voi olla tarjolla useampaan kertaan. Onneksi asiasanoissa näkyy se, kuinka moneen julkaisuun se on merkitty, jotta voi valita ”oikean” ts. eniten käytetyn asiasanan.”

”En ole vielä kukaan totunut tunnelma-asiasanoihin. Pidän koko kategorian hyvin ongelmallisena. Esimerkiksi elokuvat ja dokumenttielokuvat pitää oikeasti tuntea kunnolla, ennen kuin niitä voi lähteä tunnelma-asiasanoittelemaan.”

Taggerin kehumisen ja moittimisen jälkeen vastaajat pääsivät kysymyksessä nro 21 kertomaan parannusehdotuksiaan. Kysymys kuului: ”Mitä Taggerissa pitäisi parantaa, jotta sinun olisi helpompi ja mukavampi käyttää sitä?” Kysymys tarjosi vastaajille mahdollisuuden ottaa edellisen kysymyksen innoittamana listatut ja mieleen palautetut epäkohdat tarvittaessa uudestaan esiin ja kertoa, miten niitä pitäisi korjata. Vaikka tähänkään kysymykseen ei ollut pakko vastata, nousi vastausprosentti korkeaksi. Parannusehdotuksia antoi kaikkiaan 18 henkilöä eli 90 % kaikista vastaajista.

Vastaajien mainitsemat toiveet voidaan jälleen jaotella niiden aiheen perusteella kolmeen ryhmään: Taggerin teknistä toimintaa ja käyttöliittymää koskeviin parannusehdotuksiin, ohjeistuksiin liittyviin toiveisiin sekä sanastoon liittyviin toiveisiin. Teknisen puolen parannusehdotukset painotettiin käyttöliittymän kehittämistoiveisiin. Esimerkiksi lajityyppien ja aiheasiasanojen jaotteluun ja valintaan kaivattiin lisää selkeyttä. Toiveena oli mm. suosituimpien lajityyppien laittaminen näkyville. Lisäksi ehdotettiin mm. genrekohtaisia vihjeitä käyttöliittymään. Esimerkkejä vastaajien kehitysehdotuksista:

”Asiasanojen jaottelu nykyistä paremmin.”

”Lajityypin voisi kirjoittaa kuten aiheen, ei tarvitsisi etsiä muiden seasta.”

”Aihe-asiasanojen valintaa voisi helpottaa. Myös lajityypit ovat kokonaisuutena aika sekava joukko sanoja.”

"Jotain muistutuksia siihen voisi koodata. Jos kyseessä historiaohjelma, niin ... jos kyseessä tiedeohjelma niin..."

"'Tallenna'-nappi järkevämmän - nyt riskinä vahingossa tallentaa ohjelma/sarjasivua jolloin asiasanavalinnat katoavat"

"Olisi hyvä, jos Taggerissa (tai jossain siinä) näkyisi tieto siitä, mitä olen juuri asiasanoittamassa."

Ohjeistuksiin liittyvät parannusehdotukset olivat mm. yleisiä toiveita kaikille käyttäjille jaettavista yhtenäisistä periaatteista asiasanoittamiseen. Lisäksi kaivattiin ohjeita tilanteisiin, jolloin eri asiasanatyypin merkitykset menevät päällekkäin, kuten esimerkiksi 'musiikki' aihetta kuvaavana asiasanan ja 'musiikki' lajityyppinä. Esimerkkejä vastaajien toiveista:

"Käyttökulttuuri. Olisi tärkeää, että kaikki käyttäjät noudattaisivat yhteneväisiä periaatteita asiasanoittamisessa. Muuten on vaarana, että asiasanoittamisen idea ei toteudu."

"Onko mahdollista laatia yhteisiä sääntöjä, esim. milloin valitaan ohjelman aihe-asiasanaksi musiikki, vai riittääkö, että on lajityyppinä musiikki."

"Jos esim arkistojulkaisujen osalta haluttaisiin, että ne asiasanoitetaan tietyllä tavalla, niin saataisiin tieto siitä."

Sanastoa koskevana parannusehdotuksina ehdotettiin mm. lajityyppien käyttötarkoitusten selkeyttämistä, puuttuvien asiasanojen lisäämistä ja toisaalta sanojen määrän vähentämistä, jotta sanoja olisi helpompi valita. Esimerkkejä sanastoon liittyvistä toiveista:

"Lisää lajityyppejä audiosisällöille, enemmän ryhmitettyjä sisältöjä aiheessa. (Tai näkyville suosituimmat)."

"Lisätä muutama genre ja/tai ohjelmatyyppi."

"Lajityyppejä voisi ehkä selkeyttää entisestään - jotta tietää minkä lajityypin asiasanoja käyttää mihinkin sisältöön."

"Lajityyppejä voisi vähentää ja selkeyttää."

Käyttäjäkyselyn viimeisissä avoimissa kysymyksissä selvitettiin vastaajien käsityksiä asiasanoittamisen merkityksestä Areenan ohjelmien näkyvyydelle sekä asiasanoittamisen tuen käyttöä ja tarvetta. Koska kysymysten aiheet eivät suoraan liity Taggerin käytettävyyteen, ei tuloksia eritellä tässä opinnäytetyössä tarkemmin. Yleisesti voidaan kuitenkin todeta, että vastaajat tunsivat asiasanojen merkityksen ohjelmasisältöjen näkyvyydelle varsin hyvin. Lähes kaikki vastaajat osasivat nimetä kohteita, missä asiasanoilla on vaikutusta. Vastaajat tiesivät, että asiasanoja hyödynnettiin tutkimushetkellä Areenan sisältöpaketoiteihin, sisältönäkymien jäsentelyyn sekä algoritmiseen suosittelemiseen ja että asiasanat vaikuttavat sisältöjen yleiseen löydettävyyteen Ylen verkkopalveluissa. Myös asiasanoittamisen tukikanavat olivat vastaajilla hyvin tiedossa ja useimmat vastaajat kokivat saavansa riittävästi tukea asiasanoittamiseen.

5 Käyttäjäkokemus ja kehittämiskohteet

Opinnäytetyössä tavoitteeni on kerätä ja tuottaa tietoa Yleisradion av-sisältöjen asiasanoittamisessa hyödynnettävän Tagger-sovelluksen käyttäjäkokemuksesta ja hahmotella sen pohjalta sovelluksen tärkeimpiä kehittämiskohteita. Edellisessä luvussa esiteltiin käyttäjäkysely, jolla tutkimuksen aineisto kerättiin, sekä käytiin läpi kyselyssä saadut vastaukset. Tässä luvussa vedetään tuloksia yhteen: muodostetaan yleiskuva asiasanoitussovelluksen käyttäjäkokemuksesta sekä esitellään sen pohjalta hahmottuvat tärkeimmät kehittämiskohteet. Lisäksi Taggerin kehittämistä tarkastellaan sisäisen asiakkuuden ja asiakaskokemuksen näkökulmasta.

5.1 Taggerin käyttäjäkokemus

Käyttäjäkyselyssä vastaajat arvioivat kokemuksiaan Taggerin käytöstä sekä strukturoitujen kysymysten että avointen kysymysten kautta, ja vastauksina saatiin sekä määrällistä että laadullista tietoa. Kyselyn vastaukset on esitelty yksityiskohtaisesti luvussa 4.

Kysymykset 8–16 olivat asteikkokysymyksiä, joilla haettiin sekä vastaajien yleistä tunnelmaa asiasanoitussovelluksen käytöstä että lähestyttiin lajityyppien valintaa eri näkökulmista. Vastaajia ohjattiin ottamaan kantaa väitteisiin, jotka liittyivät Taggerin käytön miellyttävyyteen, helppouteen, innostavuuteen, käyttöliittymän toimivuuteen sekä ohjeiden saatavuuteen. Lajityyppeihin liittyvissä väitteissä käyttäjien tuli arvioida, onko lajityypin valinta helppoa, ovatko lajityyppien käyttötarkoitukset tiedossa, ovatko lajityypit selkeästi esillä käyttöliittymässä sekä koetaanko lajityyppien kuvaustekstit hyödyllisiksi. Asteikkokysymysten tuloksina saatiin numerotietoa asiasanoitussovelluksen käytöstä. Vastausjakaumista laskettiin niiden keskiarvot ja keskihajonnat (ks. taulukot 1 ja 2). Mitä näiden tunnuslukujen perusteella voidaan sanoa käyttäjäkokemuksesta?

Kun tarkastellaan ensiksi vastausjakaumien keskiarvoja, voidaan havaita käyttäjien yleisvaikutelman asiasanoitustyökalusta olleen kyselyssä tasaisen neutraali tai jopa lievästi myönteinen. Eri kysymysten vastausten keskiarvot asettuivat alle yhden yksikön päähän toisistaan (vaihteluväli 2,95–3,73). Korkein keskiarvo oli kysymyksessä nro 8, jossa otettiin kantaa Taggerin käytön miellyttävyyteen. Matalimman keskiarvon sai kysymyksen nro 13 väite lajityypin valinnan helppoudesta, eli Taggerin kehittäjien ennakkokäsitys lajityypin valintaan liittyvistä vaikeuksista sai tässä vahvistusta.

Koska keskiarvot eivät kuitenkaan tuo esiin vastausjakaumien monimuotoisuutta, on yleiskuvaa käyttäjäkokemuksesta muodostettaessa syytä huomioida myös vastauksien keskihajonta. Kuvatesaan vastausten keskimääräistä vaihtelua keskiarvon ympärillä keskihajonta tuo esiin vastausjakauman vaihtelua. Vastausten keskihajonnat vaihtelivat tutkimusaineistossa 0,79:stä 1,31:een. Kolmessa kysymyksessä keskihajonta ylitti arvon 1. Suurimmillaan keskihajonta eli vastausten

vaihtelu oli kysymyksessä nro 15, jossa käsiteltiin lajityyppien esillepanon selkeyttä käyttöliittymässä. Aihe jakoi voimakkaasti vastaajien mielipiteitä, mitä ei pelkkää keskiarvoa (3,23) tarkastelemalla ole mahdollista havaita. Pienin keskihajonta oli kysymyksessä nro 11, jossa arvioitiin Taggerin innostavuutta työkaluna. Innostavuudesta annetut arviot olivat siis muita kysymyksiä enemmän keskittyneet keskiarvon (3,05) ympärille, mikä tarkoittaa pienempää vaihtelua ja enemmän samansuuntaisuutta vastaajien mielipiteissä.

Vaikka tunnuslukujen perusteella tutkimusaineistosta välittyikin Taggerin käyttäjäkokemuksesta melko tasainen kuva, eikä mikään osa-alue erotu toista kovin paljon heikompana tai parempana, antaa määrällinenkin aineisto osaltaan vastauksia tutkimuskysymyksiin. Ennen kaikkea luvut kuvaavat käyttäjien yleistunnelmaa asiansanoitussovelluksen käytöstä, mutta myös sovelluksen vahvuuksista ja heikkouksista on mahdollista tehdä päätelmiä. Vastausten keskiarvojen perusteella Taggerin vahvuutena voi pitää käytön miellyttävyyttä. Myös käyttöliittymän koetaan tukevan asiansanoittamista. Taggerin haasteita taas ovat suhteellisen matalaksi koettu innostavuus, ohjeiden löydettävyyys sekä lajityyppien valintaan liittyvät hankaluudet.

Mutta voiko määrällisen tutkimusaineiston pohjalta sanoa käyttäjien olevan tyytyväisiä Taggeriin? Tällaisen johtopäätöksen suora vetäminen ei ole perusteltua. Ensinnäkin vastausten tulkinnassa on huomioitava kyselyn vastaajamäärän pieni koko: 22 vastauksen perusteella tuloksia ei voi yleistää kattamaan Taggerin koko käyttäjäjoukkoa, vaan niitä on tarkasteltava kyselyyn vastanneiden aktiivisten käyttäjien mielipiteenä. Toiseksi tutkimusaineistossa on kiinnitettävä huomiota myös vastausjakaumien hajontaan, jota keskihajontaluvut omalta osaltaan kuvaavat. Valittujen vastausvaihtoehtojen joukossa on paljon kakkosia ja jonkin verran ykkösiäkin. Kun kyse on työvälineenä jopa päivittäin hyödynnettävästä sovelluksesta, tulisi sen olla käytettävyydeltään sellainen, johon mahdollisimman moni käyttäjä voi olla tyytyväinen. Myös alimpia arvioita antaneiden vastaajien kokemukset ovat näin ollen merkityksellisiä tulkittaessa tutkimuksen lopullista antia ja käyttäjäkokemusta. Tavoitteeksi Taggerin kehittämisessä pitää ottaa se, että heikkoja käytettävyyssarvioita tulisi jatkossa mahdollisimman vähän, jos ollenkaan.

Voikin sanoa, että määrällisen tutkimusaineiston analyysi välittää Tagger-sovelluksen käyttäjäkokemuksesta ennen kaikkea suuntaa antavan käsityksen. Konkreettisemmin käyttäjäkokemuksen yksityiskohtiin päästään kiinni laadullista aineistoa eli avointen kysymysten vastauksia tarkastelemalla. Vapaasti muotoilluista vastauksista käyttäjän todelliset mielipiteet ja ääni nousevat aidommin esiin, mikä onkin tärkeää kokonaisvaltaisen käyttäjäkokemuksen hahmottamiseksi. Tehdyssä kyselyssä oli kaikkiaan viisi opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin oleellista tietoa tuottavaa avointa kysymystä. Niissä pyydettiin käyttäjiä luettelemaan heidän eniten tai vähiten käyttämiään lajityyppejä (kysymys nro 17) sekä kertomaan käyttötarkoitukseltaan epäselvistä lajityypeistä (kysymys

nro 18). Lisäksi kysyttiin Taggerin parhaista ja ärsyttävimmistä ominaisuuksista (kysymykset nro 19 ja nro 20) sekä tärkeimmistä parannuskohteista (kysymys nro 21).

Yleishavainto laadullisesta aineistosta on, että avointen kysymysten vastaukset antoivat monessa tapauksessa ikään kuin perustelut määrällisen aineiston analyysissä muodostuneille käsityksille. Esimerkiksi kun vastaukset kysymyksen nro 8 väitteeseen osoittivat monen vastaajan kokevan Taggerin käyttämisen miellyttäväksi, kertoivat vastaajien vapaasti muotoilemat kommentit kysymykseen nro 19 syyn tuntemukselle. Taggerin parhaana ominaisuutena pidettiin monissa vastauksissa helppokäyttöisyyttä. Myös widgetin selkeä toimintaperiaate, nopeus ja käyttömahdollisuus eri järjestelmistä käsin saivat kehuja.

Niin ikään lajityyppiä kuvaavien asiasanojen valitsemiseen liittyvät ongelmat – ennakkokäsitys, joka sai vahvistusta jo määrällisen aineiston perusteella – konkretisoituivat avoimissa vastauksissa perusteluihin ja esimerkeihin. Kaikki vastaajat eivät toki kokeneet lajityypin valintaa hankalaksi, mutta useimmille se vaikutti aiheuttavan ainakin joskus päänvaivaa. Hankaluuksia voivat tuottaa eri käyttäjille eri asiat. Osaa vastaajista ärsytti lajityyppien ”sumppumainen”, pitkistä listasta koostuva esitystapa Taggerin käyttöliittymässä. Toiset kokivat tietyt lajityypit hankaliksi niiden epäselvän merkityksen takia. Kysymyksessä nro 18 kysyttiinkin suoraan käyttötarkoitukseltaan epäselviksi koettuja lajityyppejä. Tuloksena oli pitkä lista sanoja, joiden määrittelyjä on syytä täsmentää.

Toisaalta laadullisen aineiston analyysi toi esiin tietoa monista asioista, joita ei strukturoiduissa kysymyksissä edes käsitelty. Erityisen runsaasti saatiin tietoa Taggerissa ärsyttäviksi koetuista ja kehittämistä kaipaavista kohteista. Sekä ärsytyksen aiheet että kehittämiskohteet oli mahdollista jakaa aiheen mukaan kolmeen ryhmään: Taggerin tekniseen toimintaan ja käyttöliittymään liittyviin ongelmiin, ohjeiden epäselvyyksiin sekä sanaston puutteisiin. Teknisiä puutteita olivat vastaajien mukaan mm. sovelluksen ajoittainen hitaus tai asiasanojen tallennuksen jumituminen. Käyttöliittymään kaivattiin aiempien asiasanavalintojen muistia, lisää valmiiksi tarjoiltuja asiasanaehdotuksia, suosituimpien asiasanojen laittamista näkyville ja lajityyppilistan ryhmittelyä.

Vastaajia häiritsivät myös jotkin Taggerin ominaisuudet, joiden tarkoitusta he eivät tienneet. Esimerkkinä tällaisesta ovat ohjelmille lisätyissä asiasanoissa käytettävät värit, joiden tehtävänä on erottaa toisistaan eri järjestelmissä lisätyt asiasanat. Epätietoisuutta aiheuttaa se, että värien merkitystä ei ole suoraan selitetty käyttöliittymässä. Värien merkityksestä toivottiin siis tietoa, ja puute olisikin suhteellisen helposti korjattavissa täydentämällä Taggerin ohjeita. Myös asiasanojen käyttökohteista kaivattiin lisää ohjeistuksia. Ylipäätään asiasanoituksen ohjeilta toivottiin selkeyttä, mikä on tärkeä palaute. Selkeät yhteiset periaatteet ovat välttämättömiä, jotta eri toimitukset voivat asiasanoittaa ohjelmia yhdenmukaisesti.

Sanastoon liittyviä puutteita ja korjausehdotuksia saatiin kyselyn kautta myös runsaasti. Monien asiasanojen merkitykset ja käyttökohteet olivat vastaajille epäselviä. Epätietoisuutta koettiin myös eri asiasanalajien käyttöperiaatteista silloin, kun sama sana esiintyy aiheena ja lajityyppinä. Tällöin epäselvää voi olla esimerkiksi se, milloin käytetään 'musiikkia' aiheena ja milloin lajityyppinä. Osittain eri vastaajien sanastotoiveet menivät ristiin: toisten mielestä asiasanoja oli liikaa valittavana, toisten mielestä sanastosta puuttui juuri olennaisia asiasanoja. Toiveiden kirjavuus on ymmärrettävää, sillä sanastotarpeet ovat yhteydessä vastaajan näkökulmaan ja siihen, minkä tyyppiset asiasanat ovat hänen käsittelemänsä ohjelman kuvailussa keskeisiä. Aihetta kuvaavissa asiasanoissa valinnanvaraa on runsaasti, ja samaa aihetta on mahdollista kuvata monin eri termein. Sen sijaan lajityyppiä kuvaavien asiasanojen valikoima on suppeampi, ja listalta saattaa hyvinkin puuttua termi, joka käyttäjän mielestä kuvaisi parhaiten hänen asiasanoittamaansa ohjelmaa.

Erityyppisten asiasanojen määrät ja käyttötarkoitukset onkin otettava huomioon Taggerin kehittämisessä. Esimerkiksi aihetta kuvaavien asiasanojen suuri määrä asettaa käyttöliittymälle omat vaatimuksensa, mm. asiasanojen hakutoiminnon on oltava selkeä. Lajityyppihin liittyen on taas varmistettava, että mukana on tarpeellinen määrä termejä, joiden käyttötarkoitus on selkeästi ilmaistu ja jotka on laitettu käyttöliittymän valikkoon loogisella tavalla tarjolle.

Edellä kuvattu sanastotoiveiden kirjavuus on yksi esimerkki käyttäjäkyselyn vastauksissa ja kehittämistoiveissa paikoin muutenkin havaittavasta kiinnostavasta ristiriitaisuudesta. Epäloogisuutta voi löytää myös määrällisen aineiston vastauksista. Tarkastelemalla eri kysymysten vastauksia ristiin voi havaita, että samat vastaajat, jotka ovat antaneet Taggerin käytön miellyttävyydelle melko korkeat arviot, ovat kuitenkin antaneet sopivan asiasanan ja erityisesti lajityypin valinnan helppou-delle huonommat pisteet. Eivätkö vaikeudet keskeisen toiminnon suorittamisessa vähennä sovel-luksen käytön miellyttävyyttä? Miellyttävän käyttökokemuksen uskottavuutta horjuttaa myös avoi-missa vastauksissa lueteltujen Taggerin heikkouksien ja parannusehdotusten suuri määrä. Jos Taggerin käytettävyydestä löytyy paljon epäkohtia, kuinka yleinen kokemus sovelluksen käytöstä voi olla siitä huolimatta myönteinen?

Kyselyn vastauksissa havaittavat ristiriitaisuudet on mahdollista nähdä osoituksena käyttäjäkoke-muksen muodostumisen yleisestä kompleksisuudesta. Kuten luvussa 2.1 on todettu, käyttäjäkoke-mus on käyttäjän kokemus vuorovaikutuksesta tuotteen kanssa. Siihen, millaiseksi tämä kokemus muodostuu, vaikuttavat monet asiat. Palvelun ominaisuuksien, kuten mm. sisällön, ulkoasun ja käyttöliittymän, ohella käyttäjäkokemukseen vaikuttavat myös käyttäjästä johtuvat tekijät, kuten hä-nen motivaationsa sekä asenteensa palvelua ja käyttötilannetta kohtaan. Käyttöliittymä ja sen käy-tettävyyden ovat vain yksi osatekijä palvelumielikuvan muodostumisessa. Lisäksi käyttäjillä on taipu-mus kehittää toimintastrategioita, joiden avulla he tulevat paremmin toimeen käytettävyyden

laadultaan vaihtelevien palveluiden kanssa, mistä luvussa 2.2. esitelty kelvollistaminen on yksi esimerkki.

Luvussa 2 esitettyjä ajatuksia käyttäjäkokemuksen muodostumisen monitahoisuudesta voi siis hyvin soveltaa myös Taggerin käyttäjäkokemuksen arvioinnissa. Miellyttävä käyttäjäkokemus on mahdollista saavuttaa puutteista huolimatta. Riittävä määrä käyttötilanteeseen liittyviä hyviä ominaisuuksia voi kumota huonojen puolien vaikutusta. Esimerkiksi Taggerin yleinen helppokäyttöisyys, joustava saavutettavuus ja käyttäjän myönteinen asennoituminen asiasanoitukseen voivat kompensoida sitä, että esimerkiksi lajityypin valinnassa käyttäjä johtuu välillä näkemään enemmän vaivaa. Taggeria usein hyödyntävä käyttäjä on myös sopeutunut käyttämään Taggeria tietyllä tavalla eikä häntä enää haittaa, vaikka hän joutuukin "ajattelemaan liikaa" ja näkemään vaivaa sovellusta käyttäessään. Eri asia tietenkin on, voidaanko kognitiivisesti raskasta työstä suoriutumista pitää tehokkaimpana tapana tehdä asiasanoitustyötä.

5.2 Taggerin tärkeimmät kehittämiskohteet

Taggerin käyttäjäkokemuksen kartoittamisen lisäksi opinnäytteen toisena tavoitteena oli hahmottaa kehittämiskohteita sovelluksen jatkokehitystä varten. Tarkoitus oli yhtäältä validoida Areenassa jo aiemmin tunnistettuja Taggerin kehitystarpeita, mutta toisaalta huomioida myös kyselyssä esiin mahdollisesti nousevia muita kehitysideoita. Käyttäjäkysely on oivallinen tapa saada käyttäjien ääni ja kokemukset mukaan kehittämistyöhön. Kuten luvussa 2.4 on todettu, digitaalista palvelua tulee kehittää paitsi liiketoiminnan tavoitteiden, myös ennen kaikkea käyttäjien tarpeiden perusteella. Aikaa ja resursseja ei kannata suunnata ominaisuuksiin, joita palvelun käyttäjä ei tarvitse. Myös Taggerin kehittämisessä työn alle otettavien parannusten halutaan paitsi parantavan asiasanoituksen laatua myös samalla helpottavan ja selkeyttävän asiasanoitusta tekevien henkilöiden työtä.

Kaiken kaikkiaan kyselytutkimuksen tuloksista nousee runsaasti ideoita Taggerin jatkokehittämiseksi. On kuitenkin tärkeä huomata, ettei käyttäjäkokemuksen parantaminen silti välttämättä vaadi erityisen radikaalia sovelluksen uudistamista, vaan nykyinen kyselyn vastaajien tarkoituksenmukaisena pitämä käyttöliittymä tarjoaa hyvän pohjan joukolle pienempiä ja kohdennettuja uudistuksia. Muutoksia tehtäessä on ylipäänsä tärkeää muistaa, että käyttäjäkyselyn vastaajat pitivät Taggerin parhaana ominaisuutena helppokäyttöisyyttä ja yksinkertaisuutta. Nämä vaikutelmat on tärkeä pyrkiä säilyttämään uudistuksia tehtäessä, sillä myönteinen yleiskuva voi kompensoida sovelluksen puutteita myös jatkossa.

Taggerin käyttäjäkyselyn tulosten affiniteettianalyysin aikana aineiston erittelyssä muodostui jäsen-tely käyttöliittymään, sanastoon ja ohjeistuksiin liittyviin asioihin. Sama kolmijako toimi apuna myös kehittämiskohteiden määrittelyssä: kaikilta osa-alueilta käyttäjät olivat nimenneet

kehittämiskohteita, joiden joukosta oli edelleen mahdollista löytää tärkein kehittämistä tarvitseva ominaisuus. Kohteiden priorisoinnissa arvioitiin paitsi epäkohdan merkittävyyttä käyttäjille myös kehittämistoimenpiteen vaikuttavuutta asiasanoituksen laadun parantamiseen.

Käyttäjäkyselyssä esiin tulleiden havaintojen ja laatuvaikutuksiin nojaavan priorisoinnin pohjalta Taggerin tärkeimmiksi lähitulevaisuuden kehittämiskohteiksi tiivistyivät seuraavat:

- käyttöliittymä: lajityyppitermien ryhmittely käyttöliittymässä
- sanasto: lajityyppikäsitteiden määritelmien ja käyttökohteiden selkeyttäminen
- ohjeistukset: ohjeiden lisääminen ja löydettävyys.

Kaikki kehittämiskohteet nousivat käyttäjäkyselyssä esiin sekä strukturoitujen että avoimien kysymysten kautta. Samat puutteet olivat toisaalta jo ennestään Taggerin kehittäjien tiedossa, joten käyttäjäkyselyn tulosten voi todeta validoineen aiemmin tunnistetut tarpeet.

Seuraavaksi Taggerin keskeisimmät kehittämiskohteet käydään läpi tarkemmin ja samalla esitetään myös joitakin konkreettisia parannusehdotuksia. Parannusten tekniseen toteutukseen ei tässä opinnäytetyössä oteta kantaa.

5.2.1 Lajityyppitermien ryhmittely käyttöliittymässä

Taggerin käyttöliittymän kehittämisessä täytyy pitää mielessä sen tärkein tehtävä: käyttöliittymän pitää ohjata asiasanoittajaa valitsemaan ohjelmalle sopivat ja tarpeelliset asiasanat. Valittujen sanojen täytyy kuvata ohjelman sisältöä oikein ja riittävällä tarkkuudella, mutta samalla ohjelmaa kuvaavan asiasanojen joukon on palveltava myös Areenan julkaisutarpeita. Käyttöliittymä ei saa rohkaista sisältöjen ”yliasiasanoittamiseen” (ks. luku 3.2), mutta toisaalta sen tulisi kuitenkin edesauttaa ja varmistaa, että kaikki tarpeelliset asiasanat tulevat poimituiksi.

Käyttäjäkyselyn vahvistaman havainnon mukaan eniten epäselvyyksiä av-sisältöjen asiasanojen valinnassa liittyy lajityyppiasiasanojen valintaan. Haasteet ovat kahdenlaisia: yhtäältä lajityypin käyttötarkoitus ja käsitteen merkitys saattaa olla asiasanoittajalle epäselvä, mutta toisaalta Taggerin käyttöliittymä ei myöskään tue riittävästi sopivan lajityypin valintaa. Tarjolla on lähes 90 lajityyppitermiä yhdessä ryppäessä ilman opastusta siitä, mitä sanoja ja kuinka monta sanaa sisällölle pitäisi kulloinkin valita.

Hyvästä käytettävyydestä annettujen yleisten ohjeiden valossa pitkä jäsenitelemätön sanalista ei ole suositeltava ratkaisu, sillä se lisää käyttäjän kognitiivista kuormaa ja vaikeuttaa näin kokonaisuuden hahmottamista (vrt. luku 2.2.). Grant (2018, luku 25) kehottaa huomioimaan käyttöliittymien suunnittelussa psykologisten testien tuloksen, jonka mukaan käyttäjä kykenee muistamaan ja käsittelemään mielessään korkeintaan noin seitsemästä kohdasta muodostuvia listoja ja luetteloita.

Tätä pidemmät listat ovat useimmille liian työläitä hahmottaa. Ratkaisuksi ongelmaan Grant suosittelee jakamaan listat ja luettelot pienempiin osiin siten, että samanlaiset aiheet muodostavat oman kokonaisuutensa.

Taggerin käyttöliittymän yhtenä selkeänä kehitystavoitteena voidaan siis pitää sitä, että laaja lajityyppitermien lista puretaan käyttöliittymässä pienempiin, loogisesti muodostettuihin ryhmiin. Tällöin asiasanoittajan on helpompi hahmottaa lajityyppisanaston kokonaisuus ja löytää sieltä tarvitsemansa sanat. Käytännössä ryhmittely tapahtuu jaottelemalla lajityyppikäsitteet valituin perustein eri luokkiin. Samaan luokkaan kuuluvien käsitteiden tulee kuulua jollakin tavoin yhteen. Luokan muodostaminen edellyttää toisin sanoen lajityyppikäsitteiden yhteisten piirteiden analysointia. (Seppälä 30.11.2022.)

Lähes 90 lajityyppikäsitteen jakaminen luokkiin voidaan tehdä monella tavalla, eikä yhtä oikeaa tapaa ryhmitellä ole. Jotta luokittelu tukisi asiasanoituksen laadun parantamisen tavoitetta, tulisi valittavan jaottelun kuitenkin heijastaa ohjelmien sisällönkuvailun toivottua tapaa, tavoitteita ja tarkoitusta. Yleensä audio- tai videosisällölle on tarpeen määrittää ainakin seuraavat lajityyppisanoilla ilmaistavat ominaisuudet: pääkategoria (esim. elokuva, dokumentti tai draamasarja), tyyli (esim. komedia tai jännitys) sekä pääaihe (esim. sota tai politiikka). Ohjelman muiden ominaisuuksien kuvaamiseksi tai Areenan sisällöntarjoilun palvelemiseksi voi lisäksi olla tarpeen liittää sisältöön vaikkapa ohjelma- tai tallennetyyppiin liittyvää tietoa (esim. lyhytelokuva, sarja, kooste).

Yksi mahdollinen av-sisältöjen tarkoituksenmukaista kuvailua tukeva tapa lajityyppisanojen ryhmittelemiseksi eri luokkiin voisi olla esimerkiksi seuraava:

- Pääkategoriat
- Pääaiheet
- Tyyli tai kerronnan tapa
- Ohjelma- ja tallennetyypit
- Muu ohjelman kuvailu

Jos lajityyppiasiasanat jaoteltaisiin käyttöliittymässä yllä mainittujen otsikoiden alle (ks. liite 7), kuvastaisi luokittelu nykytilanteeseen verrattuna paremmin sisällönkuvailun tarkoitusta ja päämäärää. Asiasanoitusta tekevän henkilön olisi jo käyttöliittymää vilkaistessaan helppo hahmottaa, että lajityyppiasiasanoilla kuvataan sisällön pääkategoriaa, pääaihetta, tyyliä tai ohjelman tai tallenteen tyyppiä. Luokittelun yleisenä haasteena on se, etteivät kaikki luokiteltavat käsitteet välttämättä asetu luontevasti osaksi mitään luokkaa. Näin myöskään kaikille lajityyppisanoille ei välttämättä löydy luontevaa ryhmää. Käytännöllinen ratkaisu tällaisessa tilanteessa on muodostaa muiden luokkien jatkeeksi ns. kaatoluokka, kuten liitteessä 7 kuvatussa ehdotuksessa ”Muu ohjelman

kuvailu”. Ratkaisu ei ole välttämättä tyylikäs, mutta edes osittain onnistuneen luokittelun hyödyt käyttäjälle voittavat tyylikkyysnäkökulman. (Seppälä 30.11.2022.)

Taggerin käytettävyyden kannalta lajityyppitermien ryhmittely käyttöliittymässä olisi selkeä parannus nykytilanteeseen. Ryhmittelyn lisäksi lajityyppien valitsemista voisivat helpottaa myös automaattiset asiasanasuositukset, jotka muodostuisivat sisällön pääkategorian mukaisesti. Tagger voitaisiin ohjelmoida tunnistamaan asiasanoitettavan ohjelman pääkategoria (esim. elokuva), jonka perusteella sovellus ehdottaisi käyttäjälle automaattisesti muita kyseisen kategorian ohjelmalle mahdollisesti sopivia asiasanoja (esim. komedia). Tällaista, käyttäjän monivaiheisen tehtävän suorittamisen läpi opastavaa ominaisuutta kutsutaan wizard-toiminnallisuudeksi (Highfield 6.11.2019). Ominaisuuden kehittämistä kannattaa selvittää, tosin sen käyttöönotto edellyttää Taggerin käyttöliittymään muutoksia, joiden toteuttaminen ei käy yhtä nopeasti kuin lajityyppisanaston ryhmittely.

5.2.2 Lajityyppikäsitteiden määritelmien ja käyttökohteiden selkeyttäminen

Käyttäjän näkökulmasta myös sanasto, eli tarjolla olevien asiasanojen kokoelma, on tärkeä osa Taggeria ja vaikuttaa olennaisesti käyttäjäkokemukseen. Vaikka sovelluksen käyttöliittymä olisi suunniteltu toimivaksi, ei työkalu täytä tehtäväänsä, jos sen sisällön laadussa on puutteita eikä käyttäjä saa sopivia asiasanoja lisättyä ohjelmille.

Käyttäjäkysely validoi hyvin Areenan metatietoasiantuntijoiden ennakkokäsityksen siitä, että myös Taggerin käyttämän sanaston kehittämisessä kannattaa suunnata toimenpiteet ensiksi lajityyppisanoihin. Mahdollisesti puuttuvien sanojen lisäämisen ohella on erittäin tärkeää käydä läpi ja selkeyttää sanastossa jo olevien lajityyppikäsitteiden määritelmät ja käyttökohteet. Käyttäjäkyselyn perusteella sanastossa on runsaasti lajityyppisanoja, joiden merkitys ja sopivat käyttökohteet eivät ole käyttäjille selviä. Tämä johtaa siihen, että samoja käsitteitä voidaan käyttää keskenään erilaisten sisältöjen kuvailuun, mikä heikentää asiasanoituksen oikeellisuutta ja yhdenmukaisuutta.

Määritelmien tarkastaminen ja selkeyttäminen on luonnollisesti tärkeää aloittaa eniten käytetyistä lajityyppisanoista. Kun käsitteen määritelmä ja toivottu käyttökohde on täsmennetty, kyseisellä käsitteellä kuvaillut ohjelmat tulee hakea ja selvittää niiden asiasanoituksen oikeellisuus. Jos ohjelman metatiedoista paljastuu väärin perustein lisättyjä lajityyppisanoja, ne täytyy poistaa ja korjata sopivammilla. Jotta työ onnistuisi ja asiasanoja käytettäisiin jatkossa tarkoituksenmukaisesti, on tärkeää kiinnittää huomiota ohjelman tietoja käsitteleville henkilöille suunnattuun tiedotukseen ja ohjeistukseen.

Lajityyppikäsitteiden määritelmien ja käyttökohteiden selkeyttäminen sopii hyvin tehtäväksi yhtä aikaa luvussa 5.2.1 kuvatun termien ryhmittelyn kanssa. Eräs asia, johon työssä kannattaa kiinnittää huomiota, on ohjelmien pääaihetta kuvaavien lajityyppien ja vastaavien aiheasiasanojen

käyttökohteiden selkeyttäminen. Käyttäjäkyselyssä Taggerin nykytilanne, jossa kieliasultaan sama sana, esimerkiksi 'musiikki', voi esiintyä sekä aihe- että lajityyppiasiasanana, koettiin hankalaksi. Käyttäjät eivät tiedä, tulisiko ohjelman aihetta kuvaava asiasana valita aihe- vai lajityyppisanonien joukosta, vai kenties kummastakin. Epäselvyyttä lisää vielä se, ettei lajityyppisanastosta löydy pääaihetta kuvaavaa sanaa kaikille ohjelmille. Tarjolla ovat esimerkiksi lajityypit 'politiikka', 'ruoka' ja 'matkailu', kun taas esimerkiksi 'terveys' ja 'kirjallisuus' puuttuvat. Epäselvän tilanteen juuret johtavat av-asiasanoituksen alkuajolle: kun Taggerin lajityyppisanasto vuonna 2019 luotiin, ymmärrys asiasanojen tulevista käyttötavoista ja merkityksestä Areenan sisällöntarjoilun tukena ei ollut vielä täysin selkeä.

Pääaihetta kuvaavien lajityyppisanonien tilanteen selkeyttämiseksi ratkaisuvaihtoehtoja on kaksi: ensimmäinen vaihtoehto on luoda lajityyppien joukkoon lisää ohjelmien pääaiheita kuvaavia sanoja. Tällöin kaikille ohjelmille löytyy sopiva lajityyppisana kuvaamaan ohjelman pääasiallista aihepiiriä. Toinen, kenties kestävämpi, ratkaisu olisi poistaa pääaihetta kuvaavat sanat kokonaan lajityyppisanonien joukosta. Tällöin ohjelman aihetta kuvaava asiasana käytäisiin aina valitsemassa aiheasanastosta. Koska aiheasiasanojen määrä Taggerin sanastossa on hyvin suuri käsittäen noin 250 000 sanaa, voitaisiin aiheasanastoon luoda pääaiheiden kuvaamista varten erillinen suppeampi pääaihesanojen ryhmä. Erillinen pääaihesanasto paitsi selkeyttäisi av-sisältöjen aiheen kuvailua, myös hyödyttäisi Areenan käyttäjiä, kun tulevaisuudessa myös av-sisältöjen aiheasiasanat aletaan näyttää käyttäjille ohjelmien yhteydessä. Koska kaikkien ohjelman aihetta kuvaavien asiasanojen näyttäminen Areenan käyttöliittymässä saattaa viedä liikaa tilaa, olisi tässä yhteydessä mahdollista hyödyntää pääaihesanoja. Pääaihesanat ovat erillissanastona jo käytössä Ylen tekstimuotoisten artikkeleiden sisällönkuvailussa, ja niitä käytetään näkyvästi sisältöjen jäsentelyssä mm. Ylen uutisartikkeleiden listauksissa.

Suppeamman pääaihesanaston muodostaminen ja käyttöönotto toisi todennäköisesti hyötyjä myös Areenan ohjelmien suositteluun ja löydettävyyteen. On nimittäin oletettavaa, että pääaihesanojen myötä eri ohjelmille annettavien asiasanojen määrä vähentyisi ja yhdenmukaistuisi, eli useampi ohjelma saisi asiasanoikseen samoja termejä. Kuten suoratoistopalvelujen sisällöntarjoilua analysoinut Read (30.8.2022) toteaa, mediatuotteiden asiasanojen kohdalla sanonta "enemmän on parempi", ei välttämättä pidä paikkaansa. Jos samaa aihetta käsitteleviä tai samankaltaisia ohjelmia on asiasanoitettu erilaisin termein, saavat ohjelmat ikään kuin erilaisen statuksen. Tällöin ne eivät yhdisty toisiinsa algoritmisessa suosittelussa tai listaudu käyttäjien hakutuloksissa samalle listalle. Tästä syystä Read suosittelee pitämään ohjelmien kuvailuun käytettävän sanaston mahdollisimman suppeana, joskin riittävän laajana, jotta ohjelmien erot tulevat huomioiduksi.

Taggerissa pääaihesanojen käyttöön ottaminen varmistaisi omalta osaltaan sitä, että samankaltaiset ohjelmat kuvataan riittävässä määrin samoin, yhdistävin termein ja käsittein. Toisaalta, kuten Read (30.8.2022) huomauttaa, suoratoistopalvelun ohjelmien kuvailussa käytettävä asiasanojen kirjasto ei tule koskaan valmiiksi, vaan se vaatii jatkuvaa ylläpitoa ja täydentämistä. Ohjelmiston muuttuessa myös kuvailevan metadatan on mukauduttava, jotta ohjelmien tarjoilu pysyy laadukkaana ja palvelee käyttäjän tarpeita. Myös ohjelmille annettuja asiasanoja on aika ajoin syytä tarkastella uudestaan ja päivittää niitä vastaamaan uusia tarjoilun tarpeita.

5.2.3 Ohjeiden lisääminen ja löydettävyys

Kolmantena keskeisenä kehittämiskohteena Taggerin käyttäjätutkimus nosti esiin ohjeiden tarpeen. Käyttäjät kertoivat kaipaavansa lisää tietoa eri ohjelmatyypin asiasanoittamisesta ja selkeitä ohjeita sopivien asiasanojen valintaan. Toive on ymmärrettävä ja oikeutettu, sillä toistaiseksi yhteisiä kattavia ohjeita eri ohjelmatyypeille annettavista asiasanoista ei ole, vaan kunkin ohjelman toimitus tai asiasanoitusta tekevä henkilö joutuu itse laatimaan omat asiasanoitusperiaatteensa, jos haluaa sellaiset määritellä. Toimitusten käytännöt eivät aina ole yhteneväiset Areenan julkaisutarpeiden kanssa, mikä lisää Areenassa jälkikäteen tehtävää asiasanoituksen korjailutyötä. Työ yhteinäisten asiasanoitusohjeiden laatimiseksi onkin syytä aloittaa mahdollisimman pian. Tarkkuudeltaan ohjeiden ei välttämättä pidä olla kovin yksityiskohtaiset, vaan tärkeintä on pikemminkin pyrkiä määrittelemään eri ohjelmatyypin asiasanoituksen vähimmäistaso.

Asiasanoituksen vähimmäistason määrittely voi toimia myös asiasanoituksen laadunvalvonnan apuvälineenä. Kun tiedetään, mitä asiasanoja eri ohjelmissa pitää vähintään olla, on myös helppo todeta, jos jonkin ohjelman metatiedot eivät kriteerejä täytä. Vähimmäistason määrittelyä voidaan hyödyntää myös metatietojen laadun tai kattavuuden automatisoidussa valvonnassa. Vähimmäisasiasanat voidaan antaa säännöiksi valvontatoiminallisuudelle, joka voidaan ohjata esimerkiksi värikoodeja tai muita huomiokeinoja käyttämällä viestittämään asiasanoituksesta vastaaville henkilöille, ettei asiasanoitusta ole toteutettu riittävässä laajuudessa. (Ehn, P. 13.1.2023.)

Paitsi ohjeita asiasanojen valintaan, kyselyn vastaajat toivoivat lisää tietoa myös joistakin Taggerin toimintaperiaatteista ja ominaisuuksista. Kuten luvussa 5.1. on todettu, käyttäjät esimerkiksi kummastelivat asiasanojen yhteydessä käytettäviä värejä, joiden merkitystä ei ole Taggerin käyttöliittymässä tai nykyisissä käyttöohjeissa selitetty. Värikoodien herättämä ihmettely on malliesimerkki kognitiivista kuormaa aiheuttavasta ”turhasta ajattelusta”, joka on helposti korjattavissa ohjeilla ja muutettavissa hyödyksi, kun värien merkitys kerrotaan käyttäjälle. Ylipäänsä värien käyttäminen informaation välittämiseen vaatii suunnittelijalta tietoa saavutettavuuden huomioimisesta. Värit ovat havainnollisia, mutta kaikki ihmiset eivät näe värejä samalla tavalla. Värejä ei pitäisikään koskaan

käyttää yksin viestin viejinä, vaan niiden yhteyteen tulisi aina liittää sanallinen selitys värin merkityksestä. (Grant 2018, luku 64.)

Ohjeiden laatimisen tai päivittämisen yhteydessä on hyvä myös miettiä yleisesti tapaa, jolla asiansanoituksen tai Taggerin toiminnan ohjeistukset kannattaa käyttäjille tarjoilla. Onko ohjeiden paras olla nykyiseen tapaan omissa dokumenteissaan, joihin ohjataan intranetin tukisivuilta tai Taggerin käyttöliittymästä erillisillä linkeillä, vai tulisiko ohjeet saada pikemminkin osaksi käyttöliittymää? Ohjeiden lisäämistä suoraan Taggerin käyttöliittymään voi hankaloittaa ohjeiden määrä: jos ohjeita tarvitaan paljon ja ne ovat pitkiä, ne eivät mahdu käyttöliittymään. Käytettävyyttä ajatellen ohjeiden sijoittamista käyttöliittymään ei ole yleisesti pidetty hyvänä ajatuksena. Käyttöliittymä, joka tarvitsee paljon ohjeita tuekseen, on huono. Tutkimusten mukaan ihmiset eivät myöskään jaksakaan lukea pitkiä ohjeita, joten jos ohjeet ovat välttämättömiä, niiden tulisi olla mahdollisimman lyhyitä. (Grant 2018, luku 84; Krug 2006, 47.) Joka tapauksessa paras ratkaisu on aina panostaa käyttöliittymän selkeyteen niin, että käyttäjä osaa intuitiivisesti käyttää sitä oikein.

Ohjeiden määrän vähentämistä ja niiden sijoittamista käyttöliittymään voisi helpottaa, jos Taggeriin voitaisiin kehittää luvussa 5.2.1 kuvattu automaattinen asiansanoitettavan ohjelman pääkategorian tunnistus. Wizard-toiminto tarjoilisi käyttäjälle esikarsitun valikoiman kulloiseenkin sisältöön soveltuvia asiansanoja ohjelmatyypin perusteella ja näin ohjaisi käyttäjää syöttämään tarvittavat asiansanat. Samalla asiansanoittamisen ohjeistus ikään kuin sulautuisi osaksi käyttöliittymää. Joka tapauksessa, sijoitettiinpa ohjeet käyttöliittymään tai erillisiin ohjedokumentteihin, asiansanoituksen ohjeiden selkeyteen tulee jatkossa kiinnittää entistä enemmän huomiota. Ihmiset osaavat toimia ohjeiden mukaan, kun ohjeet vain tehdään heille sopiviksi ja ymmärrettäviksi.

5.3 Sisäinen asiakkuus ja asiakaskokemuksen kehittäminen

Edellä on esitetty Tagger-sovellukselle kolme käyttäjäkyselyn tuloksista nousevaa keskeistä jatkokehityskohdetta. Sovelluksen kehittämistä on kuitenkin kiinnostavaa ja hyödyllistä tarkastella myös yleisemmästä, liiketoiminnallisesta näkökulmasta. Taggerin kohdalla oman vivahteensa digitaalisen palvelun kehittämiseen tuo nimittäin se, että kyseessä on Yleisradion sisäinen työkaluohjelma. Sovelluksen käyttäjinä eivät ole Ylen tai Areenan asiakkaat, vaan eri työrooleissa toimivat ohjelmien tekijät, kuten tuottajat, toimittajat ja ohjelmahankkijat, joiden työn tulokset – tv- ja radio-ohjelmat – suunnataan Yleisradion varsinaisille asiakkaille. Tagger-sovelluksen avulla ohjelmien tekijät tuottavat sisältöä kuvailevaa lisätietoa, metatietoa, ohjelmien oheen.

Vaikka kyseessä on sisäinen työkaluohjelma, Taggerin kehittämisen kannalta ohjelman käyttäjiä voidaan kuitenkin kohdella myös asiakkaina. Löytänä ja Kortesus (2011, 121–128) kuvaavat asiakas-termiä ja asiakkuusajattelun leviämistä erilaisten organisaatioiden käyttöön.

Asiakkuusajattelussa erilaisilla tuotteilla tai palveluilla mielletään olevan erilaisia asiakasrooleja, joilla kaikilla on omat erityispiirteensä. Perinteisiä yritysten asiakasrooleja ovat kuluttaja-asiakas ja yritysasiakas, mutta nykyään esimerkiksi julkishallinnossa voidaan puhua myös kansalaisasiakkaista ja sairaanhoidossa potilasasiakkaista.

Sisäinen asiakkuus on yksi asiakkuuden muodoista. Sisäisellä asiakkuudella tarkoitetaan, että jokin toiminto ei ole suoraan yhteydessä yrityksen varsinaisiin asiakkaisiin, vaan palvelee muita yksiköitä omalla asiantuntemuksellaan ja resursseillaan. Esimerkiksi it-osasto tarjoaa palveluitaan yrityksen eri toiminnoille. Sisäisiä palveluja tuottavat yksiköt keskittyvät luomaan kokemuksia sisäisille asiakkaille. Samalla ne tekevät mahdolliseksi yrityksen ulkoisille asiakkaille luotavat asiakaskokemukset. (Löytänä & Kortesus 2011, 124.) Tällaisesta toiminnasta on kyse myös Taggerin tapauksessa. Taggeria teknisesti ja sisällöllisesti ylläpitävät tiimit tuottavat asiasanoittamiseen liittyvää palvelua Ylen muille tiimeille, joiden tekemä työ puolestaan tuottaa asiakaskokemusta Yleisradion varsinaisille, ulkoisille asiakkaille.

Sisäisten asiakkaiden asiakaskokemukseen liittyy muutamia erityispiirteitä. Löytänen ja Kortesus (2011, 125) mukaan yksi tärkeimmistä piirteistä on, että sisäinen asiakkuussuhde on yleensä kiinteä eikä vaihtoehtoisia ratkaisuja juuri ole. Sisäisillä asiakkailta ei ole mahdollisuutta hankkia tarvitsemaansa palvelua toiselta palveluntarjoajalta, eikä toisaalta sisäistä palvelua tarjoava yksikkö voi hankkia asiakkaita muualta.

Sisäisiin asiakkuuksiin voi liittyä myös harhaluuloja, jotka eivät paranna sisäisen asiakassuhteen laatua. Voidaan esimerkiksi ajatella, ettei sisäisille asiakkaille tarvitse luoda yhtä hyviä kokemuksia kuin ulkoisille asiakkaille, tai ettei sisäisten asiakkaiden tarpeilla ole yhtä kiire kuin varsinaisten asiakkaiden tarpeilla. Ylipäänsä sisäisten asiakkaiden palveleminen voidaan nähdä vähempiarvoisena toimintana kuin varsinaisten asiakkaiden palveleminen. Myöskään sisäisten asiakkaiden asiakaskokemusta tai -tyytyväisyyttä ei usein pidetä niin merkityksellisenä kuin ulkoisten asiakkaiden kokemusta. Yrityksen liiketoiminnan menestystä ajatellen sisäisiin asiakkaisiin panostaminen kuitenkin kannattaa. Sisäisille asiakkaille tulisi tuottaa sellainen asiakaskokemus, että he voivat mahdollisimman hyvin toimia omassa tehtävässään ja luoda varsinaisille asiakkaille merkityksellisiä kokemuksia ja hyvää palvelua. (Löytänä & Kortesus 2011, 125.)

Sisäinen asiakkuus -ajattelu on mielestäni erittäin luontevaa ja hedelmällistä tuoda mukaan myös Taggerin kehittämiseen. Sisäisen työkalun kehittämisessä on mitä suurimmassa määrin kyse myös sisäisestä asiakaspalvelusta ja Taggerin käyttäjät voidaan nähdä sisäisinä asiakkaina. Asiakkuusajattelun hengessä Taggeria tulee kehittää niin, että se pystyy tarjoamaan ohjelmien asiasanoitusta tekeville henkilöille mahdollisimman hyvän käyttökokemuksen, eli että se mahdollistaa sisälönkuvailun miellyttävästi ja parhaalla mahdollisella tavalla. Laadukas asiasanoitus puolestaan

vaikuttaa edelleen Yleisradion varsinaisten asiakkaiden eli ohjelmasisältöjä Areenasta etsivien suomalaisten käyttäjäkokemukseen, sillä se varmistaa heille osuvan sisällöntarjoilun.

Löytänän ja Kortesuon mukaan (2011, 59–74) yleinen käsitys on, että nykypäivän kilpailuilla markkinoilla peruspalvelu ei enää riitä hyvään ja erottuvaan asiakaskokemukseen, vaan menestymiseen vaaditaan asiakkaan odotusten ylittämistä. Tämä tarkoittaa sitä, että perustason kokemusta eli ydinkokemusta laajennetaan tuomalla kokemukseen jotain, joka lisää palvelun arvoa asiakkaalle. Odotukset ylittävän kokemuksen elementtejä ovat mm. palvelun tai tuotteen henkilökohtaisuus, yksilöllisyys, oikea-aikaisuus, selkeys ja yllättävyys.

Jos perustaso ei enää riitä hyvään asiakaskokemukseen, tulisiko silloin myös sisäisten asiakkaiden odotukset pyrkiä ylittämään? Asiakkaan ilahduttamisesta ei liene koskaan haittaa, mutta käytännössä rajan vetäminen perustason hyvän asiakaskokemuksen ja odotukset ylittävän kokemuksen välille voi olla vaikeaa. Tämä pätee myös Taggeriin. Olisiko esimerkiksi wizard-ominaisuus, jossa sovellus osaa suositella asiasanoitettavalle sisällölle automaattisesti lisää sopivia asiasanoja, peruskokemuksen ylittävää oikea-aikaista palvelua, vai perustason hyvää kokemusta?

Löytänä ja Kortesus (2011, 61) kuitenkin toteavat, että vaikka odotusten ylittäminen on hieno tavoite, tosielämässä moni asiakas arvostaa sitä, että edes hänen odotuksensa ydinkokemusta kohtaan täytetään. Ydinkokemuksen täytyy siis olla kunnossa, jotta odotukset ylittäviä kokemuksia voidaan tuottaa. Myös Taggerin jatkokehittämisessä on tärkeintä keskittyä saamaan sovelluksen perustehtävä eli asiasanojen lisääminen kokemuksena mahdollisimman sujuvaksi ja selkeäksi.

6 Pohdinta

Tässä opinnäytetyössä esitellyn tutkimuksen aiheena olivat Yleisradion av-sisältöjen asiasanoitussovelluksen käyttäjäkokemus sekä sen pohjalta nousevat kehittämiskohteet. Tutkimusaineisto eli käyttäjien kokemukset kerättiin lomakemuotoisella verkkokyselyllä syyskuussa 2022. Kyselyssä selvitettiin, millaisia kokemuksia Yle Arenassa julkaistavien ohjelmien asiasanoitusta tekeville henkilöillä on Tagger-sovelluksen käyttöliittymästä ja käytettävyydestä. Paitsi yleiskuvaa käyttäjäkokemuksesta, tutkimusaineistosta pyrittiin hahmottamaan myös sovelluksen tärkeimpiä kehittämistarpeita. Aineistosta tehtyjen havaintojen ja ennalta tiedossa olleiden epäkohtien perusteella muodostettiin kolme kokonaisuutta, jotka voidaan ottaa lähitulevaisuuden kehittämiskohteiksi.

Tutkimuksessa kerättiin Taggerin käyttäjiltä yleisiä käytettävyyshavaintoja, mutta erityistä huomiota sekä kysymyksenasettelussa että aineiston analyysissä kiinnitettiin siihen, kuinka käyttäjät kokevat ohjelmien *lajityyppiä* kuvaavien sanojen merkitsemisen Taggerin avulla. Lajityyppiä kuvaavat asiasanat valikoituivat tutkimuksessa erityistarkastelun kohteeksi, koska yksittäisten käyttäjäpalautteiden perusteella Taggerin kehittäjillä oli jo entuudestaan tiedossa, että monet asiasanoittajat kokevat etenkin lajityyppiasiasanojen valinnan ongelmalliseksi. Käyttäjäkyselyllä haluttiin selvittää lisää tätä ennakkokäsitystä ja validoida tarvetta keskittyä ensin lajityyppien valinnan selkeyttämiseen.

6.1 Tutkimuksen tulokset ja tavoitteiden saavuttaminen

Opinnäytetyössä etsittiin vastauksia kolmeen tutkimuskysymykseen:

- Millaisia kokemuksia audio- ja video-ohjelmien asiasanoittajilla on Tagger-sovelluksen käytettävyydestä?
- Millaisia kokemuksia audio- ja video-ohjelmien asiasanoittajilla on lajityyppiä kuvaavien asiasanojen lisäämisestä Tagger-sovelluksella?
- Mitkä ovat Taggerin tärkeimmät kehittämiskohteet käyttäjäkokemuksen perusteella?

Käyttäjäkyselyn päähavaintona selvisi, että kyselyyn vastanneiden asiasanoittajien yleiskokemus Taggerista ja sen käytettävyydestä on neutraali tai varovaisen myönteinen. Kyselyn kvantitatiivisista tuloksista lasketut vastausten keskiarvot (ks. taulukot 1 ja 2) osoittavat tasaisesti keskitason ja jonkin verran sitä parempia lukemia. Keskiarvona ilmaistuna kaikkein korkeimman käyttäjäarvion (3,73) sai väite Taggerin käytön yleisestä miellyttävyydestä. Matalimman keskiarvon (2,95) sai väite lajityypin valinnan helppoudesta. Lajityypin valintaa koskevien arvioiden kielteinen painottuminen vahvisti Taggerin kehittäjien ennakkokäsitystä lajityyppikäsitteisiin liittyvistä vaikeuksista.

Vaikka määrällisten tulosten perusteella Taggerin käyttäjäkokemuksesta ei pysty tekemään kovin pitkälle meneviä johtopäätöksiä, heijastavat vastausten keskiarvot kuitenkin hyvin käyttäjien

yleisvaikutelmia sovelluksen eri osa-alueista. Taggerin vahvuuksia ovat käytön yleinen miellyttävyys ja sovelluksen käyttöliittymän tarkoituksenmukaisuus, eli sen koetaan tukevan asiasanoittamista. Taggerin heikkouksia taas ovat melko matalaksi koettu innostavuus, ohjeiden määrä ja laatu sekä lajityyppien valintaan liittyvät hankaluudet.

Käyttäjäkyselyssä oli määrällistä tietoa antavien asteikkokysymysten lisäksi myös joukko avoimia kysymyksiä. Niiden vastauksia tarkastelemalla oli mahdollista päästä konkreettisemmin kiinni käyttäjäkokemuksen yksityiskohtiin. Monessa tapauksessa avoimet vastaukset antoivat perustelut määrällisen aineiston analyysissä muodostuneille käsityksille. Esimerkiksi lajityyppiasiasanojen valitsemiseen liittyvät ongelmat konkretisoituivat avoimissa vastauksissa perusteluihin ja esimerkein.

Avointen kysymysten vastauksina saatiin myös runsaasti tietoa Taggerissa ärsyttävistä koetuista ominaisuuksista sekä kehittämiskohteista. Sekä ärsytyksen aiheet että parannusideat jaoteltiin affiniteettianalyysia hyödyntämällä kolmeen ryhmään: Taggerin tekniseen toimintaan ja käyttöliittymään liittyviin ongelmiin, ohjeiden epäselvyyksiin sekä sanaston puutteisiin. Näistä ryhmistä oli helppo erottaa myös Taggerin tärkeimmät kehittämiskohteet, joita nimettiin kolme: lajityyppitermien ryhmittely käyttöliittymässä, lajityyppikäsitteiden määrittelyjen ja käyttökohteiden selkeyttäminen sekä asiasanoituksen ohjeiden lisääminen ja niiden löydettävyyden parantaminen. Kehittämiskohteiden priorisointia ohjasi ennen kaikkea niiden vaikuttavuus asiasanoituksen laatuun. Työlistan kärkeen nousivat asiat, jotka korjaamalla asiasanoituksen kattavuuden, oikeellisuuden ja yhdenmukaisuuden voidaan olettaa paranevan eniten.

Koska kyselyn vastaajamäärä jäi melko pieneksi (22 vastaajaa), ei tutkimusaineistosta voi suoraan tehdä yleistyksiä koko Taggerin käyttäjäkunnan mielipiteistä, vaan tuloksia on tarkasteltava kyselyyn vastanneiden aktiivisten käyttäjien mielipiteenä. Pienen otoksen kyselyssä on tärkeää huomioida myös vastausjakaumien hajonta. Määrällisten vastausten joukossa oli myös paljon heikkoja arvioita, kakkosia ja ykkösiä, joten parannettavaa Taggerin käytettävyydessä on. Keskeisen työväliseen tulisi olla käytettävyydeltään sellainen, että mahdollisimman moni käyttäjä voi olla siihen tyytyväinen. Lisäksi Taggerin käyttäjäkokemuksen tulkinnassa on tärkeää huomioida myös käyttäjäkokemuksen muodostumisen yleinen kompleksisuus. Käyttäjän kokemukseen vaikuttavat sekä palvelun eri ominaisuudet että käyttäjästä itsestään johtuvat tekijät. Näin ollen yleinen käyttäjäkokemus palvelusta voi olla myönteinen, vaikka yksityiskohdissa nähtäisiinkin parannettavaa.

Yleisarvio tutkimuksen onnistumisesta on, että tutkimuskysymyksiin löydettiin vastauksia ja opin näytetyössä päästiin hyvin tavoitteisiin. Kaikkiin kolmeen kysymykseen saatiin vastauksia sekä määrällisen että laadullisen aineiston perusteella, ja tavoitteena ollut käsitys käyttäjäkokemuksesta ja tärkeimmistä kehittämiskohteista oli mahdollista muodostaa.

6.2 Tutkimuksen hyödyt ja tulosten soveltaminen Taggerin jatkokehityksessä

Kuten johdantoluvussa kerrottiin, opinnäytetyönä tehdyn tutkimuksen taustalla oli toive, että käyttäjäkyselyn tuloksia voitaisiin hyödyntää Taggerin jatkokehityksessä ja lähiajan tärkeimpien kehittämiskohteiden validoinnissa. Tämän toiveen tutkimus myös toteutti.

Jo ennen tutkimuksen tekemistä Areenassa metatiedon parissa työskentelevillä asiantuntijoilla ja Taggerin kehittäjillä oli jonkin verran eri lähteistä saatua tietoa siitä, että monet käyttäjät kokevat ohjelman lajityypin valinnan Taggerissa eri tavoin ongelmalliseksi. Tuloksillaan kysely vahvisti kehittäjien ennakkokäsityksen. Käyttäjätutkimuksessa saatiin paljon tietoa lajityyppien valintaan liittyvistä epäkohdista: kehitettävää löytyi sekä käyttöliittymän että sanaston tasolta. Tutkimuksessa saatuja aitojen käyttäjäkommenttien ansiosta Taggerin jatkokehittäminen voidaan entistä perustellummin suunnata lähitulevaisuudessa lajityyppeihin. Ydintehtäviä ovat pitkän ja jäsen telemättömän lajityyppitermien listan selkeyttäminen ryhmittelyllä sekä käsitteiden määritelmien parantaminen. Lajityyppejä koskevien parannusten ohella myös kyselyssä esiin nousut ohjeistuksien parantamisen ja lisäämisen tarve on selkeä. Vanhoja ohjeita pitää päivittää, minkä lisäksi on selvitettävä kokonaan uusien ohjeiden tarve.

Taggerin lajityyppien ryhmittelyyn liittyvä kehittämistyö aloitettiin itse asiassa heti käyttäjäkyselyn tulosten selviämisen jälkeen lokakuussa 2022, ja työ jatkuu edelleen. Ryhmittelyprosessin aikana työryhmässä on ulkopuolisen sanastojen kehittämiseen erikoistuneen asiantuntijan tuella pohdittu eri tapoja, joilla lajityyppisanaston termejä voitaisiin järjestää käyttöliittymässä selkeämmiksi kokonaisuuksiksi. Ryhmittelytyössä yhtenä luonnoksena on toiminut myös tässä työssä liitteessä 7 ehdotettu luokittelu. Lajityyppien ryhmittelyn yhteydessä täsmennetään myös epäselviksi koettujen lajityyppikäsitteiden määritelmiä ja käyttökohteita. Ryhmittelytyön on määrä valmistua lopullisesti keväällä 2023, mutta jo loppuvuodesta 2022 lajityyppien esittämistä käyttöliittymässä selkeytettiin väliaikaisesti MVP-hengessä tehdyllä kokeiluviersiolla (ks. liite 6). Siinä tärkeimmät ja suosituimmat Areenan sisältökategorioita kuvaavat lajityypit on erotettu muista lajityypeistä viivalla.

Myös toimet asiasanoituksen ohjeistuksen kehittämiseksi aloitettiin pian kyselyn valmistumisen jälkeen loppuvuodesta 2022. Tarkoitus on ajan myötä käydä läpi kaikki asiasanoituksesta annetut ohjeet ja päivittää ne tarvittaessa. Lisäksi päätettiin laatia kokonaan uusi ohjeistus, jolla määritellään Areenan ohjelmiston jokaiselle pääkategorialle, kuten esimerkiksi draamasarjoille, elokuville ja dokumenteille, oma asiasanoituksen vähimmäistaso. Ohjeistusten löydettävyyttä parannetaan teemmällä Ylen intranettiin oma sivusto asiasanoituksen ohjeita varten. Toisaalta myös Taggerin käyttöliittymään on tarkoitus lisätä ohjedokumentteihin vievien linkkien oheen myös suoraan lyhyitä tekstimuotoisia ohjeita, jotka antavat neuvoa esimerkiksi valittavien asiasanojen määrystä. Pitemmän tähtäimen tavoite on, että Taggerin käyttöliittymään kehitettäisiin asiasanoittajaa opastava

automaatiikka, joka esimerkiksi eri värisin hymiöin ja niihin liitettyjen lyhyiden opastetekstien avulla ohjaisi käyttäjää lisäämään av-sisällöille sopivan määrän oikeita asiasanoja. Tällainen toiminnallisuus, joka reagoisi käyttäjän lisäämiin asiasanoihin kannustavasti, parantaisi toivottavasti myös käyttäjien kokemusta Taggerin innostavuudesta.

Kuten luvussa 4 mainittiin, tässä tutkimuksessa aineiston keruumenetelmänä toiminut käyttäjien mielipiteitä luotaava kyselytutkimus oli laatuaan ensimmäinen Taggerin historiassa. Sovellusta oli käytetty kolme vuotta ilman, että sen toiminallisuuksia olisi juurikaan kehitetty eteenpäin, eikä käyttäjien mielipiteitä sovelluksen käytettävyydestä ollut myöskään systemaattisesti kerätty. Uutuusarvonsa vuoksi kyselytutkimuksen tulokset kiinnostivat monia av-sisältöjen metatietojen parissa Ylessä työskenteleviä henkilöitä. On myös selvää, ettei ensimmäinen kysely jäänyt viimeiseksi, vaan että vastaavia käyttäjäkyselyitä kannattaa tehdä Taggerin käyttäjille jatkossakin. Olisi varmasti järkevää tehdä käyttäjäkyselyistä säännöllinen, esimerkiksi kerran vuodessa tai aina isompien uudistusten jälkeen toteutettava rutiini. Parasta olisi, jos monet kysymyksistä voisivat olla kerrasta toiseen samoja, jolloin mielipiteiden kehittymistä voisi vertailla ajallisesti.

6.3 Oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyössä esitelty käyttäjäkysely tehtiin osana suoratoistopalvelu Yle Areenan asiasanoituksen laadun parantamiseen tähtäävää kehitystyötä, jota myös itse olen mukana tekemässä. Kysely osoittautui hyödylliseksi ja myös melko helpoksi tavaksi saada tietoa asiasanoittamisen keskeisen työvälineen toiminnasta, sen hyvistä puolista ja parannustarpeista. Itselleni kyselyn laatiminen oli monessa mielessä hyvä oppimiskokemus. Opin lisää käytettävyydestä ja tulin perusteellisesti pohdineeksi käyttäjäkokemuksen muodostumista. Harjaannutin myös kyselytutkimusten tekemiseen liittyviä taitojani: opin käyttämään kyselyyn laatimiseen käytettävää ohjelmaa, laatimaan kysymyksiä ja analysoimaan vastauksia. Lisäksi opin paljon käyttäjien tavoittamisesta ja kyselyn vastaajien hankkimisesta.

Kuten usein kyselytutkimuksissa, myös tämän tutkimuksen heikkous oli sen verrattain pieni vastaajamäärä suhteessa siihen, miten iso joukko henkilöitä sai tiedon kyselyn olemassaolosta. Kun vastausmäärä jää pieneksi, kärsii kyselyn luotettavuus eikä tuloksia voi yleistää koskemaan kaikkia kyselyn kohderyhmän edustajia. Myös Taggerin käyttäjäkyselyn tuloksia on luettava ensisijaisesti kyselyyn vastanneiden aktiivikäyttäjien mielipiteinä. Muiden käyttäjien osalta tuloksia voi pitää suuntaa antavina.

Kyselyn aukioloaikana pohdinkin paljon vastaajakadon vähentämistä ja keinoja, miten vastausaktiivisuutta saataisiin parannettua. Linkki kyselyyn oli saatavilla Ylen intranetissä, eri chat-kanavilla, minkä lisäksi kyselylinkkiä lähetettiin henkilökohtaisena kutsuna sähköpostitse henkilöille, joiden

tiedettiin tai oletettiin olevan tekemisissä asiasanoituksen kanssa. Näistä keinoista ehdottomasti parhaiten tuntui toimivan täsmätoimena lähetetyt sähköpostiviestit. Tämä ei ollut yllätys, sillä henkilökohtainen lähestyminen saa aina suurimman huomioarvon. Intranetin ja chat-kanavien syövereihin kyselyt hukkuvat helposti, vaikka muistutusviestejä lähetettäisiin eri päivinä uudestaan huomion herättämiseksi. Sähköpostiviestien teho johtui henkilökohtaisuuden lisäksi varmasti myös siitä, että viestin vastaanottajan kiinnostus asiasanoittamiseen oli tiedossa. Vastaavia tulevia kyselyitä ajatellen Areenan metatiedon parissa työskentelevä tiimi toteuttikin loppuvuodesta 2022 tiedotuskampanjan, jonka kautta kerättiin asiasanoitusta osana työtään tekevien ylälaisten yhteystietoja. Asiasanoituksesta kiinnostuneita voidaan jatkossa lähestyä entistä kohdennetummin, jolloin käyttäjäkyselyihinkin saadaan toivottavasti enemmän vastauksia.

Kyselyn laatimiseen ja vastaajien tavoittamiseen liittyvien oppien lisäksi koen tulleen tutkimuksen tekemisen ohessa myös entistä tietoisemmaksi käyttäjien huomioimisen merkityksestä palveluiden suunnittelu- ja kehittämistyössä. Olipa kehitettävä palvelu tai sovellus mikä tahansa, on tärkeää, että käyttäjien tarpeet tulevat riittävästi kuulluiksi. Palvelun tai sovelluksen tekijöillä on tietysti aina myös omat tavoitteensa, mutta suunnitteluratkaisuja tehtäessä niiden vaikutus käyttäjiin ja palvelun käytettävyyteen täytyisi aina pitää keskiössä. Käytettävyydeltään heikkojen tuotteiden kehittäminen on hyödytöntä.

Mielestäni erityisen tärkeää käytettävyyden huomioiminen on sovelluksissa, joita joku käyttää työseen. Työntekijät eivät useinkaan voi valita käyttämiään ohjelmistoja, mutta tämän ei pitäisi johtaa siihen, ettei näiden ohjelmistojen laatuun kannattaisi panostaa, vaan päinvastoin. Huonot työvälineet paitsi hidastavat ja hankaloittavat työn tekemistä, myös heikentävät työmotivaatiota ja työssä jaksamista. Luvussa 5.3 esitelty sisäisen asiakkuuden käsite on mielestäni hyvä lähestymiskulma ja -asenne työpaikoilla käytettävien ohjelmien kehittämiseen. Työkaluohjelmien käyttäjät tulee nähdä sisäisinä asiakkaina, joiden kokemukset vaikuttavat siihen, miten hyvin he pystyvät palvelemaan ulkoisia asiakkaita.

Itselleni tutkimusprosessi osoitti, että Taggerin kehittämisen on jatkossakin tapahduttava paitsi Areenan julkaisutarpeita palvelemaan myös sovelluksen käyttäjien, sisäisten asiakkaiden, kokemuksia kuunnellen. Kun asiasanoittamisesta tehdään kaikin tavoin helppoa ja sujuvaa toimintaa, heijastuu tämä väistämättä positiivisesti myös asiasanoituksen laatuun. Osvat ja oikein käytetyt asiasanat rikastavat ohjelmien kuvailua sekä parantavat ohjelmien suosittelua ja löydettävyyttä, mistä hyötyvät lopulta kaikki Areenan käyttäjät.

Lähteet

- Baca, M. 2008. Practical Principles for Metadata Creation and Maintenance. Teoksessa Baca, M. (toim.). Introduction to Metadata, s. 71–12. Toinen painos. The Getty Research Institute. Los Angeles.
- Ehn, P. 13.1.2023. Domain owner. Yleisradio. Keskustelu. Helsinki.
- El-Abbadi, M. 6.1.2023. Library Of Alexandria. Teoksessa: Encyclopaedia Britannica. Luettavissa: <https://www.britannica.com/topic/Library-of-Alexandria>. Luettu: 6.2.2023.
- Etelä-Suomen aluehallintovirasto 2019. Tietoa WCAG-ohjeistuksesta. Luettavissa: <https://www.saaavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/tietoa-wcag-kriteereista/>. Luettu 10.3.2023.
- Gibbons, S. 2016. Design Thinking 101. Nielsen Norman Group. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/>. Luettu: 16.9.2022.
- Gilliland, A. 2008. Setting the Stage. Teoksessa Baca, M. (toim.). Introduction to Metadata, s. 1–19. Toinen painos. The Getty Research Institute. Los Angeles.
- Grant, W. 2018. 101 UX principles: a definitive design guide. Packt Publishing Ltd. Birmingham. E-kirja. Luettu: 21.1.2023.
- Hagström, P. 30.8.2022. Metatieto Ylessä – havaintoja. Raportti selvityksestä. Yleisradion sisäinen raportti.
- Helsinki Region Infoshare s.a. Mitä on avoin data? Avoimen datan sanasto. Luettavissa: <https://hri.fi/fi/ohjeet/mita-on-avoin-data/avoimen-datan-sanasto/>. Luettu 2.3.2023.
- Highfield, S. 6.11.2019. The Wizard of user experience. How to use wizards in UI with UX principles in mind. The UX Collective -blogi. Luettavissa: <https://uxdesign.cc/the-wizard-of-user-experience-6926ca41bc9a>. Luettu: 21.1.2023.
- Hirsjärvi, S., Remes P. & Sajavaara P. 2009. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.
- Hyvönen, E. 2018. Semanttinen web. Linkitetyn avoimen datan käsikirja. Gaudeamus.
- Ilikkanen, T. & Kivinen, M. 23.8.2022. Yhdeltä monelle -maailmasta kohti yhdeltä yhdelle -aikaa. Personointi on avain menestykseen. Konferenssipuheen suomenkielinen versio. Yleisradio.

IMDb.com s.a. Popular TV Show and Movie Genres. Luettavissa: <https://www.imdb.com/feature/genre/>. Luettu: 3.2.2023.

Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Alma Talent. Helsinki.

Krug, S. 2006. Älä pakota minua ajattelemaan! Tervettä järkeä verkkosuunnitteluun. Readme.fi

Kügelgen, M. von & Laukkonen, V. 2020. Kaikki koodaa. Päivitä itsesi – käytännön opas ajankoh-
taisesti digitaitoihin. Into Kustannus Oy. Helsinki.

Kärpänen, T. 11.2.2022. Kognitiivinen saavutettavuus, uhka vai mahdollisuus? Blogikirjoitus. Lau-
rea Journal. Luettavissa: <https://journal.laurea.fi/kognitiivinen-saavutettavuus-uhka-vai-mahdollisuus/#c1b47f3d>. Luettu: 13.9.2022.

Lombardo, C. T., McCarthy, B., Ryan, E. & Connors, M. 2017. Product Roadmaps Relaunches. Shroff Publishers and Distributors Pvt. Ltd. First Indian reprint.

Loranger, H. 2014. UX Without User Research Is Not UX. Nielsen Norman Group. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/ux-without-user-research/>. Luettu 6.2.2023.

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Talentum. Helsinki.

MDN Web Docs s.a. Cognitive accessibility. Luettavissa: https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/Accessibility/Cognitive_accessibility. Luettu: 6.2.2023.

Netflix-Codes.com s.a. Find hidden categories on Netflix. Luettavissa: <https://www.netflix-codes.com/>. Luettu: 3.2.2023.

Nielsen, J. 2012. Usability 101: Introduction to Usability. Nielsen Norman Group. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>. Luettu 11.9.2022.

Nielsen, J. & Norman, D. 1998. The Definition of User Experience (UX). Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>. Luettu: 12.9.2022.

Norman, D. 2.7.2016. The Term 'UX'. NNGroup. Video. Katsottavissa: https://www.youtube.com/watch?v=9BdtGjoIN4E&list=PLJOFJ3Ok_idvhv7_ezZd9F2mdfPk9JwPt. Katsottu: 11.9.2022.

Read, D. 30.8.2022. Modern Ways to Maximize Metadata for Better Content Discovery and Recommendations. Streaming Media -sivuston blogi. Luettavissa: <https://www.streamingmedia.com/Articles/ReadArticle.aspx?ArticleID=154621>. Luettu 21.1.2023.

Ruokonen, M. 2016. Biteistä bisnestä! Digitaalisen liiketoiminnan käsikirja. Docendo.

Seppälä, K. 30.11.2022. Käsiteanalyysi ja luokittelu. Koulutusmateriaali. Sanastokeskus.

Sinkkonen, I., Nuutila, E. & Törmä S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Tietosanomaa Oy. Helsinki.

Suonuuti, H. 2012. Sanastotyön opas. Sanastokeskus TSK ry. Helsinki.

Taanila, A. 18.5.2022. Keskiarvo ja keskihajonta. Akin menetelmäblogi. Luettavissa: <https://tilastoapu.wordpress.com/keskiarvo/>. Luettu: 21.2.2023.

Viljanen, K. 9.6.2022. Yleiskuva Areenan asiasanoituksesta. Seminaariesitys. Yleisradio.

Virtanen, P. 14.9.2022. Versiointikoordinaattori. Yleisradio. Haastattelu. Helsinki.

Virtanen, P. 2019. Ohjelmien ja klippien asiasanoitus. Yleisradion sisäinen ohje.

Virtanen, P. 2020. Ohjelmien ja klippien asiasanoitus – miksi ja miten? Yleisradion sisäinen ohje.

Williams, E. 2018. The Screenwriters Taxonomy. A Roadmap to Collaborative Storytelling. Routledge Focus. New York.

Liitteet

Liite 1. Taggerin käyttöliittymän aloitusnäkö

MUOKKAA ASIASANOJA

asiasanoitettava sisältö:

1 Lisää vain **tarpeelliset** asiasanat sisällölle. Kaikkia asiasanakohtia ei ole pakko täyttää.

Tallenna

Peru

AIHE ?



LAJITYYPPI ?



TUNNELMA ?



YLE-KOKONAISUUS ?



TAPAHTUMA ?



SISÄLLÖN ALKUPERÄMAA TAI -ALUE ?



KOHDEYLEISÖ ?



TEKIJÄ / ESIINTYJÄ ?



[Ohjeita asiasanoitukseen](#) ja tietoa siitä, miksi asiasanoitusta tehdään.
Ehdota uutta asiasanaa tai muutosta asiasanaan [palautelomakkeella](#)

Liite 2. Aihetta kuvaavan asiasanan valinta

MUOKKAA ASIASANOJA

Tallenna

Peru

asiasanoitettava sisältö:

i Lisää vain **tarpeelliset** asiasanat sisällölle. Kaikkia asiasanakohtia ei ole pakko täyttää.

AIHE ?

-

arkeologia	
arkeologia	1079
ihmistieteet	
Aarre (arkeologia)	6
Arkeologia	
historiallinen arkeologia	5
arkeologia	
vedenalainen arkeologia	2
arkeologia	
kokeellinen arkeologia	0
arkeologia	
perinteellinen arkeologia	0

+

SISÄLLÖN ALKUPERÄMAA TAI -ALUE ?

+

KOHDEYLEISÖ ?

+

TEKIJÄ / ESIINTYJÄ ?

+

Liite 3. Tunnelmaa kuvaavan asiasanan valinta

MUOKKAA ASIASANOJA

Tallenna

Peru

asiasanoitettava sisältö:

i Lisää vain **tarpeelliset** asiasanat sisällölle. Kaikkia asiasanakohtia ei ole pakko täyttää.

AIHE ?

+

LAJITYYPPI ?

+

TUNNELMA ?

18-303267

analyttinen ×

-

Valitse sisällön tunnelma

aggressiivinen

ahdistava

analyttinen

asiallinen

energinen

extreme

haikea

hauska

huoleton

hurmaava

hyväntuulinen

inspiroiva

jännittävä

kevyt

koskettava

kriittinen

lämmihenkinen

nokkela

nostalginen

pelottava

pohdiskелеva

provosoiva

rauhallinen

rento

riemukas

surullinen

synkkä

vakava

vauhdikas

Liite 4. Lajityyppiä kuvaavan asiasanan valinta (syyskuu 2022)

MUOKKAA ASIASANOJA

Tallenna

Peru

asiasanoitettava sisältö:

i Lisää vain **tarpeelliset** asiasanat sisällölle. Kaikkia asiasanakohtia ei ole pakko täyttää.

AIHE ?



LAJITYYPPI ?

18-299289

dokumentti x

18-299284

tiede x



Valitse sisällön tyyppi, kategoria tai muoto

ajankohtainen	ajankuva	animaatio	arkisto
asia	dekkari	dokumentti	dokumenttielokuva
draama	elokuva	erotiikka	fantasia
feature	haastattelu	henkilokuva	henkilövetoinen
historia	historiallinen fiktio	hyvinvointi	indie
jännitys	kauhu	keskusteluohjelma	kisailu
klassikko	klippi	kokeellinen	komedia
konsertti	kontaktiohjelma	kooste	kulttuuri
kuunnelma	käyttäjien luoma ...	lastenohjelma	lifestyle
luonto	lyhytelokuva	makasiini	matkailu
melodraama	minisarja	musiikki	musiikkiesitys
musiikkivideo	musikaali	mustavalko	mykkäelokuva
nordic noir	näytelmä	ohjelmaesittely	opetus
podcast	politiikka	puoli pitkä	päivittäisdraama
reality	reportaasi	rikos	romantiikka
ruoka	sairaalamdraama	sarja	satiiri
scifi	seikkailu	selitysvideo	short form
slow tv	sota	stand-up	talous
tapahtuma	tiede	toiminta	tragikomedial
traileri	true crime	tutkiva journalismi	tv-elokuva
urheilu	uskonnollinen	uutiset	viihde
vlogi	western	äänikirja	äänitaide

Liite 5. Kyselylomake

Taustatiedot:

1. Kuinka kauan olet käyttänyt Tagger Classicia audio- ja videosisältöjen asiansanoittamiseen?
(vastausvaihtoehdot: yli 2 vuotta, 1–2 vuotta, alle vuoden, olen vasta aloittanut Taggerin käytön)
2. Valitse järjestelmät, joiden kautta käytät Tagger Classicia.
(vastausvaihtoehdot: *Feenix, Plasma, Ceiton, muu*)
3. Kuinka usein käytät Tagger Classicia?
(vastausvaihtoehdot: päivittäin, viikoittain, kuukausittain, harvemmin kuin kerran kuussa)
4. Millaisia julkaisuja asiansanoitat?
(vastausvaihtoehdot: audioita, videoita, klippejä, sarjoja, tuotantokausia, jaksoja, livelähettyksiä, muu)
5. Millaisia ohjelmia asiansanoitat?
(vastausvaihtoehdot: draamaa, elokuvia, dokumentteja, lastenohjelmia, arkistojulkaisuja, uutisohjelmia, ajankohtaisohjelmia, urheiluohjelmia, kulttuuriohjelmia, musiikkiohjelmia, li-festyle-ohjelmia, luonto-ohjelmia, tiedeohjelmia, muu)
6. Oletko käyttänyt Tagger Classicin lisäksi myös Tagger Liteä artikkelien ja uutisten asiansanoittamiseen?
(vastausvaihtoehdot: *kyllä / ei / en osaa sanoa*)
7. Missä toimituksessa tai osastossa ja roolissa työskentelet?
(*avoin vastaus*)

Tagger Classicin käyttöön liittyvät kysymykset:

8. Tagger Classicia on miellyttävä käyttää.
(vastausvaihtoehdot 1–5, 1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)
9. Tagger Classicin avulla on helppo valita asiasanat ohjelmille.
(vastausvaihtoehdot 1–5)
10. Tagger Classicin käyttöliittymä tukee asiasanoittamista.
(vastausvaihtoehdot 1–5)
11. Tagger Classic innostaa minua asiasanoittamaan ohjelmia.
(vastausvaihtoehdot 1–5)
12. Tagger Classicin käyttöohjeet ovat helposti saatavilla.
(vastausvaihtoehdot 1–5)

Lajityypin valintaan liittyvät kysymykset:

13. Sopivan lajityypin valinta ohjelmalle on helppoa.
(vastausvaihtoehdot 1–5)
14. Tiedän, millaisia ohjelmia kuvaamaan eri lajityyppejä on tarkoitus käyttää.
(vastausvaihtoehdot 1–5)
15. Tarjolla olevat lajityypit ovat selkeästi esillä käyttöliittymän valikossa.
(vastausvaihtoehdot 1–5)
16. Lajityyppien kuvausteksteistä on minulle hyötyä, kun valitsen sopivaa lajityyppiä ohjelmalle.
(vastausvaihtoehdot 1–5)
17. Mitä lajityyppiä käytät eniten / vähiten?
(avoin vastaus)
18. Onko Tagger Classicissa jokin lajityyppi, jonka käyttötarkoitus tuntuu sinusta epäselvältä?
(avoin vastaus)

Tagger Classicin ja asiasanoitukseen liittyvät avoimet kysymykset:

19. Mikä on parasta Tagger Classicissa?

(avoin vastaus)

20. Mikä on ärsyttävintä Tagger Classicissa?

(avoin vastaus)

21. Mitä Tagger Classicissa pitäisi parantaa, jotta sinun olisi helpompi ja mukavampi käyttää sitä?

(avoin vastaus)

22. Kerro lyhyesti käsityksesi siitä, miten asiasanat vaikuttavat ohjelman näkymiseen Areenassa.

(avoin vastaus)

23. Keneltä tai mistä saat tarvittaessa apua Tagger Classicin käyttöön ja asiasanoittamiseen?

(avoin vastaus)

24. Kaipaako lisää tukea asiasanoittamiseen? Jos kaipaat, kerro millaista tukea haluaisit saada.

(avoin vastaus)

25. Olen kiinnostunut osallistumaan käyttäjätettiin.

(vastausvaihtoehdot: kyllä / en tällä kertaa)

Liite 6. Lajityyppiä kuvaavan asiasanan valinta (suosituimmat lajityypit erikseen)

LAJITYYPPI ?



Valitse sisällön tyyppiä, kategoriata tai muotoa kuvastava lajityyppi. Voit valita yhden tai useamman.

Suosituimmat lajityypit

ajankohtaisohjelma	asia	dokumentti	draama
elokuva	historia	kulttuuri	lastenohjelma
lifestyle	luonto	musiikki	reality
tiede	urheilu	uutiset	viihde

Muut lajityypit

ajankuva	alueellinen	animaatio	arkisto
dekkari	dokumenttelokuva	erotiikka	fantasia
feature	haastattelu	henkilokuva	henkilövetoinen
historiallinen fiktio	hyvinvointi	indie	jännitys
kauhu	keskusteluohjelma	kisailu	klassikko
klippi	kokeellinen	komedial	konsertti
kontaktiohjelma	kooste	kuunnelma	käyttäjien luoma ...
lyhytelokuva	makasiini	matkailu	melodraama
minisarja	musiikkiesitys	musiikkivideo	musikaali
mustavalko	mykkäelokuva	nordic noir	näytelmä
ohjelmaesittely	opetus	podcast	politiikka
puolipitkä	päivittäisdraama	reportaasi	rikos
romantiikka	ruoka	sairaaladraama	sarja
satiiri	scifi	seikkailu	selitysvideo
short form	slow tv	sota	stand-up
talous	tapahtuma	toiminta	tragikomedial
traileri	true crime	tutkiva journalismi	tv-elokuva
uskonnollinen	uutislähetys	valtakunnallinen	vlogi
western	äänikirja	äänitaide	

Liite 7. Ehdotus lajityyppien uudeksi jäsentelyksi Taggerin käyttöliittymässä

Pääkategoriat



Pääaiheet



Tyyli tai kerronnan tapa



Ohjelma- ja tallennetyypit



Muu ohjelman kuvailu

