

Käyttäjien muuttuva rooli suunnittelussa



Teksti: Pirjo Näkki

Perinteiset käyttäjätutkimuksen menetelmät ja työkalut eivät välttämättä toimi Internet-maailmassa, jossa tuotteet ja palvelut halutaan julki nopealla tahdilla. Viimeiseen asti hiottujen tuotteiden sijaan Web 2.0 -sovellukset avataan usein beta-versioina ja annetaan innokkaiden käyttäjien testattavaksi ennen virallista julkistusta. Käyttäjät ovat siten mukana tuotekehityksessä, mutta usein varsin eri tavalla kuin käytettävyyden oppikirjoissa opastetaan. Internet-ympäristö haastaa käyttäjätutkimuksen uusiutumaan mutta tarjoaa myös uusia mahdollisuuksia vahvistaa ja muuttaa käyttäjien roolia pelkistä tutkimuskohteista aktiivisiksi suunnitteluosapuoliksi.

Perinteinen käyttäjäkeskeinen suunnittelu lähtee järjestelmän vaatimusten, käyttökontekstin ja käyttäjän sekä organisaation tarpeiden kartoituksesta. Vasta huolellisen taustaselvityksen jälkeen tuotetaan suunnitteluratkaisuja, joita myöhemmin arvioidaan yhdessä käyttäjien kanssa. Systemaattinen lähestymistapa on ollut tärkeää erityisesti suurten ja monimutkaisten järjestelmien toteuttamisessa, joissa alkuvaiheen käyttäjätutkimus tulee halvemmaksi kuin virheiden korjaaminen jälkikäteen. Olisi resurssien tuhlausta toteuttaa kalliita järjestelmiä, joiden valmistuessa huomataan, ettei niille ole käyttöä.

Uusille Internet-palveluille on puolestaan tyypillistä yksinkertainen ja rajattu toiminnallisuus. Monet Web 2.0 -palvelut rakentuvat yhden ominaisuuden ympärille tai ovat yhdistelmiä eri sovellusten toiminnoista (mash-ups). Toimiva palvelu voidaan tehdä lomapuhteena kaveriporukalla ilman suuria kehityssponsisteluja, eikä mittavaa käyttäjätutkimustakaan siten koeta tarpeelliseksi.

Tarvitaanko käyttäjätutkimusta enää?

Käyttäjä- ja tarvekartoitusten sijaan sosiaalisen median palveluiden alkusysäyksenä on usein kehittäjien oma tarve tietylle palvelulle. Jos käytännöllistä elokuva-arvosteluohjelmaa ei löydy valmiina, se koodataan itse. Käytettävyydestä puolestaan ajatellaan hoituvan itsestään, kun keskeneräinen sovellus laitetaan verkkoon kaikkien vapaasti kokeiltavaksi ja kommentoitavaksi. Beta-testaajat voidaan myös rekrytoida verkon välityksellä esimerkiksi blogeja ja verkostopalveluja hyödyntäen.

Pienelle kohderyhmälle suunnattuja palveluja voidaan suunnitella kevyesti ja toteuttaa ilman laajamittaisia käyttäjätestejä – varsinkin, jos kehittäjät kuuluvat itse kohderyhmään. Vaikka sovelluskehitys ei nykyään vaadi välttämättä ohjelmointia, on kuitenkin turha olettaa kaikkien ihmisten voivan tai haluavan itse kehittää tarvitsemansa palvelut. Suuren yleisön toiveiden ja tarpeiden selvittämiseen tarvitaankin edelleen käyttäjätutkimusta.

Verkon haasteet ja mahdollisuudet

Sosiaalisen median sovelluksia kehitettäessä luotetaan helposti yhteisölliseen prosessiin ja tuotteiden hioutumiseen ajan myötä. Todellisuudessa puolihuolimattomasti toteutettu ja kerran julkaistu toiminnallisuus voi jäädä ohjelmaan pysyväksi piirteeksi, kun käyttäjien oletetaan jo oppineen käyttämään siitä. Käytettävyyttä ikuisessa beta-vaiheessa olevat tuotteet eivät siten edistä. Monille vanhoille käytettävyysopeille olisi kuitenkin käyttöä myös Web 2.0 -palveluja kehitettäessä.

Vaikka käyttäjäpalautteen keruu Internetin kautta on näennäisesti helppoa, siihen liit-

Pirjo Näkki on informaatioverkostojen diplomi-insinööri ja toimii VTT:llä sosiaalisen ja semanttisen median tutkijana erityisalanaan käyttäjäkeskeinen tuotekehitys.

tyy joukko haasteita. Vapaamuotoista palautetta kertyy helposti paljon, ja ison tekstiaineiston analysointi on työlästä. Vastausten tai kohderyhmän kattavuudesta ei ole takeita, ja kasvoton vastaaaminen voi innostaa myös häiriköintiin.

Sosiaalinen media haastaa käyttäjätutkimuksen soveltamaan vanhoja menetelmiä uuteen ympäristöön. Toisaalta se tarjoaa myös joukon uusia menetelmiä, jotka voivat parantaa käyttäjätutkimuksen joustavuutta ja tehokkuutta. Haastatteluja ja ryhmäkeskusteluja voidaan järjestää verkon välityksellä, jolloin on helpompi tavoittaa myös maantieteellisesti hajallaan olevia käyttäjiä. Kiireisten käyttäjien osallistumiskynnystä madallaa se, että verkkokeskusteluihin voi osallistua omien aikataulujen mukaan.

Owela yhdistää kehittäjät ja käyttäjät

VTT:llä on käynnissä sosiaalisen median SOMED-hanke, jossa tutkitaan sosiaalista mediaa ilmiönä ja kehitetään teknologiaa sen tarpeisiin. Lisäksi kehitetään uusia tapoja hyödyntää Internetiä käyttäjakeskeisessä suunnittelussa. Projektin puitteissa kehitetty Owela (Open Web Lab, <http://owela.vtt.fi>) on avoimen innovaation verkkolabo-

ratorio, jossa käyttäjät, kehittäjät ja tutkijat voivat yhdessä ideoida, kehittää ja testata tulevaisuuden tuotteita ja palveluja. Owela toimii samalla uusien tutkimusmenetelmien testausalustana.

Owela tarjoaa työkaluja innovaatioprosessin eri vaiheisiin. Ideatuubissa käyttäjät voivat arvioida ja kommentoida erilaisia tilannekuvauksia, ideoita ja skenaarioita. Testilabrassa kuka tahansa pääsee kokeilemaan kehitteillä olevia web- ja mobiilisovelluksia ja antamaan niistä palautetta. Käyttäjät voivat kertoa ideoitaan ja antaa palautetta myös chatin kautta, jossa tutkijat päivystävät tiettyinä kellonaikoina. Lisäksi käytössä on verkkokyselyjä ja tutkimusblogeja, joiden kautta tutkijat ja koekäyttäjät voivat kommunikoida testijakson aikana.

Myös Owelaa itsessään kehitetään jatkuvasti käyttäjien ja tutkijoiden kokemusten pohjalta. Tulevaisuudessa mukaan tulee muun muassa mobiiliominaisuuksia, joiden avulla käyttäjätutkimusta voidaan tehdä paikasta riippumatta siellä, missä käyttäjät ovat. Avointen ideointi- ja testausosioiden lisäksi Owelaan voidaan räätälöidä myös rajattuja tutkimusosioita yritysten käyttöön.

Toisiaan täydentävät menetelmät

Verkossa tapahtuva käyttäjätutkimus ei voi kokonaan korvata perinteistä haastattelua, havainnointia ja testausta, vaan niillä on edelleen paikkansa tietyissä tuotekehityksen vaiheissa. Uudenlaiset verkkotyökalut voidaankin nähdä kasvokkain tapahtuvien tutkimusmenetelmien täydentäjinä.

Verkkokeskusteluihin ja blogikommentointiin tottuneille käyttäjille on luontevaa osallistua myös avoimeen käyttäjätutkimukseen. Kehittäjien kynnys osallistua keskusteluun voikin olla suurempi kuin käyttäjien. Käyttäjien kannalta on kuitenkin motivoivaa, jos myös yritysten edustajat ottavat osaa keskusteluun ja osoittavat, miten käyttäjien mielipiteet on huomioitu kehitystyössä.

Verkossa avoimesti tehtävä tutkimus luo haasteita tutkimuksen luottamuksellisuudelle mutta tarjoaa toisaalta yksittäishaastatteluja tai suljettuja kyselyjä hedelmällisemmän maaperän uusille ideoille. Perinteisen käyttäjätutkimuksen lisäksi käyttäjät voidaan ottaa aktiivisemmin mukaan tuotteiden suunnitteluun, johon myös sosiaalisen median työkalut tarjoavat hyviä mahdollisuuksia.

Sisältö: Owela on käyttäjakeskeisen tuotekehityksen avoin verkkolaboratorio.

