

Opinnäytetyö (AMK)

Tietojenkäsittely

2021

Lauri Kovanen

# WWW-SUUNNITTELUN TRENDIT

Lauri Kovanen

## WWW-SUUNNITTELUN TRENDIT

Verkkosivujen suunnittelu on ala, jossa on tärkeää seurata jatkuvasti uusien ja vanhojen teknologioiden kehitystä. Tietoa suunnittelusta ja tämänhetkisestä suunnasta on niin paljon, että usein on vaikeaa päätellä parhaita trendejä ja käytäntöjä.

Opinnäytetyön tarkoitus oli esitellä web-suunnittelun tämän hetken tärkeimpiä trendejä. Työssä kerättiin yhteenvedo trendeistä, mitkä on koottu monesta eri lähteistä otetuista listoista. Lähteet valittiin organisaatioilta ja henkilöiltä, joilla on kokemusta ja tietoa web-suunnittelusta. Trendit kategorioitiin niiden käyttötarkoituksen perusteella. Trendi otettiin esittelyyn, jos se oli mainittu useamman kerran lähteissä. Tuloksena on lista, joka helpottaa tämän hetken tärkeimpien trendien tunnistamista.

Eri organisaatiot ja henkilöt tuovat omissa trendilistoissaan eri asioita esille. Sen takia yhtenäisen kokonaiskuvan luominen tämän hetken verkkosuunnittelusta on tarpeellinen. Opinnäytetyössä havaitaan, että erityisesti ulkonäköön liittyvät trendit, kuten gradientti, rakeisuus, voimakas fontti ja sumennus ovat tärkeitä. Tämän lisäksi käyttäjäkokemuksen parantaminen ja uniikkien piirteiden tuominen esille on myös tärkeää.

Työssä on myös katsaus, miten suuret yritykset käyttävät tai eivät käytä työssä listattuja trendejä web-sivuillaan. Valitut yritykset ovat suuria ulkomaisia ja suomalaisia organisaatioita. Tutkimalla verkkosivuja nähdään, miten hyvin suunnittelun trendit on otettu huomioon suurissa organisaatioissa.

Yritysten verkkosivuista huomataan, että ne koostuvat usein samoista elementeistä. Sivulla usein esiintyvät trendit ovat hero-kuvan käyttö, voimakas fontti, lasimorfismi, abstrakti muotoilu, uniikki kuvitus, esteettömyys ja mikroanimaatiot. Ulkonäkö ja asettelu on asia, joka erottaa sivut toisistaan. Trendien käyttö yritysten web-sivuilla on samankaltaista muutamaa eroavaisuutta lukuun ottamatta.

### ASIASANAT:

WWW, web-suunnittelu, käyttäjäkokemus, käyttöliittymä, visuaalinen suunnittelu

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bachelor of Business Information Technology

2021 | 31 pages, 3 pages in appendices

Lauri Kovanen

## WEB DESIGN TRENDS

Web design is a field where it is important to constantly follow the development of new and old technologies. There is such a great deal of information about design and its current direction, that it is hard to deduce which are the best trends and practices.

The purpose of this thesis was to introduce the most important web design trends at the moment. The thesis contains an overview of trends which were compiled from trend lists taken from many different sources. Sources are from organizations and individuals that have experience and knowledge in web design. Trends were categorized based on their purpose. A trend was introduced if it was mentioned in the sources multiple times. The result is a list that helps in recognizing the most important trends at this moment.

Different organizations and individuals bring up different points in their own trend lists. That is the reason why creating an overall picture of the current state of web design is important. In the thesis it is found that trends related to appearance, such as gradient, grain, bold font and blur, are important. In addition to this user experience and highlighting unique features is also important.

The thesis also includes a report on how big companies use or do not use the collected trends on their websites. The companies selected are large global and Finnish enterprises. Examining the websites shows how well the design trends have been considered in large organizations.

The companies' websites show that they usually consist of the same elements. Trends that appear often on the websites are hero image, bold font, glassmorphism, abstract design, unique illustrations, accessibility and micro animations. Appearance and layout are what separates the sites from each other. The use of the trends on the company websites is similar except for a few differences.

### KEYWORDS:

WWW, web design, user experience, user interface, visual design

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 AINEISTO JA MENETELMÄT</b>	<b>8</b>
<b>3 TRENDIT</b>	<b>11</b>
3.1 Käyttäjäystävällisyys	11
3.1.1 Tumma tila	12
3.1.2 Esteettömyys	13
3.2 Funktionaalisuus	13
3.2.1 Vieritys-animaatiot	14
3.2.2 Äänikäyttöinen käyttöliittymä	15
3.2.3 Virtuaalitodellisuus ja lisätty todellisuus	16
3.3 Multimedia	16
3.3.1 Mikroanimaatiot	16
3.3.2 Hero-kuvan käyttö	17
3.3.3 Kuvitus	18
3.4 Asettelu ja muotoilu	18
3.4.1 Minimalismi	19
3.4.2 Abstraktit muodot	20
3.4.3 Neumorfismi ja lasimorfismi	20
3.5 Ulkoasu	21
3.5.1 Gradientti	22
3.5.2 Voimakas fontti	22
3.5.3 Sumennus	23
3.5.4 Rakeisuus	24
3.5.5 Mukautetut kursorit	24
3.6 3D-sisältö ja -visuaalit	24
<b>4 VERKKOSIVUJEN ANALYSOINTI</b>	<b>26</b>
<b>5 YHTEENVETO</b>	<b>28</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>30</b>

## LIITTEET

Liite 1. Trendi-taulukot.

## KUVAT

Kuva 1. Esimerkki vaaleasta tilasta.	12
Kuva 2. Esimerkki tummasta tilasta.	13
Kuva 3. Esimerkki parallaksi vierityksestä.	15
Kuva 4. Esimerkki hero-kuvan käytöstä.	18
Kuva 5. Esimerkki minimalismista.	19
Kuva 6. Esimerkki abstrakteista muodoista.	20
Kuva 7. Esimerkki neumorfismista.	21
Kuva 8. Esimerkki gradientista.	22
Kuva 9. Esimerkki sumennuksesta.	23
Kuva 10. Esimerkki rakeisuudesta.	24

## TAULUKKO

Taulukko 1. WWW-suunnitelun trendien yhteenvetotaulukko.	9
Taulukko 2. Taulukko suurien yritysten käyttämistä trendeistä.	26

# 1 JOHDANTO

Web-tekniikat kehittyvät jatkuvasti, mikä luo uusia mahdollisuuksia tehdä web-sivuista entistä mukavampia käyttää. Hyvä suunnittelu takaa, että käyttäjät löytävät etsimänsä mahdollisimman helposti ja nopeasti. Käyttäjäystävälliset verkkosivut auttavat myös pitämään käyttäjiä sivuilla kauemmin. Lisäksi yhä useampien palvelujen siirtyessä verkkoon kaikki mahdolliset käyttäjät pitää ottaa suunnittelussa huomioon nuorista vanhuksiin ja näkörajoitteisista liikuntarajoitteisiin. (Cao & Loiacono 2019.)

Omaperäisesti suunnitellulla web-sivulla voi myös herättää käyttäjien huomion. Tämä on erittäin tärkeää nykymaailmassa, missä ihmiset viettävät yhä enemmän aikaa digitaalisilla laitteilla ja sivulta toiselle siirtyminen on entistä vaivattomampaa jatkuvasti kehittyvien internet yhteyksien ansiosta.

Web-sivut ovat hyvin tärkeitä yrityksille sillä yhä useampi tekee päätöksensä niiden perusteella. Ne ovat iso osa yrityksen brändiä ja tehokas tapa markkinoida. Tämän takia on tärkeää luoda web-sivut, mitkä on yksityiskohtaisesti suunniteltu, koska hyvä ensivaikeutelmä lisää yrityksen uskottavuutta. Samalla hyvä suunnittelu viestii ammattimaisuudesta ja luotettavuudesta. (Iskandar & Sholihat 2018.) Internetin käytön levinneisyyden takia on tarpeellista, että yritys esiintyy edukseen ja erottuu joukosta.

Hyvällä suunnittelulla on myös suuri vaikutus sivuston näkyvyyteen hakukoneissa, mikä on yksi parhaista keinoista hankkia käyttäjiä web-sivuille.

Opinnäytetyön tavoite on tarkastella web-suunnittelun tämän hetken tärkeimpiä ja nousuvia trendejä. Työssä kuvaillaan, mitä ne ovat, mikä niiden tarkoitus on ja miten niitä voidaan käyttää. Tutkimalla tämän hetken trendejä saadaan katsaus web-suunnittelun tulevaisuuteen. Työssä myös tutkitaan, miten yritykset käyttävät listattuja trendejä web-sivuillaan.

Työssä on tarkoitus luoda trendilista, jossa on käytetty monien eri lähteiden tietoa hyväksi. Tuloksena on opas, mikä helpottaa verkkosivujen suunnittelijoita tunnistamaan tämän hetken tärkeimmät trendit.

Opinnäytetyössä trendit on laitettu kategorioihin, mitkä perustuvat osiin, mistä verkkosivut yleisimmin koostuvat. Näitä ovat funktionaalisuus, ulkoasu, asettelu ja muotoilu,

multimedia ja sisältö. Näiden lisäksi yhdeksi kategoriaksi on valittu käyttäjäystävällisyys, koska se on tällä hetkellä tärkeä osa web-sivujen kokonaisuutta. (Kucheriavy 2021.)

Työssä käydään läpi aineisto ja menetelmät, esitellään tärkeimpiä trendejä yksityiskoh-  
taisemmin ja tehdään katsaus trendien käytöstä suurten yritysten verkkosivuilla.

## 2 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tämä opinnäytetyö on suurimmaksi osaksi tiedonhakuja, tiedon esittämistä ja analysointia, minkä takia on tärkeää, että tieto on mahdollisimman ajantasaista. Aineiston pitää olla haettu lähteistä, jotka on kirjoittanut henkilö tai organisaatio, jolla on asiantuntemusta web-suunnittelusta. Suurin osa työn aineistosta on internetistä löytyvät artikkelit ja listat. Sen takia lähdekriittisyys on erittäin tärkeää. Lähteistä on tutkittu niiden suosiota ja kuka on kirjoittajana. Kirjoittajilta on tutkittu aikaisempaa sisältöä ja sosiaaliset mediat, kuten LinkedIn-sivut. Yrityksiltä tulevista lähteistä on katsottu millaisia palveluja ne tarjoavat.

### Aineisto

Listat web-suunnittelun trendeistä on haettu internetistä löytyvistä artikkeleista ja blogeista. Listoja valittaessa on käytetty aiemmin esitettyjä kriteereitä. Lähteissä on listattu nimi, kuvaus ja tarkoitus.

Aineiston lähteet:

- TheeDigital (Lara 2021)
- Webflow (Cardello 2020)
- 99designs ( 99designs Team 2020)
- Wix (Romano & Huri 2021)
- Designmodo (Cousins 2020)
- Codica (Ischenko, Dupliakin & Nechvolod 2021)
- Blue Compass (2021)

Työssä on listattu kaikki lähteistä löydetyt trendilistat taulukkoihin liitteessä 1. Trendeistä on merkitty ylös nimi ja se on kategorisoitu. Lisäksi liitteessä 1 on merkitty x-kirjain taulukkoon, jos trendi esiintyy vain kerran koko aineistossa. Näitä trendejä ei ole otettu huomioon luvussa 3 esiteltävässä taulukossa 1. Niitä ei ole myöskään otettu huomioon luvussa 4 tehdyssä web-sivujen analysoinnissa. Taulukko 1 sisältää yhteenvedon lähteissä mainituista trendeistä. Taulukkoon 1 on kirjattu, kuinka monta kertaa trendit on mainittu ja niiden kategoriat.



Taulukko 1. WWW-suunnittelun trendien yhteenvetotaulukko.

WWW-suunnittelun trendit 2021				
		Lkm	Trendin nimi	Lkm
Kategoriat:	Multimedia	17	Tumma tila (silmiille ystävälliset värit)	9
	Ulkoasu	21	Hero-kuvan käyttö	6
	Asettelu ja muotoilu	31	Gradient	4
	Interaktiivisuus	18	Minimalismi	4
	Käyttäjystävällisyys	10	3D sisältö	4
	Responsiivisuus	3	Vieritys animaatiot	4
	Sisältö	7	Rakeisuus	3
	Yhteensä	107	Voimakas fontti	3
			Sumennus	3
			Neuformismi ja lasimorfismi	3
			Abstrakti muotoilu	2
			Uniikki kuvitus	2
			Äänikäyttöinen käyttöliittymä (VUI)	2
			Esteettömyys	2
			VR ja AR	2
			Mikroanimaatiot	2
			Mukautettu kursori	2
			Yhteensä	57

Yhteen koottua taulukkoa tehdessä on käytetty artikkeleista löytyneiden trendien kuvauksia apuna, koska osa trendeistä on nimetty eri tavalla vaikka niiden kuvaus ja tarkoitus on samankaltainen. Tämän takia osa listojen trendeistä on merkitty samaa asiaa tarkoittavan nimen alle, vaikka ne olisikin listattu lähteissä eri nimillä.

### Analysoitavat verkkosivut

Opinnäytetyössä analysoidaan web-sivuja listoista löydettyjen trendien avulla. Työssä on tarkoitus katsoa, miten ajan tasalla suurien yritysten verkkosivut ovat nykyisten web-suunnittelun trendien kannalta. Katsomalla suurien yritysten web-sivuja voidaan päätellä, mitä trendejä suunnittelussa kannattaa ehdottomasti ottaa huomioon. Analysoinnissa käytetään taulukossa 1 esiintyviä trendejä. Tutkittavat verkkosivut on valittu Fortune verkkosivuilta löytyvästä Global 500 -listasta. (Fortune 2020) Sen lisäksi mukaan on otettu suuria suomalaisia yrityksiä. Yrityksen toiminta, toimiala tai markkina ei ole vaikuttanut valintaan, vaan yritysten valinta on tehty satunnaisesti. Tämän lisäksi kaikista verkkosivuista on tutkittu vain niiden kotisivua.

Valitut yritykset ovat:

- KONE (2021). <https://www.kone.fi/>
- Kesko (2021). <https://www.kesko.fi/>
- Outokumpu (2021). <https://www.outokumpu.com/>
- Deutsche Telekom (2021). <https://www.telekom.com/en>
- General Motors (2021). <https://www.gm.com/>
- Gazprom (2021). <https://www.gazprom.com/>

## 3 TRENDIT

Nopeasti muuttuvassa maailmassa on tärkeää seurata suunnittelun kehitystä. Verkkosivujen suunnittelijoiden sekä kehittäjien kannattaa aina olla valmiina ottamaan hyöty uusimmista ja kasvavista trendeistä. (Lara 2021.) Trendien tunnistaminen voi kuitenkin olla aikaa vievää ja tämän takia useat eri organisaatiot ja yritykset julkaisevat listoja, missä on heidän mielestään tärkeimpiä trendejä. Nämä listat kuitenkin saattavat erota huomattavasti toisistaan sisällöltään.

Taulukossa 1 on esitetty yhteenveto kaikista löydetystä trendeistä kategorioittain ja lista, jossa on vain trendit, jotka ovat löytyneet lähteistä useammin kuin yhden kerran. Tällaisia trendejä löytyi 57 kappaletta. Loput 50 kappaletta aineistossa esiintyneistä trendeistä ovat yksittäisiä mainintoja, joita ei ole otettu huomioon taulukossa 1. Lukumäärällisesti eniten trendejä on asettelu ja muotoilu -kategoriassa, mutta niistä suurin osa on trendejä, jotka esiintyvät vain kerran kaikissa lähteissä. Yksittäisenä trendinä suurin on *tumma tila*. Ulkoasu on kategoriana suurin, kun katsotaan trendejä, mitkä esiintyvät useamman kerran.

Seuraavaksi trendit esitellään kategorioittain. Esittelyssä on kaikki trendit, jotka löytyvät taulukosta 1. Esittelyissä on esimerkkejä eri verkkosivuilta, jotka auttavat havainnollistamaan niiden käyttöä.

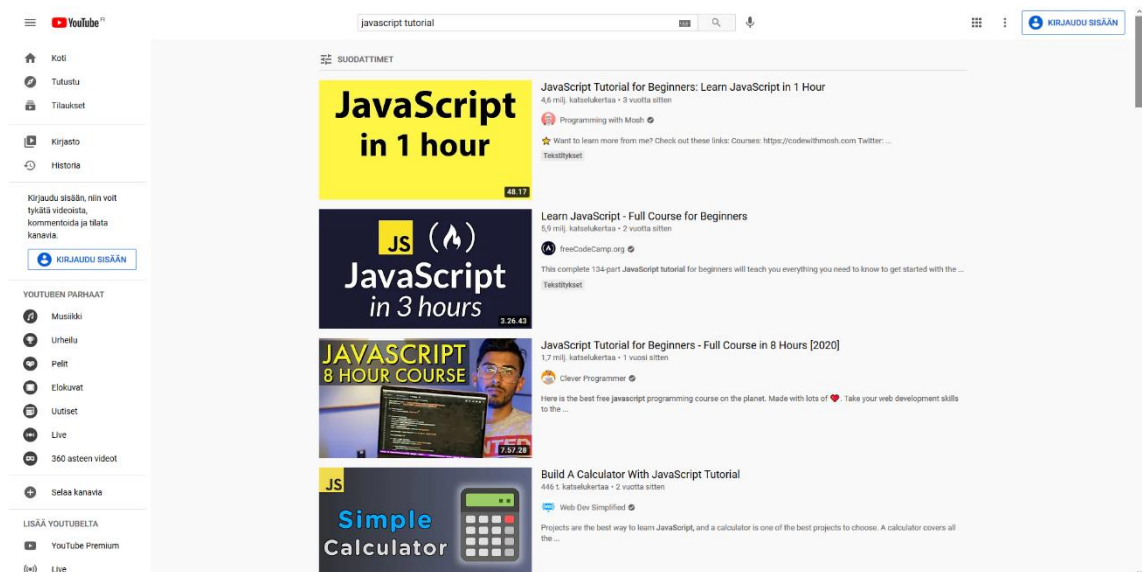
### 3.1 Käyttäjäystävällisyys

Internet on suunniteltu pohjimmiltaan kaikkien käytettäväksi riippumatta laitteistosta, ohjelmistosta, kielestä, sijainnista tai kyvyistä. Kun internet saavuttaa tämän tavoitteen, se on käyttäjien saavutettavissa, joilla on rajoittunut kuulo-, liikunta-, näkö- tai kognitiivinen kyky. (W3C 2018.) Käyttäjäystävällisyys on yksi tärkeimmistä ominaisuuksista mihin pitää kiinnittää huomiota web-sivua suunnitellessa. Kun yhä useammat välttämättömät palvelut ovat siirtyneet verkkoon, käyttäjäkokemuksen suunnittelussa pitää olla erittäin tarkka. Sivujen pitää olla mahdollisimman intuitiiviset ja mukavat käyttää sekä avoin mahdollisimman suurelle käyttäjäkannalle. Tämä tarkoittaa, että kaikkien pitäisi pystyä käyttämään verkkosivuja, vaikka käyttäjällä olisi rajoitetut kyvyt toimia.

### 3.1.1 Tumma tila

Tumma tila on tämän hetken yksi suurimmista web-suunnittelun trendeistä. Tumma tila tarkoittaa, että sivuston päävärinä toimii jokin tumma väri. Käytettävä väri on usein musta tai jokin tummanharmaan sävy. Tumma tila on siis väreiltään käännetty versio yleisesti web-sivuissa käytetystä valkoisesta käyttöliittymästä. Koska ihmiset viettävät paljon aikaa laitteillaan on tärkeää, että verkkosivut pystyvät tarjoamaan mahdollisuuden tehdä käytöstä mukavampaa ja yksilöllisempää tarjoamalla eri väriteemoja. Tumma tila voi myös mahdollisesti parantaa käyttökokemusta käyttäjille, joilla on näkökyvyssä ongelmia. Lisäksi siitä on muita hyötyjä kuten laitteen akun käyttöajan pidentyminen ja parempi näkyvyys vähäisessä valossa. (Sinha 2019.)

Kuvasta 2 näkyy, miten tumma tila muuttaa YouTuben (<https://www.youtube.com/>) normaalin käyttöliittymän (Kuva 1) käänteiseksi. Tausta muuttuu tummaksi ja teksti valkoiseksi.



Kuva 1. Esimerkki vaaleasta tilasta.



Kuva 2. Esimerkki tummasta tilasta.

Tumma tila ei välttämättä sovi kaikille web-sivuille, minkä seurauksena suunnittelijan pitää löytää tapoja käyttää muita silmille ystävällisiä värejä, kuten pastellivärejä tai vihreän eri sävyjä. Värejä suunnitellessa kannattaa myös erityisesti miettiä käyttäjien mahdollisia näkökyvyn esteitä kuten värisokeus.

### 3.1.2 Esteettömyys

Esteettömyydellä taataan, että mahdollisimman moni käyttäjä pystyy toimimaan verkossa erilaisista toimintakyvystä huolimatta. Suunnitellessa web-sivua kannattaa heti alussa ottaa mahdolliset ongelmakohdat huomioon, erityisesti silloin, jos sivun käyttötarkoitus on välttämätön jokapäiväiselle toiminnalle.

Esimerkiksi teksti-kuvauksen lisääminen kaikkiin web-sivun elementteihin auttaa käyttäjiä, jotka eivät näe ruutua, navigoimaan sivua tekstin luku työkalujen avulla tai verkkosivun suunnitteleminen niin, että sitä voi käyttää pelkästään näppäimistön avulla, käyttäjille, jotka eivät pysty käyttämään hiirtä.

### 3.2 Funktionaalisuus

Funktionallisuudella tarkoitetaan kaikkea, mitä web-sivu voi tehdä ja miten se toimii. Se sisältää kaikki mahdolliset käyttäjän toiminnot ja sivun vuorovaikutukset. Oikean

toiminnallisuuden tarjoaminen käyttäjille on erittäin tärkeää verkkosivun käytön ja menestymisen kannalta. Siksi se on hyvin olennainen osa sivun suunnittelu prosessia, mikä pitää ottaa heti alusta asti huomioon. (Circle 2019.)

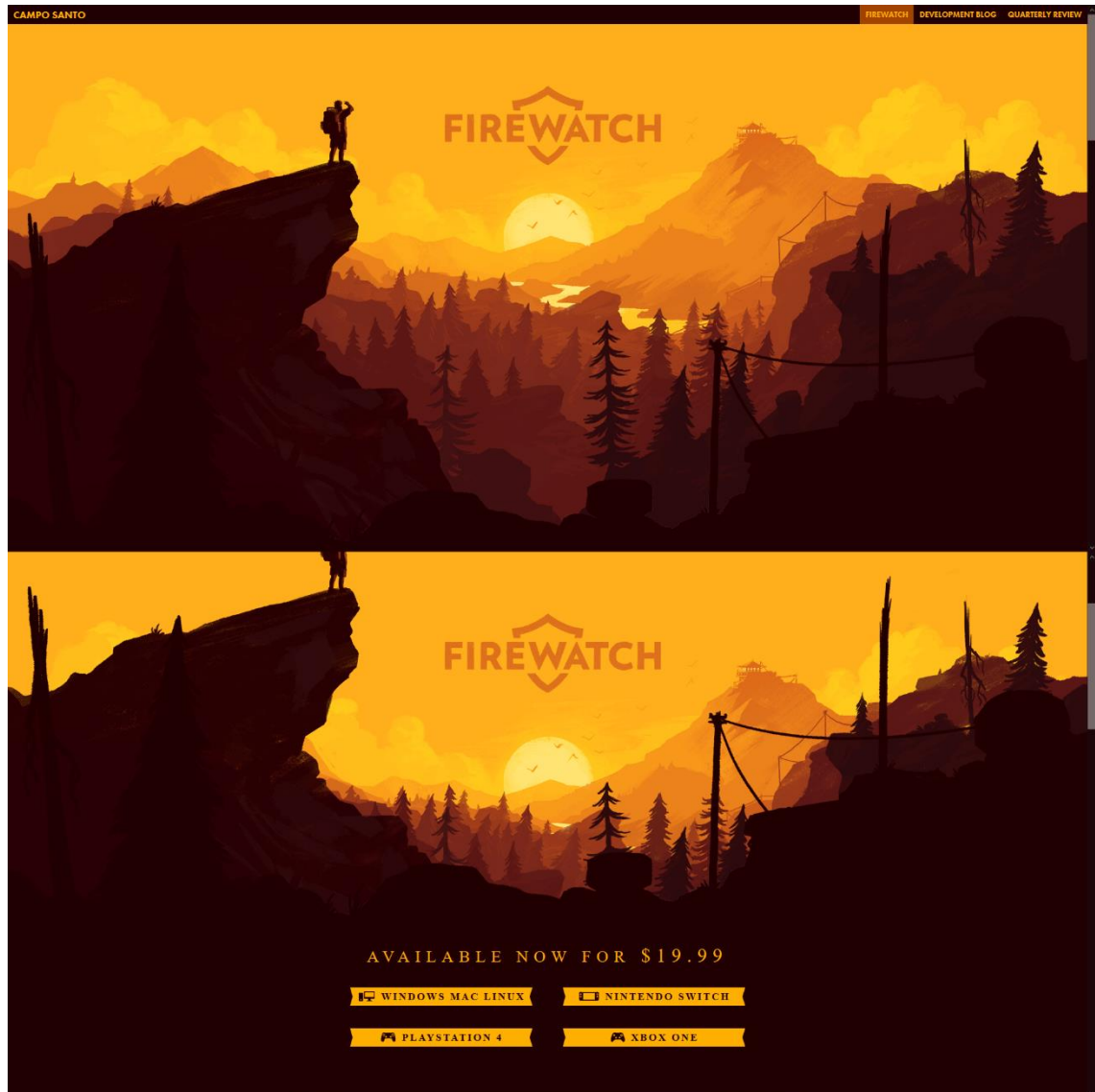
Uusia toiminnallisuuksia tulee jatkuvasti lisää, minkä takia verkkosivua suunnitellessa kannattaa jatkuvasti seurata niiden kehittymistä. Innovatiivisilla toiminnoilla voi erottua samankaltaisten web-sivujen joukosta edukseen. On kuitenkin muistettava, että toiminnon pitää tuoda lisäarvoa käyttäjälle eikä olla esteenä sivun käyttämiselle.

### 3.2.1 Vieritys-animaatiot

Sivun vieritys on hyvin olennainen osa web-sivun käyttöä. Sen seurauksena sulavan ja miellyttävän vieritys tavan käyttäminen on tärkeää hyvän käyttäjäkokemuksen luomiseksi. Vieritys sisältää käyttäjän interaktion, siirtymisen ja sivun interaktion. Kaikkiin näihin voidaan kohdistaa efektejä, joilla saadaan aikaan sujuva selaus kokemus. Efektejä ovat esimerkiksi horisontaalinen vieritys, sulava vieritys, pienet tauot sisällön välissä ja erikoinen siirtymä-animaatio.

Parallaksi vieritys on kuitenkin suosituin vieritykseen käytettävä efekti. Parallaxilla tarkoitetaan tekniikkaa, jossa taustalla oleva sisältö liikkuu eri nopeudella kuin edessä oleva sisältö. (W3schools 2021.) Tällä saadaan aikaan vaikutelma, että sivustolla on syvyyttä, vaikka kaikki elementit ovat kaksiulotteista.

Kuvasta 3 näkyy, miten Firewatch-pelin (<https://www.firewatchgame.com/>) verkkosivua vierittäessä edessä oleva kallio jättää taakseen taustalla olevat elementit.



Kuva 3. Esimerkki parallaksi vierityksestä.

### 3.2.2 Äänikäyttöinen käyttöliittymä

Äänentunnistus on pitkään käytössä teknologia, mikä on jäänyt web-sivu käytössä taka-alalle. Yleensä sen käyttö verkkosivuissa on ollut lähinnä käänös- ja kielisovelluksissa sekä tiedonhaun apukeinona.

Äänenkäyttö toimintona on kuitenkin viime vuosien aikana kehittynyt eteenpäin virtuaaliavustajien, kuten Amazonin Alexan ja Applen Sirin käytön myötä. (Drooms Global 2020.) Tämän seurauksena web-sivuja varten on kehitetty useita eri ääniohjattuja

keskustelurobotteja, jotka tarjoavat käyttäjille hyödyllisiä toimintoja, kuten välittömän asiakaspalvelun ja asiakasneuvonnan.

### 3.2.3 Virtuaalitodellisuus ja lisätty todellisuus

Virtuaalitodellisuus (VR) ja lisätty todellisuus (AR) teknologioina ovat olleet jo jonkin aikaa käyttäjien ja kehittäjien saatavilla. Niiden esiintyminen web-sivustoilla ei kuitenkaan ole kovin yleistä multimedia käyttöä esimerkiksi videoiden katsomista lukuun ottamatta. Ne ovat kuitenkin trendejä, millä on suuri potentiaali luoda uniikkeja kokemuksia käyttäjille. Näillä teknologioilla on myös jatkuvasti kasvava käyttäjäkunta, kun markkinoille tulee laitteita mitkä ovat yhä useamman saatavilla. (Scacca 2021.)

Virtuaalitodellisuudella ja lisätyllä todellisuudella on tulevaisuudessa esimerkiksi hyötyä verkkokaupoille, missä asiakkaat voisivat tutkia tuotteita lähempää tai katsoa, miltä joku tietty tuote näyttää asunnossa.

## 3.3 Multimedia

Multimedialla on tärkeä rooli web-sivuilla. Erityisesti sen takia, että ilman niitä sivu näyttää suurelta seinältä tekstiä mikä saattaa pelottaa käyttäjiä. Kuvien, videoiden, animaatioiden ja muiden grafiikoiden avulla tekstiin saadaan taukoja, jolloin sivua on mukavampaa ja helpompaa lukea. (WebFX 2021.)

Multimedialla on myös paljon muita käyttötarkoituksia. Sen avulla pystyy tarjoamaan käyttäjille mielenkiintoa herättäviä visuaalisia elementtejä kuten infografiikkoja ja videoita, minkä seurauksena käyttäjät pysyvät sivulla kauemmin. Sivujen visuaalisuus on myös tärkeää yrityksille, koska sen avulla pystyy luomaan mielikuvan yrityksestä ja antaa käyttäjille esimerkkejä tuotteista ja palveluista. Uniikkia multimediaa käyttämällä voi erottua edukseen muiden web-sivujen joukosta.

### 3.3.1 Mikroanimaatiot

Mikroanimaatiot ovat pieniä animaatioita, jotka antavat käyttäjälle visuaalisen viestin, että hänen web-sivullaan tekemä interaktio on rekisteröity. Tällaisia interaktioita ovat esimerkiksi nappulan painaminen, sivun vierittäminen tai kursorin laittaminen linkin päälle.



Tärkeintä mikroanimaatioissa on, että ne esittävät käyttäjälle merkittävällä tavalla, kun jokin muutos on tapahtunut. (Mooji-Gebler 2018.) Jatkuvat pienet muutokset web-sivulla saavat sen myös vaikuttamaan paljon eloisammalta.

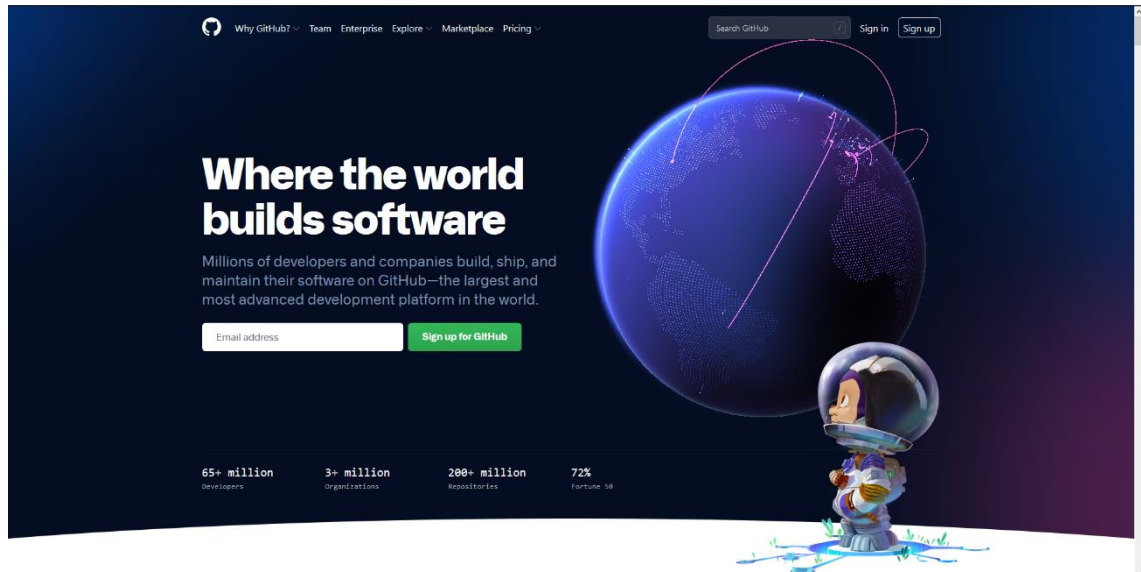
Hyvä mikroanimaatio pystyy parantamaan huomattavasti käyttäjäkokemusta. Esimerkiksi pienet animaatiot nappulaa painattaessa viestii käyttäjälle, että hän on tehnyt jotain tai liikkuva sivupalkki vierittäessä kertoo, missä kohtaa web-sivua käyttäjä on. Mikroanimaatiolla voi myös viestiä ilman sanoja mahdollisista interaktioista verkkosivulla, kuten cursorin ollessa linkin päällä sen väri muuttuu, mikä viestii käyttäjälle, että linkkejä voi painaa.

### 3.3.2 Hero-kuvan käyttö

Hero-kuva on www-suunnittelun termi, mikä kuvailee suurta bannerikuvaa verkkosivun yläosassa. Se antaa käyttäjälle ensisilmäyksen web-sivun tarjontaan, koska sen sijainti on ensimmäinen huomiota herättävä asia sivulla. Yleensä hero-kuva vie koko sivun leveyden. (Optimizely 2021.)

Hero-kuvana toimii yleensä kuva tai video. Se voi olla myös pelkkä huomiota herättävä teksti. Sen käyttö on hyvä keino luoda heti ensimmäisellä näkymällä uskottavuutta ja luottamusta brändille. Hero-kuva on myös hyvä tapa tuoda yrityksen myyntivaltti tai sivun pääidea heti esille käyttäjille. Sinne voi myös lisätä interaktiivisia osia kuten nappuloita tai kirjautumislomakkeen, milloin saa käyttäjän heti sivun alusta vuorovaikuttamaan web-sivun kanssa.

Kuvassa 4 näkyy, miten GitHub (<https://github.com/>) käyttää hero-kuvaa tuomaan esille sivun päätavoitteen. Lisäksi ajatusta korostetaan animaatiolla, jossa punaiset kaaret yhdistävät maapallon eri paikkoja. GitHubin hero-kuvassa on heti ensimmäisellä sivunlatauksella mahdollisuus luoda käyttäjätili palveluun.



Kuva 4. Esimerkki hero-kuvan käytöstä.

### 3.3.3 Kuvitus

Web-sivuilla käytetään usein kuvia kuvapankkipalveluista, mikä saa verkkosivun näyttämään geneeriseltä ja vaisulta. Mukautettu kuvitus herättää käyttäjien mielenkiinnon, ja se saa web-sivun erottumaan muiden joukosta. Lisäksi sillä saa sivun vaikuttamaan uudelta kokemukselta. Kun kuvituksen suunnittelee ainutlaatuisesti, se kuvaa paremmin ja tarkemmin yrityksen brändiä. (Lara 2021.)

Kuvituksella on monia käyttötarkoituksia. Se voi olla esimerkiksi brändin tarinankerronnan työkalu, sillä voi luoda verkkosivulle yhtenäisen teeman tai se voi olla tapa antaa informaatioita käyttäjille. Kuvitus voi kuitenkin myös olla vain visuaalinen elementti sivulla, mikä tekee sivusta persoonallisemman.

### 3.4 Asettelu ja muotoilu

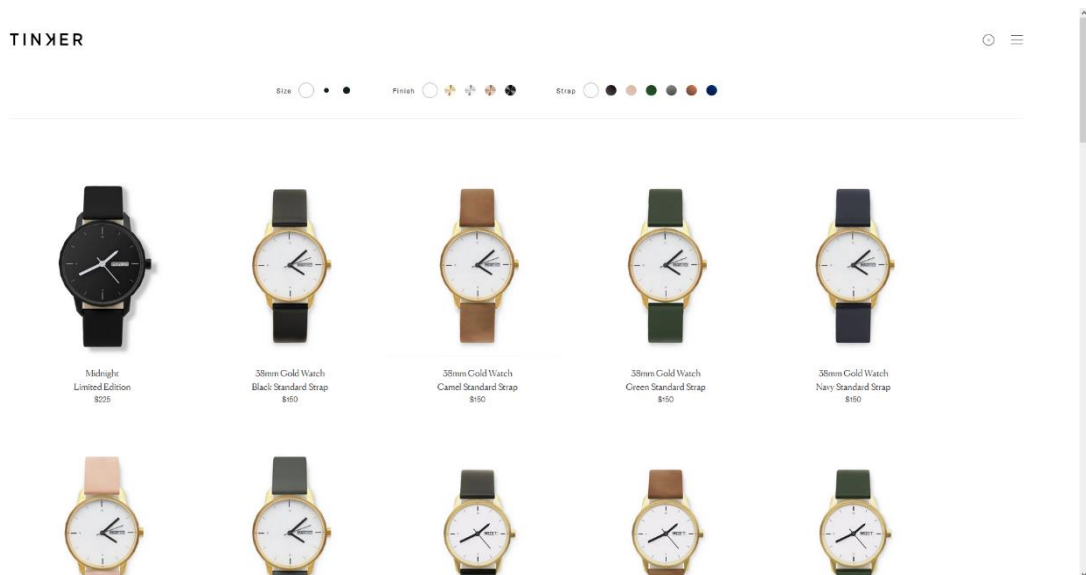
Sivun asettelu ja muotoilu päättää pääosin, mitä sivulla on ja miten elementit esitetään. Niiden perusteella päätetään, mikä on verkkosivulla tärkein sisältö parhaan käyttäjäkokemuksen tarjoamiseksi. Esimerkiksi miltä navigointi näyttää ja miten sivun sisältö on aseteltu. Asettelu ja muotoilu ovat tärkeitä työkaluja käyttäjän mielenkiinnon herättämisen kannalta. Kun sivusto on rakennettu selkeäksi ja sisältö on helppolukuista sekä kiinnostavaa, niin se antaa kävijöille hyvän ensivaikutelman.

### 3.4.1 Minimalismi

Minimalismilla tarkoitetaan tapaa tehdä käyttöliittymästä helppokäyttöisempi poistamalla tarpeettomia elementtejä tai sisältöä, mikä ei auta käyttäjän toimintaa. Sen tyypillisiä piirteitä on tasainen muotoilu, rajattu värien määrä, käyttöliittymä elementtien vähyys, negatiivinen tila ja vahvan typografian käyttö. (Moran 2015.) Minimalismin käytössä verkkosivuilla on paljon etuja, koska niiden navigointi on helppoa, ne usein lataavat nopeammin ja niissä esiintyy vähemmän ongelmia yksinkertaisuuden seurauksena.

Minimalismilla on myös kuitenkin huonoja puolia, minkä takia se ei välttämättä sovi kaiken tyyllisille web-sivuille, kuten rajoitettu tiedonvälitys ja jossain tapauksissa se voi tehdä sivusta puutteellisen näköisen. Se on kuitenkin hyvä keino tehdä sivustosta käyttäjäystävällinen, varsinkin silloin, jos tietää tarkalleen sen tarkoituksen.

Tinkerin ([https://tinkerwatches.com/collections/shop\\_2021](https://tinkerwatches.com/collections/shop_2021)) sivun kauppaosiossa (Kuva 5) näkyy, miten minimalismi on toteutettu käyttämällä sivulla vain tarpeellisia osia. Sivulta löytyy kolme valikkoa, mistä voi valita kelloille haluamansa ominaisuudet ja lista eri kelloista, mistä näkyy vähän tietoa niistä. Sivun asettelu on myös hyvin yksinkertainen, mikä tekee siitä erittäin selkeän.

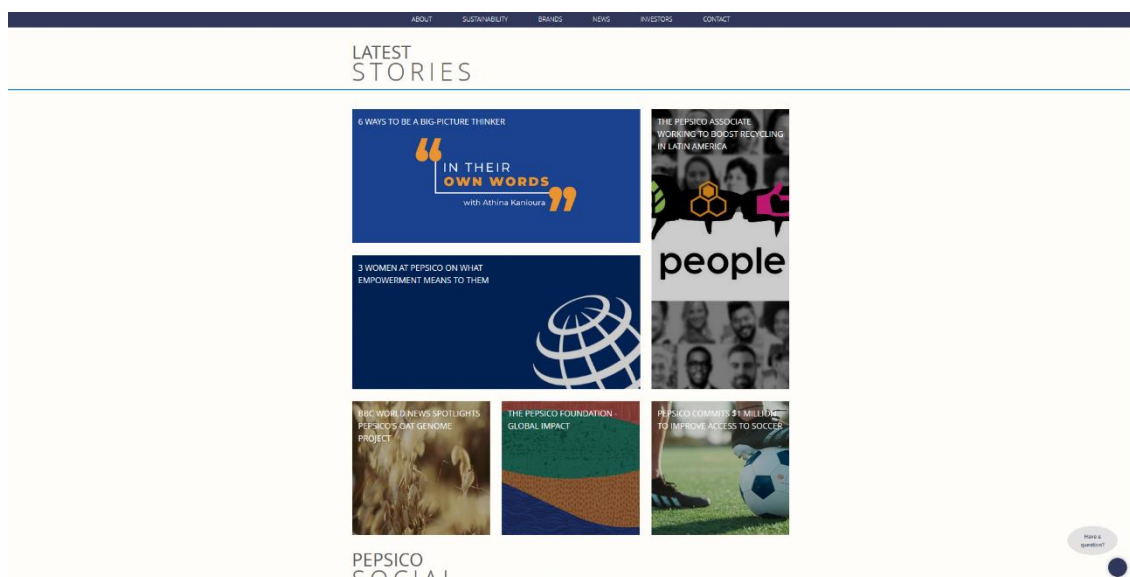


Kuva 5. Esimerkki minimalismista.

### 3.4.2 Abstraktit muodot

Abstrakteilla muodoilla on helppo tehdä verkkosivusta uniikki ja luovan näköinen. Abstraktin avulla pystyy luomaan tietynlaisen tunnelman. Lisäksi se on visuaalisesti mielenkiintoista, mikä tekee siitä hyvän lisän sivuille, jotka vaikuttavat puutteellisilta. Abstraktia voi käyttää pelkästään taustana, mutta sitä pystyy myös hyödyntämään web-sivun asettelussa esimerkiksi tekstin, sisällön tai kuvien taustalla käyttämällä eri kokoisia ja muotoisia kuvioita verkkosivulla. (Romano & Huri 2021.)

Yleinen tapa käyttää muotoja on tehdä erikokoisia neliöitä ja suorakulmioita. Ne voidaan joko PepsiCon (<https://www.pepsico.com/>) sivun (Kuva 6) esimerkin mukaan suunnitella tekemään suurempi yhtenäinen kuvio tai ne voidaan laittaa sivulle satunnaiseen järjestykseen.



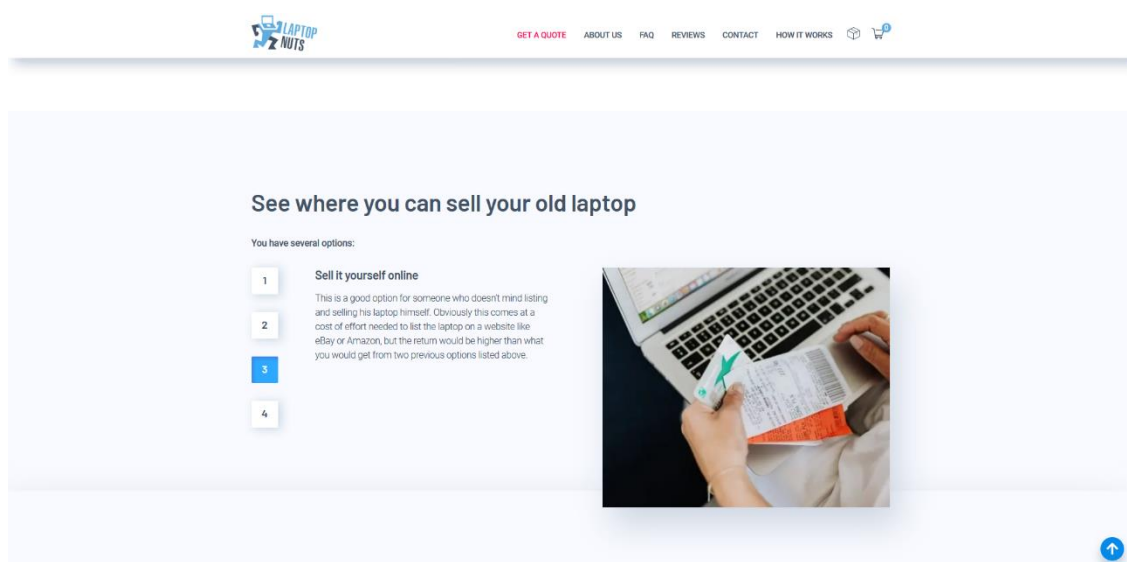
Kuva 6. Esimerkki abstrakteista muodoista.

### 3.4.3 Neumorfismi ja lasimorfismi

Neumorfismi on asettelun trendi, missä yhdistyy minimalismi ja realistiset käyttöliittymän elementit. Se on muunnos skeuomorfismista, jonka tarkoitus on kuvata käyttöliittymän elementtejä oikeaan elämään viittaavilla asioilla. Neumorfismissa elementit on toteutettu niin, että ne näyttävät siltä kuin ne olisi liitetty taustaan ja niiden tila voi muuttua, kun käyttäjä interaktoi sivun kanssa. Lisäksi osat näyttävät siltä, että ne olisivat uponneet tai

kohonneet taustasta. Tämä efekti saavutetaan käyttämällä eri asteisia varjoja. (Bece 2020.)

Kuvasta 7 näkyy Laptop Nutsin (<https://www.laptopnuts.com/>) sivun tapa käyttää neumorfismia. Numeroidut nappulat ovat koholla taustasta, mutta valikoitu nappula on erivärinen ja uponnut taustaan.



Kuva 7. Esimerkki neumorfismista.

Lasimorfismi taas on tyyli, jolla saadaan aikaan efekti, että elementti olisi läpinäkyvä. Tämän lisäksi se saa elementin taustan näyttämään sumennetulta, minkä seurauksena tausta ja sen päällä oleva elementti vaikuttavat siltä, kuin ne olisivat sulautuneet yhteen. Lasimorfismi saadaan aikaan käyttämällä taustan sumennusta, läpinäkyvyyttä ja varjostusta. (Malewicz 2020.)

### 3.5 Ulkoasu

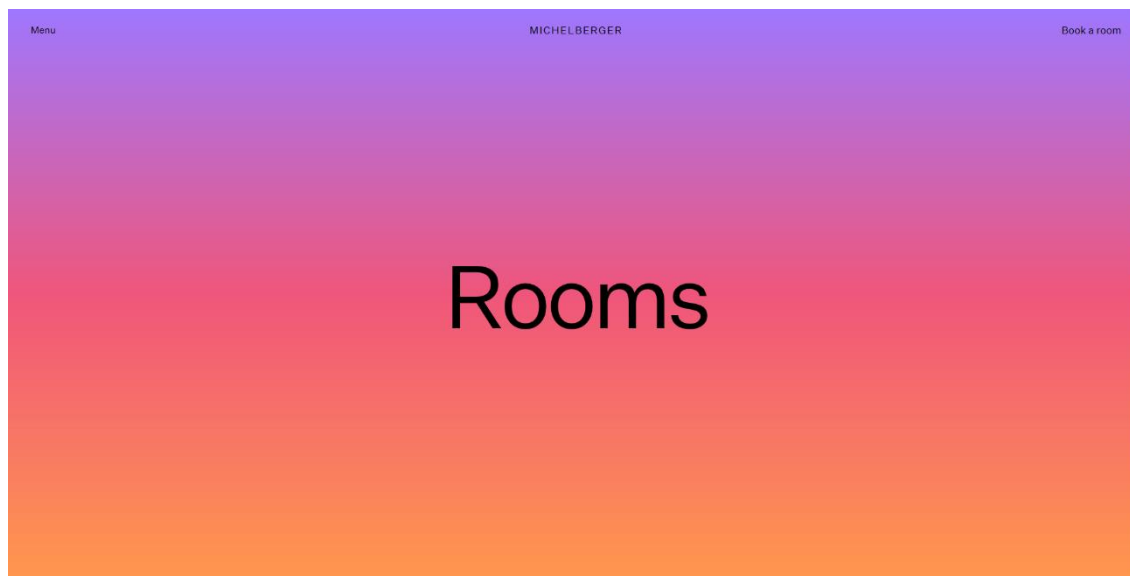
Hyvin suunniteltu web-sivu näyttää visuaalisesti miellyttävältä, viimeisen päälle hiotulta ja ammattimaiselta. Sen vuoksi ulkoasu on hyvin tärkeä web-sivun kokonaisuuden kannalta. Jos sivu ei täytä käyttäjien vaatimuksia ulkonäöllisesti, niin he eivät suurella todennäköisyydellä tule vierailemaan sivulla uudestaan. Huoliteltu ulkoasu saa myös käyttäjän mielenkiinnon heräämään ja huomion pidettyä kauemmin.

Ulkoasun suunnittelussa on tärkeää ottaa huomioon erityisesti värien käyttö, tekstin ulkonäkö, merkityksellinen grafiikka, multimedian laadukkuus ja yksinkertaisuus. Lisäksi kannattaa muistaa, että ulkonäön työkaluja käyttää tarkoituksellisesti ja hillitysti, ettei verkkosivusta tule liian sotkuinen.

### 3.5.1 Gradientti

Gradientti on efekti, jossa väri muuttuu asteittain yhdestä väristä toiseen. Sen avulla voi muuttaa tasaisen verkkosivun muotoilun värikkääksi ja eloisaksi. Gradientit värit ovat myös tapa kiinnittää käyttäjän huomio, koska ne ovat hyvin miellyttäviä katsoa ja ne nousevat esiin. (Fanguy 2021.) Sen lisäksi ne luovat sivulle ainutlaatuisuuden tunteen. Gradientit ovat hyvin monikäyttöisiä sillä niitä voi käyttää sivun muotoilun keskipisteenä tai ne voivat toimia vain taustaelementtinä.

Michelberger Hotelin (<https://www.michelbergerhotel.com/en/>) sivusta (Kuva 8) näkyy, miten taustan väri muuttuu vertikaaliksi lilasta punaiseen ja punaisesta oranssiin.



Kuva 8. Esimerkki gradientista.

### 3.5.2 Voimakas fontti

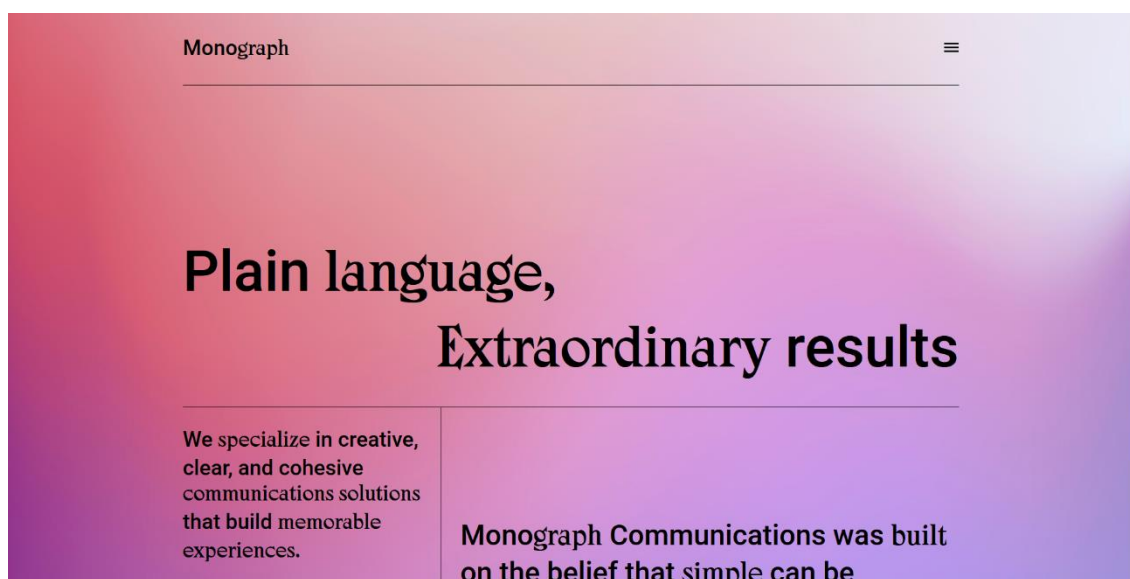
Voimakas fontti on web-sivun teksteissä käytettävä tyyli, mikä painottaa sen tärkeyttä sekä sisältöä. Lisäksi sen avulla voidaan luoda visuaalinen hierarkia, minkä avulla

sisältöä on helpompi navigoida varsinkin silloin, jos sivulla on paljon informaatiota. Voimakkaan fontin käyttö kiinnittää helposti käyttäjän huomion, mikä tekee siitä hyvän keinon tuoda verkkosivun pääasiat esille. Näitä fontteja käytetään useimmiten sivun yläosassa, missä tuodaan esille esimerkiksi yrityksen iskulause tai sivun sisällön otsikoissa, jotka jakavat sivun sisällön helpommin sisäistettäviin osiin.

### 3.5.3 Sumennus

Sumennusta käytetään web-sivuilla muiden elementtien pehmentämiseen. Erityisesti Gauss-sumennusta käytetään usein verkkosivun taustan sumentamiseen, jos taustana toimii esimerkiksi valokuva tai video. Sitä voidaan kuitenkin käyttää myös muiden sivun muotoilujen kuten gradienttien kanssa. Sumennuksen tarkoitus web-sivuilla on ottaa painopiste pois toissijaisista elementeistä, että tärkeät asiat sivulla tulevat paremmin esille. On kuitenkin tärkeää asettaa sumennuksesta sen asteinen, että sen takana olevasta sisällöstä saa kuitenkin vielä selvää. (Medium 2016.) Sumennuksella voi myös parantaa käyttäjäkokemusta pehmentämällä vahvasti esille tulevia elementtejä, kuten räikeitä värejä.

Esimerkistä (Kuva 9) näkyy Monograph Communicationsin (<https://www.monograph-comms.ca/>) verkkosivu, missä on käytetty sumennusta taustaan. Se pehmentää taustan värejä huomattavasti, minkä takia sivua on miellyttävä lukea.

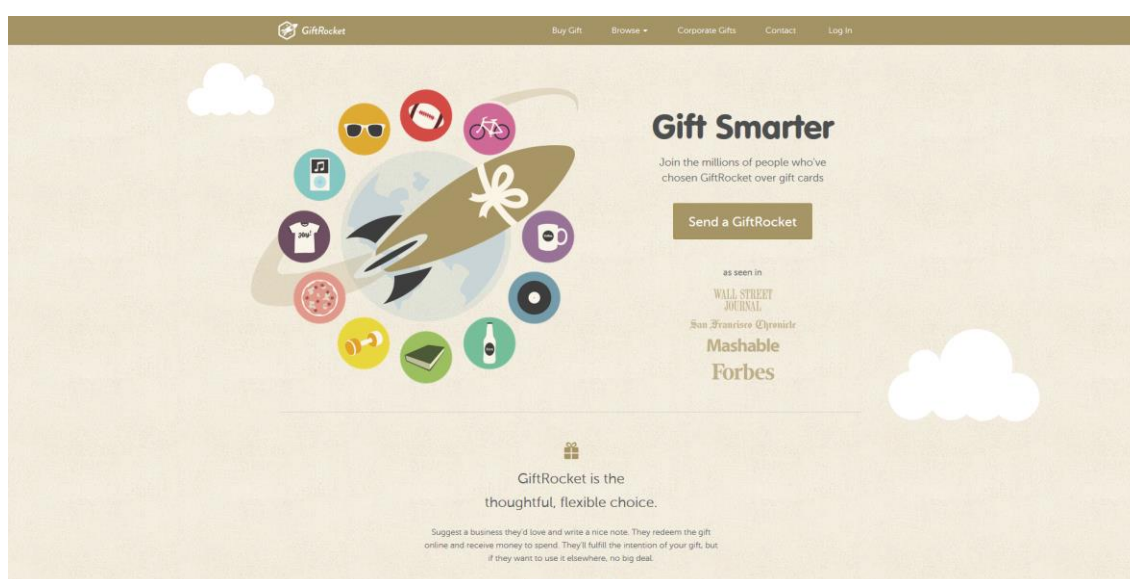


Kuva 9. Esimerkki sumennuksesta.

### 3.5.4 Rakeisuus

Rakeisuuden tarkoitus web-sivulla on elävöittää tasaisia ja yksinkertaisen näköisiä elementtejä lisäämällä niille tekstuuria. Lisäksi se on hyvä keino luoda sivulle retroa ja vahna-aikaista tunnelmaa. Sitä ei kuitenkaan kannata käyttää liikaa, koska jo pienikin määrä rakeisuutta tehostaa sivun ulkoasua. Rakeisuutta voidaan hyödyntää web-sivuilla, joissa on käytetty minimalismia. (Line25 2021.)

GiftRocketin (<https://www.giftrocket.com/>) sivulla (Kuva 10) näkee, miten rakeinen teksturi taustassa, saa sivun näyttämään paljon eloisammalta ja miellyttävämmältä.



Kuva 10. Esimerkki rakeisuudesta.

### 3.5.5 Mukautetut kursorit

Mukautetuilla kursoreilla tarkoitetaan, että kursori on visuaalisesti erilainen kuin normaalisti. Käsite sisältää myös animaatiot, mitä tapahtuu kursorin verkkosivuilla tehtävien liikkeiden ja interaktioiden seurauksena.

### 3.6 3D-sisältö ja -visuaalit

Kolmiulotteisuuden avulla web-sivuun saa lisättyä syvyyttä ja realismia. Siitä tulee myös vahva uutuuden ja erilaisuuden tunne. 3D-sisältö on hyvä keino interaktiivisuuden



lisäämiseksi sivulla, koska ne kiinnittävät käyttäjän huomion itseensä. (Pumpkin Web Design Manchester 2019.) Se on myös monikäyttöistä, koska sitä voi käyttää samoissa paikoissa kuin kaksiulotteista sisältöä, kuten kuvissa, videoissa ja animaatioissa. Monissa asioissa se voi olla myös käyttäjälle hyödyllisempi ja informatiivisempi tapaa esittää asioita kuin normaali sisältö esimerkiksi tuotekuvissa. Kolmiulotteiset tuotekuvat antavat paremman käsityksen tuotteesta kuin kaksiulotteiset kuvat.

## 4 VERKKOSIVUJEN ANALYSOINTI

Tämän luvun tarkoitus on tutkia, miltä suurien yritysten web-sivujen kotisivut näyttävät, käyttämällä apuna taulukossa 1 esitettyjä trendejä. Taulukossa 2 on merkitty trendin kohdalle 0, jos trendi ei esiinny sivulla tai 1, jos trendi esiintyy sivulla. Tutkimalla eri verkkosivuja voidaan tehdä havaintoja esimerkiksi, mitkä ovat yleisimmin käytetyt trendit ja mitä trendejä ei tarvitse välttämättä käyttää ammattimaisen sivun tekemiseen.

Taulukosta 2 voidaan nähdä, mitkä trendit on käytössä kaikilla listatuilla yrityksillä. Näitä ovat hero-kuvan käyttö, voimakas fontti, neumorfismi ja lasimorfismi, abstrakti muotoilu, uniikki kuvitus, esteettömyys ja mikroanimaatiot. Sivustot erosivat vain vieritys-animaation osalta. Taulukosta voidaan päätellä, että suurien yritysten web-sivut käyttävät usein samaa kaavaa ja toisinaan niissä on pieniä eroavaisuuksia toistensa kanssa. Eroavaisuudet sivuilla tulevat elementtien asetelusta ja ulkoasusta. Taulukossa 2 myös näkyy, kuinka monta kertaa eri trendit löytyvät verkkosivuilta.

Taulukko 2. Taulukko suurien yritysten käyttämistä trendeistä.

	KONE	Kesko	Outokumpu	Deutsche Telekom	General Motors	Gazprom	Yhteensä (6)
Tumma tila (silmiille ystävälliset värit)	0	0	0	0	0	0	0
Hero-kuvan käyttö	1	1	1	1	1	1	6
Gradient	0	0	0	0	0	0	0
Minimalismi	0	0	0	0	0	0	0
3D sisältö	0	0	0	0	0	0	0
Vieritys animaatiot	0	1	0	0	0	1	2
Rakeisuus	0	0	0	0	0	0	0
Voimakas fontti	1	1	1	1	1	1	6
Sumennus	0	0	0	0	0	0	0
Neuforfismi ja lasimorfismi	1	1	1	1	1	1	6
Abstrakti muotoilu	1	1	1	1	1	1	6
Uniikki kuvitus	1	1	1	1	1	1	6
Äänikäyttöinen käyttöliittymä (VUI)	0	0	0	0	0	0	0
Esteettömyys	1	1	1	1	1	1	6
VR ja AR	0	0	0	0	0	0	0
Mikroanimaatiot	1	1	1	1	1	1	6
Mukautettu kursori	0	0	0	0	0	0	0
Yhteensä (17)	7	8	7	7	7	8	

Muotoilussa kaikilla sivuilla käytetään eri muotoisia neliöitä ja suorakulmioita, joiden asetelu on järjestelmällistä tai satunnaista. Lasimorfismi on myös käytössä jossain muodossa kaikilla sivuilla.

Osa taulukosta 1 löytyvistä eniten esiintyvistä trendeistä ei esiintynyt verkkosivuilla ollenkaan. Esimerkiksi tumma tila, gradientti tai minimalismi ei ollut käytössä yhdessäkään analysoiduista web-sivuista. Syy miksi näitä trendejä ei käytetä, on luultavasti se, että

niillä ei vain ole käyttötarkoitusta kyseisellä sivulla. Suunnittelijat ovat voineet arvioida, että ne vievät käyttäjän huomion pois sivun pääsisällöstä. Ulkonäköön liittyvät trendit voivat puuttua myös sen takia, että ne eivät vain sovi suurten yritysten sivuille.

Isojen yritysten verkkosivujen suunnittelijat ovat luultavasti päätelleet, että trendit, mitkä löytyvät kaikilta sivuilta, ovat osa minimivaatimuksia nykyaikaisella web-sivulla. Näiden trendien käyttöön voi olla monia syitä esimerkiksi ne saavat sivut näyttämään paremmalta ja ammattimaisemmalta tai ne ovat helposti integroitavissa kaikilla verkkosivulla. On myös mahdollista, että jotkut elementit auttavat sivua saavuttamaan korkeampia paikkoja hakukoneissa.

## 5 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli tarkastella tämän hetken tärkeimpiä trendejä ja tutkia miten yritykset ovat omilla web-sivuillaan niitä toteuttanut. Asiaa tarkasteltiin niin suunnittelijan kuin yritysten ja organisaatioiden kannalta. Työssä esitettiin trendejä, jotka olivat useista eri lähteistä kerättyjä ja ajankohtaisia. Tietoa kerättiin verkkolähteistä, joissa oli luotettava yhteys joko web-suunnitteluun tai web-kehitykseen.

Opinnäytetyössä voidaan havaita, että erilaisia trendejä on hyvin paljon ja niiden käytöstä on eriäviä mielipiteitä eri organisaatioiden välillä. Sen takia tässä työssä luotiin yhtenäinen kokonaiskuva tämän hetken suunnittelun tärkeimmistä kohdista. Useiden eri lähteiden tietojen niputtaminen yhteen antaa paremman kuvan web-suunnittelun nykyhetkestä ja helpottaa tiedon hakemista.

Trendeissä itsessään voidaan huomata, että niissä tärkeintä on tällä hetkellä sivuston ulkoasun kehittäminen, kuten taulukosta 1 havaitaan. Näitä trendejä ovat gradientti, rakeisuus, voimakas fontti, sumennus ja mukautettu kursori. Tämän lisäksi käyttäjäystävällisyyden ja -kokemuksen parantaminen on tärkeää. Näitä keinoja ovat esimerkiksi tumman tilan käyttö, esteettömyyden kehittäminen tai minimalismi. Sivusta kuitenkin pyritään mukavuuden lisäksi tuomaan esille uniikkeja piirteitä, joilla saadaan käyttäjä käyttämään interaktiivisia osia ja palaamaan sivulle kerta toisensa jälkeen. Työstä myös huomataan, että vanhat suunnittelutavat ja tekniikat kehittyvät edelleen, minkä voi huomata esimerkiksi vieritys-animaatioissa.

Yritysten verkkosivujen analysoinnissa huomattiin, miten niiden sivut usein koostuvat samoista osista. Niissä on usein käytetty samoja trendejä. Taulukossa 2 havaittiin, että nämä trendit ovat hero-kuvan käyttö, voimakas fontti, lasimorfismi, abstrakti muotoilu, uniikki kuvitus, esteettömyys ja mikroanimaatiot. Ainoa ero trendeissä oli vieritys-animaation käytössä. Sivujen ulkonäkö ja asettelu on asia, joka erottaa ne toisistaan. Tämän hetken trendien käyttö web-sivuilla on usein samankaltaista muutamia eroavaisuuksia lukuun ottamatta. Trendien käytöstä voi myös huomioida, että mitä asioita suunnittelijan kannattaa sivuilla ehdottomasti käyttää, jos haluaa luoda ammattimaisemat verkkosivut.

Näiden tietojen perusteella tarve jatkotutkimukselle, joissa tehtäisiin web-suunnittelun alaan liittyviin organisaatioihin ja yrityksiin aikavälein kyselyjä niiden mielestä

tärkeimmistä trendeistä voisi olla hyödyllinen. Tämä olisi hyvä apukeino tulevaisuudessa kaikille suunnittelijoille helpottamaan tiedon löytymistä.

## LÄHTEET

- 99designs Team. 2020. 9 stunning web design trends for 2021. Viitattu 31.5.2021. <https://99designs.com/blog/trends/web-design-trends/>
- Bece, A. 2020. Neumorphism and CSS. Viitattu 29.4.2021. <https://css-tricks.com/neumorphism-and-css/>
- Blue Compass. 2021. 15 Upcoming Web Design Trends & Website Inspiration for 2021. Viitattu 31.5.2021. <https://www.bluecompass.com/blog/web-design-trends-to-watch-for>
- Cao, S & Loacono, E. 2019. The State of the Awareness of Web Accessibility Guidelines of Student Website and App Developers. Viitattu 5.6.2021. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-21902-4\\_3](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-21902-4_3)
- Cardello, J. 2020. 21 unique web design trends for 2021. Viitattu 31.5.2021. <https://webflow.com/blog/web-design-trends-2021>
- Circle, K. 2019. How to define the functionality needs of your website. Viitattu 5.6.2021. <https://blog.tbhcreative.com/2019/10/defining-website-functionality.html>
- Cousins, C. 2021. Top Web Design and UI Trends for 2021. Viitattu 31.5.2021. <https://designmodo.com/web-design-trends-2021/>
- Deutsche Telekom. 2021. Viitattu 28.5.2021. <https://www.telekom.com/en>
- Drooms Global. 2020. The rise of virtual assistants. Viitattu 5.6.2021. <https://drooms.com/en/blog/the-rise-of-virtual-assistants>
- Fanguy, W. 2020. Being Shady: How to Use Gradient Color in UX Design. Viitattu 5.6.2021. <https://xd.adobe.com/ideas/principles/web-design/gradient-color-definition/>
- Fortune. 2020. Fortune Global 500. Viitattu 16.4.2021. <https://fortune.com/global500/2020/search>
- Gazprom. 2021. Viitattu 28.5.2021. <https://www.gazprom.com/>
- General Motors. 2021. Viitattu 28.5.2021. <https://www.gm.com/>
- Ischenko, I; Dupliakin, M & Nechvolod, A. 2021. 12 Latest UX/UI Design Trends That You Should Know in 2021. Viitattu 31.5.2021. <https://www.codica.com/blog/12-leading-ui-ux-design-trends-to-dominate-in-2020-2021/>
- Iskandar, S & Sholihat, K. 2018. Role of web design for image brand toward business. Viitattu 5.6.2021. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/407/1/012050/meta>
- Kesko. 2021. Viitattu 28.5.2021. <https://www.kesko.fi/>
- KONE. 2021. Viitattu 28.5.2021. <https://www.kone.fi/>
- Kucheriavy, A. 2021. What Makes a Website User-Friendly? Viitattu 5.6.2021. <https://www.intech-nic.com/blog/what-makes-a-website-user-friendly/>
- Lara, C. 2020. Top Web Design Trends for 2021. Viitattu 25.4.2021. <https://www.theedigital.com/blog/web-design-trends>
- Line25. 2021. 20+ Web Designs with subtle Grain Texture Backgrounds. Viitattu 4.5.2021. <https://line25.com/articles/20-web-designs-with-subtle-grain-texture-backgrounds>

- Malewicz, M. 2020. Glassmorphism in user interfaces. Viitattu 29.4.2021. <https://uxdesign.cc/glassmorphism-in-user-interfaces-1f39bb1308c9>
- Medium. 2016. Using the Gaussian Blur to Find Path Clarity in UX Design. Viitattu 4.5.2021. <https://medium.com/thinking-design/using-the-gaussian-blur-to-find-path-clarity-in-ux-design-15269b43ff4a>
- Mooji-Gebler, E. 2018. Why use micro-animations in your design? Viitattu 25.4.2021. <https://hike.one/update/why-use-micro-animations-in-your-design>
- Moran, K. 2015. The Characteristics of Minimalism in Web Design. Viitattu 28.4.2021. <https://www.nngroup.com/articles/characteristics-minimalism/>
- Optimizely. 2021. Hero Image. Viitattu 25.4.2021. <https://www.optimizely.com/optimization-glossary/hero-image/>
- Outokumpu. 2021. Viitattu 28.5.2021. <https://www.outokumpu.com/>
- Pumpkin Web Design Manchester. 2019. Adding 3D elements to web design. Viitattu 5.6.2021. <https://www.pumpkinwebdesign.com/web-design-manchester/adding-3d-elements-to-web-design/>
- Romano, J & Huri, A. 2020. Top 9 Web Design Trends in 2021 You Don't Want to Miss. Viitattu 31.5.2021. <https://www.wix.com/blog/2020/12/web-design-trends/>
- Scaccam, S. 2021. Why AR and VR aren't living up to their promise for the web just yet. Viitattu 5.6.2021. <https://www.editorx.com/shaping-design/article/ar-and-vr-web-design>
- Sinha, D. 2019. Dark Mode – What Is It, and Why Do We Need It? Viitattu 19.4.2021. <https://www.teacaheadcorp.com/blog/dark-mode/>
- W3C. 2018. Accessibility. Viitattu 19.4.2021. <https://www.w3.org/standards/webdesign/accessibility>
- W3schools. 2021. How To - Parallax Scrolling. Viitattu 21.4.2021. [https://www.w3schools.com/howto/howto\\_css\\_parallax.asp](https://www.w3schools.com/howto/howto_css_parallax.asp)
- WebFX. 2021. 4 Reasons Multimedia is a Crucial Element for Websites. Viitattu 5.6.2021. <https://www.webfx.com/multimedia.htm>

## Trendi-taulukot

Lähde:	TheeDigital					
		Lkm				Esiintyy vain kerran
Kategoriat:	Multimedia	7	1.	Latausajat ja sivun nopeus		x
	Ulkoasu	5	2.	Älykäs sisällön lataus		x
	Asettelu ja muotoilu	5	3.	Personaalisoitu sisältö		x
	Interaktiivisuus	6	4.	Ihmismäisemmät chattibotit		x
	Käyttäjystävällisyys	2	5.	Ääniohjaaminen ja äänentunnistus (VUI)		
	Responsiivisuus	2	6.	Esteettömyys		
	Sisältö	2	7.	Interaktiiviset osat		x
	Yhteensä	29	8.	VR		
			9.	Mikrointeraktiot		
			10.	Mikroanimaatiot		
			11.	Orgaaniset muodot		x
			12.	Minimalismi		
			13.	Voimakkaat värit		x
			14.	Tunteita herättävät värit		x
			15.	Peukaloystävällinen navigaatio		x
			16.	Älykäs video hero-kuvana		
			17.	Material design		
			18.	Vain tekstiä käyttävä hero-kuva		
			19.	Vintage värit ja typografia		x
			20.	Voimakkaat fontit		
			21.	Datan visualisointi		x
			22.	Tumma tila		
			23.	White space (negatiivinen tila)		x
			24.	Mukautettu kuvitus		
			25.	Koko sivun hero-kuva		
			26.	Kuvien ja graafisten elementtien sekoitus		x
			27.	Gradientti värit		
			28.	3D sisältö		
			29.	Frosted glass -efekti		

Lähde:	Webflow Blog					
		Lkm				Esiintyy vain kerran
Kategoriat:	Multimedia	2	1.	Retro fontit		x
	Ulkoasu	4	2.	Vieritys animaatiot		
	Asettelu ja muotoilu	6	3.	Horizontaali vieritys		x
	Interaktiivisuus	5	4.	3D sisältö		
	Käyttäjystävällisyys	2	5.	Multimedian käyttö		x
	Responsiivisuus	0	6.	AR		
	Sisältö	1	7.	Rakeisuus		
	Yhteensä	20	8.	Hillityt värit		
			9.	Personalisoitu kokemus		x
			10.	Sumennus		
			11.	Scrolltelling (tarinan kerronta vierityksessä)		x
			12.	Tumma tila		
			13.	Luonnon kuvitukset		x
			14.	Geometriset ruudukot		x
			15.	Mukautetut kursorit		
			16.	Vieritys kortit		x
			17.	Väritön muotoilu		x
			18.	Ääni		x
			19.	Printtimediasta inspiroitu muotoilu		x
			20.	Sivuston yhtenäisyys		x



Lähde:	99designs					
		Lkm				Esiintyy vain kerran
Kategoriat:	Multimedia	1	1.	Parallax animaatiot		
	Ulkoasu	1	2.	Neumorfismi		
	Asettelu ja muotoilu	2	3.	Abstrakti muotoilu		
	Interaktiivisuus	3	4.	Silmille mukavien värien käyttö		
	Käyttäjystävällisyys	1	5.	Aatteiden esille tuominen	x	
	Responsiivisuus	0	6.	Vieritys animaatiot		
	Sisältö	1	7.	Digitaaliset esitykset fyysistä tuotteista	x	
	Yhteensä	9	8.	Interaktiiviset kyselyt	x	
			9.	Gradientti värit	x	

Lähde:	Wix Blog					
		Lkm				Esiintyy vain kerran
Kategoriat:	Multimedia	2	1.	Epäsymmetrinen asettelu	x	
	Ulkoasu	0	2.	Minimalismi/Maksimalismi		
	Asettelu ja muotoilu	4	3.	Videon käyttäminen		
	Interaktiivisuus	1	4.	Vektoritaide	x	
	Käyttäjystävällisyys	2	5.	Abstrakti muotoilu		
	Responsiivisuus	0	6.	Animaatiot	x	
	Sisältö	0	7.	Silmille mukavien värien käyttö		
	Yhteensä	9	8.	Esteettömyys		
			9.	Vieritys animaatiot		

Lähde:	Designmodo					
		Lkm				Esiintyy vain kerran
Kategoriat:	Multimedia	1	1.	Tumma tila		
	Ulkoasu	7	2.	Kokeellinen typografia	x	
	Asettelu ja muotoilu	3	3.	Muotoilut ilman kasvoja	x	
	Interaktiivisuus	0	4.	Vain tekstiä käyttävät etusivu (hero-kuva)		
	Käyttäjystävällisyys	1	5.	Sumennus ja rakeisuus		
	Responsiivisuus	0	6.	Ympyröiden käyttö	x	
	Sisältö	1	7.	3D sisältö		
	Yhteensä	13	8.	Mustavalkoinen kuvitus	x	
			9.	Kollaasin käyttö	x	
			10.	Gradientti		
			11.	Voimakas typografia		
			12.	Mukautetut kursori		
			13.	Pantone's Illuminating and Ultimate Gray	x	

Lähde:	Codica					
		Lkm				Esiintyy vain kerran
Kategoriat:	Multimedia	1	1.	Minimalismi		
	Ulkoasu	2	2.	Yksinkertaistettu käyttäjäkokemus	x	
	Asettelu ja muotoilu	5	3.	Gradientti värit ja sumennus		
	Interaktiivisuus	1	4.	Uniikki kuvitus (Mukautettu kuvitus)		
	Käyttäjystävällisyys	1	5.	Aäniohjaaminen ja äänentunnistus (VUI)		
	Responsiivisuus	1	6.	Silmille mukavat värit		
	Sisältö	1	7.	Mobiili ensin lähestymistapa	x	
	Yhteensä	12	8.	Minimaliset ikonit	x	
			9.	Onboarding		
			10.	Lasimorfismi		
			11.	Kompleksi ja voimakas typografia		
			12.	3D sisältö		

Lähde:	Blue Compass					
		Lkm				Esiintyy vain kerran
Kategoriat:	Multimedia	2	1.	Kotisivun video (hero-kuva)		
	Ulkoasu	2	2.	Minimalismi		
	Asettelu ja muotoilu	6	3.	Tumma tila		
	Interaktiivisuus	3	4.	Pyörivä animaatio	x	
	Käyttäjystävällisyys	1	5.	Erikoiset vieritys tavat	x	
	Responsiivisuus	0	6.	Gradientti värit		
	Sisältö	1	7.	Eriyiset käyttäjäkokemukset	x	
	Yhteensä	15	8.	Vieritys animaatiot		
			9.	Värien luova käyttö	x	
			10.	Syyvyyden käyttäminen	x	
			11.	Huomion kiinnittävät otsikot	x	
			12.	Abstraktien muotojen käyttö		
			13.	Tarinan kerronta ja interaktiivisuus	x	
			14.	Dynaaminen kotisivu	x	
			15.	Ykstyiskohtainen alatunniste	x	