

Mari Tarvainen

KÄYTTÄJÄYSTÄVÄLLINEN BLOGIKÄYTTÖLIITTYMÄ

KÄYTTÄJÄYSTÄVÄLLINEN BLOGIKÄYTTÖLIITTYMÄ

Mari Tarvainen
Opinnäytetyö
Syksy 2011
Tietojenkäsittelyn
koulutusohjelma
Oulun seudun
ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Tietojenkäsittely, digimedia

Tekijä(t): Mari Tarvainen
Opinnäytetyön nimi: Käyttäjystävällinen blogikäyttöliittymä
Työn ohjaaja(t): Ritva Virkkala
Työn valmistuslukukausi ja -vuosi: Syksy 2011
Sivumäärä: 41 + 14

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön aiheena on käyttäjystävällinen blogikäyttöliittymä. Työllä ei ollut toimeksiantajaa. Se on toteutettu tekijän kiinnostuksesta tutustua valittuun aiheeseen. Opinnäytetyön päätavoitteena oli selvittää millaisia ominaisuuksia käyttäjystävällinen blogikäyttöliittymä pitää sisällään.

Selvitystyö suoritettiin lukemalla pääasiassa web-suunnittelua, käytettävyyttä ja blogeja käsitteleviä lähteitä sekä suunnittelemalla ja toteuttamalla pienimuotoinen käyttäjäkysely. Käyttäjäkyselyssä käytetyt kysymysteemat olivat kuvat, kommentit, linkit, ulkoasu ja blogimainonta. Kysely julkaistiin internetissä ja siihen vastasivat ihmiset, joilla oli kokemusta oman blogin ylläpidosta ja blogimaailmasta eli blogosfääristä yleensä. Kyselyn tulokset analysoitiin ja niitä verrattiin aiemmin kerättyyn teoriapohjan lähdemateriaaliin. Tämän perusteella tehtiin yhteenveto niistä ominaisuuksista, jotka ovat osa käytettävyydeltään ja käyttäjystävällisyydeltään laadukasta sovellusta.

Kerätyn aineiston analysoinnin perusteella käyttäjystävällisen blogin tulisi olla ulkoasultaan yksinkertainen ja selkeä, ja sen tulisi toimia nopeasti ja vaivattomasti myös hitaammilla yhteysnopeuksilla. Blogimerkinnöissä käytettävien kuvien tulisi liittyä blogitekstien aiheisiin. Lopputuloksena syntyi tietopaketti, jonka sisältämä informaatio toimii hyvänä perusaineistona ja tukena sekä käytettävyydeltään hyvää blogisovellusta suunnittelevalle ohjelmistosuunnittelijalle että oman blogin perustamista suunnittelevalle henkilölle.

Asiasanat: blogi, käytettävyys, käyttäjystävällisyys, web-sovellus, verkkopalvelut

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Information Systems

Author(s): Mari Tarvainen
Title of thesis: User-friendly blog user interface
Supervisor(s): Ritva Virkkala
Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2011
Number of pages: 41 + 14

ABSTRACT

The topic of this Bachelor's thesis is a user-friendly blog user interface. The reason for this thesis was the author's personal interest in the subject. The main purpose was to study and gather information of the most important features when designing a blog application, or starting a new blog using a blog-publishing service.

The research for the theoretical framework was made by reviewing writings about web-designing, usability and blogs. There was also a questionnaire sent to a small group of people with former experience of blogging and a good understanding of the blogosphere and its features. The themes of the questions covered pictures, comments, links, design and blog advertising. The questionnaire was published on the internet. When there were enough answers gathered, the questionnaire was closed and the answers were analyzed and compared to the previous information gathered for the theoretical framework. The summary of the user-friendly blog application was made based on this information.

According to the summary the layout of a user-friendly blog should look clear and simple. In addition, it should function fast even when browsed by a slow internet connection. The pictures used in the blog entries should be related to the themes of the texts. The result of this thesis was an information package to guide and support software designers or people who are eager to start their own blog, but do not know how to make it user-friendly and functional from viewpoint of usability.

Keywords: blog, usability, user-friendliness, web application, web services

Sisällysluettelo

1 JOHDANTO.....	7
2 BLOGI-ILMIÖN SYNTY	8
2.1 Blogi.....	8
2.2 Blogi tänään.....	9
2.3 Blogimainonta	10
2.4 Yritysblogit	11
2.5 Yksityishenkilöiden blogit	11
2.6 Blogi-ilmion tulevaisuudennäkymiä	13
3 BLOGIN KÄYTETTÄVYYS.....	14
3.1 Käytettävyyden tekijät.....	15
3.2 Web-sivuston käytettävyys	16
3.2.1 Linkit.....	16
3.2.2 Typografia.....	17
3.2.3 Kuvat	19
3.3 Käytettävyyden testaaminen.....	20
3.3.1 Silmäileminen.....	21
3.3.2 Kelvollistaminen	21
3.3.3 Suoriutuminen	22
3.3.4 Pikatesti.....	22
4 KYSELY.....	24
4.1 Kyselyn suunnittelu ja toteutus	24
4.2 Vastausten analysointi	25
4.2.1 Blogikuvat.....	26
4.2.2 Kommentit	28
4.2.3 Linkit.....	30

4.2.4 Ulkoasu	31
4.2.5 Blogimainonta	32
5 JOHTOPÄÄTÖKSET	34
5.1 Blogikuvat	34
5.2 Kommentit.....	36
5.1 Linkit.....	36
5.2 Ulkoasu.....	37
5.3 Blogimainonta	38
6 POHDINTA	39
LÄHTEET	40
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää millainen on käyttäjäystävällinen blogikäyttöliittymä. Työllä ei ollut toimeksiantajaa, vaan se toteutettiin pelkästään kirjoittajan oman aiheeseen liittyvän kiinnostuksen vuoksi.

Konkreettista käyttöliittymää ei toteutettu opinnäytetyöprosessin aikana, koska työssä keskityttiin ainoastaan kirjallisen materiaalin keräämiseen. Työhön kootusta informaatiosta toivotaan olevan hyötyä erityisesti sellaisille henkilöille, joiden tavoitteena on kehittää käytettävyydeltään ja käyttäjäystävällisyydeltään laadukas blogisovellus.

Opinnäytetyöhön kerätty materiaali koottiin tutustumalla blogeista, käytettävyydestä, käyttäjäystävällisyydestä ja web-suunnittelusta kirjoitettuun lähdemateriaaliin sekä toteuttamalla pienimuotoinen kysely henkilöille, joilla oli omakohtaista kokemusta oman blogin hallinnoimisesta ja näin ollen myös kyky ymmärtää blogien hyvää käytettävyyttä sekä mahdollisia käytettävyyttä heikentäviä puutteita.

Työssä käydään lyhyesti läpi blogien historiaa aina syntyajoista tähän päivään sekä tarkastellaan millaisia erilaisia blogityyppejä on tänä päivänä olemassa. Pääpaino työssä on erilaisten käytettävyyden tekijöiden teoriassa ja sen tarkastelussa. Käytettävyyttä suunnitellessa on muistettava myös sovelluksen testaaminen, sillä ilman huolellisia testaustoimenpiteitä käytettävyydeltään hyvän sovelluksen toteuttaminen on käytännössä mahdotonta.

Opinnäytetyön puitteissa toteutetun kyselyn tulokset ja johtopäätökset käydään läpi opinnäytetyön loppupuolella. Kysely sekä siihen saadut vastaukset löytyvät kokonaisuudessaan työn liitteistä.

2 BLOGI-ILMIÖN SYNTY

2.1 Blogi

Blogi on yksi sananvapauden tuoreimmista, 2000-luvun alkupuolella suureen suosioon nousseista ilmiöistä, sillä sen avulla aivan kuka tahansa voi julkaista ja tuottaa haluamansa kaltaista materiaalia juuri sille kuluttajaryhmälle kuin itse haluaa. Taloudellista hyötyä tavoittelevien yritysten ylläpitämien blogien sisältöjä rajoittavat toki yritysten omat säännökset mukaan lukien sopimukset yhteistyökumppaneiden kanssa, mutta yksityisillä bloggaajilla rajoitteita ei käytännöllisesti katsottuna ole. Sana on siis vapaa. (Kilpi 2007, 3.)

Blogien katsotaan syntyneen 1990-luvun loppupuolella amerikkalaisen ohjelmoija John Bargerin toimesta. Barger ylläpiti Robot Wisdom -nettisivua, jonka tarkoitus oli koota yhteen mielenkiintoisiin verkkopalveluihin johtavia linkkejä. Hän käytti nettisivustaan termiä "Weblog", joka muodostui sanoista "web" eli "verkko" ja "log" eli "lokikirja". (Kilpi 2007, 11.) Suomenkieliseksi nimeksi muotoutui lopulta blogi ja blogin kirjoittajia alettiin kutsua "bloggaajiksi", joskin myös kirjoitusasu "blogaaja" sallitaan edelleen. Google-hakutulosten perusteella kahden g-kirjaimen kirjoitusasu on kuitenkin yleisempi. (Alasilta 2009, 67.)

Blogimerkintöjen julkaiseminen on nykyisin helppoa, nopeaa ja tekniikaltaan yksinkertaista, mikä on ollut selvästi suurimpia syitä blogikulttuurin räjähdysmäiseen kasvuun. Aiemmin blogin pitäminen vaati kehittyneempää tietoteknistä osaamista kuin mitä suurimmalla osalla tavallisista tietokoneiden käyttäjistä oli. Kynnys blogin perustamiseen ja merkintöjen julkaisemiseen oli tuolloin melko korkea. Nykyisin blogin perustamiseen vaaditaan oikeastaan vain perustaidot tietokoneen hallinnasta. (Kilpi 2007, 3, 4.) Vuonna 1999 julkaistu blogijulkaisusivusto nimeltä Blogger oli yksi niistä merkittävimmistä osatekijöistä, jotka vauhdittivat blogien läpimurtoa suuren yleisön tietoisuuteen tarjoten käyttäjilleen tekniikaltaan päteviä julkaisutyökaluja. Blogger toimii vielä

tänäkin päivänä ja sen on vuodesta 2003 saakka omistanut Google. (Alasilta 2009, 69.)

2.2 Blogi tänään

On olemassa tiettyjä tunnusmerkkejä, joiden avulla blogi voidaan myös aiheeseen perehtymättömin silmin määritellä juuri blogiksi eikä sitä voida sekoittaa muun kaltaiseen nettikirjoitteluun.

Tyypillisimmillään blogi pitää sisällään ajankohtaista sisältöä, joka arkistoidaan tarkalla julkaisuajankohdalla varustettuna, jotta merkintöjen lukeminen onnistuu myös myöhemmin, mikäli tarvetta ilmenee. (Kilpi 2007, 3.) Jokaisella blogimerkinnällä on oma pysyvä verkko-osoitteensa eli permalinkki. Blogin päivittymistä voidaan seurata mm. Atom- ja RSS-syötteiden avulla. (Wikipedia 2011, hakupäivä 13.3.2011) RSS-syötteitä luetaan niitä varten suunnitelluilla lukijaohjelmilla, jotka tietyn väliajoin tarkastavat, onko niihin tallennetuissa syötteissä uutta sisältöä. Jos on, syötteen tilaaja saa päivitetyn tiedon lukijaohjelmaansa. (Wikipedia 2011, hakupäivä 13.3.2011)

Blogi ei välttämättä sisällä pelkkää tekstiä, sillä myös erilaiset kuvat sekä ääni- ja videotallenteet voivat olla osa blogimerkintää. Ääniblogeja kutsutaan nimellä podcast, videoblogit sen sijaan tunnetaan vlogaina. (Hintikka 2007, 27.) Useimmiten blogeissa on myös kommentointimahdollisuus, jolloin lukija voi olla vuorovaikutuksessa niin blogin kirjoittajan kuin muidenkin blogin lukijoiden kanssa (Kilpi 2007, 3).

Blogien muodostama yhteisö eli tuttavallisemmin *blogosfääri* on hyvin sosiaalinen, yksityishenkilöiden ja yrittäjien muodostama ympäristö, jota kukin voi hyödyntää omien tarpeidensa mukaisesti: se voi toimia esim. omien tuotteiden, palveluiden tai osaamisen mainostus- ja myyntikanavana, nettipäiväkirjana tai muunlaisten vapaamuotoisten julkaisujen alustana, sähköpostin korvikkeena yrityksen henkilöstön välisessä kommunikoinnissa, tai palautekanavana palveluntarjoajan ja kuluttajan välillä. (Kilpi 2007, 4, 5, 17.)

Täytyy kuitenkin muistaa, että mikäli blogia hyödynnetään yrityksen palautekanavana tai mainostamiseen, voi vastaanotettu palaute tai saatu mainosarvo olla toisinaan myös negatiivista vaikuttaen suoraan yrityksen maineeseen ja tulokseen (Kilpi 2007, 26).

2.3 Blogimainonta

Mainonta blogeissa on alati yleistynyt ilmiö, jota on tutkittu toistaiseksi melko vähän. Blogimainonnan yleistymisen suosion tärkeimpinä syinä voidaan kuitenkin epäilemättä pitää blogien ajankohtaisuutta: lähes päivittäin julkaistu blogi pystyy saavuttamaan lukijat ja mahdolliset mainostetuista tuotteista kiinnostuneet kuluttajat huomattavasti nopeammin kuin esimerkiksi kerran kuukaudessa ilmestyvä lehti pystyy.

Yleisintä mainontaa on erilaisissa muotiblogeissa. Useimmissa tapauksissa blogimainontaa harjoitetaan niin, että mainostaja tekee jonkinlaisen sopimuksen tuotteensa kannalta sopivan lukijakunnan omaavan blogin kirjoittajan kanssa. Bloggaaja lupautuu mainostettavan tuotteen testaajaksi, vastaanottaa ilmaiseksi testituotteen ja testailee sitä jonkin aikaa. Lopuksi bloggaaja julkaisee vapaamuotoisen tuote-arvostelun omassa blogissaan. Toisinaan ilmaisia tuotteita mainostavia bloggaajia epäillään ja jopa syytellään puolueellisuudesta, lukijan kun on mahdotonta tietää onko blogissa julkaistu arvostelu täysin vilpittömän vai onko bloggaaja mahdollisesti jättänyt kertomatta tuotteen huonoista puolista saatuaan sen ilmaiseksi. (Kaleva 2009, hakupäivä 6.4.2011)

Toisenlaisiakin mainostuskanavia löytyy. Esimerkiksi Suomen suosituimmalla mainostelevisiokanava MTV3:lla on omat pääasiassa naisille suunnatut Helmi-nimiset nettisivunsa, jotka mahdollistavat mm. oman blogin perustamisen. Helmi-blogien kirjoittajat julkaisevat merkintöjä omiin mielenkiinnonkohteisiinsa liittyen. Blogimerkintöjen lisäksi blogisivuilla pyörii erilaisia mainoskampanjoita, jotka eivät välttämättä liity millään tavalla blogien aihepiireihin. (MTV3 Helmi 2011, hakupäivä 6.4.2011)

2.4 Yritysblogit

Blogit sopivat viestintäkanavaksi sekä pienille että suurille yrityksille. Blogien käyttöönottoasiakkaiden ja sidosryhmien kanssa käytävän kommunikaation tukena vaatii kuitenkin, että yritys on valmis avoimeen ja moderniin viestintään sekä valmis luopumaan vanhoista toimintamalleistaan viestintätapoihin liittyen. Avoimuus korostuu myös yhtiön sisäisessä viestinnässä, koska blogin kautta julkaistu informaatio saavuttaa työntekijät nopeasti kannustaen heitä tehokkaampaan yhteistyöhön uusien ideoiden ja työtehtäviin liittyvän kommunikoinnin merkeissä. Yrityksellä voi olla käytössään useampia eri käyttäjäryhmille suunnattuja blogeja. (Kilpi 2007, 45.)

On olemassa myös blogeja, joissa julkaistava materiaali toimii ikään kuin osana perinteistä tiedotusvälinettä. Tällaiset blogit sisältävät oikeaa journalismia, jota esim. ammattimaiset toimittajat kirjoittavat, mutta ovat kuitenkin blogosfäärin blogikannassa selvää vähemmistöä. (Kilpi 2007, 96.)

2.5 Yksityishenkilöiden blogit

Yksityishenkilöiden julkiset blogit voivat olla aiheiltaan hyvin henkilökohtaisia ja avoimia, mutta blogin olemassaolon varsinainen tarkoitus ei ole lukijalle välttämättä täysin selvä. Henkilökohtaisten aiheiden sijaan yksityinen blogi voi olla myös asiapainotteinen keskittyen käsittelemään esimerkiksi blogin kirjoittajan työtä tai tiettyä harrastusta. Myös erilaisten kirjoittajalle tärkeiden linkkien listaaminen ja ajankohtaisista aiheista uutisoiminen on yksityiblogeissa yleistä. Periaatteessa yksityishenkilöiden ylläpitämät blogit voivat olla teemoiltaan lähes millaisia tahansa ja blogilla voi olla myös useampi kuin yksi ylläpitäjä. Myös blogin julkaisujen tyyli ja sisältö voivat vaihdella eri blogimerkintöjen välillä, sillä yksityishenkilöiden blogeissa ilmaisutapa on täysin kirjoittajan itsensä määriteltävissä. (Bar-Ilan 2004, 28.)

Seuraavassa esimerkkejä erilaisista blogiteemoista suomalaisen julkisia blogeja listaavan Blogilista-blogiseurantapalvelun mukaan:

- Verkkopäiväkirja: sisältää kirjoittajan henkilökohtaisia pohdintoja keskittyen joko tiettyyn elämänalueeseen (esimerkiksi ihmissuhteet tai terveydelliset ongelmat) tai elämään yleensä.
- Valokuvablogi: sisältää valokuvia ja usein myös kuvakohtaiset kuvatekstit
- Sarjakuvablogi: sisältää yhden tai useamman henkilön tekemiä sarjakuvia
- Muoti- tai tyyliblogi: sisältää blogin pitäjän ajatuksia muotimaailman ilmiöistä, vaatteista ja asusteista yleensä sekä usein myös päivittäin otetun valokuvan kirjoittajan vaatetuksesta eli ns. "päivän asu" -kuvan.
- Lemmikkiblogi: sisältää kirjoituksia ja usein myös valokuvia tai videoita lemmikeistä ja esim. niiden kanssa harrastamisesta
- Käsityöblogi: sisältää kirjoituksia, kuvia ja usein myös ohjeita erilaisten käsitöiden tekemiseen liittyen (teemoina esim. korujen tekeminen tai neulominen).
- Sisustus- ja remonttiblogit: sisältää useimmiten kuvitettuja kertomuksia sisustamisesta ja remontoimisesta sekä kyseisiin teemoihin liittyvää pohdintaa.
- Ruokablogi: sisältää ruoanlaitto- ja leivontaohjeita sekä kertomuksia ruoanlaittokokemuksista useimmiten runsaan kuvituksen kera.
- Haasteblogi: sisältää blogin ylläpitäjän valitseman teeman mukaisia haastaihteita, joihin kuka tahansa bloggaava henkilö voi ottaa osaa julkaisemalla haastaiheen mukaisen merkinnän omassa blogissaan ja linkittämällä merkinnän tarkan osoitteen haasteblogin kommenttilaatikkoon. Haasteblogien pääteemoja ovat esim. valokuvaus tai novellit.
- Uutisblogi: sisältää ajankohtaisia uutisia ja muita yleisiä puheenaihteita, joita blogin kirjoittaja jakaa ja kommentoi lukijoilleen (Blogilista 2011, hakupäivä 30.11.2011)

Omanlaisensa blogityyppi on mikroblogi. Mikroblogi sisältää lyhyitä, useimmiten enintään 140 merkkiä pitkiä merkintöjä, joiden yleisin käyttötarkoitus on kertoa muille ihmisille omia ajatuksistaan tai tekemisistään. Käyttäjämääränsä perusteella suosituin mikroblogipalvelu on Twitter. (Wikipedia 2011, hakupäivä 13.3.2011)

2.6 Blogi-ilmion tulevaisuudennäkymiä

Bloggaamisen on epäilty olevan vain tietyn ajan ilmiö, jonka suuri suosio on hyvinkin väliaikaista. Epäilysten perusteluina on mainittu mm. se, että tiettyyn aikaan mennessä kaikki, jotka bloggaamisesta kiinnostuvat, tulevat kokeilemaan harrastusta, minkä jälkeen uutuudenviehätys katoaa ja ilmiön suosio laantuu. Perusteluilla olisi kunnan pätevyys kuitenkin vain siinä tapauksessa, että bloggaajiksi voisivat ryhtyä vain nykyiset netin käyttäjät. Todellisuudessa uusia käyttäjiä ilmaantuu jatkuvasti nettiyhteyksien yleistyessä ja uusien sukupolvien myötä. Esimerkiksi Afrikassa ja Aasiassa enimmillään 10 prosenttia asukkaista käyttää nettiä, joten on selvää, että maailmasta löytyy vielä suuri joukko potentiaalisia bloggaajia, jotka vain odottavat pääsyä kunnollisten nettiyhteyksien äärelle. (Kilpi 2006, hakupäivä 14.3.2011)

3 BLOGIN KÄYTETTÄVYYS

Oli sitten kyse millaisesta sovelluksesta tahansa, on hyvällä käytettävyydellä suuri merkitys niin sovelluksen käyttäjälle kuin myös yritykselle, joka sovelluksen on suunnitellut tai ottanut sen käyttöönsä. Jos käytettävyys koetaan huonoksi, vaikuttaa se monin negatiivisin tavoin: sovelluksen käyttäjä kuluttaa suhteettoman paljon aikaa sovellukseen, jonka toimintaa hän ei täysin ymmärrä. Tämän vuoksi käyttäjä tekee turhia virheitä ja saattaa jättää monia tärkeitä sovellusominaisuuksia täysin huomiotta, vaikka ne helpottaisivat hänen työskentelyään. Mikäli esimerkin kaltainen käyttäjä työskentelee jonkin yrityksen palveluksessa, kärsii sovelluksen huonosta käytettävyydestä myös itse yritys: sekä yrityksen tuottavuus että asiakaspalvelun, suunnittelun ja päätöksenteon laatu heikkenevät, minkä lisäksi koulutuksen ja teknisen tuen tarve kasvaa merkittävästi. Käytettävyyden ongelmien ulottuessa yrityksen julkisiin palveluihin saakka ne vaikuttavat negatiivisella tavalla myös yrityskuvaan. Pahimmassa tapauksessa tästä seuraa asiakkaiden menetyksiä, huono maine ja teknisen tuen lisääntynyt tarve. (Wiio 2004, 4-5.) Teknisen tuen antaminen on ongelman monimutkaisuudesta riippuen mahdollisesti hyvinkin kallista yritykselle ja suurin osa käyttäjätukea vaativista tilanteista syntyy juuri sovelluksen huonon käytettävyyden seurauksena (Nielsen 2000, 10).

Hyvä käytettävyys on erityisen tärkeää myös siksi, että ihmisillä on nykyisin vara valita heitä eniten miellyttävä web-sovellus todella monien eri sovellusten joukosta. Mikäli sovelluksen käyttötekniikka on vaikea omaksua eikä sovellus toimi muiltakaan osin täysin käyttäjän vaatimalla tavalla, on käyttäjän helppo siirtyä seuraavan häntä paremmin miellyttävän sovelluksen pariin. Koska käyttäjä voi testata web-sovelluksen käytettävyyttä ja ominaisuuksia yleensä jo ennen ostopäätöksen tekemistä toisin kuin perinteisten fyysisten tuotteiden kuten esimerkiksi kodinelektroniikan kohdalla, on käytettävyyden tason syytä olla hyvä, mikäli sovelluksen halutaan menevän hyvin kaupaksi kuluttajille. (Nielsen 2000, 10-11.)

3.1 Käytettävyyden tekijät

Käytettävyydeltään hyvän eli käyttäjäystävällisen käyttöliittymän tarkkoja kriteerejä on mahdotonta määritellä täysin tarkasti. Antti Wiio (2004, 2-4, 28-30) on määritellyt käytettävyyttä kirjassaan Käyttäjäystävällisen sovelluksen suunnittelu neljän eri käyttäjänäkökulman mukaisesti. Nämä näkökulmat ovat ymmärrettävyys, vaivattomuus, kattavuus ja esteettinen miellyttävyys.

Sovelluksen ymmärrettävyys tarkoittaa, että käyttäjä ymmärtää helposti mitä sovelluksella voi tehdä ja oppii nopeasti kuinka sen avulla voi päästä haluttuun lopputulokseen. Vaivaton sovellus suoriutuu sille annetuista tehtävistä mahdollisimman vaivattomasti ja nopeasti. Vaivalloisen hitaasti toimiva sovellus voi aiheuttaa käyttäjälle jopa taloudellisia tappioita. Kun sovellus on kattava, käyttäjällä on käytössään kaikki tarvitsemansa tiedot ja toiminnot, joita hän tarvitsee sovellusta haluamaansa tarkoitukseen käyttäessään ja jotka sovelluksen on luvattu sisältävän. Esteettisesti miellyttävä sovellus on visuaalisesti miellyttävä eli antaa viitteen sovelluksen laadukkuudesta. Ulkoasu ei vie huomiota sivuston varsinaiselta sisällöltä eli yleisilme on yksinkertainen ja selkeä. Ulkoasultaan sekava ulkoasu voi viedä käyttäjän huomion pois sivuston oikeasta asiasisällöstä. (Wiio 2004, 2-4, 28-30.)

Hyvän käytettävyyden perustana on poikkeuksetta perusteellisesti tehty systeemianalyysi- ja suunnittelu. Antti Wiion (2004, 3) kirjassa Käyttäjäystävällisen sovelluksen suunnittelu termin systeemis suunnittelu sanotaan tarkoittavan sekä tietojärjestelmän suunnittelua että sitä työtä, jonka perusteella muodostetaan käsitys kyseisen sovelluksen käyttötarkoituksesta ja tehtävistä puhumattakaan sovelluksen käyttäjien mahdollisista tarpeista, käsitteistä ja käyttötilanteista, joihin käyttäjä sovellusta käyttäessään törmää.

Vaikka kaikki sovellukset eivät olekaan tietojärjestelmiä, on jokaisella sovelluksella silti oma käyttäjäryhmänsä omine pyrkimyksineen ja tarpeineen, joiden analysointiin käytetyt työkalut ovat hyvin samankaltaista eri sovellusten kesken. Kun käytettävyyttä testataan ja arvioidaan, on käyttöliittymän

suunnittelijoiden ymmärrettävä niitä toimia, joiden avulla testaaja annettuja tehtäviä suorittaessaan päämääräänsä pyrkii. (Wiio 2004, 3.)

3.2 Web-sivuston käytettävyys

Web-sivuston käytettävyyttä suunnitellessa on ymmärrettävä mahdollisten käyttäjien erilaisuutta ja otettava nämä eroavaisuudet huomioon sivustoa suunnitellessa. Sivuston olisi kyettävä toimimaan toivotulla tavalla niin eri-ikäisten, vammaisten kuin liikkeellä olevien henkilöidenkin sitä käyttäessä. (Korpela 2003, 3.) On pyrittävä suunnittelemaan sivusto, jota myös kokematon käyttäjä voi ymmärtää viihtyäkseen sivustolla ja palatakseen sen pariin myöhemminkin. Myöskään kokeneempia käyttäjiä ei tule unohtaa, sillä liian yksinkertaiset, toiminnoiltaan puutteelliset tai muutoin huonosti toimivat sivut voivat karkottaa heidät muille vastaaville paremmin heidän vaatimuksiaan palveleville sivustoille. (Nielsen & Tahir 2002, 3.)

3.2.1 Linkit

Linkki on se hypertekstin osa, joka helpottaa liikkumista eri web-sivustojen välillä ja joiden avulla eri sivut liitetään toisiinsa (Nielsen 2000, 53). Linkkien käyttöön on olemassa tietynlaiset suunnitteluohjeet, joiden noudattaminen tukee linkkien hyvää käytettävyyttä. Seuraavassa tärkeimpiä ohjeita.

Linkkien tulee erottua selkeästi muun tekstin joukosta. Helpoimmin tämä tapahtuu muuttamalla aiemmin klikkaamattoman linkin väri siniseksi. Sininen on yleisimmin käytetty linkin väri. Jo klikatun linkin värin tulee erottua selvästi klikkaamattoman linkin sinisestä. Jokin vähemmän kylläinen väri on tähän tarkoitukseen sopiva. Harmaata ei kuitenkaan suositella, sillä harmaa väri hankaloittaa tekstin lukemista sekä merkitsee monissa sovelluksissa vaihtoehtoa, joka ei ole sillä hetkellä käytettävissä. Myös musta väri on huono valinta, mikäli muu teksti on mustaa, sillä käyttäjän on vaikea erottaa jo klikkaamansa linkit muun tekstin joukosta. (Nielsen ym. 2002, 18.)

Selkeän värivalinnan lisäksi linkin tunnistamista perustekstin joukosta voidaan helpottaa alleviivaamalla linkki, sijoittamalla se muuhun tekstiin nähden poikkeavalla tavalla, valitsemalla muusta tekstistä erottuva kirjainlaji tai yhdistämällä edellä mainittuja tapoja keskenään (Korpela 2003, 6).

Linkkiotsikko on helppo tapa auttaa käyttäjää ymmärtämään minne linkki johtaa. Asettamalla hiiren cursorin linkin päälle avautuu käyttäjälle lyhyt kuvaus linkistä, jolloin käyttäjä voi päättää kannattaako hänen seurata linkkiä uudelle sivulle tai sivustolle, vai onko se hänen kannaltaan tarpeetonta. (Nielsen 2000, 55.) Mitä lyhyempi linkkiotsikko, sitä parempi kyseinen otsikko on. Tästä syystä linkkiotsikon enimmäispituudeksi suositellaan 80 merkkiä. Hyvin harvoissa tapauksissa hyvän otsikon pituus ylittää edes 60 merkin rajaa. (Nielsen 2000, 60.)

Mikäli linkin klikkaaminen johtaa jonkin muun toiminnon kuin toisen web-sivun avautumiseen, on linkin yhteydessä oltava tästä selkeä ilmoitus esimerkiksi selkeän kuvakkeen muodossa. Tällaisia toimintoja ovat esimerkiksi PDF-tiedoston ja erilaisten mediasoitteiden tai muiden vastaavien sovellusten avautuminen. Hidasta internet-yhteyttä tai liian vähäisellä vapaalla muistilla varustettua tietokonetta käyttävä käyttäjä voi kohdata suuriakin ongelmia avatessaan sovelluksia, joita eivät voi sovelluksen vaatimalla tavalla käyttää. Sovelluksen sulkemisessa voi kestää kauan, sillä useimmiten sovelluksen on ensin latauduttava kokonaan, että sen voi sulkea. Pahimmassa tapauksessa heidän käyttämänsä laitteiston kannalta liian raskas sovellus voi kaataa selaimen tai jopa koko tietokoneen. (Nielsen ym. 2002, 18.)

3.2.2 Typografia

Typografia on tekstin visuaalisen ilmeen suunnittelua. (Keränen, Lamberg & Penttinen 2005, 57.) Se on myös alun perin painetun viestinnän tekijöiden kehittämä suunnittelemisen ja asioiden esille panemisen oppi, jota hyödynnetään nykyisin sovelluskehittäjien toimesta lomakkeita, tulosteita ja

web-sivuja suunnitellessa. Yleensä typografian suunnittelusta ovat vastuussa graafisen suunnittelun ammattilaiset. (Wiio 2004, 201.) Typografiaa suunniteltaessa on hyvä muistaa, että tekstin ulkoasuun vaikuttavat niin kirjasinleikkaus, kirjasinkoko kuin kirjasintyylikin. Kirjasinleikkauksen valinta on kirjasimen ulkoasun määrittelyä. (Keränen ym. 2005, 57.) Kirjasimia on kahta eri tyyppiä: päätteellisiä antiikva-kirjasimia sekä päätteettömiä groteski-kirjaimia. Antiikva-kirjaisimissa kirjasinten viivat loppuvat useimmiten vaakasuuntaisiin pääteviivoihin. Groteski-tyyliset kirjasimet ovat viivoiltaan tasavahvoja ja päätteettömiä. (Keränen ym. 2005, 57.)

Kirjasimen käyttötarkoituksella on suuri merkitys oikeanlaista kirjasinta valittaessa. Painetussa tekstissä groteski kirjasin toimii todennäköisesti parhaiten, kun kirjasinta käytetään yksittäisissä sanoissa tai enintään kaksirivisissä otsikoissa. Pidempiin painettuihin teksteihin kannattaa valita antiikva-kirjasin, sillä ihmisen silmät pysyvät parhaiten oikealla rivillä päätteellistä tekstiä luettaessa. Pelkästään web-sovelluksen typografiaa suunnitellessa kirjasinten vahvuudet on kuitenkin päinvastoin. Koska kuvaruudun piirtotarkkuus on esimerkiksi kirjoittimiin nähden selvästi huonompi, ei kuvaruutu osaa toistaa antiikva-tyylisten kirjasinten päätteitä kovin selkeästi. Näin ollen yksinkertaisempi groteski-tyyli toistuukin kuvaruudulla selkeämmin. Kuvaruudun piirtotarkkuuden ja ihmissilmän lukutekniikan vuoksi groteskit ja antiikvat ovatkin käytännössä keskenään tasavahvoja kirjasintyyppejä, kun niitä vertaillaan lukunopeutensa suhteen. (Wiio 2004, 207-208.)

Valittiin sitten groteski tai antiikva kirjasin, suositellaan valittavaksi jokin yleinen käyttöjärjestelmän peruskirjasimiin kuuluva kirjasinleikkaus. Tämä siksi, että teksti näyttää tällöin samanlaiselta riippumatta siitä minkä käyttöjärjestelmän selaimella tekstiä katsellaan. Peruskirjasimia ovat esimerkiksi Helvetica, Times, Courier, Verdana, Georgia ja Arial. (Keränen ym. 2005, 57.)

Kirjasinlajien määrä kannattaa rajoittaa enintään kahteen erilaiseen lajiin, joista toista käytetään otsikoissa, toista varsinaisessa tekstissä eli niin sanotussa leipätekstissä. Määrää rajoittamalla voidaan varmistaa, ettei sivu näytä liian levottomalta. Jos kirjasimiin halutaan eri vaihtelua, voidaan käyttää erilaisia

kokoja, kursivointia tai lihavoitua. Alleviivausta kannattaa välttää, sillä se hankaloittaa kirjainten erottamista toisistaan. (Wiio 2004, 208.)

3.2.3 Kuvat

Suurin osa ihmisistä kiinnittää huomionsa kuvitukseen viimeistään heti web-sivun yleisten linjojen ja värien jälkeen. Kuvitus lisää julkaisun kiinnostavuutta ja parantaa ensivaikutelmaa sivulla vierailevan käyttäjän silmin, mutta väärin valittu kuvitus voi myös johtaa lukijaa harhaan. Kuvitusta valittaessa onkin pyrittävä valitsemaan ainoastaan sellaisia kuvia, jotka liittyvät tekstiin. Tekstin ja kuvituksen tulee täydentää toisiaan eikä kuvaa tule koskaan lisätä tekstin joukkoon ilman, että tekstissä viitataan kyseiseen kuvaan. Pelkkää kuvaa ei siis suositella selittämään haluttua asiaa, vaan tueksi tarvitaan aina myös kuvan aihetta selittävä teksti. (Korpela & Linjama 2005, 202-203.)

Liian suurikokoisten kuvien tai liian runsaan kuvituksen käyttäminen voi hidastaa blogisivuston toimivuutta, jos käyttäjällä on hidas internet-yhteys. Web-sivun kokoa voi pitää liian suurena, jos sen koko ylittää 50 kilotavua. Tätä pienemmät sivut latautuvat yleensä melko hyvin heikommillakin yhteysnopeuksilla. Sivulle valittavien kuvien ja tekstin yhteen laskettu koko kannattaa arvoida niin, etteivät koko ylitä kyseistä rajaa. (Korpela ym. 2005, 210.)

Sopivalle kuvakoolle ei ole kuitenkaan olemassa ehdottoman tarkkoja rajoituksia tai sääntöjä. Kuvan maksileveys kannattaa kuitenkin rajoittaa 400 pikseliin, jolloin se mahtuu moitteettomasti normaalin kokoiseen selainikkunaan. Kuvien määrää on myös syytä rajoittaa noin kahteenkymmeneen kuvaan per sivu etenkin siinä tapauksessa, mikäli kuvat ovat kooltaan erityisen suuria. Kun kuvan koko on useita kymmeniä tuhansia tavuja, on se jo niin suuri, että sen lataaminen alkaa hidastaa sivun toimintaa vaikuttaen käytettävyyteen negatiivisesti. Mikäli suuriakin kuvia halutaan kuitenkin julkaista, kannattaa ne sijoittaa erilliselle sivulle. Tässä tapauksessa varsinaisen tekstin sekaan on

viisainta lisätä vain pienet peukalonpääkuvat, joiden määrää ei tarvitse niin tarkasti rajoittaa. (Korpela ym. 2005, 219.)

3.3 Käytettävyyden testaaminen

Web-sivuston eri ominaisuuksien käytettävyyttä suunnitellessa ja testatessa tärkein käytettävyytlaki on "Älä pakota minua ajattelemaan!" Tämä laki tarkoittaa, että sivuston käytön tulee olla niin päivänselvää, selkeää ja selityksiä kaipaamatonta, että keskivertokäyttäjä kykenee erityisemmin ajattelematta ymmärtämään, mikä sivu on ja miten sitä voidaan hyödyntää. Koska käyttäjät arvostavat vaivattomuutta eivätkä halua hukata aikaansa tyhjänpäiväisten yksityiskohtien ajattelemiseen, näyttää päivänselväksi suunniteltu sivusto muunlaisia sivustoja paremmalta heidän silmissään. (Krug 2006, 11, 18-19.)

Toisinaan päivänselvän sivuston suunnittelu on kuitenkin mahdotonta. Näin voi tapahtua, mikäli suunnitellaan jotain aivan uudenlaista tai erityisen monimutkaista sovellusta. Päivänselvän sivuston sijaan voidaan tällöin suunnitella itsestään selvä sivusto. Itsestään selvällä sivustolla tarkoitetaan sivustoa, jonka käytön ja tarkoituksen ymmärtäminen vaatii käyttäjältään jonkin verran ajattelua, mutta ei liikaa. (Krug 2006, 18-19.)

Web-sivuston hyvää käytettävyyttä suunnitellessa on ehdottoman tärkeää ymmärtää, kuinka sivustolla vierailevat käyttäjät todellisuudessa sivustoa käyttävät. Todellinen käyttötapa saattaa poiketa paljonkin siitä, kuinka suunnittelijat olettavat sivustoa käytettävän. Krug mainitsee teoksessaan kolme tosiasiaa, jotka on syytä ottaa huomioon käytettävyyttä suunnitellessa ja testatessa. Näitä ovat silmäileminen, kelvollistaminen ja suoriutuminen. (Krug 2006, 21-26.)

Käytettävyyttä voidaan testata monien erilaisten testausmenetelmien avulla. Testausmenetelmät valitaan sen mukaan millaista tietoa halutaan kerätä. Jos testauksen avulla halutaan tieteellisesti pätevää periaatteellista tietoa, vaatii sen

hankkiminen testaajilta huomattavaa erikoisosaamista. Mikäli parannettavista asioista riittävät pelkät vihjeet, pystytään niitä keräämään testaamalla huomattavasti yksinkertaisemmin. (Wiio 2004, 218.)

Koska jo pelkkien testaustilanteessa käytettävien prototyyppienkin toteuttaminen vaatii aikansa, on käytettävyysohjelmien paljastamiseen keskittyvä testaaminen viisainta aloittaa mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jotta aikataulujen ja budjetin suhteen ei ilmene myöhemmin suuria yllätyksiä (Wiio 2004, 218).

3.3.1 Silmäileminen

Sen sijaan, että käyttäjät perehtyisivät sivustoon perin pohjin pienintä tekstiprinttiä ja sivuston kokonaisrakennetta myöten, he todellisuudessa useimmiten vain silmäilevät osaa sivusta, lukevat pienen määrän tekstiä ja klikkaavat ensimmäistä sellaista linkkiä, jonka kokevat itselleen hyödylliseksi. Suurin osa sivustosta jää silmäilijältä kokonaan näkemättä. Sivuston suunnittelijan on ymmärrettävä, että web-sivustolla vierailevalla käyttäjällä on useimmiten kiire eivätkä he halua hukata aikaansa sivustolla yhtään kauemmin kuin on välttämätöntä. He silmäilevät itselleen tärkeän informaation niin nopeasti kuin mahdollista ja poistuvat sivustolta heti tiedon saatuaan tai mikäli eivät etsimäänsä tietoa nopeasti löydä. (Krug 2006, 21-22.)

3.3.2 Kelvollistaminen

Toisin kuin suunnittelija voisi olettaa, käyttäjä ei yleensä valitse sivustolta itselleen parhaita vaihtoehtoja kuten esimerkiksi linkkiä, joka sisältää hänelle hyödyllisintä informaatiota. Sen sijaan käyttäjä valitseekin ensimmäisenä sellaisen linkin, jonka olettaa johtavan hänen tarvitsemansa informaation luo. Käyttäjällä ei useimmiten ole aikaa eikä kiinnostusta käydä tarkasti läpi kaikkia mahdollisia linkkivaihtoehtoja ja valita niistä omiin tarpeisiinsa nähden parasta. Tätä toimintatapaa kutsutaan kelvollistamiseksi. Kelvollistaminen säästää

käyttäjän aikaa ja tarpeettoman linkin klikkaamisesta seuraa hyvin vähän haittaa, ellei ole sattunut valitsemaan linkkiä huonosti suunnitellulla sivustolla, jonka linkit latautuvat erityisen hitaasti. Huonosti suunnitellut sivustot vähentävät kaikin tavoin käyttäjän mielenkiintoa etsiä itselleen tärkeää informaatiota juuri kyseisiltä sivuilta. (Krug 2006, 24-25.)

3.3.3 Suoriutuminen

Kolmas Krugin mainitsemista tosiasioista, suoriutuminen, tarkoittaa sitä, kuinka ihmiset tekevät asioita ja käyttävät sovelluksia ja laitteita ymmärtämättä kunnolla niiden käyttötarkoitusta ja toimintatapaa. Koska he eivät jaksakaan lukea kyseisen hyödykkeen mukana tulleita ohjeita, he käyttävät sitä tavoilla, jollaisia hyödykkeen suunnittelijat eivät todennäköisesti ole tarkoittaneet sitä käytettävän. Tämä ei välttämättä merkitse sitä, etteikö hyödyke voisi toimia tehokkaasti myös käyttäjän keksimillä tavoilla. Voi kuitenkin olla, että ohjeisiin perehtymätön suoriutuja tekee asiat paljon hankalammin kuin hänen tarvitsisi. Suoriutuminen ei ole ainoastaan aloittelijoiden toimintatapa. (Krug 2006, 26-27.)

3.3.4 Pikatesti

Nopein keino testata käytettävyyttä heti suunnittelun alkuvaiheessa ovat erilaiset yksinkertaiset pikatestit, joissa käytetään suunnitteilla olevan käyttöliittymän näköiskuvia. Varsinaisen toiminnallisuuden testaaminen ei ole tässä testaustyyppissä mahdollista. Testaaminen toteutetaan lähinnä siksi, että saataisiin hyödyllistä informaatiota mahdollisimman monista asioista. (Wii 2004, 218.)

Enimmillään kolmen toimenpiteen mittaisessa pikatestissä koekäyttäjät saavat nähdä näköiskuvia käyttöliittymästä. Testin alussa heille kerrotaan mitä tiettyä asiaa kyseisessä pikatestissä testataan ja mikä testin tavoite on. Testin avulla voidaan selvittää ymmärtävätkö koekäyttäjät kuinka heidän tulee käyttöliittymää käyttää saavuttaakseen heille testin alussa kerrottu tavoite. Jotta voidaan

selvittää ovatko käyttöliittymän perusajatukset helposti ymmärrettävissä, kannattaa projektin ulkopuolisia koekäyttäjiä hankkia vähintään kolme kappaletta yhtä testiä kohti. (Wiio 2004, 218-219, 221, 223.)

4 KYSELY

4.1 Kyselyn suunnittelu ja toteutus

Suunnittelin kyselyn tavoitteenani kartoittaa blogisovellusten aktiivikäyttäjien eli sekä kirjoittajien että lukijoiden mielipiteitä erilaisten sovellusominaisuuksien tärkeydestä mahdollisimman käyttäjäystävällisen sovelluksen näkökulmasta. Kyselyn tarkoitus ei ollut tutkia käyttäjien mielipiteitä perusteellisesti, vaan toimia itselleni lähinnä suuntaa antavana apuna blogisovelluksen ohjeistusta suunnitellessani.

Pyrin valitsemaan vain sellaisia kysymyksiä, joihin vastaajilla olisi selkeä mielipide ja joihin myös itse osaisin blogien käyttäjänä vastata. Kysymysten sanamuotoja oli mietittävä tarkasti, jotta voitiin varmistaa, että kysymykset ymmärretään vastaajien toimesta oikein ja mahdolliset väärinkäsitykset jäisivät minimiin. Otsikoin kyselyn nimellä "Millainen on käyttäjäystävällinen blogisovellus?"

Suunnittelin ja muotoilin kysymykset aluksi erilliseen vapaamuotoiseen tekstitiedostoon. Järjestin kysymykset niin, että samaa sovellusosaa käsittelevät kysymykset tulivat kyselyyn peräkkäin. Valitsemani kysymysteemat olivat "blogikuvitus", "kommentit", "linkit", "blogin ulkoasu" ja "blogimainonta".

Tämän jälkeen täytyi päättää kuinka konkreettinen kyselylomake toteutetaan. Päätin hyödyntää valmista kyselylomakesovellusta nimeltä Google Documents, jonka jokainen saa ilmaiseksi käyttöönsä luotuaan oman Google-käyttäjätunnuksensa esimerkiksi ottamalla käyttöönsä oman Gmail-sähköpostitilin.

Google Documentsista löytyvät kaikki ne ominaisuudet, joiden avulla yksinkertainen peruskäyttäjän toivoma kyselylomake voidaan toteuttaa. Sovelluksen käyttäjä voi päättää millaisessa muodossa kysymykset vastaajille esitetään. Kysymystyyppien vaihtoehtoina ovat teksti, kappaleen teksti,

monivalinta, valintaruudut, valitse luettelosta, asteikko ja ruudukko. Valitsin omaan kyselyyni sekä "valintaruudut" että "kappaleen teksti" -kysymystyyppit. Valintaruutu-tyyppisissä kysymyksissä vastaaja saa valita yhden valmiin vastausvaihtoehdon, joka kuvaa tarkimmin hänen mielipidettään asiasta. Kappaleen teksti -kysymyksiin vastaaja saa kirjoittaa vapaamuotoisia ajatuksia kysytyyn teemaan liittyen, esimerkiksi mielipiteitään blogin ulkoasusta tai blogimainonnasta. Vastausten pituus on tässä kysymystyyppissä vapaa eli kirjoittamansa vastauksen pituuden vastaaja saa päättää itse. Vastaaja voi myös jättää kokonaan vastaamatta vapaamuotoisiin kysymyksiin.

Google Documents -sovellus sisältää myös valmiita ulkoasuteemoja, joista valitsin sellaisen, joka teki kyselystä mielestäni kiinnostavan näköisen.

Vapaaehtoiset vastaajat löysin julkaisemalla omassa blogissani blogimerkinnän, jossa pyysin vastaajiksi haluavia ja toivomiini vastaajakriteereihin sopivia henkilöitä ilmoittamaan kiinnostuksestaan joko merkinnän kommenttilaatikkoon tai blogini sähköpostiin ja jättämään myös sähköpostiosoitteen, johon voin valmiin kyselyn lähettää. Olin suunnitellut lähettäväni kyselyt 10-30 henkilölle. Vastaajiksi hain henkilöitä, joilla on oma blogi ja kokemusta myös erilaisten kuvien hyödyntämisestä osana omaa blogia. Ilmoittautujia oli vajaa 20 kappaletta. Lähetin ilmoittautuneille linkin kyselyyn yhteisellä sähköpostiviestillä. Vastausaikaa kyselyyn oli noin kaksi viikkoa ja kun vastaajille etukäteen ilmoittamani määräaika oli umpeutunut, suljin kyselyn minkä jälkeen siihen ei voinut enää vastata. Vastauksia kyselyyn tuli lopulta määräaikaan mennessä 15 kappaletta.

4.2 Vastausten analysointi

Tässä osiossa käydään läpi kyselyvastaukset teemoittain. Kyselyn kysymysteemoja olivat Blogikuvat, Kommentit, Linkit, Ulkoasu ja Blogimainonta. Sekä kysely että kyselyn vastaukset löytyvät kokonaisuudessaan opinnäytetyön liitteistä.

4.2.1 Blogikuvat

Pitääkö blogisovelluksessa olla mahdollisuus lisätä blogimerkintään useampi kuva koneelta samanaikaisesti?



KUVIO 1. Blogikuvien lisääminen

Kuten kuvio 1 osoittaa, selkeä enemmistö eli 73 % vastaajista kannatti mahdollisuutta useamman kuvan yhtäaikaiseen lisäämiseen. Yksi vastaajista kertoi linkittävänsä kuvat blogiinsa suoraan internetistä ja yhden mielestä kuvien lisääminen blogiin ei ole tärkeä ominaisuus.

Kysyttäessä täytyykö sovelluksesta löytyä ominaisuus, jonka avulla blogiin lisätyt kuvat voi klikata katsottaviksi suuremmassa koossa, 67 % vastaajista koki ominaisuuden tarpeelliseksi. Kuitenkin noin yksi kolmasosa vastaajista piti samaa ominaisuutta tarpeettomana. "...mielestäni kuvien pitäisi olla jo tarpeeksi isoja tekstin seassa, jottei niitä tarvitsi klikata suuremmiksi", kirjoitti yksi vastaajista kappaleen teksti -tyyppisen kysymykseen tarkentaakseen kantaansa blogikuvien kokoon liittyen.

Kappaleen teksti -tyyppiseen vapaamuotoiseen tekstikenttään kirjoitetuista vastauksista ilmeni, että blogien lukijat arvostavat eniten blogeja, joista löytyy jonkinlaista kuvitusta. Mitä laadukkaampia ja miellyttävämmän kokoisia kuvia blogeista löytyy, sitä suuremmalla todennäköisyydellä lukijat blogin ääressä viihtyvät. Huonolaatuiset ja huolimattomasti sommitellut kuvat sen sijaan saattavat jopa karkottaa pois potentiaalista lukijakuntaa samoin kuin liian suuri kuvamäärä yhtä merkintää kohti. Korpelan ja Linjaman mukaan (Korpela ym. 2005, 219) kuvakoolle ei ole olemassa mitään tarkkoja rajoituksia tai sääntöjä, mutta kuvan leveys kannattaa pitää mielellään maksimissaan 400 pikselissä, jos haluaa sen sopivan moitteettomasti selainikkunaan. Kuvien määrää on

myös syytä rajoittaa noin kahteenkymmeneen kuvaan per sivu etenkin siinä tapauksessa, mikäli kuvat ovat kooltaan erityisen suuria.

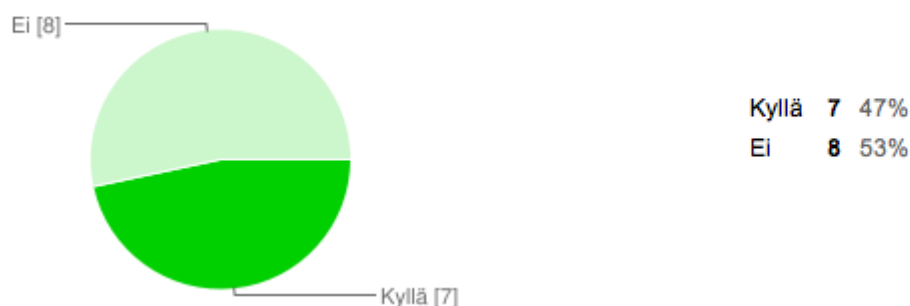
Vain harva vastaajista viihtyi kuvattomien blogien äärellä, sillä kuvattomat tekstit olivat vastaajien mielestä useimmiten puuduttavaa luettavaa. "Blogikuvien merkitys itse blogin suosion kannalta riippuu paljon itse blogin aiheesta. Blogiin, jossa käsitellään esim. vaikeaa sairautta tai mielenterveysongelmia en kaipaisi paljon valokuvia. Tällöin kuvat voivat jopa haitata. Toisaalta esim. luontokuvablogeissa tai leivontablogeissa onnistuneet kuvat ovat koko blogin "juju"." totesi yksi vastaajista. Myös Korpelan ja Linjaman (2005, 202) teoksessa painotetaan sen tärkeyttä, että mikäli halutaan käyttää kuvitusta, kirjoitetun tekstin tulisi viitata valittuun kuvaan ja kuvan puolestaan tekstiin. Pelkkä kuvateksti ei riitä selittämään kuvan yhteyttä koko tekstiin, sillä kuvatekstin tarkoitus on kertoa vain se, mitä pelkkä kuva esittää. Kuvan yhteys tekstiin saattaa tällöin jäädä lukijalle epäselväksi. On myös mahdollista, että jos tekstin piristykseksi lisätty kuvitus ei liity aiheeseen, lukijat ymmärtävät kirjoittajan tarkoittaman viestin väärin. (Korpela ym. 2005, 202, 203, 219.)

Kyselyyn kerätyt mielipiteet kuvituksen tärkeydestä voidaan tulkita pienellä varauksella, sillä on selvää, että osa lukijoista hakeutuu blogien ääreen visuaalisuuden, osa taas tekstisisällön innoittamana. Kyselyssäni ei kysytty, millaisia blogeja enemmistö vastaajista lukee, mutta vastauksista voidaan päätellä vastaajien olleen pääasiassa visuaalisesti heitä miellyttävien blogien lukija- ja kirjoittajakuntaa. Vastaukset tukevat Korpelan ja Linjaman (2005, 202) väitettä siitä, että tekstit ovat huomioarvoltaan huomattavasti kuvia heikompia, sillä enemmistö ihmisistä havainnoi ympäristöään vahvimmin näköaistinsa avulla. Kuvanlisäystoiminnon sisällyttämistä blogisovellukseen voidaankin pitää käytännössä välttämättömänä, mikäli tavoitteena on suunnitella enemmistön kannalta mahdollisimman käyttäjäystävällinen sovellus.

4.2.2 Kommentit

Kyselyyn vastanneet olivat täysin yksimielisiä siitä, että blogissa on oltava mahdollisuus kommentointiin. Kuitenkin 100 % vastaajista kannatti myös blogin ylläpitäjän mahdollisuutta estää bloginsa kommentointi kokonaan. Tästä voidaan päätellä, että kommenttiominaisuus tulee sisällyttää blogisovellukseen, mutta ominaisuuden on oltava kytkettävissä pois päältä.

Pitääkö blogimerkinnän kommentoijalla olla mahdollisuus muotoilla kommentissa käytettävän fontin ulkoasua (kursivointi, lihavointi, alleviivaus jne.)



KUVIO 2. Blogien kommentointi

Sen sijaan ominaisuus, joka antaa lukijalle mahdollisuuden muotoilla kommenttilaatikkoon kirjoittamansa kommentin ulkoasua esimerkiksi kommentin fonttia lihavoimalla tai alleviivaamalla, jakoi mielipiteitä selvästi, kuten kuvio 2 osoittaa: kommenttifontin muotoilua kannatti 47 % vastaajista ja vastusti pieni enemmistö, tarkalleen ottaen 53 % vastaajista.

Vapaamuotoisissa vastauksissa tuli esiin tärkeitä esimerkkejä siitä millaiset asiat voivat vaikuttaa blogin kommentointiin negatiivisesti. Yhdessä vastauksessa mainittiin seuraavaa: "Kommenttiboksit voivat käyttäytyä eri tavoin eri resoluutioilla: olen törmännyt tapauksiin, joissa blogiin ei ole pystynyt jättämään kommenttia, koska lähetä-painike ei ole mahtunut näkymään näytöllä." Näyttöjen toisistaan poikkeava resoluutio voi aiheuttaa eri käyttäjille harmia, mikäli blogin ulkoasua ei ole testattu tarpeeksi ennen sovelluksen julkaisua ja suunniteltu toimimaan erilaisilla laitteilla. Keräsen, Lambergin ja Penttisen (2005, 57) mukaan yleisin ja toimivin resoluutio web-sivustolla on 800 x 600 eli sivun enimmäisleveys on 800 pikseliä. Tätä suuremmat sivut eivät välttämättä mahdu näytölle kokonaisina.

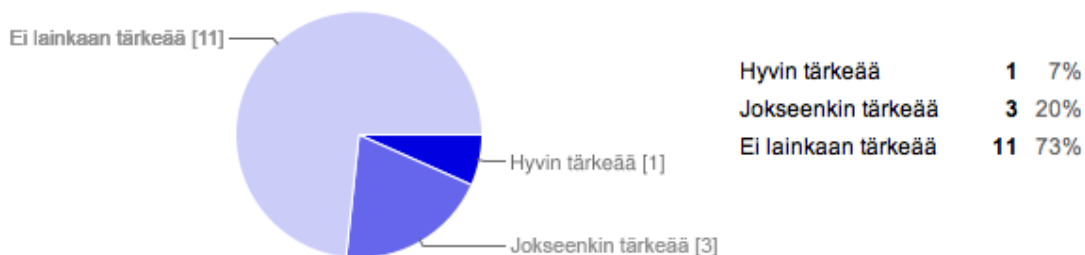
Useat vastaukset paljastivat, ettei anonyymeinä jätettyjä kommentteja arvosteta samaan tapaan kuin niitä kommentteja, joiden kirjoittaja oli keksinyt itselleen jonkin nimimerkin. Muutamat toivoivat kommenttiominaisuuteen jopa anonyymikommentoinnin estoa erityisesti mahdollisten häirikkökommentoijien vuoksi. Häirikkökommentteja voitaisiin vastaajien mukaan minimoida vaatimalla kommentoijan sähköpostiosoitetta ja/tai nimimerkkiä ennen kuin kommentin lähetys voidaan hyväksyä joko heti blogin kommenttilaatikossa näkyväksi tai ylläpitäjän tarkastusta odottamaan.

Eräs vastaaja puolsi kommentoinnin kokonaan kieltämistä sillä perusteella, että osa blogimerkinnöistä halutaan pitää pelkästään informatiivisina merkintöinä, joilla ei haluta luoda keskustelua ainakaan blogin ylläpitäjän ja lukijoiden välillä. Myös pelko ilkeämielisestä kommentoinnista aiheeseen liittyen kannustaa kommentoinnin osittaiseen estämiseen. Kuten myös Nardin, Schianon ja Gumbrechtin (2004, 227-228) tekemästä tutkimuksesta selviää, ei tiivis vuorovaikutus blogin kirjoittajan ja lukijoiden välillä ole kaikkien blogeja käyttävien mielestä lainkaan välttämätöntä.

4.2.3 Linkit

Vastaajat olivat täysin yksimielisiä siitä, että mahdollisuus lisätä linkkejä esimerkiksi erilliseen linkkilaatikkoon on tärkeä osa käyttäjäystävällistä blogisovellusta.

Kuinka tärkeää on, että jokaisen blogipostauksen yhteydestä löytyy linkkipainike, jolla kyseistä postausta voi "suositella" Facebookissa?



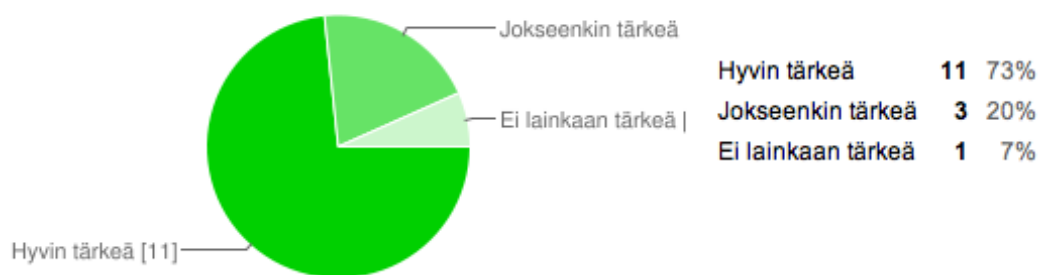
KUVIO 3. Blogien linkit

Sen sijaan mielipiteet jokaisen blogimerkinnän yhteyteen liitetettävän Facebook-suositelupainikkeen tärkeydestä vaihtelivat jonkin verran. 73 % vastaajista piti kyseistä linkkipainiketta täysin turhana ominaisuutena ja vain yksi vastaajista koki ominaisuuden hyvin tärkeänä lisänä muiden ominaisuuksien joukossa. Kuvio 3 osoittaa vastausten jakautumisen kaaviona.

Yleisesti ottaen linkkejä toivottiin käytettävän blogeissa maltillisesti ja siten, että linkit on helppo erottaa muun tekstin joukosta esimerkiksi värinsä perusteella. Korpelan ja Linjaman (2005, 118, 122) mukaan linkit on hyvä muotoilla niin, että linkkiteksti on mahdollisimman lyhyt eli enintään viiden sanan mittainen ja linkiksi valittu teksti kertoo selkeästi, mihin kyseinen linkki johtaa. Hyvänä linkkimääränä pidettiin enimmillään kolmea linkkiä merkintää kohti.

4.2.4 Ulkoasu

Kuinka tärkeä on mahdollisuus blogimerkinnän esikatseluun ennen merkinnän julkaisua?



KUVIO 4. Blogien ulkoasu

Oman blogin ulkoasun muokkausmahdollisuutta pidettiin hyvin tärkeänä ominaisuutena. Yksi vastaajista jätti kokonaan vastaamatta yhteen ulkoasukategorian kysymykseen.

Sekä erilaisten sisältölaatikoiden lisäsmahdollisuus että eri elementtien uudelleen sijoittamismahdollisuus koettiin kaikkien vastaajien mielestä vähintään jokseenkin tärkeänä. Blogimerkinnän esikatseluominaisuus oli hyvin tärkeä peräti 11 vastaajan mielestä, kuten kuvio 4 osoittaa. Vain yksi vastaajista piti esikatselua turhana.

Vapaamuotoisissa vastauksissa toivottiin blogin ulkoasulta yksinkertaisuutta, selkeyttä, helppolukuisen kokoisia ja muotoisia fontteja sekä tietynlaista persoonallisuutta, joka tukee blogin teemaa ja sopii kirjoittajansa olemukseen. Valmiisiin teemoihin toivottiin runsaasti erilaisia valittavissa olevia vaihtoehtoja. Blogin taustan ja tekstin yhteensopivuutta peräänkuulutettiin useamman vastaajan toimesta, sillä liikaa keskenään riitelevä värimaailma voi karkottaa blogin lukijoita samoin kuin erilaiset liikkuvat animaatiot, jotka ovat Keräsen, Lambergin ja Penttisen (2005, 168) mukaan tehokkaita kiinnittämään käyttäjän huomion itseensä.

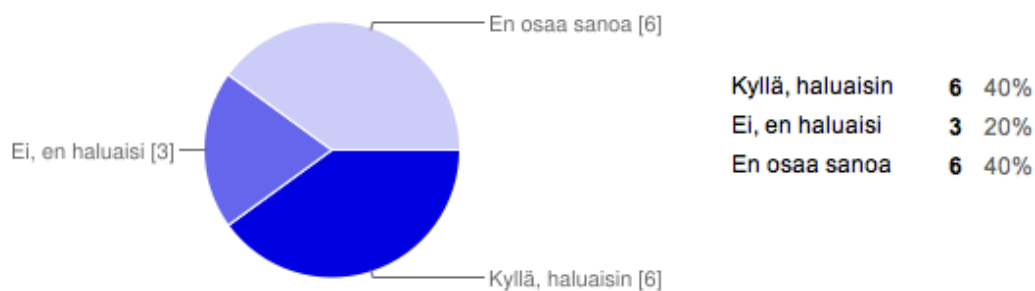
E erityisen huonona värivalintana mainittiin neonvärit sekä musta blogipohja. Myös koukeroisia kaunokirjallisia fontteja moitittiin vaikeaselkoisiksi. Keränen, Lamberg ja Penttinen (2005, 57) suosittelevat käyttämään www-sivuilla sellaisia

kirjasimia, jotka kuuluvat käyttöjärjestelmän peruskirjasimiin. Tällaisia kirjasimia ovat esimerkiksi Arial, Verdana, Georgia, Helvetica, Times ja Courier. Peruskirjasimia käyttäessä tekstin ulkoasu ei muutu, vaikka tekstiä luettaisiin eri käyttöjärjestelmillä ja selaimilla. Myös oikeanlaisen kirjasinkoon valinta vaikuttaa tekstin ulkoasun selkeyteen ja helppolukuisuuteen.

4.2.5 Blogimainonta

73 % vastaajista piti ulkopuolisten yritysten mainoksia hyväksyttävänä osana blogia, 27 % ei pitänyt mainoksista.

Haluaisitko itse mainostaa blogissasi omasta mielestäsi kiinnostavia yrityksiä ja heidän tuotteitaan?



KUVIO 5. Blogimainonta

Kysyttäessä vastaajien halukkuutta mainostaa heitä itseään kiinnostavia yrityksiä ja tuotteita omassa blogissaan jakoutuivat vastaukset suuresti. 40 % oli valmis blogissaan mainostamiseen, 20 % ei halunnut mainostaa lainkaan ja 40 % ei osannut sanoa mielipidettään. Mainosten piilottamisen toivottiin olevan mahdollista kaikkien muiden paitsi yhden vastaajan mielestä. Vastausten tarkka jakautuminen on esitetty kuviossa 5.

Vapaamuotoisten vastausten perusteella suuret ja muutoinkin erityisen huomiota herättävät mainokset kuten esimerkiksi erilaiset animaatiot ja pop up -mainokset koettiin negatiivisina asioina. Jos mainokset sopivat blogin teemaan eivätkä häiritse itse blogimerkintöjen lukemista, lukijat hyväksyvät ne helpommin. Mainosten ulkoasun suhteen lukijat olivat siis samaa mieltä kuin vastatessaan kyselyssä esitettyihin yleisempiin ulkoasukysymyksiin, joiden

perusteella web-sivustolle lisättyä animaatiota ei erityisemmin arvosteta sen erityisen huomiota herättävän ulkoasun vuoksi.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Blogikuvat

Sekä kyselyyn saapuneet vastaukset että tietoperusta tukivat kumpikin kuvien tärkeyttä blogimerkintöjen yhteydessä. Ajatuksella valittu kuvitus lisää lähes poikkeuksetta web-sivun kiinnostavuutta, sillä täysin kuvaton tekstimuotoinen merkintä koetaan helposti hyvin puuduttavaksi lukea. Näin ollen kuvattomilla blogeilla ja blogimerkinnöillä on useimmiten selvästi vähemmän lukijoita kuvitukseen panostaneisiin blogeihin verrattuna.

Kuvitus voi toki myös pilata blogin ulkoasun ja karkottaa lukijoita. Kyselyvastausten perusteella näin voi käydä esimerkiksi silloin, kun blogissa julkaistut kuvat ovat heikkolaatuisia tai ne on sommiteltu erityisen huolimattomasti. Kuten opinnäytetyön teoriaosuudessa kävi ilmi, ovat kuvat yksi niistä ensimmäisistä asioista, joihin web-sivulle ensimmäistä kertaa saapuva vierailija kiinnittää huomionsa. Kuvien ulkonäöllä voi siis vaikuttaa vahvasti siihen ensivaikutelmaan, jonka vierailija blogista saa. Ensivaikutelmalla onkin suuri merkitys, sillä runsaan blogitarjonnan vuoksi vierailijan on helppo klikata itsensä seuraavaan blogiin, ellei edellinen vaikuta hänen mielestään tarpeeksi kiinnostavalta.

Sekä kyselyyn vastanneet henkilöt että tietoperustassa siteeratut Korpela ja Linjama (2005, 203) ovat yhtä mieltä siitä, että kuvitusta valittaessa on viisainta valita sellaisia kuvia, jotka liittyvät merkinnän tekstiin. Aiheeseen liittymättömät kuvat voivat olla harhaanjohtavia ja jopa vaikeuttaa tekstin tarkoittaman sanoman ymmärtämistä. Kun kuvitus on valittu huolella merkinnän teksti huomioiden, tukevat kuvat ja teksti toisiaan lukijoita miellyttävällä tavalla ja kokonaisuus vaikuttaa yhtenäiseltä.

Kuvitukseen kannattaa siis mielestäni panostaa ainakin siinä tapauksessa, että haluaa myös blogin lukijoiden viihtyvän blogin parissa pidempään tai jos tavoitteena on saada blogilleen enemmän näkyvyyttä ja suosiota.

Mikäli lukijoita ja heiltä saamaansa palautetta tai mahdollisuutta aktiiviseen vuorovaikutukseen ei pidä suuressa arvossa, on kuvitus tietysti blogin teeman kannalta käytännössä yhdentekevää. Näin on myös siinä tapauksessa, että kirjoittaja haluaa julkaista blogia, jossa vain kirjallisella ilmaisulla ja tekstin välittämällä viestillä on merkitystä. Blogin aiheen ollessa luonteeltaan erityisen vakavamielinen edes lukijat eivät pidä kuvitusta tärkeänä, sillä kyseisessä tapauksessa ainoastaan itse tekstillä on merkitystä.

Kuvilla on suuri rooli blogin yleisen käytettävyyden kannalta. Sen lisäksi, että kuvitus valitaan tekstin teeman mukaisesti, on tärkeää osata valita sopiva määrä järkevän kokoisia kuvia. Kyselyvastauksista kävi ilmi, että blogimerkintään lisättyjen kuvien toivotaan olevan sen kokoisia, että niitä on vaivatonta katsoa. Kun blogin käytettävyys ja erityisesti blogin selaamisen nopeus otetaan huomioon, on selvää, ettei suurikokoisia kuvia voida lisätä tekstin sekaan kovin montaa. Suurin osa vastaajista toivoi myös, että blogiin lisättyjä kuvia olisi mahdollista katsella myös suuremmassa koossa kuin millaisina ne blogitekstin seassa näkyvät. Tästä syystä blogisovelluksessa kannattaisikin mielestäni käyttää peukalonpääkuvia, mikäli blogin kirjoittaja haluaa julkaista kerralla useita suuria valokuvia. Vaikka kuvat piristävätkin blogimerkintöjen ulkoasua, liiallinen kuvamäärä yhtä blogimerkintää kohti koetaan monien lukijoiden mielestä pitkästyttävänä.

Runsaalla kuvamäärällä on myös negatiivinen vaikutus blogin konkreettiseen toimivuuteen, sillä mitä enemmän kuvia web-sivu sisältää, sitä kauemmin sen lataaminen erityisesti hitaammilla yhteysnopeuksilla kestää. Kuvien lisäämisen suhteen onkin viisainta pysyä kohtuudessa. Muutama tekstin teemaan liittyvä kuva yhtä merkintää kohden riittää tekemään merkinnästä mielenkiintoisen.

5.2 Kommentit

Kommentit ovat tärkeä osa blogeja, joiden kirjoittajat pyrkivät vuorovaikutukseen blogin lukijoiden kanssa. Vaikka blogin tavoitteena ei olisikaan yhteisöllisyys ja vuorovaikutus, on kommentointiominaisuus löydyttävä jokaisesta blogista kyselyyn vastanneiden henkilöiden mielestä. Heidän mielestään blogin kommentoinnin estäminen blogin kirjoittajan toimesta on myös oltava mahdollista. Tästä voidaankin päätellä, että vaikka kaikki oman blogin perustajat eivät välttämättä perusta blogia vuorovaikutuksen vuoksi, on heille silti annettava mahdollisuus vastaanottaa kommentteja.

5.3 Linkit

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käy ilmi, että kaikkien aikojen ensimmäinen blogi perustettiin perustajansa mielestä mielenkiintoisten ja hyödyllisten linkkien listaamista varten. Pelkästään tästä syystä on helppo ymmärtää, miksi mahdollisuus lisätä blogiin linkkejä koetaan erittäin tärkeänä, onhan koko blogi-ilmio saanut osittain alkunsa juuri linkkien ansiosta.

Kyselyvastausten perusteella käyttäjäystävällisimmät linkit ovat ulkoasultaan sellaisia, että ne erottuvat selkeästi blogimerkinnän sisältämän tekstin ja blogisivun muun sisällön joukosta. Opinnäytetyön teoriapohja tukee tätä mielipidettä, sillä web-sivun linkeissä suositellaan käytettävän aina linkin väriksi yleisesti vakiintunutta kirkkaan sinistä väriä.

Myös linkkien määrän suhteen teoria ja kyselyvastaukset tukivat toisiaan, sillä vaikka linkit koettiin tarpeellisiksi, on niiden määrä yhtä merkintää kohden pidettävä kohtuullisuuden rajoissa. Korpelan ja Linjaman mukaan kolme linkkiä yhdessä merkinnässä on jo tarpeeksi.

5.4 Ulkoasu

Ulkoasun maltillisuuden vaikutusta blogin käytettävyyteen painotettiin niin vastaajien kuin esimerkiksi Keräsen, Lambergin ja Penttisen Digitaalinen media -kirjan toimesta. Blogin ulkoasussa tärkeäksi koettiin harkittu värien käyttö, vaikka tietynlainen persoonallisuus onkin hyväksi, kun blogin halutaan erottuvan positiivisella tavalla muiden blogien joukosta. Liian räikeät ja keskenään riitelevät värit eivät kuitenkaan kannusta lukemaan blogia, vaan enemmänkin karkottavat potentiaalisia lukijoita, joten persoonallisuutta kannattaa tavoitella muilla tavoilla.

Kysely vahvisti myös kirjassa mainittua väitettä, jonka mukaan animaatioiden käyttö blogin ulkoasun elävöittäjänä useimmiten enemmänkin vahingoittaa kuin tehostaa blogin käyttäjystävällisyyttä. Liikkuva animaatio on yleensä todella hallitseva elementti, joka vetää sivulla vierailevan lukijan huomion helposti pois blogin muusta sisällöstä ja saattaa helposti jopa ärsyttää. Mielestäni animaatioiden käyttö blogissa kannattaisikin unohtaa kokonaan.

5.5 Blogimainonta

Kyselytulosten perusteella blogissa mainostamiseen suhtauduttiin hieman myönteisemmin kuin olin itse osannut etukäteen odottaa. Vastausten mukaan mainontaa siedetään sitä paremmin mitä hillitymmin blogeihin lisätty mainostaminen on toteutettu. Mainokset eivät saa olla ulkoasultaan päällekkäisiä eikä niitä saa olla määrällisesti liikaa, sillä monesti ne pilaavat muilta osin ehkä hyvin tyylikkäänkin blogin ulkoasun. Pop up -mainokset samoin kuin erilaiset animaatiota tai ääntä sisältävät mainokset koetaan kaikkein ärsyttävimpinä. Tämä vahvistaa mielestäni sitä teoriaa, jonka mukaan käytettävyyden osalta eniten miellyttävä blogisivusto ei sisällä minkäänlaista animaatiota.

Koska mainosarvoltaan tehokkaimmat mainokset ovat kuitenkin lähes poikkeuksetta visuaalisesti huomiota herättäviä ja sisältävät jonkinlaista liikkuvaa kuvaa, saattaa mainonnan omassa blogissaan salliva henkilö joutua hyväksymään mainonnan osittain käyttäjäystävällisyyden kustannuksella. Kaikkia lukijoita on luonnollisesti mahdotonta miellyttää, mutta mikäli blogissa tarjottaisiin mahdollisuus piilottaa mainokset, kuten yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki kyselyyn vastanneista toivoivat, olisi mainoksilla pienemmät haittavaikutukset blogin yleisen käytettävyyden suhteen.

6 POHDINTA

Valitsin blogien käyttäjäystävällisyyden tutkimisen aiheeksi siksi, että blogeja niin lukijana kuin kirjoittana harrastavana törmään erilaisiin käytettävyysskysymyksiin lähes päivittäin. Aihe kiinnosti itseäni suuresti ja jo alusta saakka oli selvää, että työhöni kokoamistani tiedoista tulisi olemaan hyötyä myös oman harrastukseni kannalta.

Koin kyselyvastausten analysoinnin opinnäytetyöprosessin mielekkäimpänä osuutena, sillä oli todella kiinnostavaa lukea muiden kaltaisten blogeja harrastavien mielipiteitä siitä, millaisia käyttäjäystävällisyyden ja käytettävyyden kriteerejä he itse blogeissa arvostavat ja mitä vastaavasti kokevat puutteina. Vaikka kyselyyn saapuneissa mielipiteissä olikin hajontaa, yllättävän moni jakoi kanssani samat käsitykset blogien käytettävyydestä erityisesti blogien ulkoasukriteerien suhteen.

Mielestäni kyselyn kautta kerätty informaatio olisi hyödyllistä luettavaa erityisesti ensimmäisen oman blogiansa ulkoasua suunnittelevalle henkilölle, sillä monipuoliset blogihallintasovellukset antavat blogin kirjoittajalle laajat muokkausmahdollisuuden huolimatta siitä, kuinka hyvin he ovat erilaisiin käytettävyyden tekijöihin ennestään perehtyneet. Kun blogi sitten toteutetaan käytettävyyttä millään tavalla pohtimatta, voi lopputulos olla mahdollisten lukijoiden kannalta hyvinkin epämiellyttävä.

Opinnäytetyöprosessini kesti reilusti yli vuoden johtuen yleisistä motivaatio-ongelmista opiskelua kohtaan. Tästä syystä kului useita kuukausia, jolloin työ ei edennyt lainkaan. Edes itseäni kiinnostava opinnäytetyön aihe ei riittänyt nostamaan työmotivaatiota tarpeeksi korkealle ja olenkin varma, että tämä vaikutti myös opinnäytetyöni lopulliseen kattavuuteen. Erityisesti kyselyn olisin toivonut olleen sisällöltään laajempi, kuin millainen siitä lopulta muodostui. Pääpiirteittäin olen kuitenkin tyytyväinen opinnäytetyöni lopulliseen muotoon, sillä työn loppuun saattaminen tuntui ajoittain hyvinkin haastavalta.

LÄHTEET

Alasilta, A. 2009. Blogi tulee töihin. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy

Bar-Ilan, J. 2004. An outsider's view on "topic-oriented" blogging. International World Wide Web Conference. Proceedings of the 13th international World Wide Web Conference on Alternate track papers & posters, 28-34.

Blogikirja - aiheena blogit ja bloggaaminen.

http://blogikirja.blogspot.com/2006_12_01_archive.html Kilpi, Tuomas.

Hakupäivä 14.3.2011

<http://www.blogilista.fi/> Hakupäivä 28.11.2011

<http://helmiblogit.mtv3.fi/> Hakupäivä 6.4.2011

<http://www.kaleva.fi/uutiset/muotimainonta-puhalttaa-blogeissa/796910>

Hintikka, K. 2007. Web 2.0 - johdatus internetin uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin. Helsinki: Tieteiden tutkimuskeskuksen kehittämiskeskus ry:n julkaisusarja: 28

Keränen, Lamberg, Penttinen. 2005. Digitaalinen media. Jyväskylä: Docendo Finland Oy

Kilpi, T. 2006. Blogit ja bloggaaminen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Korpela, J. K. 2003. WWW-sivut jokaiselle sopiviksi. Helsinki: TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry

Korpela, J.K., Linjama, T. 2005. Web-suunnittelu. Jyväskylä: Docendo Finland Oy

Krug, S. 2006. Älä pakota minua ajattelemaan! Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M. 2004. Blogging as a social activity, or, would you let 900 million people read your diary? Computer Supported Cooperative Work. Proceedings of the 2004 ACM conference on Computer supported cooperative work.

Nielsen, J. 2000. WWW-suunnittelu. Jyväskylä: IT Press

Nielsen, J, Tahir, M. 2002. Kotisivun suunnittelu. Helsinki: IT Press

Wiio, A. 2004. Käyttäjätavallisen sovelluksen suunnittelu. Helsinki: Edita

Wikipedia 2011. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Blogi>. Hakupäivä 13.3.2011

Wikipedia 2011 <http://fi.wikipedia.org/wiki/RSS> Hakupäivä 13.3.2011

Millainen on käyttäjäystävällinen blogisovellus?

Millaisia toimintoja ja ominaisuuksia blogisovelluksessa kuuluisi sekä blogin ylläpitäjänä että blogien lukijana mielestäsi ehdottomasti olla, jotta se täyttäisi käyttäjäystävällisen blogikäyttöliittymän kriteerit? Valitse mielestäsi oikeat väittämät!

Pitääkö blogisovelluksessa olla mahdollisuus lisätä blogimerkintään useampi kuva koneelta samanaikaisesti?

- Kyllä
- Yksi kuva kerrallaan riittää
- Linkitän kuvani suoraan netistä
- Kuvien lisääminen ei ole tärkeä ominaisuus

Pitääkö blogisovelluksessa olla mahdollisuus klikata blogimerkinnän kuvat suuremmiksi?

- Kyllä
- Ei

Muita ajatuksia blogikuviin liittyen (esim. vaikuttaako blogikuvitus blogin suosioon/lukukokemukseen jne. ja jos vaikuttaa, niin miten)?

Pitääkö blogissa olla kommentointimahdollisuus?

- Kyllä
- Ei

Pitääkö blogin kirjoittajalla olla mahdollisuus estää blogimerkintöjen kommentointi?

- Kyllä
- Ei

Pitääkö blogimerkinnän kommentoijalla olla mahdollisuus muotoilla kommentissa käytettävän fontin ulkoasua (kursivointi, lihavointi, alleviivaus jne.)

- Kyllä
- Ei

Muita ajatuksia kommentteihin liittyen?

Pitääkö blogin kirjoittajalla olla mahdollisuus lisätä linkkejä muille nettisivuille (myös muualle kuin blogimerkinnän tekstikenttään eli esim. erilliseen linkkilaatikkoon)?

- Kyllä
- Ei

Kuinka tärkeää on, että jokaisen blogipostauksen yhteydestä löytyy linkkipainike, jolla kyseistä postausta voi "suositella" Facebookissa?

- Hyvin tärkeää
- Jokseenkin tärkeää
- Ei lainkaan tärkeää

Muita ajatuksia linkeihin liittyen?

Kuinka tärkeä on mahdollisuus muokata oman blogin värimaailmaa eli blogin ulkoasuteeman värejä?

- Hyvin tärkeä
- Jokseenkin tärkeä
- Ei lainkaan tärkeä

Kuinka tärkeä on mahdollisuus lisätä blogiin erilaisia sisältölaatikoita (esim. kalenteri, kello, linkkilista kiinnostaville web-sivuille ja vastaavaa)?

- Hyvin tärkeä
- Jokseenkin tärkeä
- Ei lainkaan tärkeä

Kuinka tärkeä on mahdollisuus päättää eri elementtien (esim. postausarkiston, linkkilistojen ja mainosten) sijoittelusta omassa blogissa?

- Hyvin tärkeä
- Jokseenkin tärkeä
- Ei lainkaan tärkeä

Kuinka tärkeä on mahdollisuus blogimerkinnän esikatseluun ennen merkinnän julkaisua?

- Hyvin tärkeä
- Jokseenkin tärkeä
- Ei lainkaan tärkeä

Muita ajatuksia ulkoasuun liittyen (esim. vaikuttaako ulkoasu blogin suosioon/lukukokemukseen jne. ja jos

vaikuttaa, niin miten)?

Saako blogissa mielestäsi olla ulkopuolisten yritysten mainoksia?

- Kyllä
 Ei

Haluaisitko itse mainostaa blogissasi omasta mielestäsi kiinnostavia yrityksiä ja heidän tuotteitaan?

- Kyllä, haluaisin
 Ei, en haluaisi
 En osaa sanoa

Pitääkö blogissa olla mahdollisuus piilottaa mahdolliset mainokset?

- Kyllä
 Ei

Muita ajatuksia blogimainonnasta (esim. hyviä/huonoja puolia jne.)

Submit

Muita ajatuksia blogikuviin liittyen (esim. vaikuttaako blogikuvitus blogin suosioon/lukukokemukseen jne. ja jos vaikuttaa, niin miten)?

1. Kuvituksia on aina mukava seurata blogeissa, kuvattomat blogit jäävät äkkiä lukulistalta pois

2. Kuvien laatu vaikuttaa eniten. Tarpeeksi isot, hyvät kuvat tekevät lukemisesta kivaa. Toisaalta liian isot kuvat ja esimerkiksi massiivinen taustakuva tai banneri voivat hitaalla nettiyhteydellä latautua ärsyttävän kauan.

3. Mä kun vastikään siirryin bloginpitäjänä Vuodatuksesta Bloggeriin, täytyy sanoa, että mun mielestä Bloggerin kuvanlisäyssysteemi on paljon huonompi. Kuvia ei saa automaattisesti vierekkäin, vaan se pitää tehdä html-koodissa ja mun mielestä jos blogimerkinnässä on paljon kuvia, ne halutaan ehkä usein pieneen kokoon, niin niitä pieniä, suurennettavia kuvia ei ole mitään järkeä laittaa allekkain (merkinnästä tulee tosi pitkä). Vuodatuksessa kuvan kokoa sai säätää myös sillä tavalla kulmista ja reunoista kiinni ottamalla, mikä mahdollisti tosi vapaan kuvakoon. Siitä tykkäsin.

4. Hyvät ja hienot kuva saa lukijan viipymään blogissa pidempään. Kuvia on miellyttävä katsoa ja saa useasti tekstiin "helpomman" lähestymisen.

5. Jos kuvat on epäteräviä ja huonosti sommiteltuja, saatan jättää blogin lukematta kokonaan. Pienet tuherrukset eivät sulostuta silmää.

6. Mielestäni liian taiteelliset kuvat eivät vaikuta ainakaan positiivisesti lukukokemukseen. Mutta uskoakseni blogit, joissa on kuvia, ovat suosituimpia. Tietenkin jos kirjoittajalla nyt vaan on sana hallussaan, niin kyllähän sitä lukee ilman kuviakin.

7. Kuvattomat blogit eivät jaksa kiinnostaa ainakaan minua. Kuvat jäsentävät tekstiä, eikä pitkäkään teksti tunnu siksi niin työläältä lukea ja kuvat ovat mielenkiintoisia. Kun katsoo suosittujen blogien kuvia, ne ovat hyvälaatuisia. Varsinkin ihmisiä sisältävät kuvat ovat kiinnostavia. Lisäisin vielä tuohon kysymykseen: "Pitääkö blogisovelluksessa olla mahdollisuus klikata blogimerkinnän kuvat suuremmiksi?", että mielestäni kuvien pitäisi olla jo tarpeeksi isoja tekstin seassa, jottei niitä tarvisi klikata suuremmiksi.

8. Omasta mielestäni kuvat lisäävät kiinnostus ainakin joihinkin blogeihin. Blogikuvien merkitys itse blogin suosion kannalta riippuu paljon itse blogin aiheesta. Blogiin, jossa käsitellään esim. vaikeaa sairautta tai mielenterveysongelmia en kaipaisi paljon valokuvia. Tällöin kuvat voivat jopa haitata. Toisaalta esim. luontokuvablogeissa tai leivontablogeissa onnistuneet kuvat ovat koko blogin "juju". Tällöin huonot kuvat vaikuttavat kielteisesti blogisuosioon. Itse koen tekstin ja kuvien yhteensovittamisen melko haastavana ja aikaavievänä. Kuvan ja kirjoituksen suhdetta ei tule aina ajateltua. Tämän

asian tarkka suunnittelu varmasti lisääisi blogin suosiota. Toisaalta tämä vie paljon aikaa, jolloin kirjoituksia syntyy vähemmän tai into kirjoitteluun sammuu kokonaan. Pääosin kiinnostus blogiin syntyy mielyttävän/persoonallisen/hauskan/asiallisen (riippuu blogin aiheesta) kirjoitustyylin kautta. Hyvät kuvat ovat ylimääräistä plussaa. Huonot kuvat eivät kokonaan "tapa" lukuintoa, jos teksti on mielenkiintoista. Tiivistäen pääosin blogeissa teksti on tärkein ja kuvat plussaa. Omassa blogissa kuvia tulisi voida lisätä helposti ja kuvien kokoa muuttaa. Myös kuvien asettelumahdollisuudet on tärkeitä. (mihin reunaan, tekstiin "upotus") Näihin ominaisuuksiin olenkin blogissani tyytyväinen. Omassa blogissani minua ärsyttää, että ladatut, mutta tekstissä käyttämättömät kuvat ovat kaikkien blogia lukevien löydettävissä. Kaikki artikkelin yhteyteen ladatut kuvat näkyvät artikkelin kuvia selaamalla. Jostain syystä kyvien koon pienentäminen (skaalaa kuvaa toiminto) ei onnistu enää myöhemmässä vaiheessa. Kuvan kokoa on pienennettävä tarvittaessa heti latauksen yhteydessä.

9. Ns. kuvaoksennukset voivat haitata lukukokemusta, varsinkin, jos äärimmilleen kuvitettua blogia yrittää lukea mobiililaitteella.

10. Kuvien käyttö on tullut vuosien aikana tärkeämmäksi. Joskus kiireessä merkinnöistä selaa pelkästään kuvat ja toisinaan niiden perusteella päättää lukeeko koko merkinnän tekstit myös. Kuvien määrä on myös minulle tärkeä asia, koska liian suuri kuvien määrä voi lopettaa kiinnostuksen blogiin - sopiva määrä kuvia yhteen postaukseen on mielestäni noin 2-10. Jos bloggaaja myös esittelee itseään liikaa useissa täysin samanlaisissa kuvissa, blogista saa hyvin pinnallisen kuvan.

11. Mielestäni kuvilla on iso merkitys, mutta siihen voi vaikuttaa se, että itse olen todella visuaalinen henkilö. Jos blogin kuvat ovat pieniä ja/tai huonolaatuisia, jää blogi usein tilaamatta. Kuvilla voi kertoa niin paljon, ja ne myös elävöittävät tekstiä. Pitää olla siis oikeassa suhteessa. Myös liika kuvaspämmi on huono juttu.

12. Tykkään, että blogissa on kuvia. Jokaisessa postauksessa ei tarvitse olla, mutta kyllä kuvitus noin yleisesti ottaen tekee tekstistä houkuttelevamman. Yksi kuva riittää ihan hyvin, jos on paljon tekstiä ja nimenomaan se asia on se juttu. Kuvablogit on sitten erikseen. Toisaalta taas jos juttu on hyvä, se toimii ilman kuvaakin.

13. Hyvin huonolaatuiset ja/tai liian pienet kuvat vähentävät blogin kiinnostavuutta.

14. Kuvilla saa merkinnästä tehtyä huomattavasti kevyemmän lukea.

15. Kuvat kertovat lisää ja piristävät ja keventävät tekstiä. Jos on pelkkää tekstiä, niin sitä ei välttämättä jaksaa lukea. Kuvat taas jopa herättävät lukemaan.

Muita ajatuksia kommentteihin liittyen?

1. Jos kommenttien kirjoitus on piilotettu kovin monien klikkauksien taakse jäävät ne usein antamatta, vaikka asiaa postaukseen olisikin

2. Kommenttiboksin tärkein ominaisuus on helppokäyttöisyys ja -lukuisuus. Olen törmännyt kommenttibokseihin, joihin on laitettu fontiksi jokin niin kiemurainen, ettei kommentoija näe kunnolla, mitä kirjoittaa. Kommenttiboksit voivat käyttäytyä eri tavoin eri resoluutioilla: olen törmännyt tapauksiin, joissa blogiin ei ole pystynyt jättämään kommenttia, koska lähetä-nappi ei ole mahtunut näkymään näytöllä. Omasta mielestäni parhaiten toimii erilliseen ikkunaan aukeava kommentointi.

3. Kommenttien laitto pitäisi estää kokonaan ihmisiltä joilla ei ole nimimerkkiä. Tämän voi tehdä blogin omistaja itse, mutta sen olisi hyvä olla vakio-ominaisuus. Myös se, että s-posti on kommenttikentässä auttaa paljon vastaamista, varsinkin haukkumakommentteihin.

4. Minusta jokaisen kommentoijan olisi hyvä muistaa hyvä käytös, eikä vain käydä purkamassa omaa oloaan kommentoimalla jotain soopaa. Lisäksi anonyymit kommentoijat voisivat laittaa vaikka jonkun nimimerkin loppuun, koska muutoin tuntuu, että kaikki anonyymit ovat yksi ja sama :) Parhaimmillaanhan kommentointi on hyvää keskustelua, olettaen että blogin pitäjä vaivautuu vastaamaan kommentteihin. Eniten ottaa pattiin se, että toivotaan kommentteja, mutta ei koskaan vastata niihin. Toiset taas vastaa ja se tuntuu kivalta, koska silloin viimeistään käsittää, että kommenttini on luettu.

5. Toisinaan kommenttien tarkistus ennen niiden julkaisua on tärkeää. Valitettavasti nettikiusaaminen on yleistynyt, etenkin blogeissa, joissa kirjoittaja käyttää omia kasvokuviaan, joten kommenttien tarkastus estää loukkaavien viestien julkisuuteen pääsyn.

6. Mielestäni anonyymikommentointi on täysin turha blogeissa. Jos oikeasti on kiinnostunut ja on asiaa kirjoittajalle, ei luulisi olevan iso asia hankkia rekisteröity nicki ja kirjoitella avoimesti sitä käyttäen. Anonymiteetin suojasta kun on helppo laukoa mitä vain, aiheutuu näistä anonyymeistä usein vain pahaa mieltä ja harmia - vaikka kirjoittaja kuinka väittäisi, ettei välitä niistä. Kommenteissa siis mielestäni laatu korvaa määrän.

7. On tietenkin kiva, jos on mahdollisuus tehostaa kommenttiaan kursiivein tm. tehokeinoin, mutta ei se mielestäni mitenkään välttämätöntä ole. Kenties, jos ei voi tehostaa kommenttiaan ulkoisin keinoin, sen kirjoittamiseen paneutuu enemmän saadakseen muotoiltua sanottavansa mahdollisimman selkeäksi.

8. Omia kommentteja olisi hyvä päästä muokkaamaan.

9. Kommenteissa voisi hyvinkin olla enimmäismitta. Ainoastaan blogin kirjoittaja saisi kirjoittaa "ylipitkiä" kommentteja. Ei ketään oikeasti kiinnosta monen monta virkettä pitkät kommentit...

10. Olisi paljon miellyttävämpi kirjoittaa kommentteja, jos ei tarvisi näpytellä sanavahvistuksia.

11. Blogeissa tulee olla mahdollista valita haluaako tiettyyn artikkeliin kommentteja vai ei. Ymmärrän hyvin, miksi jotkut blogin kirjoittajat eivät halua kommentteja. Tällöin blogin tarkoitus on lähinnä informatiivinen. Tarkoituksena ei ole luodakaan vuorovaikutusmahdollisuutta kuten useimmissa blogeissa. Vuorovaikutusmahdollisuus luo blogin kirjoittajalle ja lukijalle uusia mahdollisuuksia niin hyvässä kuin pahassa. Voi kiittää tai kiroilla. Parhaimmillaan artikkelin aiheen käsittely jatkuu antoisana keskusteluna kommenttien kautta. Pahimmillaan kommentointi luo vain mahdollisuudet ilkeämieliselle piikittelylle ja kiusanteolle.

Muita ajatuksia linkkeihin liittyen?

1. Linkit yleisesti ovat suhteellisen selkeitä

2. Mielestäni linkkien on tekstin seasta hyvä erottua jotenkin, jotta ne tajuaa linkeiksi. Toisaalta liiallinen neonväri+alleiviivaus+lihavointi raivostuttaa ja hankaloittaa lukemista.

3. Facebook-tykkäys on tosi kiva lisä, mikä valitettavasti jäi mun blogista nyt pois kun siirryin Bloggeriin. Facebook-linkkaus on kuitenkin olemassa, joten se riittääköön ;) Facebookissa kiertää nykyisin kaikki muukin, joten miksei blogimerkinnätkin. Se on toki hyvä jos blogin pitäjällä on mahdollisuus valita, näytetäänkö Facebook-linkkipainiketta vai ei.

4. Linkkejä ei saisi mielestäni ylikäyttää. Aivan jokaista asiaa ei tarvitse linkittää. Eiköhän lukijoista suurin osa osaa googettaakkin.

5. Muutama helposti käytettävä linkkivalikko riittää minun kaltaiselle perusbloggaajalle. Runsas valikoima lisää toki vaihtoehtoja ja kokenut käyttäjä saa blogistaan enemmän irti. Aloitteleva bloginkirjoittaja hämmentyy, tuskastuu ja pahimmassa tapauksessa lopettaa kokonaan. Linkkivalikkojen tulee olla tarpeeksi helppokäyttöisiä ja yksinkertaisia.

6. Jos kommentissa on linkki, niin silloin se voisi mennä bogin pitäjän hyväksyttäväksi, koska saattaa hyvinkin olla mahdollista, että se on mainos tai joku haluaa vaan tuoda jotain sellaista esille, mikä ei millään muotoa edes kuulu koko asiaan.

7. Linkkien väriä täytyy pystyä muokkaamaan, kun layoutissa vaihdetaan muita värejä. Linkkien näkyvyys on tärkeää.

8. Itse en linkittäisi mitään blogia (paitsi julkkisblogit ovat asia erikseen) Facebookiin enkä etenkään, jos siellä ei ole suoria linkkipainikkeita sitä varten. Moni kuitenkin bloggaa anonyymisti eikä välttämättä halua, että juttuja mainostetaan Facebookissa. Toisiin blogeihin linkittämisen koen erilaisena, sillä blogikulttuuriin mielestäni kuuluu linkittäminen toisiin blogeihin.

Muita ajatuksia ulkoasuun liittyen (esim. vaikuttaako ulkoasu blogin suosioon/lukukokemukseen jne. ja jos vaikuttaa, niin miten)?

1. Mitä selkeämpi ulkoasu blogissa on, sitä helpompi sitä on seurata. Myös värit ja sijoittelu vaikuttaa lukukokemukseen

2. Huonosti toimivan ulkoasun takia sisällöltään hyväkin blogi saattaa jäädä lukematta. Toisaalta hieno ulkoasu ei saa sisällöltään kehua blogia kiinnostavaksi mitenkään. Yleensä yksinkertainen on aina lukijaystävällisempää, mutta toisaalta persoonallisuus myös ulkoasussa tekee blogista mieleenpainuvan. Itse pidän hillityistä, muutaman eri väriä yhdisteleivistä blogiulkoasuista. Kaikki eivät miellytä mun silmää, mutta mun mielestä jokaisella on oikeus tehdä blogistaan juuri niin persoonallisen näköinen kuin itsekin on, itseään kuvastavan näköinen siis.

4. Mielestäni ulkoasulla on todella paljon merkitystä lukukokemukseen. Liian täyteen ahdattu blogi monilla eri väreillä on usein liian silmille hyppäävä ja lukukokemuksesta tulee epämiellyttävä. Neutraali ja nätisti sijoitellut elementit tekevät blogista entistä mielenkiintoisemman.

5. Ulkoasu vaikuttaa todella paljon. Kukaan ei lue sekavan näköistä blogia josta ei tiedä missä teksti menee ja missä kuvat. Myöskin huono fontti saa luopumaan blogin lukemisesta.

6. Ulkoasu pitää olla mahdollista muokata kirjoittajan ja blogin aiheen näköiseksi. Ei ole kovinkaan ideaalia, jos taustakuvana on kukkia, jos kirjoittajan mielteet ovat aina kovinkin melankolisia. Eli silloin saa äkkiä kuvan liiallisesta sarkastisuudesta.

7. Jotain persoonallisuutta ulkoasussa pitää olla, jotta se saa ensikatselulla kiinnostuksen blogia kohtaan heräämään. Blogit joissa on liikkuvaa animaatiota, häiritsevät itseäni suuresti, oli sitten kyse vaikka pienestä fav-ikonista. Keskitettyä tekstiä on inhottava lukea ja värejä ei saisi olla liikaa. Joskus tulee vastaan blogeja, joissa taustaväriin ja fonttiväriin yhdistelmä on niin paha, että silmät menee sikkuralle.

8. Selkeät ja yksinkertaiset vaihtoehdot ovat parhaita. Blogin ulkoasu kertoo paljon bloggaajasta ja blogin aiheesta. Värimaailma on mielestäni mukavaa muokata oman mielen mukaan. Omassa blogissani pidän annettuja vaihtoehtoja yksinkertaisina, mutta hieman kankeina. Tässä vika on todennäköisesti käyttäjässä. Kokenut tietokoneenkäyttäjä varmaan osaisi paremmin. Tosin suurin osa blogeista on tavallisten tallaaajien (joihin otsekin lukeudun) perustamia. Blogin käytön tulee olla mahdollisimman helppoa ja yksinkertaista. Ilmaisiin teemavaihtoehtoihin kaipaisin kuitenkin lisää vaihtelua. Yksinkertaista ja kaunista, mutta persoonallista. Teemavaihtoehdot voisivat "joustaa# enemmän käyttäjän mielen mukaan. (esim. palkkien asettelu.)

9. Huoliteltu, lukijaystävällinen ulkoasu ja hyvin jäsennelty teksti tekevät lukukokemuksesta mieluisan. Esimerkiksi blogit, joissa on neonvirheää tekstiä mustalla pohjalla, jäävät helposti lukematta.

10. Minulle blogin ulkoasu on erittäin tärkeä. En jaksaa lukea "harmaata" tekstiä. Jos blogin ulkoasu on pliisu, se kertoo jo aika paljon. Jos se taas on pirteä, niin kirjoittajakin on silloin todennäköisesti sellainen, jonka tekstejä jaksaa lukea. Teksti pitää olla selkeää, ei liian pientä tihrua tai minulta jää melkein aina lukematta, jos teksti on mustalla pohjalla.

11. Ulkoasulla on usein suuri vaikutus blogin kiinnostavuuteen. Jo pelkästään siitä näkee usein kirjoittajan mieltymykset mm. värien muodossa. Tietysti sisältö on tärkein, mutta silmiä hivelevää blogia on ilo lukea.

12. Mielestäni vaikuttaa. Se on vähän sama kuin pukeutuminen. Nätti ja huoliteltu ihminen herättää varmasti positiivisempia reaktioita kuin ulkonäöstään piittaamaton suttura. Blogin ulkoasulla voi myös kertoa siitä, millainen blogi on kyseessä tyyllillisesti ja sisällöllisestikin.

13. Blogin ulkonäkö vaikuttaa siinä mielessä, että sekavat ja vaikealukuiset (hyvin pieni tai erikoinen fontti) blogit jäävät minulta ainakin lukematta, koska en jaksaa pinnistellä saadakseni tekstistä selvää. Se on harmi, jos on muuten mielenkiintoinen blogi. Pientä fonttia voi toki helposti itse suurentaa lukiessaan tekstiä, mutta minusta etenkin nämä lisääntyneet kaunokirjalliset fontit eivät sovi pitkiin juttuihin. Niitä kannattaisi käyttää vain runoissa tai kuvateksteissä tmv.

14. Blogin sivupohja ja fonttien värit vakuttavat todella paljon luettavuuteen, joten ne ovat tärkeitä asioita päästä säätämään.

Muita ajatuksia blogimainonnasta (esim. hyviä/huonoja puolia jne.)

1. Niin kauan kun mainokset eivät blogeissa ole päällekkäviä, ei niistä ole haittaa, mutta jos ne alkavat haitata lukemista, niin mainokset ärsyttävät

2. Etenkin isot tai välkkyvät mainokset häiritsevät paljon, pahimpia ovat pop upit. Joskus taustakuvana tai bannerimaisena oleva mainos saattaa suorastaan pilata muuten tyylikkään ulkoasun. Jos mainokset ovat linjassa blogin sisällön kanssa, niitä voi sietää. Itse harkitsisin hyvin tarkkaan mainosten laittamista omaan blogiini - onneksi blogini on niin pieni ja turha ettei mainostajia kiinnosta!

3. Blogeissa saa olla mainontaa, kunhan se ei liikaa hyppää silmille. Kieltämättä mainonnan lisääminen blogiin tuntuisi houkuttelevalta rahankiilto silmissä. En ole kuitenkaan lähtenyt siihen mukaan, koska mainokset saattaisivat pilata blogini ulkoasun ja häiritä sen lukemista. Jos blogiin laittaa mainontaa, niin mainostettavan asian olisi hyvä sopia blogin sisältöön.

4. Itseäni blogimainokset ärsyttävät ja klikkaan ne piiloon blogia lukiessani heti ensimmäisen tilaisuuden tullen. Toisaalta blogimaailma antaa monelle uusia mainostamisvaihtoehtoja. Onneksi omassa blogissani ei näy mainoksia. Eivät sovi minulle, mutta kukin taplaa tavallaan.

5. En tykkää, kun mainoksia on JOKA paikassa ja ne pomppaavat eteen, halusi tai ei. Joku paikka pitäisi olla rauhoitettua!

6. Liian suuret ja vilkkuvat mainokset (animaatiot) ovat usein todella ärsyttäviä. Myös ponnahdusikkunoita tulisi välttää. Blogimainokset tulisi pitää hillittyinä.

7. Itse en ole pahemmin edes miettinyt tätä mainostamisasiaa, vaikka joitakin kertoja on tullut "tarjous" lisätä mainoksia blogiin. Jotenkin en pidä kaupallisuudesta blogosfäärissä. Vaarana on myös se, että blogin kirjoittaja kehuu tuotteita vain mainostamisen vuoksi, koska saa siitä rahaa. Tällöin koko blogien idea, kertoa omista ja oikeista käyttäjäkokemuksista vesittyy.

8. Blogimainonta on ok niin kauan kuin se ei estä blogin rauhassa lukemista. Esim. popup-mainokset, ääniä tai liikkuvaa kuvaa sisältävät mainokset häiritsevät liikaa.

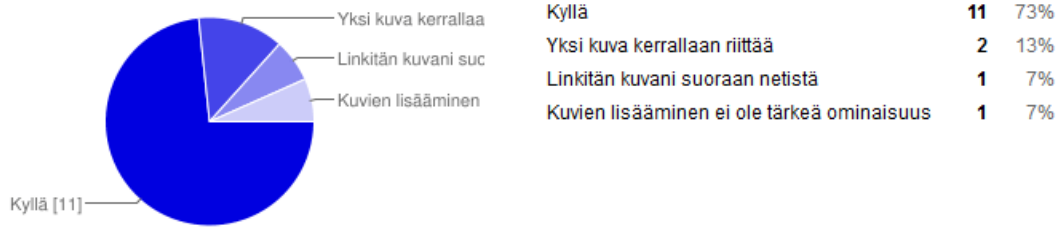
9. Mainonnalla on mahdollista saada pientä lisäansioita, jos sen tekee oikein.

10. Jos yritys, ja kaupattava asia on itselleni tärkeä tai mielenkiintoinen, niin toki voisin sitä mainostaa muutenkin kuin pienellä tekstilinkillä, mutta blogin palveluntarjoajan blogeihin tunkemat deittisivustomainokset tai vastaavat ei käy laatuun.

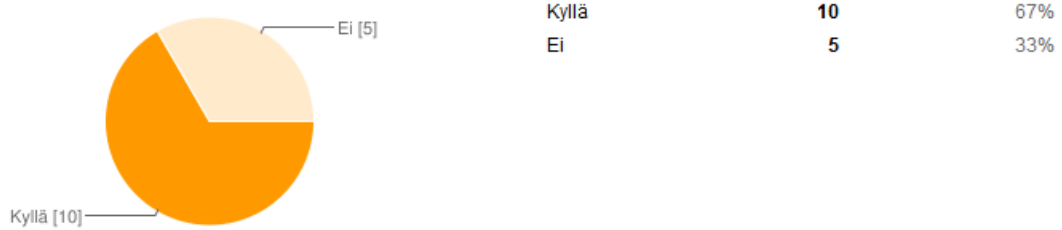
MUUT KYSYMYKSET

LIITE 3

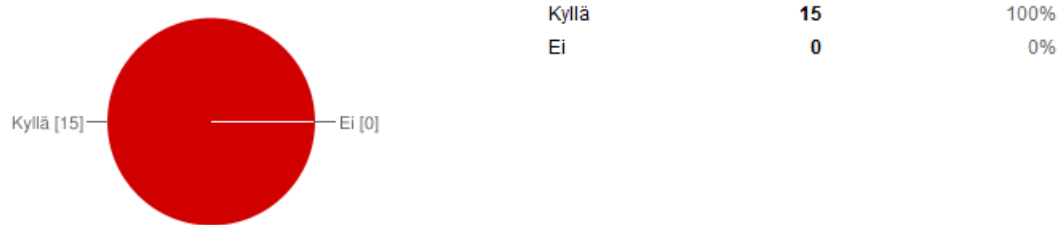
Pitääkö blogisovelluksessa olla mahdollisuus lisätä blogimerkintään useampi kuva koneelta samanaikaisesti?



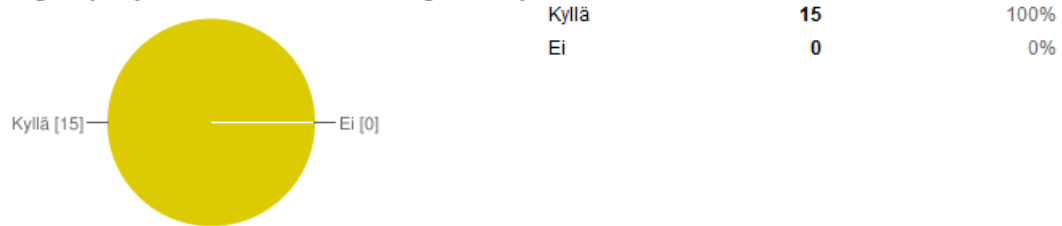
Pitääkö blogisovelluksessa olla mahdollisuus klikata blogimerkinnän kuvat suuremmiksi?



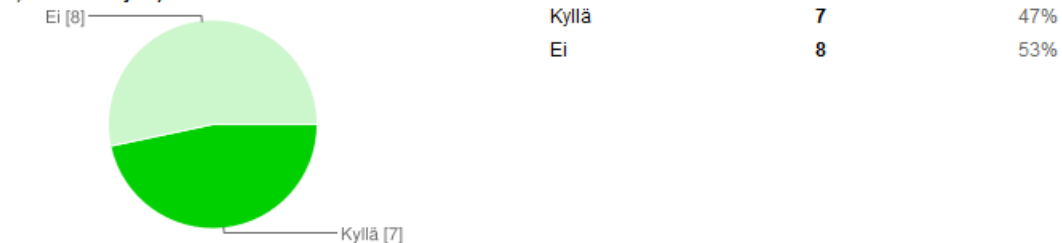
Pitääkö blogissa olla kommentointimahdollisuus?



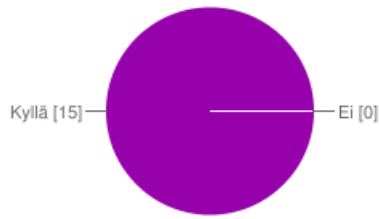
Pitääkö blogin kirjoittajalla olla mahdollisuus estää blogimerkintöjen kommentointi?



Pitääkö blogimerkinnän kommentoijalla olla mahdollisuus muotoilla kommentissa käytettävän fontin ulkoasua (kursivointi, lihavointi, alleviivaus jne.)

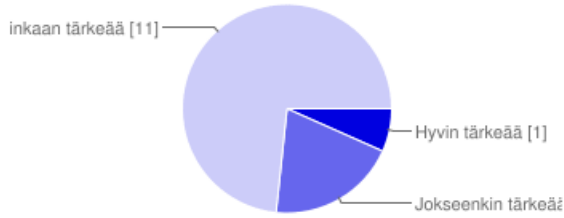


Pitääkö blogin kirjoittajalla olla mahdollisuus lisätä linkkejä muille nettisivuille (myös muualle kuin blogimerkinnän tekstikenttään eli esim. erilliseen linkkilaatikkoon)?



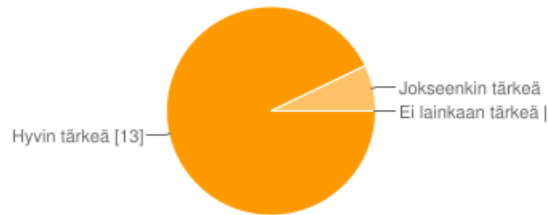
Kyllä	15	100%
Ei	0	0%

Kuinka tärkeää on, että jokaisen blogipostauksen yhteydestä löytyy linkkipainike, jolla kyseistä postausta voi "suositella" Facebookissa?



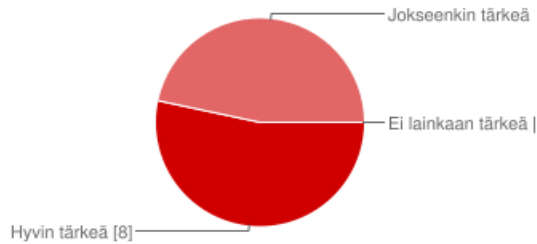
Hyvin tärkeää	1	7%
Jokseenkin tärkeää	3	20%
Ei lainkaan tärkeää	11	73%

Kuinka tärkeä on mahdollisuus muokata oman blogin värimaailmaa eli blogin ulkoasuteeman värejä?



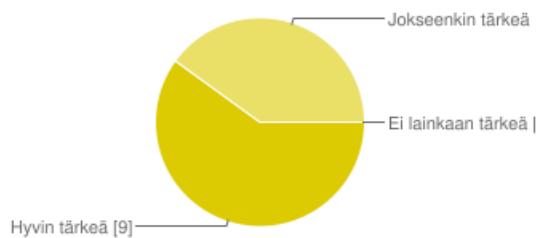
Hyvin tärkeä	13	87%
Jokseenkin tärkeä	1	7%
Ei lainkaan tärkeä	0	0%

Kuinka tärkeä on mahdollisuus lisätä blogiin erilaisia sisältölaatoita (esim. kalenteri, kello, linkkilistoja kiinnostaville web-sivuille ja vastaavaa)?



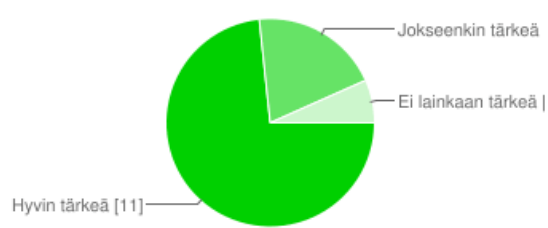
Hyvin tärkeä	8	53%
Jokseenkin tärkeä	7	47%
Ei lainkaan tärkeä	0	0%

Kuinka tärkeä on mahdollisuus päättää eri elementtien (esim. postausarkiston, linkkilistojen ja mainosten) sijoittelusta omassa blogissa?



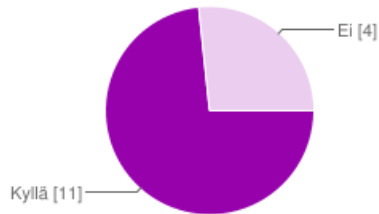
Hyvin tärkeä	9	60%
Jokseenkin tärkeä	6	40%
Ei lainkaan tärkeä	0	0%

Kuinka tärkeä on mahdollisuus blogimerkinnän esikatseluun ennen merkinnän julkaisua?



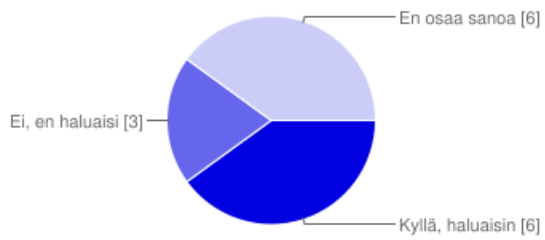
Hyvin tärkeä	11	73%
Jokseenkin tärkeä	3	20%
Ei lainkaan tärkeä	1	7%

Saako blogissa mielestäsi olla ulkopuolisten yritysten mainoksia?



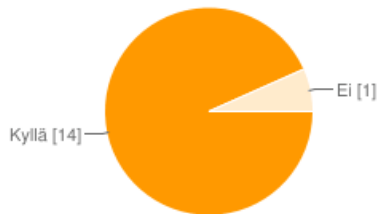
Kyllä	11	73%
Ei	4	27%

Haluaisitko itse mainostaa blogissasi omasta mielestäsi kiinnostavia yrityksiä ja heidän tuotteitaan?



Kyllä, haluaisin	6	40%
Ei, en haluaisi	3	20%
En osaa sanoa	6	40%

Pitääkö blogissa olla mahdollisuus piilottaa mahdolliset mainokset?



Kyllä	14	93%
Ei	1	7%