



## käyttäjät mukaan tuotekehitykseen

### Havainnointi

Havainnointi – jota saatetaan kutsua myös etnografiaksi tai kenttätutkimukseksi – on käyttäjätutkimuksessa käytetty menetelmä, jossa havainnoidaan ihmisiä luonnollisissa tilanteissa ja aidoissa ympäristöissä. Tällaisia tilanteita ja ympäristöjä voivat olla esim. työpaikka, kodin olohuone jne.

Havainnoinnin tavoitteena on ymmärtää ihmisten toimintaa ja sen sisältämiä merkityksiä tietyssä ympäristössä. Käyttäjätutkimuksessa havainnoimalla pyritään ymmärtämään käyttäjiä ja heidän käyttöympäristöjään, tarpeitaan, käytäntöjään, sosiaalisia suhteitaan jne. Havainnoinnin avulla tuotekehittelijä voi omaksua käyttäjän roolin.

Yleensä havainnointia käytetään tuotteen tai palvelun suunnitteluvaiheessa, kun halutaan tutustua tuotteen tai palvelun käyttäjiin ja käyttöympäristöihin. Havainnointia voi käyttää myös tuotteen tai palvelun jatkokehittelyssä tai käytön seurannassa, jolloin havainnoidaan käytössä olevan tuoteversion käyttöä sen luonnollisessa käyttöympäristössä.

Havainnointi auttaa ymmärtämään käyttäjien toimintaa ja tarpeita sekä käyttöympäristöä. Muilla menetelmillä on vaikea saada vastaavanlaista tietoa kuin havainnoimalla. Käyttäjien tarpeiden ymmärtäminen (pelkän kartoittamisen sijaan) antaa paremmat mahdollisuudet tuotekehityksen onnistumiselle.

### Miten havainnoidaan?

- Havainnointitutkimuksessa tutkija tutustuu havaittavaan kohteeseen tai ympäristöön henkilökohtaisesti, havainnoi ja oppii siitä. Havainnoidessaan hän tekee muistiinpanoja näkemästään ja kuulemastaan. Kirjallisten muistiinpanojen lisäksi havaintoja voi tallentaa myös kuvaamalla tai äänittämällä. Havaintojen tallentamisen jälkeen kerättyä aineistoa pitää myös analysoida ja tulkita.
- Havainnointi ei välttämättä yksin riitä tarvittavan tiedon keräämiseen, vaan havainnoinnin lisäksi tietoa kannattaa hankkia esim. haastattelemalla. Näin saadaan lisätietoa siitä miksi ihmiset toimivat kuten toimivat.
- Käyttäjätutkimuksessa tehtävä havainnointi kestää yleensä huomattavasti lyhyemmän aikaa kuin sosiaalitieteissä tehtävä (päiviä/viikkoja vs. kuukausia/vuosia). Lyhyellä havainnoinnilla suunnittelijat voivat saada nopeasti tietoa jostain tuotekehitykseen liittyvästä asiasta.

## Hyötyjä ja vaikeuksia

- Havainnointitutkimuksessa tutkijalla tai tiedonkerääjällä on suuri merkitys tulosten muodostamisessa. Tutkijan omat ennakkokäsitykset saattavat vääristää havaintoja. Jos tuotekehitykseen osalliset ryhtyvät itse tekemään havainnointia, niin heidän tulisi havainnoidessa pitää havainnoijan ja tuotekehittäjänsä roolit erillään. Havainnoinnin tarkoituksena on ensin ymmärtää käyttäjää. Vasta sen jälkeen voi palata tuotekehittäjänsä rooliin yrittää keksiä ratkaisuja käyttäjien ongelmille.
- Havainnointimenetelmä vie pikaisestikin toteutettuna melko paljon aikaa, joten kannattaa miettiä tarkkaan siitä saatavia hyötyjä. Tulosten saaminen ei ole nopeaa eikä aina edes varmaa. Lisäksi havainnointi koskee yleensä jotain tiettyä käyttäjäryhmää tai -ympäristöä, joten tulosten soveltaminen muihin kohteisiin voi olla ongelmallista.
- Onnistuessaan havainnointi tuottaa yritykselle uusia tuoteideoita, antaa tärkeää pohjatietoa tuotekehitykseen tai auttaa löytämään puutteita nykyisessä tuotteessa.

## Lisätietoja haastattelumenetelmistä

Vuorinen, K.: Etnografia. Teoksessa Ovaska, S., Aula, A. & Marjaranta, P. (2005). Käytettävyystudkimuksen menetelmät. Tampereen yliopisto, Tietojenkäsittelytieteen laitos B-2005-1. <http://www.cs.uta.fi/kurssit/usabsem/luvut/5-Vuorinen.pdf>

Beyer, H., & Holtzblatt, K. (1998). Contextual design: Defining customer centered systems. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers.