S-72.1510 Ihminen ja tietoliikennetekniikka

Luento 2:
Käyttäjän kokemus

Luennon rakenne

1. Käyttäjäkokemus (User Experience)
2. Erilaiset käyttäjäryhmät
3. Käyttäjien tarpeiden tutkiminen
   Case: Käyttäjätutkimus tutkijoiden ja yrittäjien verkkoyhteisön rakentamiseksi

Käyttäjän kokemus – User Experience

Käyttäjäkokemus –User Experience

- Käyttäjäkeskeisen suunnittelun perustana on tuntea **käyttäjä**
- Viime vuosina käyttäjän kokemus tullut keskeiseksi tekijäksi tuotesuunnittelussa
  - aikaisemmin tehtävä ja työkeskeistä
- Jotta käyttäjän maailmaan päästään käsiksi, tapahtuu se käyttäjän oman osallistumisen kautta

Käyttäjäkokemus –miten määritellään? 1/2

- Vaikea määritellä, ei mitään “tieteellistä” tapaa

Forlizzi & Ford 2000

“Experience is a constant stream that happens during moments of consciousness.”

- Kokemuksella on aina alku ja loppu, se muuttaa kokijaa ja tapahtuu aina jossakin ympäristössä, kontekstissa.

Käyttäjäkokemus –miten määritellään? 2/2

- Muodostuu kaikesta siitä, mikä vaikuttaa käyttäjän arvioon laitteesta (onko hyvä vai huono?)
- Esim. laitteen ulkonäkö, käytettävyys, ominaisuuksien kattavuus (vastaa käyttäjän tarpeisiin), toiminnan luotettavuus, hinta, yhteensopivuus muiden laitteiden kanssa, sosiaalinen hyväksyttävyys...
  - myös: minkälaisen kuvan tuote antaa käyttäjästä itsestään

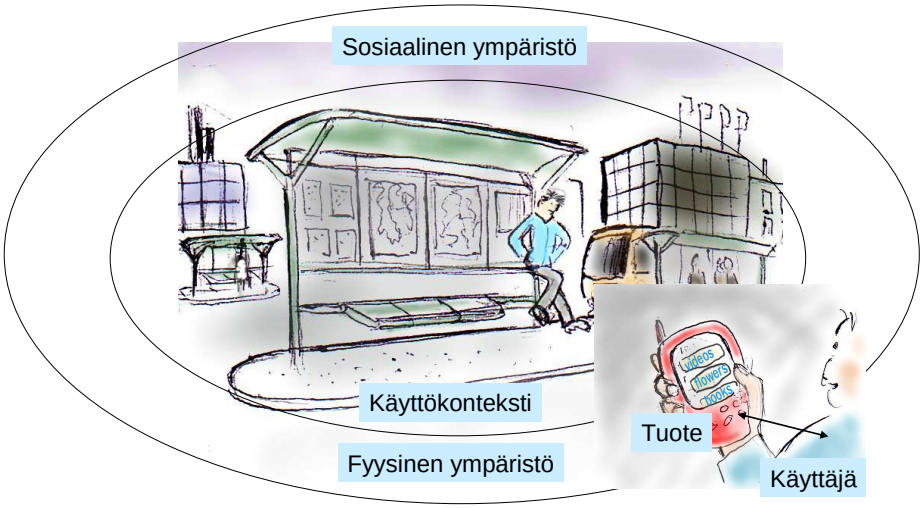
Kokemus puhelinpalvelusta

”Olin soittanut Finnairin puhelinpalveluun aikaisemmin, joten osasin varautua. Varustauduin heti handsfreellä. Jonottaessani ehdin ajaa Matinkylästä Tapiolaan, valikoida kirjoja Akateemisessa kirjakaupassa, ajella takaisin kotiin ja katsella televisiota jonkin aikaa. Jonotin yli tunnin.

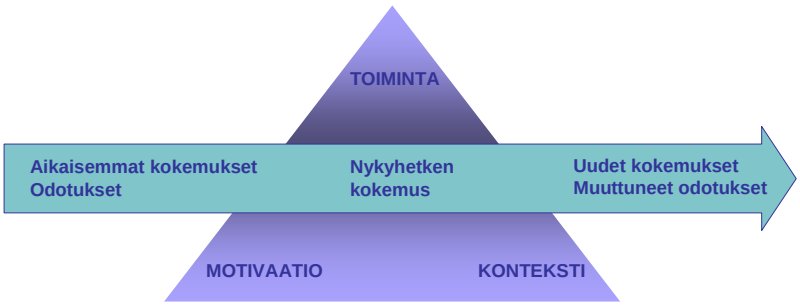
Heti puhelun alussa naputtelin pyynnöstä” Finnair Plus numeroni, mutta kun asiakaspalvelu vihdoin vastasi, hänellä ei ollut siitä tietoa. Niinpä piti hilpaista sohvalta eteiseen etsimään lompakkoa ja antaa kortin numero uudelleen.”

Lukija Espoosta.
Helsingin sanomat. 27.9.2006

Käyttäjäkokemuksen muodostuminen



Mikä vaikuttaa käyttäjän kokemukseen?



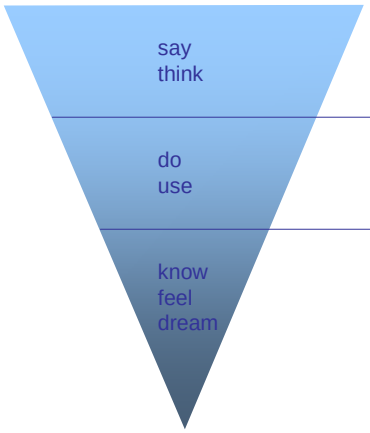
Kankainen, A. (2002). Thinking models and tools for understanding user experience related to information appliance product concepts. Väitöskirja. TKK

Kokemus rakentuu tarinaksi

- Ihmiset kertovat luonnostaan tarinoita, juttuja
- Tarinat eivät ole rationaalisia toimintakaavioita, vaan sisältävät henkilökuvauksia, toimintaa, asiayhteyksiä, motivaation ja tietyn ajallisen keston
- Tarinoiden avulla me muistamme kokemuksiamme ja kerromme niistä muille
- Käyttäjäkokemukset rakentuvat suuresta määrästä pieniä tapahtumia tai tarinoita esim. lomamatka

Miten kokemukseen päästään käsiksi?

To study what people:



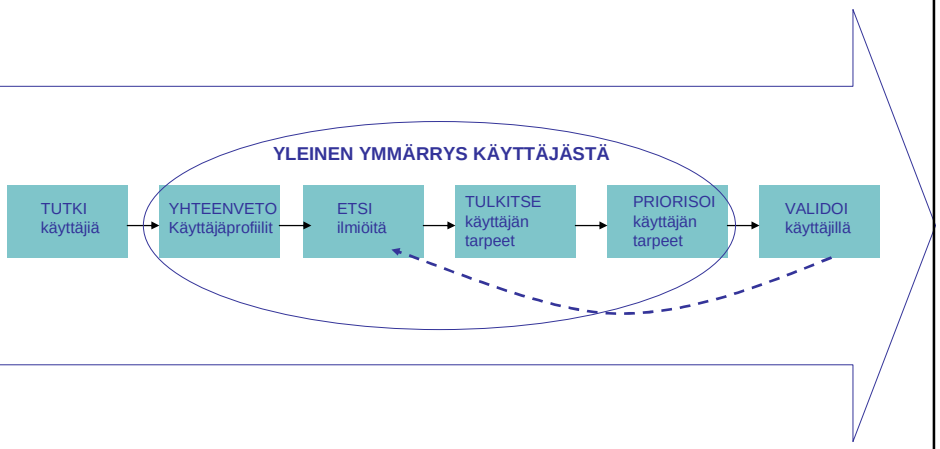
SAY -> eksplisiittistä tietoa

DO -> havainnoitavaa tietoa

MAKE -> hiljaista tietoa, piileviä tarpeita, auttaa eläytymään käyttäjän kokemukseen

Sanders, B-N. & Dandavate, U. (1999). Design for experiencing: New tools. Proceedings of the First International Conference on Design and Emotion, 87-92.

Käyttäjäkokemuksen tutkiminen



Kankainen, A. (2002). Thinking models and tools for understanding user experience related to infromation appliance product concepts. Väitöskirja. TKK.

Käyttäjäryhmät

Käyttäjäryhmä

- Joiltain, tuotteen käyttöön vaikuttavilta ominaisuuksiltaan keskenään **samankaltainen** ja toisista **poikkeava** ryhmä tuotteen potentiaalisia käyttäjiä

Jos suunnitellaan vain keskiverrolle?

Normaalit aistit

Keskipituinen

Keski-ikäinen

Keskimääräisen koulutettu

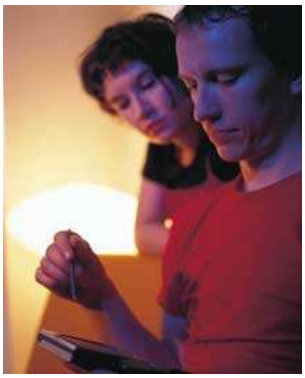
Kuka meistä onkaan keskiverto?

Normaali liikuntakyky

Normaalit olosuhteet

Tavallinen työ

Onko mielikuva “jokamiehestä” tämä...



...vai mahtuuko mukaan joku heistäkin?

...vai mahtuuko mukaan joku heistäkin?

Käyttäjien ryhmittely

- Voidaan tehdä monella eri perusteella
- Mikä on olennaista juuri tietyn palvelun kannalta?
- Käyttäjien kuvailu ryhmittelyn perustaksi – lähtökohtana markkinatutkimustieto
- Käyttäjien kuvailu käyttäjäryhmittäin tehdyn tarkemman tiedonhankinnan perusteella

Käyttäjien ryhmittelyn lähtökohtia

- ikä
- sukupuoli
- fyysiset ominaisuudet
- luonne
- oppimistyylit ja –tavat
- henkilökohtainen tieto– ja taitotaso (kokemus)
- koulutus/ammatti
- käyttötarve/–tilanne

Muutamia erityiskäyttäjäryhmiä

- ikääntyvät
- näkövammaiset
- kuulovammaiset
- motoriset rajoitteet (ml. hienomotoriikka)
- puhe- ja kommunikaatiovammaiset
- kognitiorajoitteet

Mahdollisia käyttöongelmia?

- Minkälaisia käyttöongelmia eri erityiskäyttäjäryhmillä voi olla lippulaitteen kanssa?
  - ikääntyvät
  - näkövammaiset
  - kuulovammaiset
  - motoriset rajoitteet (esim. hienomotoriikka)
  - kognitiorajoitteet
- Miten nämä ongelmat oltaisiin voitu välttää suunnittelun aikana?

Käyttäjien tarpeiden tutkiminen

Käyttäjien tarpeet

- Mitä käyttäjä haluaa tosielämässä saavuttaa ja saada aikaan?
- Tarve on olemassa riippumatta siitä, millaisia ratkaisuja on olemassa
  - Tekstiviestin lähettäminen tai kännykkälogon lataaminen eivät ole tarpeita –> *Tarve löytyy kysymällä, mitä tekstiviestin lähettäminen mahdollistaa?*

Mitä tarpeet ovat?

- Tarpeet eivät liity vain tehtäviin
- Sosioemotionaaliset tarpeet ja halut:

  esim. läheisyyden tarve, itsensä toteuttamisen tarve, tarve kuulua ryhmään, jne.
- Tarpeet motivoivat vahvasti toimintaa
- Käyttäjien on vaikea pukea tarpeita sanoiksi –> tutkitaankin ensin ilmiöitä (DO, SAY, MAKE), jonka jälkeen tehdään **tulkintoja** tarpeista

Mikä on tarve ja mikä ilmiö?

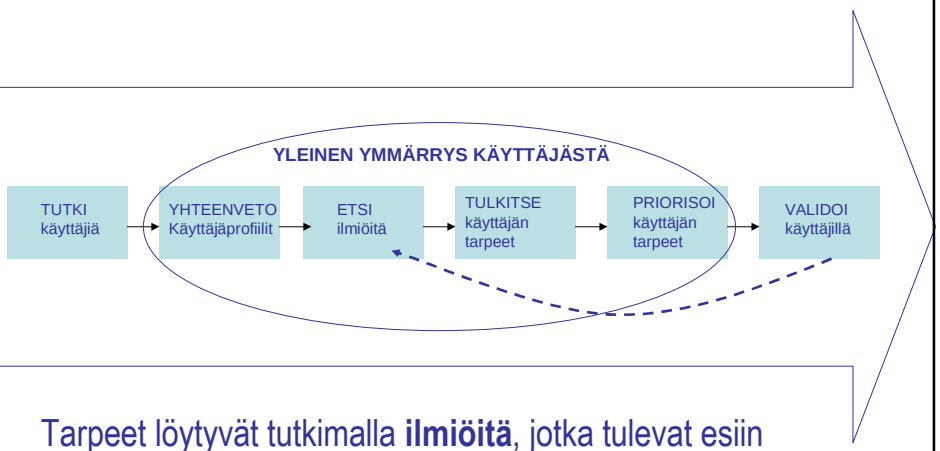
ILMIÖ:

Ei voi sietää kuumuutta tehdessään ostoksia tavaratalossa

TARVE:

Poistaa kuumuus tai keksiä miten kuumuuden voi hyödyntää

Miten tarpeet löytyvät?



Tarpeet löytyvät tutkimalla **ilmiöitä**, jotka tulevat esiin käyttäjien tarinoista ja käyttäjäprofiileista

Case WomEqual: Verkkoyhteisö tekniikan alalla toimiville naistutkijoille ja naisyrittäjille

Käyttäjätutkimuksen tavoitteet

- WomEqual projekti, jossa tavoitteena kehittää verkkoyhteisö tekniikan alan tutkijanaisille ja naisyrittäjille
- muodostaa yleinen ymmärrys käyttäjistä
- selvittää käyttäjien tarpeet konseptisuunnittelua varten
- tuottaa ideoita verkkoyhteisön sisältöjä varten

Kohderyhmä

Ensisijaiset eli primäärikäyttäjät:

- akateemisessa työyhteisössä työskentelevät tutkijanaiset
  - jatko-opiskelijat
  - väitelleet tutkijat
  - professorit
- yrittäjänaiset
- perustutkinto-opiskelijat
- kohderyhmän naiset, jotka ”vapaalla” työelämästä
  - äitiysloma, hoitovapaa, virkavapaus, tutkimusvapaa
- kansainvälisten partnereiden tutkijanaiset

Tutkimuskysymykset

TYÖELÄMÄ:

- Työtehtävät, toimenkuva
- Mikä mukavinta, mikä ikävintä työssä?
- Ongelmat ja konfliktit, joita työssään kohtaa
- Minkälainen on työyhteisö?
- Minkälaista tukea saa työlleen?
- Minkälaisia työverkostoja tutkittavalla on?

PERHE JA VAPAA-AIKA

- Arki ja sen sujuminen
- Tuki
- Oma aika, tulevaisuuden haaveet?

Aineiston kerääminen

- Teemahaastattelu
  - 24 naista, 18 tutkijaa, 6 yrittäjää
- Päiväkirja
  - 16 päiväkirjaa palautettiin
- Ryhmähaastattelu
  - 14 naista, 8 tutkijaa, 6 tekniikan alan yrityksessä työskentelevää naista
- Tarinat
  - 5 naisen haastattelut

Päiväkirja

Aineiston purku ja analysointi

- Ominaisuusmatriisi käyttäjäprofiileja varten
- Affiniteetti diagrammi
  1. Tutkijat käyvät läpi omat aineistot
  2. Esitellään ryhmässä muille omat havainnot tutkituista
  3. Luetellaan ilmiöitä ja kirjataan ne ylös lapuille
  4. Ryhmitellään ilmiöt ja nimetään ryhmät
  5. Ilmiöistä listataan keskeiset tarpeet

Tutkimukseen osallistuneet naiset

		f (%)
Ikä	20–30 vuotta	23 (52%)
	31–40 vuotta	13 (29%)
	41–50 vuotta	8 (18%)
Koulutus	Opiskelija	5 (11%)
	Ylempi korkeakoulut.	23 (51%)
	Lisensiaatti	8 (18%)
	Tohtori	9 (20%)
Siviilisääty	Naimaton	10 (22%)
	Avio/Avoliitossa	34 (76%)
	Eronnut	1 (2%)
Lapset	Ei ole	24 (53%)
	Yksi lapsi	8 (18%)
	Kaksi lasta	10 (22%)
	Kolme lasta	3 (7%)

Havaintoja kohderyhmästä –tutkijanaiset

TYÖ

- Työ hyvin itsenäistä, mutta yksinäistä
- Työssä mukavinta vaihtelevuus ja rutiinittomuus
- Ikävää jäykkä byrokratia ja vanhanaikainen johtamiskulttuuri
- Epävarmuus työn jatkumisesta ja pätkätyöt
- Vähän tiimityötä, pääosin tutkitut työskentelivät yksin
- Ei säännöllisiä palavereja
- Työskentely miesvalataisella allalla raskasta, sosiaaliset kontaktit vähäisiä
- Vaikeus päästä sisälle miesten verkostoihin

Havaintoja kohderyhmästä – tutkijanaiset

TUKI
- 44% ilmoitti, ettei saa mitään tukea työlleen
- ongelmia ohjaajan ja ohjauksen kanssa

VERKOSTOT
- vähäinen kuuluminen verkostoihin, jotkut tutkituista aktiivisia

ONGELMAT JA KONFLIKTIT
- oman aikataulun laatiminen ja siinä pysyminen
- tuen ja ohjauksen puute
- työn arvostuksen puute

Havaintoja kohderyhmästä – tutkijanaiset

ARKI JA SEN SUJUMINEN
- monesti tehtiin iltaisinkin töitä
- arki kiireistä ja vapaa-aikaa niukasti
- lapsiperheissä arki kaaoksen hallintaa
- äideillä vähän omaa aikaa, päävastuu edelleen kotitöistä naisella
- tutkimustyötä arvostettiin, koska antoi joustavuutta ja vapautta arjen pyörittämiseen

HAAVEET JA TULEVAISUUS
- 40% tutkituille yliopisto vain välivaihe elämässä
- halusivat, että heidän taitonsa pääsisivät oikeuksiin

KÄYTTÄJÄPROFIILIT

Pia, aloitteleva tutkija

Pia on 39-vuotias filosofian maisteri. Hän työskentelee Konetekniikan osastolla. Pia on naimisissa ja hänellä on kaksi kouluikäistä lasta. Pia harrastaa kunnallispolitiikkaa. Pian työtehtäviin kuuluu opetusta ja tutkimusta. Opetus on vienyt paljon aikaa, joten oma tutkimus on jäänyt taka-alalle. Pian mielestä työssä hauskinta on se, kun saa jonkun ihmisen ymmärtämään jonkun asian. Ikävintä, jos omat ajatukset jyrätään. Haluaa tulevaisuudessa tehdä asiantuntijatöitä. Ja toivoo, että pystyy tarjoamaan lapsilleen hyvät eväät elämää varten.

KÄYTTÄJÄPROFIILIT

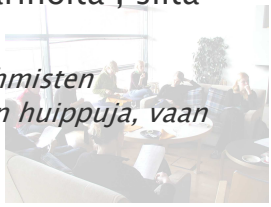
Riitta, kokenut yrittäjä

Riitta on 50-vuotias tekniikan tohtori, jolla on ollut jo seitsemän vuoden ajan oma käytettävyystutkimusta tekevä konsultointitoimisto. Riitta on naimisissa ja hänellä on kaksi aikuista poikaa, jotka eivät enää asu kotona. Riitalle yrittäminen on elämäntapa eli työn lisäksi myös harrastus. Työpäivät venyvät monesti yli 10 -tuntisiksi, mutta Riitta nauttii työstään. Hauskinta työssä on Riitan mielestä vaikuttamisen illuusio ja se, että hän saa tehdä missionsa mukaista työtä. Ikävintä työssä taasen on alan kausiluontoinen kysyntä. Välillä töitä on todella paljon ja välillä taas ei juuri ollenkaan. Riitta toivoo, että hän pysyisi tulevaisuudessa terveenä, jotta voisi jatkaa yrittämistä mahdollisimman pitkään.

Tarpeet

- tutkimusaineistosta nousi esiin 10 tarvetta

1. Tarve keskustella oman alan tutkimusaiheista
   ”Mä kaipaan sitä tutkimusryhmää siihen mun ympärille, että olis sitä jatkuvaa ajatusten vaihtoa.”
2. Tarve kuulla elävästä elämästä tarinoita , siitä miten kannattaa toimia.
   ”Kiinnostais, et siel olis ihan oikeiden ihmisten elämäntarinoita. Ei mitään talouselämän huippuja, vaan tavallisia tarinoita



Tarpeet

3. Tarve saada tukea selviytymiseen ja ongelmien ratkomiseen. *”Olin jo ihan lähtemässä pois täältä, mut niistä tapaamisista oli musta hirveesti hyötyä, että pääsi vähän tilittämään.”*
4. Tarve naiskulttuurin luomiselle tekniikan alalle. *”Saunaillat ja pikkujoulut on tylsiä, tulee ylimääräinen olo. Koen, että mun pitää lähteä pois, että pojat pääsee saunaan.”*
5. Tarve saada tukea työhön mentorilta tai vertaistutkijalta. *”Saattoi mennä kuukausia, ettei kukaan kysynyt multa mitään siitä tutkimustyöstä.”*

Tarpeet

6. Tarve kuulla onnistuneita strategioita työn ja perheen yhteensovittamiseksi.

7. Tarve saada tukea kontaktien luomiseen.

"Itse on vähän arka ja vähättelee suoritusta. Toisaalta sillä sitä saisi yhteistyökumppaneita, jos jakaisi keskustella, pitäisi vaan enemmän keskustella."

8. Tarve tiedostaa, ettei tarvitse olla supernainen.

(työn lisäksi kodista ja lapsista huolehtiminen monien tutkittujen tapauksissa naisen vastuulla)

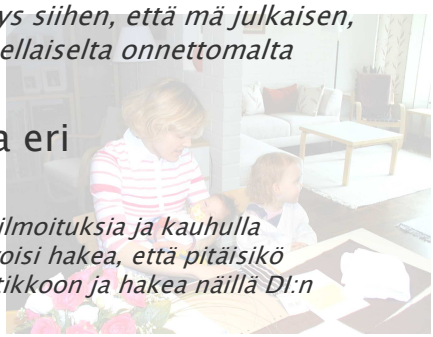
Tarpeet

9. Tarve vahvistaa itseluottamusta.

"Mulla on hirveen suuri kynnys siihen, että mä julkaisen, kun se oma homma tuntuu sellaiselta onnettomalta rävellykseltä."

10. Tarve saada tietoa eri uravaihtoehdoista.

"Lueskelin vaihteeksi työpaikkailmoituksia ja kauhulla katselin mihin ihmeeseen sitä voisi hakea, että pitäisikö vain laittaa tohtorin paperit laatikkoon ja hakea näillä DI:n papereilla töitä."



Weme.fi verkkoyhteisö