

Salla Virkkunen

**SUKUPOLVIEN KÄYTETTÄVYYSTARPEIDEN EROA-
VUUDET SOSIAALISESSA MEDIASSA**



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
INFORMAATIOTEKNOLOGIAN TIEDEKUNTA
2023

TIIVISTELMÄ

Virkkunen, Salla

Sukupolvien käytettävyystarpeiden eroavuudet sosiaalisessa mediassa

Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2023, 28 s.

Tietojärjestelmätiede, kandidaatin -tutkielma

Ohjaaja(t): Riekkinen, Janne

Sosiaalisen median sivustoja kohdistetaan usein suoraan nuoremmille käyttäjille, jolloin vanhemmat käyttäjät jäävät omien tarpeidensa kanssa yksin. Tässä kandidaatintutkielmassa tarkasteltiin nuoremman ja vanhemman sukupolven käytettävyystarpeiden eroavaisuuksia sosiaalisen median sovelluksissa, jotta sovelluksia tehdessä voitaisiin molempien ikäryhmien tarpeita ottaa huomioon. Tutkimuksen tavoitteena oli löytää ja nimetä nuoremman ja vanhemman sukupolven käytettävyystarpeita sosiaalisessa mediassa sekä verrata niitä toisiinsa löytääkseen mahdolliset eroavaisuudet. Tutkielma toteutettiin kirjallisuuskatsauksena. Tutkielmassa käytiin läpi sosiaalisen median ja käytettävyyden käsitteet sekä tärkeimpiä menetelmiä, joilla käytettävyyttä arvioidaan, sekä nuoremman ja vanhemman sukupolven tärkeimmät tarpeet sosiaalista mediaa käyttäessä. Tutkimuksessa tuloksissa otettiin myös hieman mukaan yleisesti teknologia, sillä sosiaalista mediaa käytetään laitteiden avulla. Tuloksista vahvistettiin, että sukupolvilla on erilaisia käytettävyytarpeita sosiaalista mediaa käyttäessä. Nuoremmilla käytettävyytarpeet painottuivat etenkin tehokkuuden ja tyytyväisyyden osa-alueisiin, kun taas vanhemmilla tarve kohdistui enemmän heidän fyysisten ja kognitiivisten heikkouksien sekä sosiaalisen median ja teknologian vähäisemmän tietämyksen tukemiseen.

Asiasanat: sosiaalinen media, käytettävyys, sukupolvet, nuorempi sukupolvi, vanhempi sukupolvi

ABSTRACT

Virkkunen, Salla

The differences in usability needs of social media from the perspective of generations

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2023, 28 pp.

Information Systems, Bachelor Thesis

Supervisor(s): Riekkinen, Janne

Social media sites are often targeted towards directly at younger users, while older users are left alone with their needs for using social media. This bachelor's thesis examined the usability needs of younger and older generations in social media sites, so that the needs of both age groups could be considered when making applications. The aim of this research was to find and name the usability needs of younger and older generations in using social media and compare the findings to each other to detect the possible differences. The study was carried out as a literary review. The thesis examined the concept of social media, the concept of usability and the most important methods used to evaluate usability, as well as the most important needs of the younger and older generations when using social media. Also, problems of using technology were acknowledged in the study, as social media is used with the help of devices. However, the research didn't look at technology in a deeper level. The results confirmed that the generations have different usability needs when using social media. The younger generations needs were especially focused on the areas of efficiency and satisfaction, while the older generations needs were more focused on supporting their physical and cognitive weaknesses and their lesser knowledge of social media and technology.

Keywords: social media, usability, generations, younger generation, older generation

TAULUKOT

TAULUKKO 1	Sosiaalisen median sovellusten käyttö maailmalla (määrä miljardeissa) (Meltwater, 2023; Dixon, 2023).....	11
TAULUKKO 2	Sosiaalisen median sovellusten käyttö Suomessa (määrä miljoonissa) (Kemp, 2023)	12

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

KUVIOT JA TAULUKOT

1	JOHDANTO.....	6
2	SOSIAALINEN MEDIA	9
	2.1 Määritelmä.....	9
	2.2 Käyttämisen tilastoja	10
3	KÄYTETTÄVYYS.....	14
	3.1 Tarkoitus	14
	3.2 Tutkimusmenetelmiä	15
4	SUKUPOLVIEN NÄKÖKULMAT	17
	4.1 Nuoremman sukupolven tarpeet	17
	4.2 Vanhemman sukupolven tarpeet	18
	4.3 Eroavuudet	20
5	YHTEENVETO	23
	LÄHTEET	25

1 JOHDANTO

Sosiaalinen media on osa yhä suuremman osan ihmisen arkea. He käyttävät sitä esimerkiksi sosiaaliseen vuorovaikutukseen, tiedon hakuun, vapaa-ajan viihteenä, rentoutumiseen, kommunikoinnin helpottamiseksi, mielipiteiden ilmaisuun sekä tiedon jakamiseen (Whiting & Williams, 2013). Sosiaalista mediaa käyttää maailmassa kokonaisuudessa yli 4,7 miljardia ihmistä (Meltwater, 2023; Dixon, 2023), ja käyttäjien iät liikkuvat teini-ikäisistä ikäihmisiin. Näistä selvästi nuorempaa sukupolvea näkee huomattavasti enemmän sosiaalisessa mediassa. Vanhempi sukupolvi on kuitenkin esittänyt kiinnostustaan sosiaalisen median suhteen (Arfaa & Wang, 2014a) ja heitä alkaa näkemään entistä enemmän sosiaalisen median puolella. Kuitenkin yhtenä suurena ongelmana on vanhempien ihmisten sosiaalisen median käyttöönoton hankaluus, sillä sosiaalisen median sivustoja kehitetään etenkin nuoremmalle sukupolvelle jättäen vanhemmat ihmiset huomiotta. Joissain tapauksissa vanhemmalle sukupolvelle on kehitetty sivustoja, mutta niistä suljetaan usein nuorempi sukupolvi pois (Volkman ym., 2020).

Sosiaalisen median sivustoja tehdessä yksi sen tärkeä ominaisuus on käytettävyys. Laajasti hyväksytyn ISO 9921-11 määritelmän mukaan käytettävyydellä voidaan mitata missä määrin tietyt käyttäjät voivat käyttää tuotetta tiettyjen tavoitteiden saavuttamiseksi tehokkaasti, vaikuttavasti ja miellyttävästi tietyssä käyttökontekstissa (Jokela ym., 2003). Kun järjestelmiä kehitetään olemaan suoraan vuorovaikutuksessa loppukäyttäjien kanssa, käytettävyydestä tulee keskeinen kysymys. Sitä tulisi kuitenkin painottaa huomattavasti enemmän silloin kun kohteena on iäkkäät aikuiset. (Lee & Coughlin, 2015)

Sosiaalisen median kehitys on vaarassa kasvattaa sukupolvien välistä kulkua (Krishen ym., 2016), minkä takia sosiaalisen median sivustojen kehitys helppokäyttöisiksi molempien sukupolvien kannalta on erittäin ajankohtaista. Kehittämällä sosiaalisen median sivustoja molemmille sukupolville helppokäyttöisiksi saisivat molemmat sukupolvet samat mahdollisuudet käyttää sosiaalista mediaa halutessaan. Näin vanhemmat ihmiset todennäköisemmin alkaisivat käyttämään enemmän sosiaalisen median sivustoja ja sukupolvien välinen kulu pieninisi. Sosiaalinen media voisi vähentää myös iäkkäillä ihmisillä yksi-

näisyyttä, mikä olisi yksi syy, minkä takia vanhempia ihmisiä pitäisi kannustaa ja auttaa siirtymään sosiaaliseen mediaan. Tällä hetkellä sosiaalisen median käytettävyyttä on huomioitu enemmän nuoremman sukupolven kannalta, mutta vanhempien ihmisten käytettävyystarpeita on alettu tutkimaan huomattavasti enemmän.

Tämän kandidaatintutkielman tarkoituksena on selvittää nuoremman ja vanhemman sukupolven käytettävyystarpeita, sekä selvittää niiden eroavuudet toisistaan, jotta sosiaalisen median sivustojen kehityksessä voitaisiin molempia sukupolvia ottaa huomioon. Nuorempaan sukupolveen tässä tutkielmassa kuuluvat 40-vuotiaat ja kaikki siitä alaspäin, ja vanhempaan sukupolveen kuuluvat 41-vuotiaat ja siitä kaikki ylöspäin. Toisin sanoen, nuorempaan sukupolveen kuuluvat Y-sukupolvi ja siitä kaikki alaspäin ja vanhempaan sukupolveen kaikki Y-sukupolvesta ylöspäin. Jako perustellaan nuoremman sukupolven diginatiivisuudella, eli tämä sukupolvi on ollut tekemisessä teknologian ja sosiaalisen median kanssa nuoresta asti toisin kuin vanhempi sukupolvi. Tutkielmassa tutkitaan sukupolvien käytettävyystarpeita sosiaalisessa mediassa, mutta sivutaan myös hieman teknologian vaikutuksia sosiaalisen median käyttöön etenkin vanhemmalla sukupolvella. Sosiaalisesta mediasta keskitytään lähinnä sosiaalisen median sivustoihin sekä sisältöyhteisöihin. Tutkielman tutkimuskysymys on:

- Miten nuoremman ja vanhemman sukupolven sosiaalisen median käytettävyystarpeet eroavat toisistaan?

Tutkielma toteutetaan kirjallisuuskatsauksena. Tutkimuksen lähteitä on etsitty Google Scholarin sekä JYKDOK:in tietokannoista. Lähdekirjallisuuden etsimiselle on käytetty seuraavia hakusanoja ja niiden yhdistelystä muodostettuja lauseita: *social media, usability, generations, younger generation* ja *older generation*. Lähteitä on yhteensä 36, joista 30 lähde on saanut Julkaisufoorumi.fi -arvioinnin mukaan 1 luokituksen, eli perustason, tai korkeamman, sekä niistä on katsottu viittauskerrat luotettavuuden varmentamiseksi. Nämä lähteet ovat aikakauslehdien artikkeleita, konferenssiartikkeleita sekä yksi kirja. Lähteistä 26 on vertaisarvioituja. 6 lähde on tilastoja varten otettuja lähteitä, jotka ovat katsottu tutkielmaan sopiviksi ja luotettaviksi.

Tutkielma koostuu viidestä luvusta. Luvut ovat johdanto, kolme sisältöluokua sekä yhteenveto. Johdannossa kerrotaan tutkimuksen tausta, tutkimuskysymys, tutkimuksen toteutus sekä tutkimuksen rakenne. Ensimmäisessä sisältökappaleessa määritellään sosiaalinen media käsitteenä sekä katsotaan tärkeimpiä tilastoja sen käytöstä nykypäivänä. Toisessa sisältökappaleessa katsotaan käsitettä käytettävyys, määritellään mitä sillä tarkoitetaan sekä otetaan yleiskatsaus mahdollisiin tapoihin tutkia käytettävyyttä. Kolmannessa sisältökappaleessa käydään läpi nuoremman ja vanhemman sukupolven käytettävyystarpeet ensin erikseen. Tämän jälkeen vertaamme niitä toisiinsa etenkin eroavaisuuksien kannalta. Yhteenvedossa käydään läpi tutkimuksen tärkein sisältö ja pohditaan itse tutkielman tuloksia. Tutkimustulokset tuodaan esille tutkimuskysymyksen kanssa sekä esitetään mahdollisia aiheita jatkotutkimuksille. Tässä kohdassa tuodaan myös ilmi mahdolliset rajoitteet, jotka ilmenivät

tutkimusta tehdessä. Tutkielman loppuun on luotu lähdeluettelo viitatuista lähteistä.

2 SOSIAALINEN MEDIA

Tässä luvussa määritellään mikä on sosiaalinen media, jotta ymmärretään alue, jota tutkielmassa katsotaan. Katsotaan myös tilastoja sosiaalisesta mediasta kuten paljon sosiaalista mediaa käytetään sekä millainen ikäjakauma sosiaalisen median käytössä on. Näin saadaan lukuja siitä, kuinka yleistä sosiaalisen media käyttö on nykymaailmassa sekä onko ikäjakauma kuinka suuri. Tutkimuksessa otetaan sosiaalisesta mediasta yleinen katsaus, eikä keskitytä vain tiettyihin sosiaalisen median alustoihin.

2.1 Määritelmä

Sosiaaliselle medialle on muodostunut vuosien myötä monia määritelmiä eikä käsite ole saanut vielä vakiintunutta määritelmää. Ensimmäisen kerran termiä "sosiaalinen media" käytettiin vuonna 1994 Tokion verkkomediaympäristössä, mutta ensimmäinen määritelmä käsitteelle tuli pari vuotta myöhemmin vuonna 1996. Tämän määritelmän oli luonut Wellman ja hän määritteli sosiaalisen median näinä aikoina tietokonetuetuiksi sosiaalisiksi verkostoiksi, jotka muodostuvat ihmisten ja koneiden yhdistävistä tietokoneverkoista. (Aichner ym., 2021)

Aichner ja muut (2021) määrittelivät omassa tutkimuksessaan eniten viitauksia saaneiksi sosiaalisen median määritelmiksi Boydin ja Ellissonin 2007 vuoden määritelmän sekä Kaplanin ja Haenleinin 2010 vuoden määritelmän. Boyd ja Ellisson (2007) määrittelevät sosiaalisen median sosiaalisen verkoston sivustoiksi, jotka ovat verkkopohjaisia palveluita. Heidän mukaansa palveluilla yksilöt voivat rajatussa järjestelmässä tehdä julkisen tai puolijulkisen profiilin, esittää luettelon käyttäjistä, joiden kanssa ovat jakaneet yhteyden sekä käydä läpi tätä yhteysluetteloa. Tätä määritelmää kuitenkin kritisoitiin, sillä sen sanotaan kuvaavan pelkästään sosiaalisen median sivustoja eivätkä kaikki sosiaalinen media ole sosiaalisen median sivustoja. Tämän sanotaan aiheuttaneen epä-

tarkkuutta joissain kirjallisuudessa koskien sosiaalista mediaa. (Carr & Hayes, 2015)

Kaplan ja Haenlein (2010) määrittelevät sosiaalisen median taas ryhmäksi Internet-pohjaisia sovelluksia, jotka perustuvat Web 2.0:n teknologiselle ja ideologiselle perustalle, sekä mahdollistavat käyttäjien sisällön luomisen ja sen vaihdon muille. Sosiaalisen median palveluiden välillä on erimielisyyksiä, mitkä lasketaan sosiaalisen median sivustoksi ja mitkä taas eivät. Kaplan ja Haenlein (2010) ovat määritelleet sosiaalisen median sivusto kuuluvan kuusi eri tyyppiä. Nämä ovat yhteistyöprojektit kuten Wikipedia, blogit, sosiaalisen median sivustot kuten Facebook, sisältöyhteisöt kuten YouTube, virtuaaliset sosiaaliset maailmat kuten Second Life, sekä virtuaaliset pelimaailmat kuten World of Warcraft. Sosiaalisen median käyttökategorioita on muun muassa osallistuminen toimintaan tuomalla arvoa tai ei, jakaminen, kuluttaminen tai sisällön etsiminen sekä pelaaminen (Bolton, 2013).

Carr ja Hayes (2015) nostivat myös monia määritelmiä omassa tutkimuksessaan esille. He nostivat esiin esimerkiksi aiemmin mainitun Kaplanin ja Haenleinin että Boyd ja Ellissonin määritelmät, sekä Russon ja muiden 2008 vuonna luodun määritelmän. Russon ja muut (2008) määrittivät sosiaalisen median olevan ne asiat, jotka helpottavat verkkoviestintää, verkostoitumista ja/tai yhteistyötä. Carr ja Hayes (2015) kuitenkin kritisoiivat Kaplanin ja Haenleinin sekä Russon ja muiden määritelmiä sillä heidän mukaansa määritelmiä voitaisiin helposti soveltaa muihin viestintätekniikoihin, joista puuttuu ne omaperäiset ominaisuudet, jotka erottavat sosiaalisen median muista tekniikoista. Carr ja Hayes (2015) loivat oman määritelmän, joka heidän mukaansa on päättelevä, kuvaava ja vankka, eli tulisi soveltumaan myös 2035 sosiaaliseen mediaan. Heidän mukaansa sosiaalinen media on Internet-pohjaisia alustoja, jossa käyttäjät voivat esitellä itseään joko reaaliajassa tai asynkronisesti sekä laajalle että kapealle yleisölle, sekä alustoja, jotka saavat arvoa käyttäjien luomasta sisällöstä ja muiden kanssa vuorovaikutuksessa ollessa.

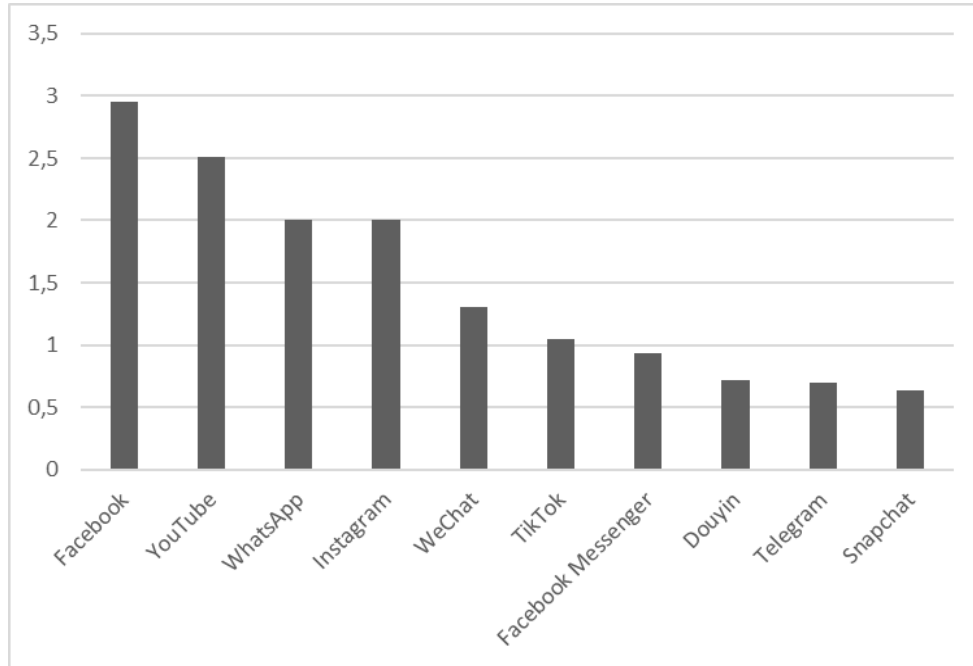
Koska määritelmiä on todella paljon, on tärkeä luoda yhtenäinen määritelmä, johon viitataan tässä tutkielmassa. Tässä tutkielmassa näiden aiempien määritelmien pohjalta, sosiaaliseen mediaan viitattaessa, tarkoitetaan Internet-pohjaista viestinnän kanavaa, jossa on mahdollista luoda ja jakaa sisältöä muille käyttäjille suuremmalle tai kapeammalle yleisölle. Sosiaalisen median palveluita ovat yhteistyöprojektit, blogit, sosiaalisen median sivustot, sisältöyhteisöt, virtuaaliset sosiaaliset maailmat sekä virtuaaliset pelimaailmat. Tutkimuksessa keskitytään enemmän sosiaalisen median sivustoihin sekä sisältöyhteisöihin.

2.2 Käyttämisen tilastoja

Maaailmanlaajuisesti sosiaalista mediaa käyttää 4,76 miljardia ihmistä, mikä on maailman populaatiosta 59,4 % (Meltwater, 2023). Kuten taulukossa 1 näkyy, suosituin sosiaalisen median palvelu on Facebook, jota käyttää 2,958 miljardia ihmistä. Toiseksi suosituin palvelu on Youtube, jolla on 2,514 miljardia käyttä-

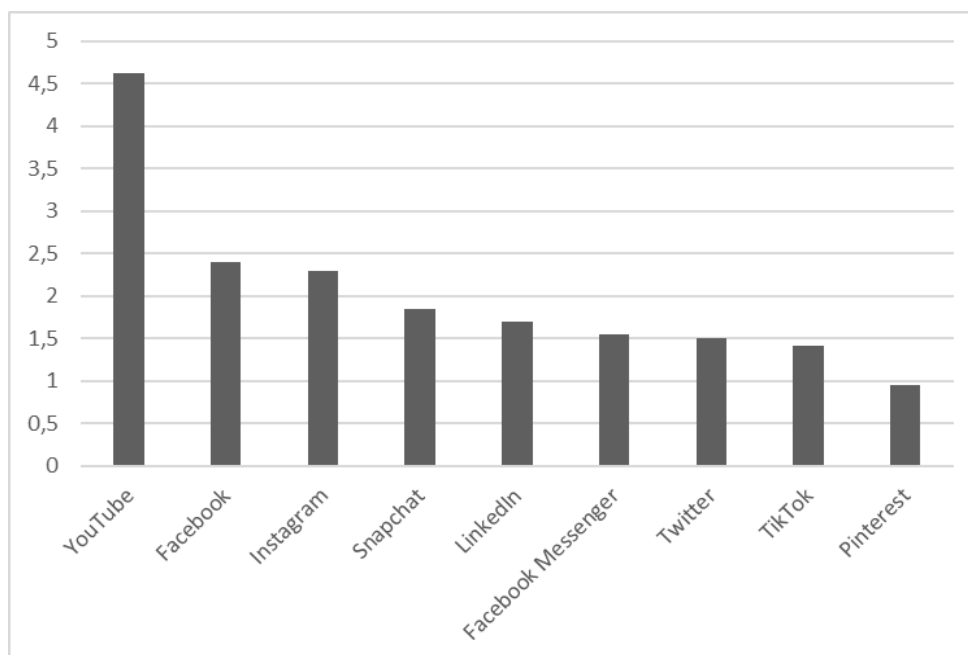
jää, ja jaetulla kolmannella sijalla ovat Whatsapp ja Instagram 2 miljardilla käyttäjällä. (Meltwater, 2023; Dixon, 2023) Taulukko 1 esittää 10 maailman suosituinta sosiaalisen median kanavaa Meltwaterin (2023) ja Dixonin (2023) mukaan.

TAULUKKO 1 Sosiaalisen median sovellusten käyttö maailmalla (määrä miljardeissa) (Meltwater, 2023; Dixon, 2023).



Sosiaalisen median käyttäjiä Suomessa on 4,62 miljoonaa, mikä on prosentteina Suomen populaatiosta 83,3 %. Kuten taulukko 2 näyttää, Suomen suosituin sovellus vuonna 2022 oli YouTube, jota käytti 3 miljoonaa ihmistä. Toiseksi suosituin sovellus oli Facebook, jolla oli 2,9 miljoonaa käyttäjää, ja kolmanneksi suosituin oli Instagram 2,3 miljoonalla käyttäjällä. (Kemp, 2023) Koska eri sivustojen tarjoamien tilastojen välillä voi kuitenkin olla eroja, kannattaa niitä tulkitessa olla tarkkana. Tutkimusjoukko koostui myös 16–74-vuotiaista suomalaisista, jolloin tulokset eivät kata myöskään kaikista nuorimpia tai vanhimpia ihmisiä. (MarkkinointiMaestro, 2023) Tilastoissa ei ole myöskään näkyvissä WhatsAppin sijaa, vaikka Kohvakan ja Saarenmaan (2019) mukaan vuonna 2019 se oli suosituin sosiaalisen median sovellus. Tämä voi tosin johtua siitä, että se onko WhatsApp sosiaalisen median palvelu, jakaa mielipiteitä. Silti monissa tilastoissa se on otettu huomioon, sillä se omaa sosiaaliselle medialle tyypillisiä ominaisuuksia kuten vuorovaikutteisuus ja ryhmätoiminnot. (Markkinointimaestro, 2022) Taulukko 2 esittää 9 Suomen suosituinta sosiaalisen median kanavaa Kempin mukaan.

TAULUKKO 2 Sosiaalisen median sovellusten käyttö Suomessa (määrä miljoonissa)
(Kemp, 2023)



Eri ikäryhmiä tarkastellessa onkin huomattavissa, että sosiaalisen median käyttö on selvästi yleisempää nuorempien kuin vanhempien joukossa. Kohvakkan ja Saarenmaan (2019) mukaan etenkin vanhimmat ikäluokat eli 75-vuotiaista ylöspäin olivat vuonna 2019 suurimmaksi osaksi sosiaalisen median ulkopuolella. Tästä huolimatta kuitenkin he kertoivat, että 74-vuotiaista alaspäin sosiaalisen median käyttö oli jo paljon yleisempää. Näihin yleisimpiin sovelluksiin, joita 65–74-vuotiaat käyttivät, kuuluivat heidän mukaansa Facebook sekä WhatsApp. Vuonna 2020 monet ikäihmiset joutuivat ottamaan ison digiloikan COVID-19 pandemian takia ja myös sosiaalisen median sivustojen käyttö kasvoi monissa ikäluokissa (Kohvakka & Saarenmaa, 2021).

Yli 10-vuotiaista 45-vuotiaisiin käytännössä melkein kaikki käyttivät jokin sosiaalisen median palvelua tai pikaviestintä vuonna 2019 (Kohvakka & Saarenmaa, 2019). Vuonna 2022 suomalaisten nuorten, eli 13–29-vuotiaiden keskuudessa, yleisimmät sovellukset olivat WhatsApp, jota käytti 93 % nuorista, YouTubea 88 % ja Instagramia 82 %. Tästä nähdään, että Facebook on vähentänyt suosiotaan nuorien keskuudessa, sillä se sijoittui vasta kuudennelle sijalle 46 % käytön määrällä. (Weissenfelt & Nisula, 2022) MarkkinointiMaestro (2022) lisäsi artikkeliinsa WordStreamin katsauksen siitä missä sovelluksissa yleensä tavoitetaan minkäkin ikäisiä ihmisiä. Katsauksen mukaan Facebookissa tavoitetaan 25–34-vuotiaat ihmiset, Instagramissa 18–34-vuotiaat ihmiset, Twitterissä 25–49-vuotiaat ihmiset, LinkedInissä 25–55-vuotiaat ihmiset, TikTokissa 10–30-vuotiaat ihmiset ja Snapchatissa 13–17-vuotiaat ihmiset.

Käytettyjen tilastojen perusteella sosiaalista mediaa käyttää nykypäivänä suurimäärä ihmisiä ikäskalan yltäen teini-ikäisistä ikäihmisiin. Nykyisin sosiaalinen media ei ole vain nuorison paikka olla, vaan myös vanhemmat ikäpolvet ovat ottaneet sosiaalisen median kanavia käyttöön. Ikäryhmien välillä on

kuitenkin eroavaisuuksia missä he viettävät eniten aikaa, mutta useissa sovel-
luksissa voidaan nähdä molempia ikäryhmiä sekaisin.

3 KÄYTETTÄVYYS

Tässä luvussa käsitellään käsitettä käytettävyys, määritellään se ja katsotaan, miten käytettävyyttä arvioidaan ja tutkitaan yleisesti. Käytettävyys on keskeinen termi tutkielmassa, minkä takia on tärkeä saada hyvä käsitys mitä se tarkoittaa. Käytettävyydelle on myös tärkeitä attribuutteja, joita tuloksissa tulee ilmenemään. On myös tärkeä tietää menetelmiä, joilla arvioidaan käytettävyyttä, jotta tiedetään, miten sivustojen käytettävyyttä mitataan.

3.1 Tarkoitus

Käytettävyys on ihmisen ja tietokoneen välisen vuorovaikutuksen ydintermi (Hornbæk, 2006). Termin määritelmistä ISO 9921-11 standardin määritelmä on niistä laajasti hyväksytty. Tämän mukaan käytettävyydellä voidaan mitata missä määrin tietyt käyttäjät voivat käyttää tuotetta tiettyjen tavoitteiden saavuttamiseksi tehokkaasti, vaikuttavasti ja miellyttävästi tietyssä käyttökontekstissa. (Jokela ym., 2003) Käsitteen muut määritelmät ovat myös hyvin samanlaisia. Näistä esimerkkinä Shackelin (2009) määritelmä, jonka mukaan jonkun järjestelmän tai laitteen käytettävyys on ihmisen toiminnallista kykyä käyttää sitä helposti sekä tehokkaasti tietyn tehtävän suorittamiseksi tietyssä ympäristössä tietyn koulutuksen ja käyttäjätuen avulla. Hän toteaa, että käytettävyys ei ole pelkästään helppokäyttöisyyttä vaan myös, että se on tehokasta. Tämä on sama kuin ISO 9921-11 määritelmässä. Shackel (2009) mainitsee määritelmässään helppouden tarkoittavan käytön helppoutta tietylle subjektiivisen arvioinnin tasolle ja tehokkuuden käytön tehokkuutta tietylle ihmisen suorituskyvyn tasolle.

Se, minkä tutkimusalan kautta käsitettä katsotaan, vaikuttaa määritelmään. Tästä esimerkkinä ohjelmistotekniikan ala, jossa yleisimmin hyväksytty määritelmä on ISO 9126-1. Tässä käytettävyys määritellään ohjelmistotuotteen kyvyksi olla ymmärrettävä, opittava, käytettävä, käyttäjää houkutteleva sekä ohjeiden mukainen, kun sitä käytetään tietyissä olosuhteissa. (Fernandez ym.,

2011) ISO 9921-11 on kuitenkin eniten siteeratuin määritelmä Nielsenin käytettävyyden määritelmän kanssa (Jeng, 2005).

Nielsen on tunnetuin uranuurtaja käytettävyyden saralla. Nielsenin (1994a) mukaan käytettävyys koostuu 5 eri attribuutista, jotka ovat opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheiden määrän vähäisyys ja tyytyväisyys. Ensimmäisenä opittavuus tarkoittaa, että arvioitavan kohteen pitää olla helposti opittavissa, jotta käyttäjä voi aloittaa halutun tavoitteen teon nopeasti. Tehokkuus tarkoittaa, että käytettävää kohdetta pitää olla tehokasta käyttää, jotta kohteen käytön opittua käyttäjä voi tehdä tavoitteensa mahdollisimman tuottavasti. Muistettavuus tarkoittaa, että käytettävän kohteen toiminnot pitää olla helposti muistettavissa, jotta mahdollisen pidemmän tauon jälkeen käyttäjä muistaa, miten kohteen avulla päästään haluttuun tavoitteeseen. Virheiden määrän vähäisyys tarkoittaa, että käytettävällä kohteella pitäisi olla matala mahdollisuus tehdä virheitä ja jos käyttäjä tekee virheitä, niistä pystytään toipumaan vaivattomasti. Viimeisenä tyytyväisyys tarkoittaa, että käytettävää kohdetta pitäisi olla miellyttävä käyttää. (Nielsen, 1994a) Nielsenin määritelmän attribuutit eroavat Shackelin ja ISO 9921-11 määritelmien attribuuteista siten, että Shackelin ja ISO 9921-11 määritelmässä pidetään attribuutteina vain vaikuttavuutta, tehokkuutta sekä tyytyväisyyttä. Toisaalta Nielsen on laajentanut käytettävyyden käsitystä ISO-määritelmän pohjalta, joten hänen määritelmänsä on alkujaan samasta määritelmästä.

Käytettävyys on siis tiivistettynä määriteltyjen käyttäjien toiminnallista kykyä käyttää jotakin laitetta tai järjestelmää helposti ja tehokkaasti pystyen näin saavuttamaan määritellyt tavoitteet tietyssä käyttöympäristössä. Käytettävyyden attribuutit riippuvat siitä, kenen määritelmää katsotaan, mutta tunnetuimmat attribuutit ovat Nielsenin määrittelemät attribuutit opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheiden määrän vähäisyys sekä tyytyväisyys. Näitä attribuutteja pystytään huomaamaan 4. luvussa, jossa pohditaan sukupolvien käytettävyystarpeita.

3.2 Tutkimusmenetelmiä

Sivustojen ja sovelluksien käytettävyyttä ei voida suoraan mitata. On kuitenkin kehitelty eri menetelmiä käytettävyyden arviointiin. Nämä menetelmät ovat mahdollista jakaa empiirisiin sekä tarkastusmenetelmiin (Fernandez ym., 2011). Tan ja muut (2009) toteavat omassa tutkimuksessaan, että kaikista yleisimpiä tapoja käytettävyyden tutkimisessa ovat käyttäjätestaukset sekä heuristiset analyysit. Käyttäjätestaukset ovat empiirisiä menetelmiä, jotka luottavat käyttäjien kokemuksiin ja heidän kommentteihinsa, sekä ne toteutetaan usein skenaariopohjaisessa ympäristössä. Heuristisessa analyysissa, joka puolestaan on tarkastusmenetelmä, luotetaan pääosin ergonomian asiantuntijoiden tietämykseen. He arvioivat kohteen käyttäen heuristiikkoja. (Tan ym., 2009) Kuten voi olla pääteltävissä, empiiristen menetelmien hyvä puoli on se, että siinä otetaan loppukäyttäjät huomioon arvioinnissa toisin kuin tarkastusmenetelmissä, joissa

vuorovaikutus loppukäyttäjien kanssa jää huomioimatta. Huonoja puolia empiirisissä menetelmissä ovat, että ne eivät välttämättä ole kustannustehokkaita menetelmiä ja arviointi tapahtuu usein vasta sovelluksen/sivuston kehityksen lopussa. Tarkastusmenetelmissä on taas mahdollista toteuttaa arviointi web-artefakteille, kuten malleille, käyttöliittymämalleille tai paperiprototyypeille ja näin ollen arviointi on mahdollista toteuttaa kehityksen alkuvaiheissa. Hyvä puoli näissä menetelmissä on myös se, että ne harvemmin tarvitsevat paljoa resursseja. Kuitenkin menetelmän ohjeiden laatu tai arvioijan odotukset voivat rajoittaa suoritettua käytettävyyssarviointia. (Fernandez ym., 2011)

Empiiriselle menetelmälle ei ole tunnettua mallia, jonka pohjalta tehdä käytettävyyssarviointeja. Tarkastelumenetelmistä kuitenkin tunnetuin voisi olla Nielsenin 10 heuristiikan analyysi. Aiemmin tutkielmassa esitelty Nielsen on luonut 10 kohtaisen heuristisen arvioinnin, jolla pystytään arvioimaan kohteen käytettävyyttä. Nielsenin (1993b) mukaan 10 heuristiikkaan ovat, että käyttäjän kanssa käytävä vuorovaikutus pitää olla luonnollista ja yksinkertaista, vuorovaikutuksen kielen pitää olla käyttäjän käyttämää kieltä, käyttäjän muistia pitää kuormittaa mahdollisimman vähän, kohteen käyttöliittymän pitää olla yhdenmukainen, järjestelmän pitää antaa reaaliajassa kunnollista palautetta, ohjelmassa ja sen osissa pitää olla selkeät poistumistiet, tehokasta työskentelyä ja oikopolkuja pitäisi tukea, virheilmoitukset tulee olla käyttäjälle selkeitä ja ymmärrettäviä, virhetilaan joutumista tulisi välttää sekä kohteen käyttöliittymässä tulisi olla kunnolliset avustustoiminnot ja dokumentaatio.

Nielsenin 10 heuristiikan analyysia on kuitenkin kritisoitu nykypäivänä siksi, koska sen ei katsota tällaisenaan täyttävän modernin teknologian vaatimuksia ja tämän syyn takia sitä pitäisi jonkin verran muokata sekä tutkia enemmän. On myös kehitelty monia muita erilaisia mittausattribuutteja, jotka eivät ilmene tässä analyysissa. Myös käyttäjä testauksia on kritisoitu, sillä testaukset tehdään usein rajoitetussa ympäristössä, jossa on vähän häiriötekijöitä, kun taas sovellusta käyttäessä oikeasti näin ei todennäköisesti ole (Thomas & Macredie, 2002). On myös hyvä tuoda esille, että ihmisten eri kulttuurit vaikuttavat ihmisten käyttötapoihin, mikä tuo käytettävyyden tutkimiseen vielä oman hankaluusasteensa lisää.

Käytettävyyttä voidaan siis arvioida eri menetelmien avulla ja menetelmiä kehitellään koko ajan lisää. Käytettävyyden tutkiminen on tärkeää etenkin sovelluksissa ja sivustoilla, koska ne ovat erittäin tärkeitä nykypäivinä ihmisten arjessa, sekä nykyisin käytettävyyks on erittäin tärkeässä asemassa tuotannossa. Usein asiakkaat löytävät myös palveluita sivustoilta ja sovelluksista, ja jos ne eivät ole toimivia käytettävyydeltään, voi menettää runsaasti mahdollisia asiakkaita. Eri arviointimenetelmissä on omat hyvät ja huonot puolensa eikä näin ollen ole vielä sitä yhtä parasta tapaa arvioida käytettävyyttä.

4 SUKUPOLVIEN NÄKÖKULMAT

Tässä luvussa käydään läpi kirjallisuuden kautta löydetyt käytettävyys tarpeet kummankin sukupolven osalta. Lopuksi verrataan sukupolvien tarpeita toisiinsa kooten mahdolliset eroavaisuudet heidän tarpeidensa välillä. Tutkimuksen sukupolvet ovat jaettuna niin, että nuorempaan sukupolveen kuuluvat Y-sukupolvi ja siitä kaikki siitä alaspäin, ja vanhempaan sukupolveen taas kaikki Y-sukupolvesta ylöspäin. Jaottelu on perusteltu nuoremman sukupolven diginatiivisuudella.

4.1 Nuoremman sukupolven tarpeet

Sosiaalisen median käyttäjistä suurin osa on nuorempaan sukupolveen kuuluvia henkilöitä. Näin ollen, usein sosiaalisen median palvelun kohde ryhmänä on nuorempi sukupolvi, joista suurin osa ovat käyttäneet teknologiaa ja sosiaalista mediaa elämässään jo pitkään. Tällöin myös käytettävyys on usein suunniteltu nuoremman sukupolven näkökannalta ja täyttämään juuri heidän tarpeitansa. Kuitenkin siitä huolimatta, että käytettävyys sosiaalisen median sivustoilla on kohdistettu nuoremmalle sukupolvelle, suoraan heidän tarpeistaan ei ole juurikaan tutkimuksia.

Korhanin ja Ersoyn (2016) tutkimuksessa tunnistettiin nuoremmalle sukupolvelle muutamia mieltymyksiä käytettävyydelle, mutta nämä jakautuivat nuoremman sukupolven välillä. 16–25-vuotiaat pitivät tutkimuksen mukaan tärkeimpinä käytettävyysominaisuuksina sivuston vastausaikaa, navigointia sekä käytettävyyden tyytyväisyys aluetta. Taas 26–40-vuotiaat kokivat tärkeimpiin käytettävyysominaisuuksiin kuuluvan vuorovaikutuksen sekä miellettavuuden ja tehokkuuden. 36–40-vuotiaat kokivat myös sivustojen personoinnin tärkeäksi ominaisuudeksi tutkimuksessa. Heidän tutkimuksestansa pystyttiin päättämään, että 16–25-vuotiaat eivät olleet niin kärsivällisiä, mutta muistavat järjestelmän ominaisuudet helpommin kuin 26–40-vuotiaat. Miettiesä nuorempien käyttäjien mieltymyksiä sosiaalisen median sivustojen tyyliä

kohtaan, aikaisemmat tutkimukset viittaavat siihen, että nuoremmat verkkokäyttäjät pitävät kuvapohjaisesta viestintätyylistä enemmän kuin tekstipohjaisesta (Wagner, 2014). Tämän takia nuoremmat käyttäjät kokivat täysin tekstipohjaisen sivuston olevan sekavampi Wagnerin (2014) tutkimuksessa. He myös kokivat hankaluuksia navigoimisessa tutkimuksen testiverkkosivustolla, sillä sivusto ei omistanut mitään navigointipolkuja tai hakutoimintoja, joihin he olivat tottuneet. Miettiessä lisää nuoremman sukupolven käyttäytymistä sivustoilla, Boyd ja muut (2012) huomasivat omassa tutkimuksessaan nuorempien osallistujien 25–65 ikäluokasta nauttivan uusien ominaisuuksien tutkimisesta. Tästä voidaan huomata, että nuorempi sukupolvi on rohkeampi kokeilemaan sivustojen ominaisuuksia, ja näin todennäköisesti luottavat yleisesti siihen, etteivät voi rikkoo sivustolla mitään vakavasti.

Kuten aiemmassa tutkimuksessa huomattiin, tämän tutkielman ikäjaottelussa nuoremmalla sukupolvella on eroavaisuuksia käytettävyystarpeissaan. Nämä eroavaisuudet voivat johtua mahdollisesti siitä, että osalle ikäryhmästä sosiaalinen media on tullut elämään vasta 20-vuotiaana, kun taas osalle se on ollut ihan lapsesta asti. Myös heidän käyttämät sivustot ja niiden ominaisuudet voivat poiketa hyvin paljon keskenään. Ikähaarukka on kuitenkin melko laaja, mikä tarkoittaa myös sitä, että ikäluokkien käyttäytymistavat sivustoilla ovat mahdollisesti hyvin erilaisia. Myös erilaiset fyysiset ja kognitiiviset ominaisuudet voivat erota toisistaan. Kuitenkin nuoremmalla sukupolvella tässä tutkimuksessa on olennaista se, että heillä on suhteellisen samanlainen käyttöaika sosiaalisen median ja teknologian kanssa.

Niin kuin aiemmin todettiin, sosiaalisen median sivustoja tehtäessä, tärkein kohderyhmä on suurimmassa tapauksessa nuorempi sukupolvi. Nuoremman sukupolven käytettävyystarpeista ei löydy juuri niihin kohdistuvia tutkimuksia. Tutkimuksia ei ole mahdollisesti tehty, koska nuoremmalla sukupolvella ei ole niin paljon ongelmia teknologiaa ja sosiaalista mediaa käyttäessä, sekä suurin osa käytettävyyksmalleista on tehty todennäköisesti jo nuoremman sukupolven tarpeet mielessä. Käytettävyyksmalleissa korostettavia käytettävyyksominaisuuksia voidaan siis mahdollisesti yleistää nuoremman sukupolven tarpeisiin. Kuitenkin tutkimuksissa, joissa nuoremman sukupolven tarpeet ovat nostettu ylös, tärkeimmät käytettävyyksstarpeet ovat navigointi, vastausaika ja vuorovaikutus, sekä tyytyväisyys, muistettavuus ja tehokkuus osa-alueet. He myös nauttivat uusien asioiden kokeilemisestä.

4.2 Vanhemman sukupolven tarpeet

Vanhempien ihmisten määrä kasvaa koko ajan, ja he ovat alkaneet käyttämään sosiaalista mediaa entistä enemmän. Nämä eivät kuitenkaan usein tue vanhempien ihmisten käytettävyyksstarpeita. Mahdollisesti sen takia sosiaalisen median ja teknologian käytettävyyttä on tutkittu erittäin paljon vanhemman sukupolven näkökulmasta.

Yksi suuri este vanhemmalle sukupolvelle käyttää sosiaalista mediaa on etenkin ikääntyminen ja sen mukana tulevat muutokset, joita ei usein sosiaalisen median sivuilla oteta huomioon. Näitä ovat muun muassa näön, psykomotorisen koordinaation, keskittymiskyvyn ja muistin heikkeneminen (Wagner ym., 2014). He kohtaavat yleensä fyysisiä ja kognitiivisia esteitä ja heillä on heikompi yleinen teknologiatuntemus (Lee & Coughlin, 2015). Nämä mainitut ongelmat vaivaavat heitä käyttöliittymiä käyttäessä, sillä sivustot koostuvat usein pienestä tekstistä, ongelmallisista väreistä, useista syötöistä, lukuisista ikkunoista, heille tuntemattomasta terminologiasta sekä ruuhkaisista näytöistä. Vaikka on monia ohjeita sen suhteen, kuinka korjata edellä olevia ongelmia, niitä ei juurikaan sovelleta sivuja tehdessä. (Arfaa & Wang, 2014a) Myös se, jos näytöllä näkyy paljon häiritseviä visuaalisia elementtejä, vanhempien käyttäjien huomio lähtee usein pois muulta sivuston alueelta. Tämä voi vaikuttaa navigaatioon kielteisesti, sillä tähän liittyvät työkalut sijaitsevat usein reuna-alueella eikä sivustojen keskellä. (Romano Bergstorm ym., 2013) Vanhemmalla ikäryhmällä on myös taipumusta pelätä väärin valintojen rikkovan sivustoilla jotakin (Boyd ym., 2012). Volkmann ja muut (2020) totesivat myös omassa tutkimuksessaan, että tiedon puute erityisesti teknisistä termeistä, pelko tietosuojasta ja epävarmuus tietokoneen käytöstä olivat tärkeimpiä esteitä teknologian käyttöönotolle. Vaikka on tärkeä vastata iäkkäiden käytettävyystarpeisiin sosiaalisessa mediassa, on myös mainittava, että itse teknologia on hyvä olla helppo käyttää vanhemmalle sukupolvelle, jotta sivustojen käytettävyyssominaisuuksien edut toteutuvat.

Monissa tutkimuksissa vanhempi sukupolvi on osoittanut kiinnostustaan sosiaalisen median käyttöä kohti (Arfaa & Wang, 2015). Käyttöliittymät ovat tuottaneet kuitenkin hankaluuksia heille (Arfaa & Wang, 2014a), minkä takia ikääntyneet aikuiset ovatkin taipuvaisempia käyttämään sivustoa, jossa on helppokäyttöinen käyttöliittymä, joka mahdollistaa oppimisen ja tuen (Arfaa & Wang, 2015). Vanhemman sukupolven mielestä tuntiessaan olonsa tehokkaaksi ja mestariksi käyttäessä sosiaalista mediaa, täydentää se heidän haluaan olla pätevä sosiaalisen median käyttäjä (Krishen ym., 2016). Jotta vanhemmalla sukupolvella olisi helppoa käyttää sosiaalisen median sivustoja, ja he saisivat edellä mainitun itsevarmuuden tunteen, seuraavia tarpeita olisi hyvä täyttää. Sosiaalisen median ulkomuodossa helpottaisi vanhempia käyttäjiä suurempi fontti, supistetut ominaisuudet sekä intuitiivinen asettelu ja navigointi (Arfaa & Wang, 2014a). On myös mainittavaa, että vanhempi sukupolvi tarvitsee enemmän koulutusta sosiaalisen median käyttöön. Näin he saisivat itsevarmemman tunteen käyttää sosiaalista mediaa ja mahdollisesti Web 2.0 -terminologia tulisi tällä tavoin myös heille tutummaksi (Arfaa & Wang, 2014a). He tarvitsisivat myös tukea varmistamaan heidän turvallisuutensa sekä yksityisyytensä (Arfaa & Wang, 2014b). Jotta sivustosta tulisi käyttäjä ystävällisempi vanhemmalle sukupolvelle, olisi hyvä ottaa heidät mukaan kehityksen alkuvaiheesta lähtien (Lee & Coughlin, 2015). Tsai ja muiden (2017) tuloksissa järjestelmän tuella ja sivun koetulla hyödyllisyydellä oli merkittävä vaikutus käyttäytymisaikomuksiin. Lisäksi heidän mukaansa käyttöliittymän suunnittelu ja koettu helppo-

käyttöisyys korreloivat positiivisesti koetun hyödyllisyyden kanssa. Heidän tutkimuksensa myös vahvisti, että navigaatiolla oli positiivinen korrelaatio havaittuun helppokäyttöisyyteen.

Vanhempien ihmisten käytettävyystarpeet perustuvat paljolti fyysisiin ja kognitiivisiin ongelmiin, sekä teknologian terminologian ja käytön vähätietoisuuteen. Vanhemman sukupolven tarpeista on otettava huomioon ongelmat, joita iän myötä tulee. Lee ja Coughlin (2015) kertoivat myös kymmeneksi tärkeimmäksi tekijäksi auttamaan vanhempien ihmisten soveltamista teknologiaan olevan arvo, käytettävyys, kohtuuhintaisuus, saavutettavuus, tekninen tuki, sosiaalinen tuki, tunteet, itsenäisyys, kokemus ja itsevarmuus. Iäkkäiden ihmisten osalta on siis otettava muitakin asioita huomioon käytettävyyden lisäksi. Käytettävyyden osalta, tärkeimpiä ominaisuuksia vanhemmalle sukupolvelle on yksinkertaisuus, intuitiivinen asettelu ja navigointi, fyysisten ja kognitiivisten heikkouksien tukevat ominaisuudet, yksinkertainen kieli sekä tuki ominaisuudet sivuston käyttöön kuten apupainikkeet.

4.3 Eroavuudet

Kirjallisuutta tutkiessa oli huomattavissa, että vanhemman sukupolven tarpeita on tutkittu paljon enemmän kuin nuoremman sukupolven tarpeita. Tämä johtuu hyvin todennäköisesti siitä, että nuorempi sukupolvi käyttää sosiaalista mediaa ja teknologiaa paljon enemmän kuin vanhempi sukupolvi ja näin ei koe yhtä huomattavasti ja suurelta määrin ongelmia niiden käytössä. Nuoremmat ihmiset ovat eteenkin tottuneempia käyttämään sosiaalista mediaa, sillä he ovat alkaneet käyttämään niitä jo nuorena iässä. On myös todettu, että sosiaalinen media ja teknologia ei ole tehty suoraan vanhemmalle sukupolvelle, mikä johtaa todennäköisesti sosiaalisen median käytön hankaluuksiin, sekä käytettävyystarpeiden tutkimiseen.

Käytettävyydessä attribuutit opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheiden määrän vähäisyys ja tyytyväisyys ovat hyvin päteviä molemmille sukupolville. Kuitenkin näiden painotus riippuu paljon iästä ja etenkin yleisesti vanhemmalle sukupolvelle käytettävyyden tärkeys painottuu enemmän (Lee & Coughlin, 2015). Nuoremmalla sukupolvella tärkeitä käytettävyystarpeita ovat navigointi, vastausaika, vuorovaikutus sekä tyytyväisyys, muistettavuus ja tehokkuus osa-alueet. Nuoremmat ovat myös paljon kärsimättömämpiä tekemään asioita kuin vanhemmat, mikä johtuu mahdollisesti siitä, että ovat koko elämänsä käyttäneet teknologiaa ja sosiaalista mediaa jossain määrin toisin kuin vanhempi sukupolvi. Nuoremmat käyttäjät myös reagoivat suosittuihin tieto- ja viestintätekniikan trendeihin ja nämä vaikuttavat heidän laitteiden ja sosiaalisen median valintoihinsa toisin kuin vanhemmilla valinnat ovat enemmän sisäisesti motivoituneita (Vroman ym., 2015). Kehittäjien tulee tarjota navigointivihjeitä, joita nuoremmat ja kokeneet käyttäjät ovat tottuneet odottamaan, pitäen samalla mielessä vanhempien käyttäjien suosiman yksinkertaisuuden (Wagner ym., 2014). Opittavuus on hyvin vahvassa roolissa vanhemmalla sukupol-

vella, sillä heille se on vaikeampaa kuin nuoremmalle sukupolvelle. Yleisesti vanhemmalle sukupolvelle olisi tärkeintä, että sosiaalisen median sivuston ulkoasu ja ominaisuudet tukisivat heidän fyysisiä ja kognitiivisia vaikeuksia. Vanhempien ongelmat liittyvät paljon kognitiivisten taitojen, kuten muistin sekä spatiaalisen kyvyn, heikkenemiseen. Tämä näkyy myös eroavaisuuksissa käytettävyystarpeissa. Vanhemmille ominaisuudet pitää olla muistia ja omien fyysisten ja kognitiivisten tarpeiden tukevia ominaisuuksia, kun taas nuoremmille tarpeet keskittyvät enemmän tehokkuuteen ja näin kuinka nopeasti sosiaalisessa mediassa pystyy toimia.

Korhanin ja Ersoyn (2016) tutkimuksesta pystyttiin huomata, että tutkijan nuoremmalla sukupolven sisällä on jaottelua käytettävyystarpeissa. Heidän tuloksissaan vanhemmat kokivat enemmän vaikeuksia muistaa uuden järjestelmän ominaisuuksia kuin nuoremmat. Tästä voidaan päätellä, että mitä vanhemmasta ihmisestä kyse, sitä vaikeampi on muistaa uuden järjestelmän ominaisuuksia. Yleisesti, vanhemmat eivät ole yhtä tottuneita käyttämään sosiaalisen median ominaisuuksia, joten itse oppiminen tuottaa myös enemmän vaikeuksia heille kuin nuoremmalle sukupolvelle. Tähänkin voisi uskoa vaikuttavan käytetty terminologia, joka on mahdollisesti tutumpaa nuoremmalle kuin vanhemmalle sukupolvelle.

Eroavaisuuksia huomataan myös itse teknologian käytössä. Nuoremmille se on jo luontevaa käyttää esimerkiksi puhelimia, joissa on pienet näytöt, kun taas vanhemmille ikäpolville se voi olla ongelmallista juuri omien kykyjensä, kuten näön ja liikkeen hidastumisen ja heikkenemisen takia. Käytettävyysongelmia näkyy myös tietokoneen käytössä, sillä sivustoilla on usein pienempää tekstiä sekä itse hiiren ominaisuudet voivat tuottaa hankaluuksia vanhemmalle sukupolvelle. Kaikki vanhemman sukupolven käytettävyystarpeet eivät siis täysin liity pelkästään sosiaalisen median tarpeiden puuttumiseen vaan myös niiden laitteiden, joita he käyttävät.

Ylipäätään voidaan kuitenkin uskoa, että molempia sukupolvia miettiessä on molemmille tärkeää käyttäjävälisyys, sillä se auttaa käyttäjää käyttämään palvelua helposti, navigoimaan sivustolla sekä etsimään tarpeellisia asioita ja tekemään toiminnasta tehokasta (Ellahi & Bokhari, 2013), mutta vanhempien kohdalla käytettävyys on vielä vahvemmassa osassa (Lee & Coughlin, 2015). On myös todettu, että tapauksissa, joissa verkkosivusto on tarkoitettu hedonisiin tarkoituksiin voi olla vaikeaa miellyttää molempia ikäryhmiä yhdellä verkkosivustolla (Wagner ym., 2014). Tärkeimmät eroavuudet käytettävyystarpeissa nuoremmalla ja vanhemmalla sukupolvella ovat, että nuoremmalla sukupolven tarpeet kohdistuvat enemmän tyytyväisyyteen ja tehokkuuteen osalle, kun taas vanhemman sukupolven tarpeet kohdistuvat enemmän muistettavuuteen ja opittavuuteen osalle. Nuorempi sukupolvi kiinnittää huomiota enemmän helppoon navigointiin ja vuorovaikutukseen sekä nopeaan vastausaikaan, kun taas vanhempi sukupolvi kaipaa sivustoilta yksinkertaisuutta, intuitiivisuutta liikkumiseen, helposti saatavaa apua sivustolla tehtäviin toimintoihin, yksinkertaista ymmärrettävää kieltä sekä ominaisuuksia, jotka tukevat heidän fyysisiä ja kognitiivisia heikkouksia. Koulutus vanhemmalle sukupol-

velle olisi suositeltavaa, sillä se tutustuttaisi heidät etenkin terminologiaan ja yleisimpiin sosiaalisen median ominaisuuksiin.

5 YHTEENVETO

Tässä kandidaatintutkielmassa tarkasteltiin sosiaalista mediaa, siihen liittyviä tilastoja, käytettävyyttä, käytettävyyden tutkimusmenetelmiä sekä sukupolvien käytettävyystarpeita sosiaalisessa mediassa erikseen ja verraten toisiinsa. Tavoitteena tutkielmassa oli tuoda esille nuoremman ja vanhemman sukupolven käyttötarpeet ja etenkin korostaa niiden eroavaisuuksia. Sosiaalisen median käyttö on yleistynyt ihmisten arkielämässä, ja sitä käyttää miljardeja ihmisiä. Sosiaalista mediaa on käyttänyt alun perin enemmän nuoret ihmiset, mutta vanhemmat ihmiset ovat alkaneet siirtymään myös sen pariin. Kuitenkin vanhempi sukupolvi kokee enemmän hankaluuksia sosiaalisen median käytössä kuin nuorempi sukupolvi. Tutkielmassa pyrittiin vastaamaan kirjallisuuskatsauksena seuraavaan tutkimuskysymykseen: Miten nuoremman ja vanhemman sukupolven sosiaalisen median käytettävyystarpeet eroavat toisistaan?

Sosiaaliselle medialle ei ole tarkkaa määritelmää ja on myös epäselvyyttä siitä, mitkä asiat kuuluvat sosiaaliseen mediaan ja mitkä eivät. Sosiaalisessa mediassa kuitenkin on tunnistettavaa se, että se on Internet-pohjainen alusta, jossa on mahdollista luoda ja jakaa sisältöä muille. Ihmisten keskuudessa sosiaalisen median käyttö on yleistynyt paljon, ja yhä useampi vanhempi ihmisinen on alkanut kiinnostumaan sosiaalisen median käytöstä. Sosiaalisen median kehityksessä käytettävyys on yhä tärkeämmässä roolissa. Käytettävyydellä tarkoitetaan käyttäjien kykyä käyttää järjestelmää tai laitetta helposti sekä tehokkaasti pystyen saavuttamaan määritellyt tavoitteet sillä. Tärkeitä attribuutteja käytettävyydelle ovat opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheiden määrän vähäisyys ja tyytyväisyys. Nämä ominaisuudet ovat tärkeitä myös, kun katsotaan sukupolvien käytettävyystarpeita.

Tutkimuksessa vahvistettiin, että sukupolvilla on eroavaisuuksia käytettävyystarpeissa, kun käytetään sosiaalista mediaa. Nuoremman sukupolven tarpeet keskittyvät paljon tehokkuus ja tyytyväisyys osa-alueisiin, kun taas vanhemmalla sukupolvella käytettävyystarpeet keskittyvät muistettavuuteen ja opittavuuteen. Nuorempi sukupolvi kaipaa sivustoilta etenkin helppoa navigointia ja vuorovaikutusta sekä nopeaa vastausaikaa. Nuoremmat ovat kärsimättömämpiä sosiaalisen median käyttäjiä kuin vanhempi sukupolvi, minkä

takia nuoremmat haluavat sosiaalisessa mediassa tapahtuvien toimintojen olevan tehokkaita. Vanhempi sukupolvi kaipaa enemmän ominaisuuksia, jotka tukevat heidän vähää tietämystään teknologiasta ja sosiaalisesta mediasta sekä myös heidän heikentyneitä fyysisiä ja kognitiivisia ominaisuuksia. Yksinkertaisuus, intuitiivinen liikkuminen sivustoilla, helposti saatava apu sivustolla tehtäviin toimintoihin, yksinkertainen ymmärrettävä kieli ja ominaisuudet, jotka tukevat heidän fyysisiä ja kognitiivisia heikkouksia, ovat vanhemman sukupolven pääkäytettävyystarpeita.

On myös huomioitavaa, että itse teknologia tuottaa omat hankaluutensa sosiaalisen median käyttöön. Etenkin vanhimmat ihmiset voivat tarvita vahvempaa tukea ulkopuolelta, että he voivat saada turvallisemman ja varmemman olon käyttää teknologiaa ja sosiaalista mediaa. Koulutus vanhemmalle sukupolvelle toisi enemmän tietämystä sosiaalisen median terminologiaan sekä yleisimpiin ominaisuuksiin. Olisi myös tärkeää, että sivustojen kehitysvaiheessa molempien sukupolvien edustajia otettaisiin mukaan kehitykseen, että saataisiin katsottua näiden molempien sukupolvien käytettävyystarpeita samaan aikaan. Käytettävyys on molemmille sukupolville tärkeä asia sosiaalisen median käytössä, mutta tämä kuitenkin korostuu etenkin vanhemman sukupolven kohdalla.

Tutkielma tehdessä oli huomioitavaa, että ikäjaottelu oli hieman vaihtelevaa käytetyissä kirjallisuuksissa. Etenkin 40–65-vuotiaat oli jätetty käytettävyystarpeiden arvioinnissa usein huomiotta, minkä takia suurin osa vanhemman sukupolven käytettävyystarpeista keskittyy ennemmin ikäihmisiin. Myös nuoremmen sukupolven käyttötarpeita koskevia lähteitä oli hyvin rajoitettu määrä. Tämä voi johtua siitä, että suurin osa käytettävyyden tutkimusmalleista on tehty nuorempi sukupolvi mielessä, jolloin näissä ilmenevät käytettävyystarpeet voivat olla mahdollisesti yleistettävissä etenkin nuorempaan sukupolveen. Tutkimuksessa ei myöskään otettu huomioon kulttuurillisia eroja, vaikka käytettävyystarpeissa tulee eroavaisuuksia esimerkiksi siinä, asuuko ihminen kehittyneestä teknologia valtiosta, vai mahdollisesti köyhemmältä alueelta.

Jatkotutkimukset ovat tarpeen aiheelle, sillä edelleen on haastavaa toteuttaa sivusto, joka palvelisi ja tyydyttäisi molempien sukupolvien tarpeita saman aikaisesti. Jatkotutkimukset voisivat näin kohdistua etenkin siihen, miten käytettävyystarpeet saataisiin implementoitua yhteen yhdellä sivustolla. Sosiaalisesta mediasta voisi myös kohdistaa tutkimuksen yhteen sivustoon tai selvästi yhteen sosiaalisen median alueeseen ja katsoa käytettävyystarpeita tällä rajauksella. Myös nuoremmen sukupolven ja keski-ikäisten ihmisten tarpeita olisi hyvä eritellä lisää, sillä materiaalia näistä ei paljoa löytynyt.

LÄHTEET

- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021) Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–222. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Arfaa, J. & Wang, Y. (Kathy). (2014a). A Usability Study on Elder Adults Utilizing Social Networking Sites. Teoksessa A. Marcus (toim.), *Design, User Experience, and Usability. User Experience Design for Diverse Interaction Platforms and Environments* (s. 50–61). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-07626-3_5
- Arfaa, J. & Wang, Y. (Kathy). (2014b). An Accessibility Evaluation of Social Media Websites for Elder Adults. Teoksessa G. Meiselwitz (toim.), *Social Computing and Social Media* (s. 13–24). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-07632-4_2
- Arfaa, J. & Wang, Y. (Kathy). (2015). Usability Evaluation of a Social Networking Site Prototype for the Elderly. Teoksessa J. Zhou & G. Salvendy (toim.), *Human Aspects of IT for the Aged Population. Design for Aging* (s. 297–306). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-20892-3_29
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Komarova, L. Y. & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245–267. <https://doi.org/10.1108/09564231311326987>
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1109/EMR.2010.5559139>
- Boyd, K., Nugent, C., Donnelly, M., Sterritt, R. & Bond, R. (2012). A Usability Protocol for Evaluating Online Social Networks. Teoksessa M. Donnelly, C. Paggetti, C. Nugent & M. Mokhtari (toim.), *Impact Analysis of Solutions for Chronic Disease Prevention and Management* (s. 222–225). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-30779-9_30
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Dixon, S. (2023) Global social networks ranked by number of users 2023. *Statista*. Haettu 6.4.2023 osoitteesta: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

- Ellahi, A. & Bokhari, R. H. (2013). Key quality factors affecting users' perception of social networking websites. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(1), 120–129. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2012.10.013>
- Fernandez, A., Insfran, E. & Abrahão, S. (2011). Usability evaluation methods for the web: A systematic mapping study. *Information and Software Technology*, 53(8), 789–817. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2011.02.007>
- Hornbæk, K. (2006). Current practice in measuring usability: Challenges to usability studies and research. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(2), 79–102. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2005.06.002>
- Jeng, J. (2005). What Is Usability in the Context of the Digital Library and How Can It Be Measured. *Information Technology and Libraries*, 24(2), 47. <https://doi.org/10.6017/ital.v24i2.3365>
- Jokela, T., Iivari, N., Matero, J. & Karukka, M. (2003). The standard of user-centered design and the standard definition of usability: analyzing ISO 13407 against ISO 9241-11. Proceedings of the Latin American conference on Human-computer interaction, 53–60. <https://doi.org/10.1145/944519.944525>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kemp, S. (2023) Digital 2023: Finland. Datareportal. Haettu 7.4.2023 osoitteesta: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-finland>
- Kohvakka, R., & Saarenmaa, K. (2019) WhatsApp suosituin – some on suomalaisten arkea iän mukaan vaihdellen. *Tieto & Trendit*. Haettu 6.4.2023 osoitteesta: <https://www.tilastokeskus.fi/tietotrendit/artikkelit/2019/whatsapp-suosituin-some-on-suomalaisten-arkea-ian-mukaan-vaihdellen/>
- Kohvakka, R., & Saarenmaa, K. (2021) Median merkitys on kasvanut pandemian aikana – monet ikäihmiset ovat ottaneet melkoiden digiloikan. *Tieto & Trendit*. Haettu 6.4.2023 osoitteesta: <https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2021/median-merkitys-on-kasvanut-pandemian-aikana-monet-ikaihmiset-ovat-ottaneet-melkoisen-digiloikan/>
- Korhan, O. & Ersoy, M. (2016). Usability and functionality factors of the social network site application users from the perspective of uses and gratification theory. *Quality & Quantity*, 50(4), 1799–1816. <https://doi.org/10.1007/s11135-015-0236-7>
- Krishen, A. S., Berezan, O., Agarwal, S. & Kachroo, P. (2016). The generation of virtual needs: Recipes for satisfaction in social media networking. *Journal of Business Research*, 69(11), 5248–5254. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.120>

- Lee, C. & Coughlin, J. F. (2015). PERSPECTIVE: Older Adults' Adoption of Technology: An Integrated Approach to Identifying Determinants and Barriers. *Journal of Product Innovation Management*, 32(5), 747–759.
<https://doi.org/10.1111/jpim.12176>
- Markkinointimaestro (2023.) Sosiaalisen median tilastot 2022. Haettu 6.4.2023 osoitteesta: <https://www.markkinointimaestro.fi/sosiaalisen-median-tilastot-2022>
- Meltwater (2023.) 2023 Global Digital Report. Haettu 6.4.2023 osoitteesta: <https://www.meltwater.com/en/global-digital-trends>
- Nielsen, J. (1994a). *Usability Engineering*. Morgan Kaufmann.
- Nielsen, J. (1994b). Enhancing the explanatory power of usability heuristics. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems Celebrating Interdependence - CHI '94*, 152–158.
<https://doi.org/10.1145/191666.191729>
- Romano Bergstrom, J. C., Olmsted-Hawala, E. L. & Jans, M. E. (2013). Age-Related Differences in Eye Tracking and Usability Performance: Website Usability for Older Adults. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 29(8), 541–548. <https://doi.org/10.1080/10447318.2012.728493>
- Russon, A., Watkins, J., Kelly, L., & Chan, S. (2008). Participatory Communication with Social Media. *Curator: The Museum Journal*, 51(1), 21–31. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2008.tb00292.x>
- Shackel, B. (2009). Usability – Context, framework, definition, design and evaluation. *Interacting with Computers*, 21(5–6), 339–346.
<https://doi.org/10.1016/j.intcom.2009.04.007>
- Tan, W., Liu, D. & Bishu, R. (2009). Web evaluation: Heuristic evaluation vs. user testing. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 39(4), 621–627.
<https://doi.org/10.1016/j.ergon.2008.02.012>
- Thomas, P. & Macredie, R. D. (2002). Introduction to the new usability. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 9(2), 69–73.
<https://doi.org/10.1145/513665.513666>
- Tsai, T.-H., Chang, H.-T., Chen, Y.-J. & Chang, Y.-S. (2017). Determinants of user acceptance of a specific social platform for older adults: An empirical examination of user interface characteristics and behavioral intention. *PLOS ONE*, 12(8), e0180102.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0180102>
- Volkman, T., Miller, I. & Jochems, N. (2020). Addressing Fear and Lack of Knowledge of Older Adults Regarding Social Network Sites. Teoksessa Q. Gao & J. Zhou (toim.), *Human Aspects of IT for the Aged Population. Technology and Society* (s. 114–130). Springer International Publishing.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-50232-4_9

- Vroman, K. G., Arthanat, S. & Lysack, C. (2015). "Who over 65 is online?" Older adults' dispositions toward information communication technology. *Computers in Human Behavior*, 43, 156–166.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.018>
- Wagner, N., Hassanein, K. & Head, M. (2014). The impact of age on website usability. *Computers in Human Behavior*, 37, 270–282.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.003>
- Weissenfelt, J., & Nisula, J. (22.4.2022) 2. Suosituimmat sosiaalisen median palvelut. *SoMe ja nuoret 2022*. EBrand Group Oy. Haettu 26.4.2023 osoitteesta: <https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2022/2-suosituimmat-sosiaalisen-median-palvelut/>
- Whiting, A. & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research*, 16(4), 362–369.
<https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>