



Niko Aho, Ossi Arola

## **VIIHTEELLINEN SOSIAALISEN MEDIAN PORTAALI**

# VIIHTEELLINEN SOSIAALISEN MEDIAN PORTAALI

Niko Aho, Ossi Arola

Opinnäytetyö

Syksy 2011

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

Oulun seudun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

---

Tekijät: Niko Aho, Ossi Arola

Opinnäytetyön nimi: Viihteellinen sosiaalisen median portaali

Työn ohjaaja: Teppo Räisänen

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2011

Sivumäärä: 57

---

Sosiaalinen media on ajankohtainen aihe. Monelle se tuo ensimmäisenä mieleen Facebookin ja muut yhteisöpalvelut. Sosiaalinen media on kuitenkin ilmiönä laajempi ja erilaisia sivuja on paljon erilaisiin tarkoituksiin. Opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä prototyyppi omasta viihteellisestä sisältöpalvelusta. Sisältöpalvelu on sosiaalisen median muoto, jossa sivu rakentuu erilaisen median ympärille (esimerkiksi Youtube).

Valmiin sivun sisältö koostuu käyttäjien lisäämistä kuvista, videoista ja musiikista. Sivun ominaisuuksien määrittämisessä käytettiin apuna viihteellisten palveluiden vertailua. Opinnäytetyöllä ei ollut toimeksiantajaa, vaan halusimme toteuttaa oman sivun ja jatkokehittää sitä myöhemmin. Jatkokehitysideoina meillä on sivun viimeistely, käyttöönotto, hakukoneoptimointi, markkinointi, mainostus ja mobiiliystävällisyys.

Raportissa kerrotaan taustatietoa sosiaalisesta mediasta, julkaisujärjestelmistä ja eri tekniikoista, joita opinnäytetyön tekemisessä käytettiin. Seuraavaksi tarkastellaan ja vertaillaan viihteellisiä sosiaalisia palveluja. Viimeinen kokonaisuus käsittelee oman sivun toteuttamista, jonka tärkeitä aiheita ovat sivun sosiaalisuus ja vuorovaikutus muiden sosiaalisten medioiden kanssa. Tietoperehusta pohjautui erilaisiin lähteisiin ja omiin kokemuksiimme.

Sivu toteutettiin WordPress-julkaisujärjestelmällä. Valintaan vaikutti WordPressin helppokäyttöisyys, avoin lähdekoodi ja lisäosat. Mediaa ja käyttäjiä on helppo hallita valmiilla julkaisujärjestelmällä. Sopivan työkalun valinta oli erityisen tärkeää, joten WordPress oli tietoinen riski. Riski kuitenkin kannatti, sillä tuloksena saatiin lähes käyttövalmis sivusto, jota on hyvä alkaa jatkokehittämään.

---

Asiasanat: sosiaalinen media, viihde, julkaisujärjestelmät, WordPress

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences

Degree programme in Business Information Technology

---

Authors: Niko Aho, Ossi Arola

Title of thesis: Entertaining social media website

Supervisor: Teppo Räisänen

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2011

Number of pages: 57

---

The aim of this thesis is to make a prototype of an entertaining content community site. Content communities are a type of social media. Content communities focus on different kinds of media. For many social media is only about Facebook and other social networking sites. However, social media is larger phenomenon and there are different types of social medias for different users and purposes.

Content of the website is user-created. Users can add pictures, videos and music to the site. Comparison of different entertaining content community sites was used to help determine the specifications for the website. The website will be developed further after the thesis.

This paper will first discuss social media, content management systems and different techniques used to create the website on general level. Then the paper will take a closer look on different entertaining content community sites. The last part of the paper is about creating the website and its social properties and interaction with other social medias.

The website was created with WordPress content management system. WordPress was chosen because it is easy to use, open source and has a wide variety of plugins. Content management system helps managing media and users. It was important to choose the right content management system for the project. WordPress was the right choice for this project. Almost completed website was created as a result, even though the aim was to create a working prototype.

---

Keywords: social media, entertainment, Content Management System, WordPress

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	7
2 TAUSTATIETOA .....	9
2.1 Sosiaalinen media .....	9
2.1.1 Facebook .....	10
2.1.2 Sisältöpalvelut .....	12
2.2 Julkaisujärjestelmät .....	13
2.3 WordPress .....	14
2.3.1 Asentaminen .....	14
2.3.2 Sivun hallinta .....	15
2.3.3 Sivuhierarkia .....	19
2.4 Tekniikat .....	21
2.4.1 HTML .....	21
2.4.2 CSS.....	23
2.4.3 PHP.....	23
2.4.4 JavaScript .....	24
3 PALVELUJEN VERTAILU .....	26
3.1 Naurunappula .....	26
3.2 Riemurasia.....	27
3.3 CollegeHumor.....	29
3.4 Funnyjunk .....	30
3.5 Break .....	32
3.6 Funny or die.....	33
3.7 Yhteenveto.....	34
4 TOTEUTUS.....	39
4.1 Toteutettavat ominaisuudet.....	39
4.2 Ulkoasu ja käytettävyys .....	40

4.3 WordPress-lisäosat.....	42
4.3.1 Buddypress .....	42
4.3.2 Arvostelu-lisäosa .....	44
4.3.3 TDO Mini Forms .....	45
4.4 Facebook-integraatio .....	48
4.4.1 Facebook-sivu ja tykkäys .....	48
4.4.2 Median jakaminen .....	48
4.4.3 Facebook-kirjautuminen .....	50
5 POHDINTA.....	51
LÄHTEET .....	53

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyömme aiheena on sosiaalisen media sivusto, joka keskittyy viihteelliseen sisältöön. Keksimme yhteisen kiinnostavan aiheen ja mietimme, millaista sivustoa itse haluaisimme käyttää. Työ toteutetaan ilman toimeksiantajaa. Oma aihe antaa vapauden tutkia ja opiskella molempia kiinnostavia aiheita. Pystymme lisäksi jatkokehittämään sivua. Työelämää ajatellen aihe on hyvä, koska se on ajankohtainen. Lisäksi opinnäytetyössä pääsemme harjoittelemaan julkaisujärjestelmän käyttöä, sosiaalisen median hyödyntämistä ja erilaisia tekniikoita käytännössä. Opinnäytetyössä tarkastellaan erityisesti viihteellisiä sosiaalisia medioita ja työn tuloksena toteutetaan viihteellinen sosiaalisen median sivuston prototyyppi.

Sivustosta on tarkoitus saada helppokäyttöinen ja selkeä. Vuorovaikutus muiden sosiaalisten medioiden kanssa on keskeinen ominaisuus ja sivustolle tulee lisäksi käyttäjien välistä vuorovaikutusta. Sivun sisältöpalvelu, jossa sisältö keskittyy viihteeseen. Käyttäjät pystyvät lisäämään sivulle videoita, kuvia ja musiikkia. Sisältö tulee näkyville kategorioihin. Sisältöä voidaan äänestää ja kommentoida.

Opinnäytetyön tutkimustehtävänä on vertailla viihteellisiä sosiaalisia medioita. Käytämme itse sivuston tekemisessä Wordpress-julkaisujärjestelmää sen helppokäyttöisyyden ja monipuolisuuden ansiosta. Tämä helpottaa käyttäjien ja median hallintaa. Lisäksi saamme tehtyä helposti sivuston monia keskeisiä ominaisuuksia. Opinnäytetyöstä on rajattu pois sivun markkinointi, mainostus, testaus ja hakukoneoptimointi, jotta opinnäytetyö ei olisi liian laaja. Rajaukset ovat jatkokehitysideoita.

Ensimmäisenä opinnäytetyössä käsitellään taustatietoja. Taustatietokappaleessa kerrotaan sosiaalisesta mediasta, julkaisujärjestelmistä ja eri tekniikoista, joita sivun toteutuksessa käytetään. Seuraavana vertaillaan kuutta suosittua viihteellistä sosiaalisen median palvelua. Vertailuun otettiin mukaan

sekä suomalaisia, että ulkomaisia palveluita. Vertailuun valittiin opinnäytetyön tekijöiden ja aloitusseminaarin yleisön käyttämiä palveluita. Vertailua käytetään apuna ymmärtämään paremmin viihteellisiä palveluita ja kartoittamaan ominaisuuksia opinnäytetyössä toteutettavalle sivulle. Viimeisenä opinnäytetyössä käsitellään sivun toteutusta. Toteutus-kappaleessa kerrotaan, kuinka sivun ominaisuudet toteutetaan. Lisäksi kerrotaan ulkoasusta, käytetyistä WordPressin lisäosista ja vuorovaikutuksesta muiden sosiaalisten medioiden kanssa.



## 2 TAUSTATIETOA

### 2.1 Sosiaalinen media

Ennen sosiaalisen median määrittelyä on hyvä määritellä Web 2.0. Käsitteenä Web 2.0 otettiin käyttöön vuonna 2004 ilmentämään, kuinka sivustojen sisältöä eivät enää luo ja jakele yksittäiset käyttäjät, vaan isommat sosiaaliset käyttäjäryhmät. Vanhanaikaisten nettisivujen rinnalle Web 2.0 toi mukanaan blogeja, wikejä ja muita sosiaalisia sovelluksia. Web 2.0:ssa yleisesti käytettyjä tekniikoita ovat esimerkiksi Adoben Flash ja Ajax. (Kaplan & Haenlein 2010, 60-61.) Vanhojen tekniikoiden rinnalle tulee kilpailemaan myös uusia tekniikoita kuten HTML5.

Sosiaalinen media voidaan määritellä Kaplanin ja Haenleinin mukaan (2010, 61) ryhmäksi web-sovelluksia, joiden ideologinen ja tekninen perusta on Web 2.0:ssa. Sosiaalisille medioille on yhteistä käyttäjien luoma sisältö (UCC, user created content) tai internetissä olevan valmiin sisällön pohjalta tuotettu sisältö (UGC, user generated content). Sosiaalinen media myös luo ja ylläpitää ihmisten välisiä suhteita. (TSK sanastokeskus, hakupäivä 12.7.2011.) Sosiaalisen median aikakausi voidaan katsoa alkaneeksi jo 20 vuotta sitten, kun Bruce ja Susan Abelson julkaisivat ”Open Diary” – sivun, joka toi yhteen online-päiväkirjojen kirjoittajia. Nopeammat Internet-yhteydet yleistyivät, ja se johti lopulta suosittujen yhteisöpalveluiden, kuten vuonna 2003 ilmestyneen MySpacen ja vuonna 2004 ilmestyneen Facebookin, syntymiseen. (Kaplan & Haenlein 2010, 60.) Muita suosittuja sosiaalisia medioita ovat esimerkiksi kuvienjako sivusto Flickr, lyhyitä käyttäjien viestejä sisältävä Twitter, videosivusto YouTube, musiikin kuunteluun tarkoitettu Last.fm sekä käyttäjien lisäämiä URL-linkkejä sisältävä Delicious (Bell 2009, 15).

Kaplan ja Haenlein (2010, 62) ovat luokitelleet sosiaalisia medioita (katso taulukko 1). Luokittelu on tapahtunut sen mukaan, kuinka sosiaalisessa mediassa voidaan antaa itsestään tietynlainen kuva (self-presentation) ja siihen liittyen

millaisia tietoisia tai ei-tietoisia paljastuksia voidaan antaa (self-disclosure). Luokitteluun vaikuttavat myös millaista sivun sosiaalinen läsnäolo on (social presence), eli saatava äänellinen, visuaalinen ja fyysinen kontakti muihin, sekä millaista on mediarikkaus (media richness), eli kuinka tehokkaasti tietoa voidaan välittää toiselle tietyssä ajassa. Blogit ja käyttäjien yhteiset projektit, kuten Wikipedia, ovat sijoittuneet taulukossa vasemmalle sarakkeelle. Niiden sosiaalinen läsnäolo ja mediarikkaus ovat vähäistä, koska ne ovat hyvin tekstipohjaisia. Keskimmäisellä sarakkeella ovat yhteisöpalvelut, kuten Facebook, ja sisältöpalvelut, kuten Youtube, koska ne sisältävät teksipohjaisen kommunikoinnin lisäksi myös kuvien, videoiden tai muiden mediamuotojen jakamista. Oikealla sarakkeella ovat virtuaaliset maailmat, kuten Second life ja World of Warcraft, jotka yrittävät kopioida kaikki ulottuvuudet kasvotusten tapahtuvasta vuorovaikutuksesta virtuaaliseen ympäristöön, sosiaalisen läsnäolon ja mediarikkauden ollessa tehokkainta. Blogissa, yhteisöpalveluissa ja virtuaalisissa maailmoissa ihmisten on helpompaa antaa itsestään tietynlainen kuva, joten ne ovat siksi taulukon ensimmäisellä rivillä. Toisella rivillä ovat palvelut, joissa itsestään halutunlaisen kuvan antaminen on vaikeampaa kuin muissa. (Kaplan & Haenlein 2010, 62.)

		Social presence/ Media richness		
		Low	Medium	High
Self-presentation/ Self-disclosure	High	Blogs	Social networking sites (e.g., Facebook)	Virtual social worlds (e.g., Second Life)
	Low	Collaborative projects (e.g., Wikipedia)	Content communities (e.g., YouTube)	Virtual game worlds (e.g., World of Warcraft)

TAULUKKO 1. Sosiaalisten medioiden luokittelu.

### 2.1.1 Facebook

Tällä hetkellä suosituin sosiaalinen media on ylivoimaisesti Mark Zuckerbergin perustama Facebook, jolla on Doubleclickin (hakupäivä 12.7.2011) mukaan 880 000 000 uniikkia vierailijaa kuukaudessa. Se tekee Facebookista samalla myös maailman suosituimman web-sivuston. Facebookissa ihmiset voivat

kommunikoida perheensä, ystäviensä ja muiden tuttujen kanssa. Keskeisiä sivun ominaisuuksia ovat käyttäjän kotisivu ja profiili. Kotisivu sisältää uutissyötteet, jossa näkyy muun muassa käyttäjän ystävien päivitykset. Profiili sisältää tiedot käyttäjän itsestään jakamat tiedot, kuten tiedot koulutuksesta, taustasta ja kiinnostuksista. Profiilissa on myös käyttäjän ”seinä”, joka sisältää päivityksiä käyttäjän tilapäivityksistä, hänen toiminnasta sivustolla ja mitä hän on jakanut muilta sivustoilta. Muita sivun ominaisuuksia on mahdollisuus lisätä kuvia ja videoita sekä luoda ryhmiä, sivuja ja tapahtumia, joita käyttäjä voi myös halutesaan jakaa ystävilleen. Sivun sisältää myös runsaasti pelejä ja muita käyttäjien tekemiä sovelluksia. Ihmiset voivat kommunikoida Facebookissa chatin, yksityisviestien, seinäkirjoitusten tai omien tilapäivitysten kautta. (Tiedotteet, hakupäivä 1.9.2011)

Facebookin suosion takia sillä on käytössä yksi maailman suurimmista MySQL-tietokantajoukoista. Sivun on kirjoitettu PHP-koodilla, mutta kehittäjät ovat luoneet tekniikan, jolla PHP muutetaan ohjelmallisesti C++ -koodiksi, jotta sivun suorituskyky olisi parempi. Facebook jakaa joitakin osia koodistaan avoimena lähdekoodina. Facebook on myös hyödyllinen alusta yrityksille ja kehittäjille, koska sen kautta voidaan saada lisää asiakkaita. (Tiedotteet, hakupäivä 1.9.2011)

Facebookia on myös kritisoitu. Sivuston käyttäjät voivat määrittää mitä tietoa haluavat itsestään jakaa, mutta nämä asetukset ovat joidenkin mielestä liian monimutkaiset ja käyttäjä saattaa vahingossa jakaa tietoa mitä ei halua. Facebook onkin pyrkinyt selkeyttämään sivuston jakoasetuksia (Saarelainen 2011, hakupäivä 1.9.2011). Lisäksi on kritisoitu Facebookin sovellusten käyttöehtoja. Ne hyväksymällä sovellukset voivat hakea käyttäjän tietoja, jolloin ne pystyvät esimerkiksi lähettämään käyttäjälle roskapostia tai jakaa profiilikuvaa eteenpäin (Yle uutiset 2011, hakupäivä 1.9.2011). Facebookin kilpailijaksi ennustetaan muun muassa Googlen Google+aa, jonka beta julkaistiin kesällä 2011 (Ståros 2011, hakupäivä 12.7.2011).

### 2.1.2 Sisältöpalvelut

Sisältöpalvelut ovat luonteeltaan viihteellisiä. Videot, kuvat ja musiikki ovat niissä yleisiä. On olemassa palveluita, jotka keskittyvät pelkästään yhteen aiheeseen, kuten esimerkiksi videoihin ja palveluita, joista löytyy monenlaista sisältöä. Luvussa 3 tarkastellaan ja vertaillaan tarkemmin viihteellisiä palveluita, joista löytyy erilaisia mediatyyppejä.

Suosittuja videosisältöön keskittyviä palveluita ovat esimerkiksi YouTube, Vimeo, ja Viddler. Näihin palveluihin käyttäjät voivat lisätä itse kuvaamiaan videoita. Videopalvelut eroavat musiikkipalveluista siten, että suurempi osa sisällöstä on käyttäjien itsensä tekemiä, kun taas musiikista suuri osa tulee levy-yhtiöiltä. Videot ovat nykyään sosiaalinen kokemus. Ihmiset kutsuvat enemmän ystäviään kylään katsomaan videota, kuin kuuntelemaan musiikkia. (Bell 2009, 65.)

Flickr on suosituin pelkästään kuviin keskittyvä Internet-palvelu. (Doubleclick, hakupäivä 13.7.2011). Flickr:n käyttäjät pystyvät jakamaan kuvia Internetin välityksellä ystävilleen tai kaikille halukkaille. Ihmisillä on luontainen tarve etsiä kuvia ihmisistä, paikoista ja tapahtumista ympäri maailmaa. Flickr:n kuvat muodostavat dokumentin kuvien lähettäjän elämästä. (Bell 2009, 64.)

Last.fm-musiikkipalvelu listaa käyttäjän kuuntelemat musiikkikappaleet. Palvelussa pääsee myös katselemaan sivuston muiden käyttäjien soittolistoja. Palvelu osaa suositella kuunnelluiden kappaleiden perusteella uusia artisteja käyttäjälle. Last.fm tyydyttää käyttäjän tarpeet jakaa omaa musiikkimakua ja löytää uusia artisteja. (Bell 2009, 62.)

## 2.2 Julkaisujärjestelmät

Julkaisujärjestelmä (CMS, content management system) on web-pohjainen sovellus, jolla pystyy hallinnoimaan ja luomaan Internet-sivujen sisältöä (W3Techs 2011a, hakupäivä 7.7.2011). Suosituimmat julkaisujärjestelmät ovat W3Techs:n mukaan WordPress, Joomla! ja Drupal, joista WordPress on kaikista suosituin. Kaikista Internet-sivuista WordPressiä käyttää 14,6 % ja julkaisujärjestelmää käyttävistä sivuista WordPressiä käyttää 55 %. Joomla!:lla vastaavat luvut ovat 2,7 % ja 9,9 %, Drupalin lukujen ollessa 1,7 % ja 6,2 %. Osuudet on laskettu miljoonan suosituimman Internet-sivun joukosta.

WordPress (About WordPress, hakupäivä 7.7.2011) Joomla! (Joomla!, hakupäivä 5.9.2011) ja Drupal (Drupal, hakupäivä 5.9.2011) ovat kaikki avoimen lähdekoodin ohjelmistoja ja niiden peruseräite on sama: Internet-sivun pystyy rakentamaan julkaisujärjestelmän ympärille, jolloin sivun sisältö on eroteltu ja sen hallinta helpottuu huomattavasti. Lisäksi se tarjoaa ilmaisia sivuteemoja ja lisäosia, jolloin käyttäjän ei tarvitse tehdä koko sivua alusta alkaen. Julkaisujärjestelmillä on kuitenkin eroavaisuuksia. Drupal ja Joomla! ovat kumpikin hyviä julkaisujärjestelmiä, mutta eivät aluksi kovin käyttäjäystävällisiä, vaan niiden opettelu vaatii aikaa. Tämän takia niillä on vähemmän kehittäjiä kuin WordPressillä. Tämä näkyy myös ilmaisten lisäosien kohdalla, jossa WordPressillä on suurin tarjonta. Muita WordPressin etuja kilpailijoihinsa nähden ovat sen ympärillä oleva valtava yhteisö ja helpompi oman sivuteeman toteutus. WordPress on helppo ja tarpeeksi monipuolinen monenlaisiin projekteihin. Jos ohjelmoijilta löytyy taitoa ja ollaan tekemässä täysin räätälöityä Internet-sivua, esimerkiksi Drupal voisi silloin olla hyvä vaihtoehto. Monet suuremmat yritykset ovat toteuttaneet sivunsa Drupalilla. (FolioVision 2011, hakupäivä 5.9.2011.)

Julkaisujärjestelmän mukaan ottoa opinnäytetyöhön voidaan perustella sillä, että sivun ja käyttäjien hallinta on sen kanssa paljon helpompaa kuin ilman. Tiedostamme kuitenkin riskin, että julkaisujärjestelmä voi asettaa joitakin rajoja vastaan, koska asioita tehdään aina sen ehdoilla. WordPressin erotti muista sen käyttäjäystävällisyys, joka oli myös suurin syy miksi valitsimme sen tähän opin-

näytetyöhön. Muita tärkeitä syitä olivat ilmaisten lisäosien kattava tarjonta, helpommin muokattavissa oleva sivuteema sekä WordPressin suuri käyttäjäyhteisö. WordPressin valintaan vaikutti myös yksittäinen lisäosa BuddyPress, josta kerromme lisää luvussa 4.3.

## **2.3 WordPress**

WordPress julkaistiin vuonna 2003 alun perin blogialustana, mutta siitä on vuosien saatossa kehittynyt myös suosittu julkaisujärjestelmä. Kehityksen juuret ulottuvat kuitenkin vuonna 2001 ilmestyneeseen WordPressin edeltäjään nimeltä b2/cafelog. WordPress on toteutettu PHP:llä ja MySQL:llä. (About WordPress, hakupäivä 7.7.2011.)

WordPressillä pystyy sisällön hallinnan ja luonnin lisäksi esimerkiksi hallinnoimaan sivun käyttäjiä ja muokkaamaan sivun ulkoasua. Hallintapaneelista löytyy kattavasti erilaisia asetuksia. WordPressin valmiiden ominaisuuksien lisäksi sivun ominaisuuksia voi laajentaa sadoilla ilmaisilla lisäosilla. (WordPress features, hakupäivä 7.7.2011.) WordPress on avoimen lähdekoodin ohjelmisto, joten se on koodattu ja dokumentoitu yhteisön voimin (About WordPress, hakupäivä 7.7.2011). Koodi on muokattavissa käyttäjän omien tarpeiden mukaan. Jos WordPressin omilla työkaluilla ei siis saa tarvittavia muutoksia, käyttäjä voi muokata vapaasti tiedostojen lähdekoodia.

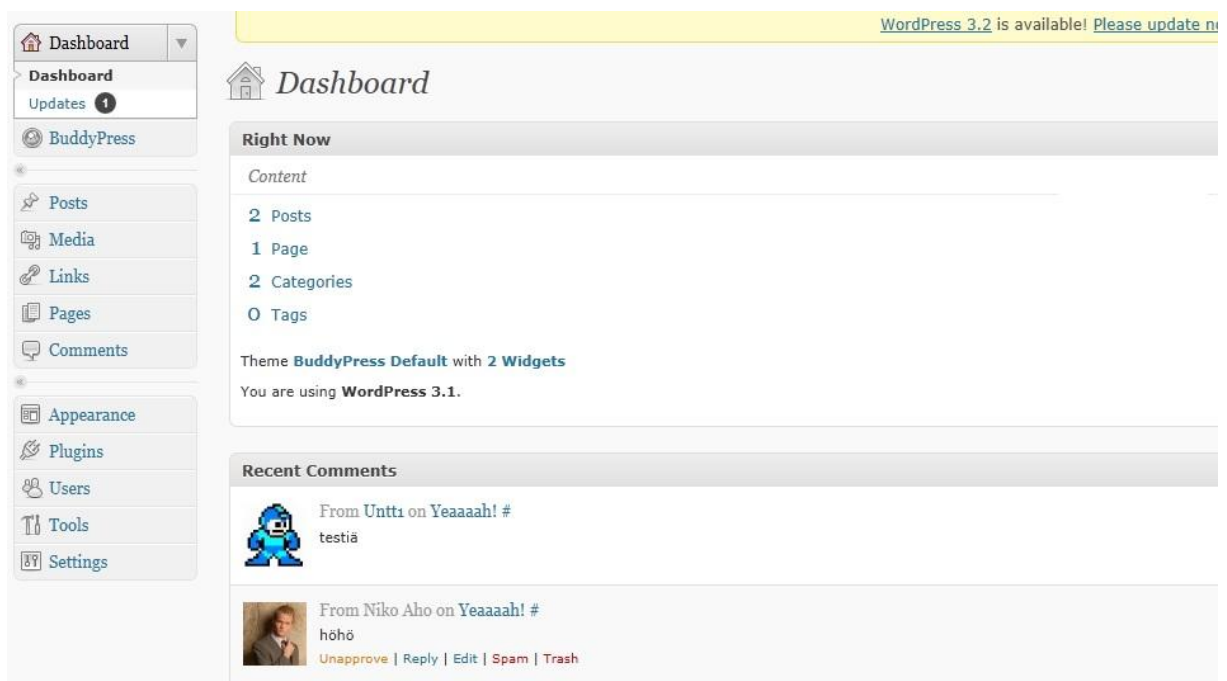
### **2.3.1 Asentaminen**

Ennen asennusta täytyy olla palvelin, jonne WordPress asennetaan. Vuokrasimme palveluntarjoajalta palvelimen kovalevytilaa. Palveluntarjoajaksi valittiin OVH sen edullisen hinnan takia. Web-hotellia varatessa pystyi varaamaan myös verkkotunnuksen. Web-hotellin käyttöönotossa ei ilmennyt ongelmia. Ennen WordPressin asennusta täytyy olla luotuna SQL-tietokanta, mutta tauluja ei tarvitse tehdä itse vaan WordPress tekee ne myöhemmin automaattisesti. Ensimmäiseksi ladataan WordPress-paketti tietokoneelle ja puretaan kansioon. Kansioista etsitään tiedosto nimeltä wp-config-sample.php ja nimetään se nimel-

le wp-config.php. Tiedostoon täytetään oman tietokannan tiedot kuten tietokannan nimi, sen käyttäjätunnus ja salasana. Tämän jälkeen kaikki WordPress tiedostot siirretään palvelimelle. Laitoimme tiedostot palvelimen ensimmäiseen kansioon, jotta nettisivulle pääsee suoraan valitulla verkkotunnuksella (http://esimerkki.fi/ eikä http://esimerkki.fi/kansio). Viimeiseksi ajetaan asennustiedosto install.php selaimen osoiteriviltä. Tiedosto on alikansiossa wp-admin, joten osoite on http://esimerkki.fi/wp-admin/install.php. Install.php kannattaa poistaa asennuksen jälkeen tietoturvasyistä, jotta kukaan muu ei pääse siihen myöhemmin käsiksi. Tämän jälkeen WordPress on asennettu ja päästään tarkastelemaan sen hallintapaneelia eli ohjausnäkyä. (WordPressin asentaminen, hakupäivä 13.10.2011.)

### 2.3.2 Sivun hallinta

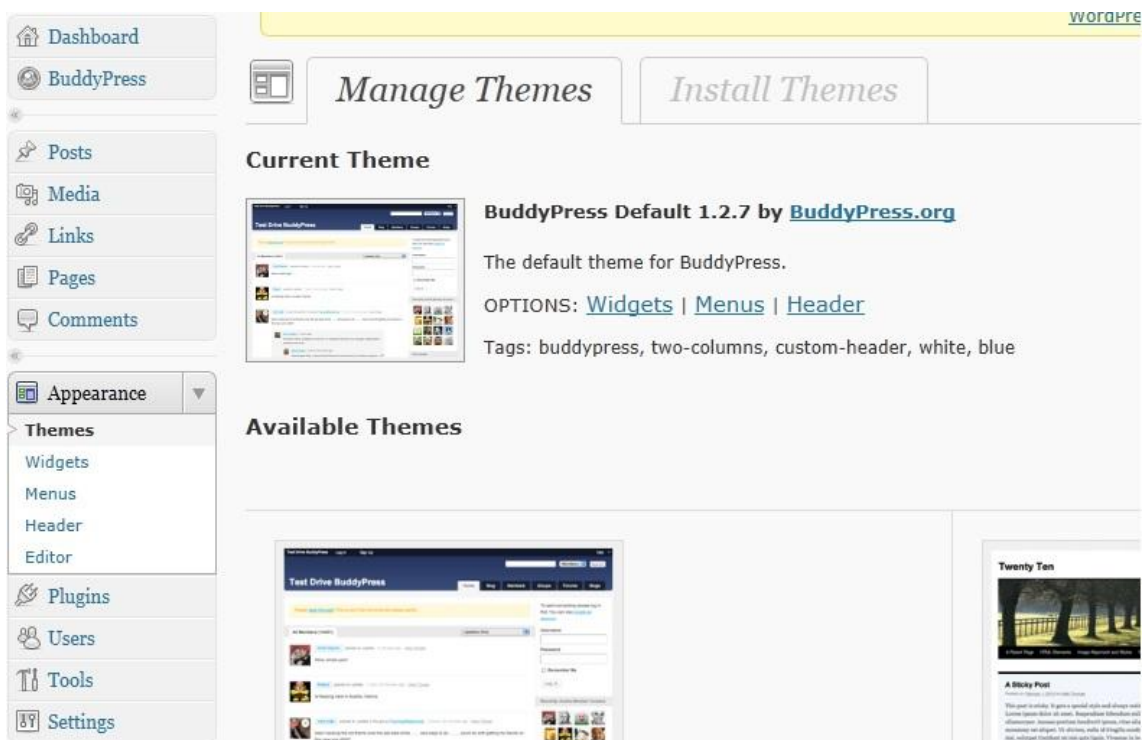
WordPress-sivuston hallinta tapahtuu Dashboard-sivun (suomeksi Ohjausnäky) kautta (katso kuvio 1). Dashboard-sivun etusivulla näkyy sivuston viimeisimpiä tapahtumia ja muuta hyödyllistä tietoa sivustosta, kuten viimeisimmät kommentit tai julkaisut. Vasemmassa laidassa näkyy hallintapaneelit, jonka kautta koko sivuston sisältöä pystyy hallitsemaan.



KUVIO 1. Sivuston hallinta Dashboard-sivulla.

Sivuston sisältöä voidaan hallita Posts, Media, Links, Pages ja Comments -paneelien alta. Posts-paneelin alta voi hallita sivuston artikkeleita. Artikkeleita voi lisätä, poistaa ja kategorisoida. Media-paneelin alta hallitaan sivuston kuvia, ääniä ja videoita. Links-paneelistä hallitaan sivuston mahdollisia linkkejä. Pages-paneelin alta voidaan hallita sivuston eri sivuja ja Comments-paneelin alta kaikkia sivustolle tulleita kommentteja. Plugins-paneelistä voidaan hallita sivuston lisäosia. Plugineista kerrotaan lisää myöhemmin opinnäytetyössä.

Appearance-paneelistä voidaan muokata sivuston ulkoasua (katso kuvio 2). Täältä voi valita ja asentaa sivuston teemoja. Lisäksi Appearance-paneelin alta löytyy vimpaimet (widgets), eli pienet lisäykset sivulle (esimerkiksi hakupalkki, rss-syötteet ja kalenteri). Myös sivuston yläpalkki ja valikot muokataan Appearance-paneelin alta. Editorilla voi muokata WordPress-teeman tiedostojen lähdekoodia.



KUVIO 2. Appearance-paneeli.

Sivuston lisäosia hallitaan Plugins (lisäosat) -paneelistä. Plugins-kohdan etusivulla näytetään kaikki sivustolle asennetut lisäosat (katso kuvio 3). Lisäosia voidaan asentaa lisää painamalla "Add new"-painiketta joko sivun ylälaidasta tai

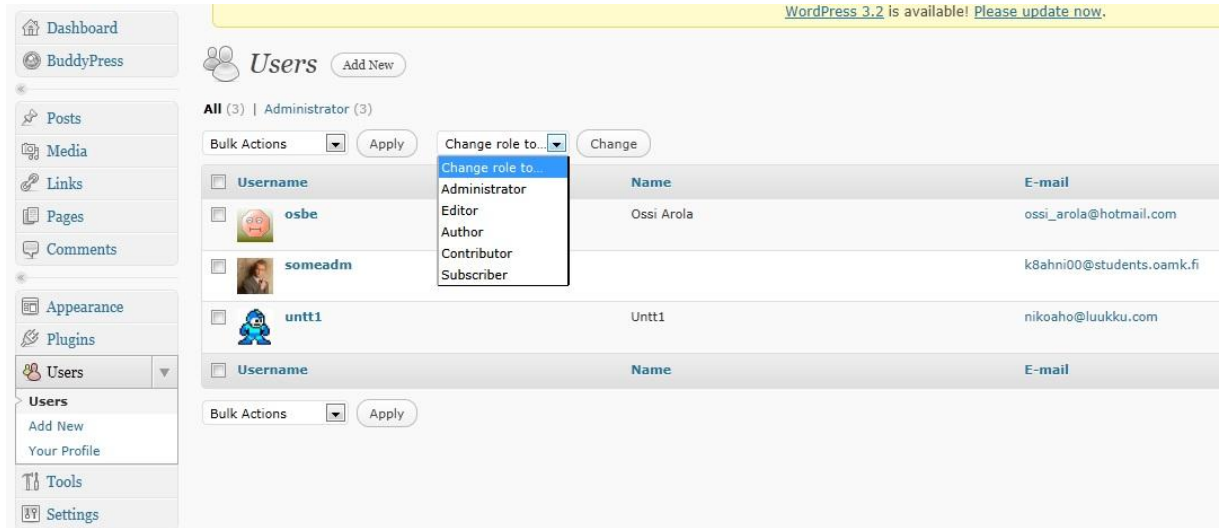


sivun vasemman laidan navigointipalkista. Lisäosia voi etsiä joko WordPressin lisäosahakemistosta tai mistä tahansa muualta Internetistä. Muualta etsityt lisäosat tulee ladata zip-paketteina, jolloin ne voidaan asentaa. WordPressin lisäosahakemistosta lisäosat voidaan asentaa automaattisesti. Asennettuja lisäosia voidaan poistaa tai muokata plugins-paneelin etusivulta. Lisäksi listassa on huomautus, mikäli jollekin lisäosalle on päivityksiä saatavana. Lisäosan päivitys onnistuu automaattisesti klikkaamalla ”update automatically”.

KUVIO 3. Lisäosat

Käyttäjää pystyy hallitsemaan Users-paneelin alta (katso kuvio 4). Käyttäjien rooleja ovat administrator (pääkäyttäjä), editor (päätoimittaja), author (kirjoittaja), contributor (avustaja) ja subscriber (tilaaja). Käyttäjää pystyy lisäämään sivun ylälaidan add new-painikkeesta tai vaihtoehtoisesti sivun vasemman laidan hallintapalkista Users-kohdan alapuolelta. Käyttäjää voi poistaa valitsemalla ruki laatikkoon käyttäjän kuvan vasemmalta puolelta ja valitsemalla Bulk Actions (massatoiminnot) -pudotusvalikosta Delete (poista). Klikkaamalla käyttäjänimestä pääsee muokkaamaan käyttäjän tietoja. Admin-tunnuksilla oleva käyttäjä voi muokata muiden käyttäjien tietoja vapaasti. Käyttäjien tietoja voi täydentää ja

vaihtaa. Vain käyttäjänimeä ei voi vaihtaa muilta käyttäjiltä. Lisäksi roolin ja salasanan ja sähköpostin voi muuttaa. Käyttäjät voivat myös itse muuttaa ja täydentää omia tietojaan omasta profiilistaan.



KUVIO 4. Käyttäjien hallinta.

Settings-paneelista voidaan muuttaa sivuston yleisiä asetuksia (katso kuvio 5). Sivuston nimi, URL-osoite ja muut yleiset asetukset, kuten aikavyöhykkeet löytyvät täältä. Lisäksi täältä löytyy yksityisyyden, kommentoinnin ja median asetuksia. Myös joidenkin pluginien eli lisäosien asetukset tulevat näkyviin settings-paneelin alle.

Writing-kohdasta voi muokata kirjoitusten asetuksia sivulla. Kirjoitusalueen kooka voi muuttaa. Lisäksi hymiöt voidaan muuttaa graafiseksi ja XHTML-koodin tarkistuksen voi laittaa automaattiseksi. Artikkeleiden ja linkkien oletuskategori-aa voidaan muuttaa. Reading-kohdasta voidaan muokata mitkä artikkelit näytetään etusivulla ja kuinka monta artikkelia näytetään. Discussion-kohdasta voidaan muokata kommentoinnin asetuksia. Media-kohdasta voidaan määrittää kuvien kokoja ja esimerkiksi YouTube-upotuksien asetuksia. Privacy-asetuksista voidaan määrittää sivuston hakukoneasetuksia. Permalinks-kohdasta voidaan muuttaa sivuston artikkeleiden URL-osoitteiden rakenteita. Kuviossa 5 näkyy myös Adminize, Ratings, ShareThis ja Google +1 Button –lisäosien asetukset vasemmassa palkissa.

WordPress 3.4

**General Settings**

Site Title:

Tagline:  *In a few words, ex*

WordPress address (URL):

Site address (URL):  *Enter the address.*

E-mail address:  *This address is use*

Membership:  Anyone can register

New User Default Role:

Timezone:  *UTC time is 2011-09-01 12:45:41*  
*Choose a city in the same timezone as you.*  
 This timezone is currently in daylight saving time.  
 Standard time begins on: 30/10/2011 04:00.

Date Format:  September 1, 2011  
 2011/09/01  
 09/01/2011  
 01/09/2011  
 Custom:    
[Documentation on date and time formatting.](#)

Time Format:  3:45 pm  
 3:45 PM

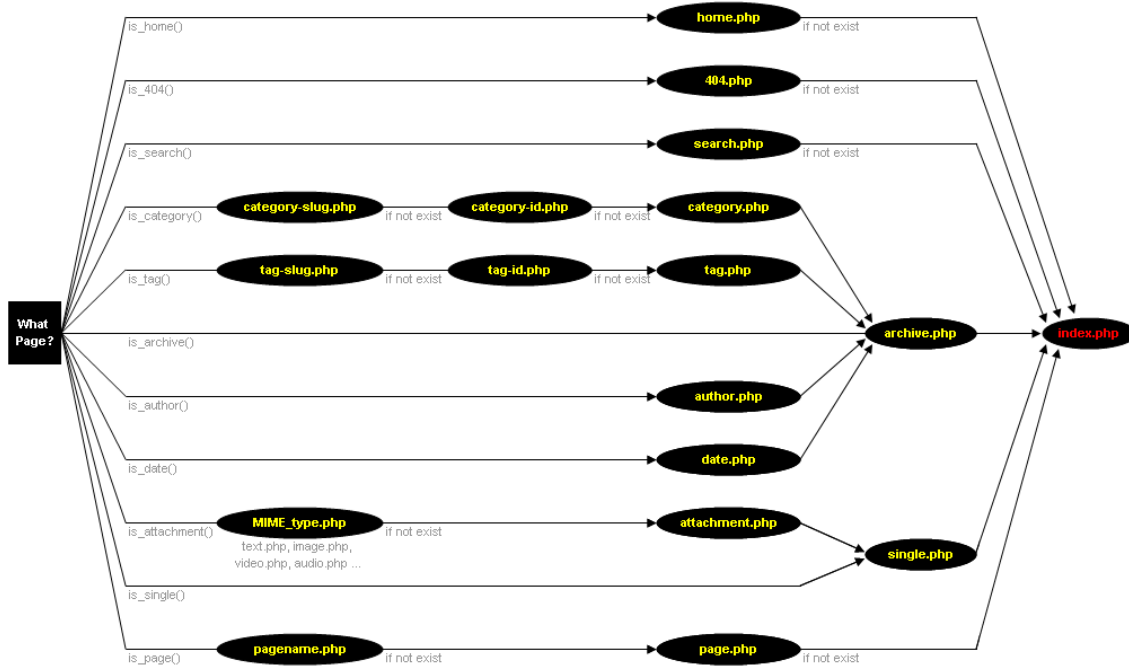
KUVIO 5. Settings-paneelin asetuksia.

### 2.3.3 Sivuhierarkia

WordPress-teema sisältää mallitiedostoja, joita käytetään web-sivun sisällön luomiseen. Jotkut tiedostot, kuten header.php (ylätunniste), footer.php (alätunniste) ja sidebar.php (sivupalkki), näkyvät usein jokaisella sivulla, kun taas muita tiedostoja käytetään vain tietyissä tilanteissa. Jokaisessa WordPress-linkissä on merkkijono (query string), jonka avulla WordPress hakee oikeat mallitiedoston sivun näyttämiseen. WordPress käyttää ensimmäistä nimeltään sopivaa mallitiedostoa ja jos sitä ei ole olemassa, käytetään seuraavaa hierarkiassa olevaa tiedostoa. Jos mitään sopivaa tiedostoa ei löydy, WordPress käyttää sisällön luomiseen index.php-tiedostoa. (Template Hierarchy, hakupäivä 20.7.2011.)

Esimerkiksi, käyttäjä voi haluta katsella kategorialinkkiä nimeltä <http://example.com/wp/category/videos>. WordPress alkaa etsiä teemakansiosta sopivaa mallitiedostoa. Jos kategorian ID-numero on esimerkiksi 4, WordPress käyttää sisällön luomiseen tiedostoa nimeltä `category-4.php`. Jos sitä ei löydy, hierarkiassa ovat seuraavaksi vuorossa `category.php`, sen jälkeen `archive.php` ja lopuksi `index.php`. Kun käyttäjä menee takaisin etusivulle, käytetään oletuksena `home.php`-tiedostoa, sen puuttuessa taas `index.php`-tiedostoa. Kuviossa on havainnollistettu WordPressin sivuhierarkiaa (katso kuvio 6). (Template Hierarchy, hakupäivä 20.7.2011.)

Oleellisin mallitiedosto on `index.php`, joka on hierarkiassa aina viimeisenä. `Home.php`:tä käytetään oletuksena etusivun näyttämiseen. `404.php`:tä käytetään, kun sivua ei löydy. `Search.php`:tä käytetään etsityn sisällön näyttämiseen. `Category.php` ja ennen sitä olevia tiedostoja käytetään, kun näytetään sisältöä kategorian mukaan. `Tag.php` ja sitä edeltäviä tiedostoja käytetään, kun sisältöä näytetään tunnisteiden (tag) mukaan. `Author.php`:tä käytetään luokitteluun tekijän mukaan ja `date.php`:tä päivämäärän mukaan. `Category.php`, `tag.php`, `author.php` ja `date.php` ovat kaikki yhteydessä `archive.php`-tiedostoon, jota käytetään silloin, jos joku näistä neljästä mallitiedostosta tarvittaessa puuttuu. `Attachment.php` ja sitä ennen olevat tiedostot on tarkoitettu liitetiedostoille, mitkä voivat olla mitä tahansa mediatyyppiä. `Single.php`:tä käytetään näyttämään käyttäjän yksittäinen postaus. `Page.php`:tä ja siihen liittyviä mallitiedostoja käytetään erilaisten sivujen näyttämiseen. (Template Hierarchy, hakupäivä 20.7.2011.)



KUVIO 6. WordPressin sivuhierakia.

## 2.4 Tekniikat

### 2.4.1 HTML

HTML (HyperText Markup Language) on WWW-sivujen rakenteen kuvauskieli. HTML:llä merkitään tekstin rakenne, mihin tulee otsikot, kuvat, linkit ynnä muut. (sivut.web, hakupäivä 12.7.2011.) HTML on vanha tekniikka, joka on ollut käytössä yli vuosikymmenen ja kehittyy yhä (Henick 2010, xvii).

HTML-koodi muodostuu elementeistä ja tunnisteista. Koodissa elementtejä edustavat kulmasulkein merkityt tunnisteet. Tunnisteen päättyminen merkitään vinoviivalla. HTML-sivu alkaa html-tunnisteesta ja päättyy html-tunnisteeseen. Sivun sisältö tulee body-tunnisteiden sisälle. Tunnisteilla voi olla myös attribuutteja. Attribuutit määrittävät elementin tarkemmin. `<tunniste attribuutti="arvo">elementin sisältö</tunniste>`. (HTML Dog 2009a, hakupäivä 12.7.2011.)

```
<html>
  <head>
    <title> Otsikko </title>
  </head>
  <body>
    Itse sivuston sisältö tulee tähän
  </body>
</html>
```

WordPress on toteutettu XHTML 1.0 kielellä, joka on hyvin samantyylinen kuin tavallinen HTML. XHTML:ssä on joitakin syntaksi- ja kielieroja verrattuna HTML:ään, kuten että tunnisteet on kirjoitettava aina pienellä. Lisäksi Doctype-koodi (<!DOCTYPE...) on oltava jokaisen XHTML-dokumentin alussa, sillä se kertoo selaimelle miten dokumentti renderöidään. (HTML to XHTML, hakupäivä 13.7.2011.)

HTML:n uusin versio on 5. Sen mukana tuli lukuisia uusia elementtejä ja attribuutteja. HTML5:sta voidaan kirjoittaa HTML- ja XHTML-syntaksilla. HTML5 helpottaa erityisesti multimedian ja graafisen sisällön käsittelyä uusilla video, audio ja canvas -elementeillä. (W3C 2011, hakupäivä 12.7.2011.) Suurimpina etuina multimedian käsittelyn lisäksi HTML5:ssä ovat muun muassa keskinäisyys, selkeämpi rakenne ja paremmat lomakkeet. Keskinäisyydellä tarkoitetaan kolmannen osapuolen, kuten Flashin ja JavaScriptin tarpeen vähenemistä, koska toiminnallisuudet ovat rakennettuna selaimiin. HTML5 koodi on selkeämpää kuin ennen. Suurimmasta osasta div-tunnisteita voidaan luopua. Lisäksi headerit, navit, footerit ynnä muut tunnisteet ovat helpommin nähtävissä ja niiden käyttö on helpompaa. Lomakkeista voidaan tehdä hienompia ja JavaScriptin tarvetta on vähennetty. Esimerkiksi syötteentarkistus voidaan suorittaa suoraan ilman JavaScriptiä. Muita etuja ovat esimerkiksi evästeiden tarpeen vähentäminen, paremmat välimuistit ja tuki paikannusjärjestelmille. On arvioitu että HTML5 ei tule olemaan kokonaan valmis ennen vuotta 2022, joten lisää ominaisuuksia tulee varmasti jatkuvasti lisää. (HTML 5 Arena 2011, hakupäivä 5.9.2011).

## 2.4.2 CSS

CSS (Cascading Style Sheet) on tyylikieli, jolla määritellään dokumentin esitystapaa ja ulkoasua. Tyylikielellä kirjoitettuja lauseita sanotaan tyylimäärittelyksi. CSS-kielen kehitys alkoi 1990-luvun puolivälissä. (Johdatus tyylikieliin ja CSS:n historiaan, hakupäivä 13.7.2011.)

CSS-koodia kirjoitetaan syntaksilla *ominaisuus:arvo*. Tyylimuokkauksia voi tehdä suoraan HTML-tunnisteeseen esimerkiksi `<p style="color: red">text</p>`, joka tekee dokumentin kappaleen tekstin punaiseksi, mutta on suositeltavaa tehdä tyylimuokkaukset erilliseen tyylitiedostoon. Siinä kyseinen muokkaus on muotoa `p { color: red; }`. Jotta tyylitiedosto toimisi dokumentissa, se täytyy linkittää dokumentin head-tunnisteiden väliin. Tyylimäärittelyksiä voi kirjoittaa myös head-tunnisteissa olevien style-tunnisteiden väliin. (HTML Dog 2009b, hakupäivä 13.7.2011.)

```
<head>
  <title>Sivun otsikko</title>
  <link rel="stylesheet" type="text/css"
    href="tyylitiedosto.css" />
</head>
```

WordPress-teeman tyylimuokkaukset tehdään tyylitiedostoon nimeltä style.css. CSS:n uusin versio on CSS3, joka sisältää uusia tyyliominaisuuksia kuten elementtien kulmien pyöristys, elementtien varjojen lisääminen ja mediakyselyt, joilla voidaan valita erilaiset tyyliominaisuudet käytettäväksi web-selaimen ikkunan koon mukaan. Tämä siis mahdollistaa muun muassa sivujen tekemisen, jotka ovat käytettävissä helposti sekä tietokoneilla että mobiililaitteilla. (CSS3 Previews, hakupäivä 13.7.2011.)

## 2.4.3 PHP

PHP on laajasti käytetty avoimen lähdekoodin yleiskäyttöinen skriptauskieli. PHP soveltuu erityisesti web-kehitykseen ja voidaan upottaa HTML-sivujen sisälle. (PHP.net 2011, hakupäivä 20.7.2011.) Ensimmäinen versio PHP:sta luotiin vuonna 1994. Tuolloin PHP oli vain joukko Web-julkaisumakroja. PHP alkoi

kiinnostaa nopeasti kehitys yhteisöä, koska se oli kehittynyt ja joustava. Yksi syy PHP:n suosioon on sen tuki tietokannoille. (Zandstra 2001, 20.) PHP on nykyään käytetyin palvelinpuolen ohjelmointikieli (W3Techs 2011b, hakupäivä 20.7.2011).

PHP-skripti aloitetaan "`<?php`"-tunnisteella ja se voi olla sivulla missä tahansa. Skripti lopetetaan "`?>`"-tunnisteeseen. PHP:lla voidaan tehdä myös työpöytäsovelluksia. (PHP.net 2011, hakupäivä 20.7.2011.) PHP-skripti voi tulla myös sivun alkuun ennen html-tunnisteita.

```
<html>
  <head>
    <title>Otsikko</title>
  </head>
  <body>
    <?php
      echo "HelloWorld!";
    ?>
  </body>
</html>
```

#### 2.4.4 JavaScript

JavaScript on komentosarjakieli, joka suunniteltiin lisäämään vuorovaikutusta nettisivuille. Useimmat selaimet ovat tukeneet JavaScriptiä jo vuodesta 1996. Kaikki voivat käyttää JavaScriptiä vapaasti ja sitä käytetäänkin miljardeilla nettisivuilla ympäri maailman. JavaScriptillä voidaan tarkistaa esimerkiksi lomakkeen tiedot, luoda evästeitä ja reagoida tapahtumiin sivuilla (esimerkiksi kun sivu on latautunut tai käyttäjä klikkaa HTML-elementtiä). Yleensä JavaScript upotetaan suoraan HTML-sivun sisälle. (W3Schools 2011, hakupäivä 13.10.2011)

```
<html>
  <head>
    <title>simple page</title>
  </head>
  <body>
    <script type="text/javascript">
      document.write('Terve, Maailma!');
    </script>
  </body>
</html>
```



Ensimmäinen versio jQuerystä julkaistuun vuonna 2006 (jQuery 2010a, hakupäivä 13.10.2011). JQuery on JavaScript kirjasto, joka helpottaa JavaScript-ohjelmointia. JQuery helpottaa erityisesti tapahtumankäsittelyä, animointeja ja Ajax vuorovaikutusta JavaScriptillä. (jQuery 2010b, hakupäivä 13.10.2011.) JQuery tallennetaan yhteen JavaScript tiedostoon, johon viitataan HTML-sivun head-osiossa, jonka jälkeen jQuerya voidaan käyttää nettisivulla. (jQuery 2010c, hakupäivä 13.10.2011.)

```
<head>  
  <script type="text/javascript" src="jquery.js"></script>  
</head>
```

## 3 PALVELUJEN VERTAILU

### 3.1 Naurunappula

Naurunappula (hakupäivä 14.6.2011) on suomalainen huumori- ja viihdesivusto, joka on perustettu syyskuussa vuonna 2007. Sivustolle voi rekisteröityä sivuston oman rekisteröitymisen kautta tai sitten Facebook-tunnuksien avulla. Facebook-kirjautumisen jälkeen sukunimi näkyy nimimerkissä, mutta nimimerkin voi muuttaa käyttäjähallinnan asetuksista. Rekisteröimättömät käyttäjät voivat ainoastaan selata medioita, etsiä niitä ja jakaa linkkejä sosiaalisiin medioihin.

Mediaa pystyy lisäämään sivustolle kuka tahansa rekisteröitynyt käyttäjä. Lisätävää sisältöä ovat kuvat, videot, pelit, Flash-animaatiot ja tekstit. Ylläpitäjät pystyvät rajoittamaan sisällön lähettämistä joiltain tunnuksilta jos esimerkiksi aiemmin lähetetty sisältö on saanut huonoja arvosteluita. Lisäksi sivuston uudemmat käyttäjät voivat lisätä mediaa aktiivisia käyttäjiä vähemmän päivää kohden. (Yleistä, hakupäivä 14.6.2011.) Kaiken median lisääminen onnistuu samalta Lähetä-lomakkeelta ja tiedostoja voi lisätä joko URL-linkin kautta tai sitten omalta koneelta, jonka jälkeen lisätty media ilmestyy viiveellä valittuun kategoriaan. Sivusto tunnistaa usein automaattisesti jos sinne yritetään lisätä sama media, jolloin median lisääminen ei onnistu. Jos automaattista tunnistusta ei tapahdu, niin käyttäjillä on käytössä ”Ilmoita repost tai tee ilmianto”-nappi, jolloin ylläpito poistaa duplikaatit.

Sisältöä pystyvät arvostelemaan ja kommentoimaan kaikki rekisteröityneet käyttäjät. Arvostelu tapahtuu ääniä antamalla, jolloin valittavana ovat vaihtoehdot +2, +1 tai -1. Mediaan lisättyjä kommentteja pystyy myös arvostelemaan. Erillistä Facebook-komentointia medioissa ei ole. Sisältöä pystyy kuitenkin tykkäämään omalla Facebook-tunnuksella ja sen pystyy jakamaan moniin muihin sosiaalisiin medioihin. Sivuston mediaa pystyy linkittämään erilaisiin kanavoihin, jonka on tehnyt itse tai toinen käyttäjä. Kanavoille voi myös kirjoittaa kommentteja.

Naurunappulan rekisteröityneet käyttäjät pystyvät lähettävät toisilleen kommentteja käyttäjän profiili-sivulla joko julkisesti tai yksityisesti. Lisäksi profiili-sivulla näkyy kontaktit, kanavat joihin on liittynyt ja mediat joita on lisännyt. Käyttäjän voi lisätä mustalle listalle, jolloin hänen profiiliaan ei voi kommentoida eikä hänen kommenttejaan näy. Käyttäjiä voi myös lisätä seurantaan, jolloin saa päivityksiä kun hän esimerkiksi lisää mediaa. Käyttäjät voivat keskustella reaaliaikaisesti toistensa kanssa ja käyttäjille on tarjolla keskustelufoorumi. Sivustolla on tarjolla käyttäjille myös maksullinen VIP-jäsenyys. Sen ostettuaan käyttäjälle avautuu mahdollisuus antaa toiselle käyttäjälle yksityisiä kommentteja, kirjoittaa esittely profiilisivulleen ja antaa +2-arvosteluja. VIP-käyttäjille ei lisäksi tule mainoksia. (VIP-jäsenyys, hakupäivä 14.6.2011.)

Naurunappulan mediaa pystyy järjestelmään valinnoilla ”Uusimmat”, ”Katso tuimmat” ja ”Parhaiten arvostellut”. Näitä valintoja voi vielä tarkentaa, haluaako suodattaa sisällön pelkästään nykyiselle päivälle, viikolle, kuukaudelle vai koko ajalle. Lisäksi käyttäjällä on valittavana suodatuksena vaihtoehto ”Vain uudet” jolloin tulee näkyviin ainoastaan uusien sisältö sitten viime kirjautumisen. Tavallisen sanahaun lisäksi yksilöllistä mediaa voi etsiä kanavien avulla.

Naurunappula on ominaisuuksiltaan kattava sivusto, mutta käyttöliittymässä on parantamisen varaa. Sisältöä on helppo selailla, mutta sivuston sosiaaliset ominaisuudet on aluksi hankala hahmottaa. Käyttäjiä on kuitenkin paljon ja uutta sisältöä on runsaasti saatavilla, jonka takia Naurunappula on yksi suosituimmista suomalaisista viihdesivustoista.

### **3.2 Riemurasia**

Riemurasia on Suomen suurin ja yksi vanhimmista viihdesivustoista, joka on perustettu vuonna 2003 (Riemurasia, hakupäivä 15.6.2011). Sivustolle voi rekisteröityä vain Riemurasian oman rekisteröitymisen kautta. Facebookin kautta kirjautuminen ei onnistu. Rekisteröityneet käyttäjät voivat lähettää sivulle omia mediatiedostoja, kommentoida ja arvostella mediaa sekä kommentoida muiden profiileja. Lisäksi rekisteröityneet käyttäjät voivat ottaa median sensuroinnin pois

käytöstä. Rekisteröitymättömät käyttäjät voivat vain selata eri medioita ja jakaa niitä Facebookiin. Kaikki lisätty media menee ylläpidon tarkistukseen. Ylläpito voi joko hylätä, tai hyväksyä median sivustolle.

Sivuston media on jaettu neljään eri osioon. Jylppy-Galleriaan käyttäjät voivat lisätä kuvia, tekstejä, ääniä, Flasheja ja videoita. Rasiatubeen käyttäjät voivat lähettää videolinkkejä YouTubesta, Vimeosta, DailyMotionista ja Google Videot-palvelusta. Kaatopaikka on yleinen osio, johon voidaan lähettää linkkejä kuviin, videoihin ja sivustoihin, jotka eivät sovellu muihin kategorioihin. Peliapajaan käyttäjät voivat lähettää swf-muotoisia pelejä. Mediaa lisätään valitsemalla sivuston navigointipalkista osio, esimerkiksi Rasiatube. Pudotusvalikosta valitsemalla lisää video, avautuu yksinkertainen php-lomake, johon täytetään videon kategoria (esimerkiksi komedia), URL-linkki, otsikko ja kuvaus.

Medioita pystyvät arvostelemaan kaikki rekisteröityneet käyttäjät. Medioita arvostellaan asteikolla  $\frac{1}{2}$  - 5 tähteä. Median kommentteja voi arvostella joko hyväksi, tai huonoksi. Mediaa ei voi erikseen tykätä Facebookissa, mutta median voi jakaa Facebookiin. Muihin sosiaalisiin medioihin sisältöä ei voi jakaa.

Käyttäjät voivat lähettää toisten profiileihin viestejä. Käyttäjät voivat lisätä toisiinsa kavereiksi tai mustalle listalle. Sivustolla voi liittyä erilaisiin ryhmiin ja luoda omia ryhmiä. Käyttäjän profiilista näkee hänen lisäämänsä mediat, niiden keskiarvot arvosteluista, kävijälaskurin ja käyttäjän ryhmät. Sivustolta löytyy myös Chat-toiminto joka yhdistää selaimessa Riemurasian IRC-kanavalle. Riemurasialla on Kultamuna-palvelu, jonka käyttäjä voi ostaa itselleen. Kultamuna-jäsen saa etuja muihin jäseniin nähden. Kultamuna-palvelun ostaja voi piilottaa kaikki mainokset, osallistua medioiden tarkastukseen, lähettää yksityisviestejä muille käyttäjille ja lisätä 50 kuvaa profiilikuvan lisäksi omaan profiiliinsa. Palvelulla saa myös rajattoman määrän kavereita, suosikkeja ja kävijälaskurin omaan profiiliinsa. (Riemurasia, hakupäivä 15.6.2011).

Mediaa voidaan järjestää uusimpiin, katsotuimpiin ja suosituimpiin. Lisäksi mediaa voidaan jaotella lisäysajankohdan mukaisesti (tänään, tällä viikolla, tässä

kuussa) ja kategorioittain. Järjestely toimii ihan hyvin, mutta mediaa on sivustolla niin paljon, että ehkä tarkempikin järjestely olisi tarpeellista. Esimerkiksi videoita sivulla voi olla kolmen eri osion alla (Jylppy-Galleria, Rasiatube ja Kaato-paikka). Järjestelyt toimivat aina vain oman osionsa sisällä. Käyttäjille olisi mielestäni helpompaa, jos kaikki videot olisivat samassa osiossa.

Riemurasian ulkoasu ja navigointi on hieman vanhentunut. Sivustolla on kuitenkin paljon sisältöä ja ominaisuudet ovat kattavat. Käyttäjien välinen vuorovaikutus on hieman vaikea hahmottaa aluksi.

### **3.3 CollegeHumor**

CollegeHumor on ulkomaalainen viihdesivusto. Sivusto sisältää videoita, kuvia, artikkeleita ja linkkejä. Sivustolle on mahdollista rekisteröityä sivuston omalla rekisteröitymisellä ja Facebookilla. Oman Facebookin voi linkittää CollegeHumor tiliin, jolloin kirjautuminen onnistuu Facebookin avulla. Rekisteröityneet käyttäjät pystyvät kommentoimaan mediaa ja lähettämään omia tiedostoja ja artikkeleita sivustolle. Ylläpito tarkistaa kaikki sivustolle päätyvät mediat (CH Media 2011, hakupäivä 27.6.2011).

Sivustolla on CollegeHumorin omia videoita, jotka tulevat sivuille. CollegeHumorin omissa videoissa voi olla ammattinäyttelijöitä mukana. Videot on jaettu kahteen kategoriaan (Original ja Original Series). Sivulla on lisäksi sekalaisia videoita, joita käyttäjät voivat lähettää. Videoita voi myös järjestellä uusimpien ja katsotuimpien mukaan.

Sivuston kuvat on jaettu eri kategorioihin kuvien sisällön mukaan (esimerkiksi eläimet, taide, autot). Lisäksi sivustolla on kuvagallerioita, joihin on kerätty tietyn kategorian kuvia. Kuvat voi myös järjestellä eniten katsottuihin ja uusimpiin.

Sivustolla on myös artikkeleita, joita ei ole muilla vastaavilla sivuilla. Artikkeliosio on hiukan epämääräinen. Artikkeleiden etusivulla on listattuna uusimmat

artikkelit. Artikkelit on kategorisoitu eri kolumneihin. Artikkelit voi myös listata uusimpien ja luetuimpien mukaan.

Sivustolle voi myös lähettää linkkejä. Linkit ovat omalla sivullaan listattuna uusimmasta vanhimpaan. Mitenkään muuten linkkejä ei voi järjestellä. Linkitkin voisivat olla kategorisoitu, jotta niiden selaaminen olisi helpompaa.

Mediaa pystyy jakamaan Twitterillä, Facebookilla, Stumblella ja sähköpostilla. Mediaa pystyy lisäksi tykkäämään Facebookissa. Sivustolle pystyy kirjautumaan Facebookin kautta, mutta sivustolle täytyy kuitenkin luoda oma tunnus, johon Facebookin kirjautuminen liitetään. Medioita pystyy kommentoimaan omilla tunnuksilla. Sivuston medioita ei voi arvostella, muuten kun kommentoilla. Toisille käyttäjille ei voi lähettää viestejä. Käyttäjien profiilisivuilta näkee heidän kommenttinsa sivuston medioihin ja heidän lisäämät mediat.

CollegeHumor kuuluu CollegeHumor Mediaan, joka perustettiin vuonna 1999. CollegeHumor Mediaan kuuluu myös neljä muuta sivustoa. Sivustoilla on yli 15 miljoonaa uniikkia käyttäjää kuukausittain ja videoita katsotaan yli 80 miljoonaa kertaa kuukaudessa. CollegeHumor on myös julkaissut kolme kirjaa, televisio-ohjelmia ja oman komediakiertueen. (CH Media 2011, hakupäivä 27.6.2011).

### **3.4 Funnyjunk**

Ulkomaalainen viihdesivusto Funnyjunk (hakupäivä 15.6.2011) sisältää videoita, kuvia ja pelejä. Sivustolla ei ole mahdollista kirjautua Facebook-tunnuksilla, joten rekisteröinti tapahtuu sivuston oman rekisteröinnin kautta. Vaikka käyttäjä ei rekisteröityisikään, niin mediaa voi silti selailla, etsiä, arvostella, kommentoida ja myös lisätä.

Funnyjunk-sivustolle voi laittaa sisältöä kuka tahansa sivulla vieraileva. Sivuston yläpalkin pudotusvalikosta pystyy valitsemaan lisätäänkö kuva vai video. Kuvia pystyy lisäämään vain omalta koneelta, mutta videoita pystyy lisäämään oman koneen lisäksi myös Youtubesta. Mielenkiintoisena ominaisuutena sivustolla on

oma kuvanmuokkauseditori. Sivusto ei tunnista jos sama media on lisätty jo aikaisemmin.

Sivuston mediaa pystyy arvostelemaan ja kommentoimaan kuka tahansa käyttäjä. Arvostelu tapahtuu antamalla joko peukku ylöspäin (funny) tai peukku alaspäin (junk). Hyviä arvosteluita saanut media nousee ylöspäin ja huonosti saanut media tippuu koko ajan alaspäin kunnes se häviää sivulta. Kommentteja voi myös arvostella ja omaan kommenttiin voi lisäksi liittää kuvan. Facebook-komentointia ei ole, mutta median pystyy jakamaan Facebookiin ja muihin sosiaalisiin medioihin.

Funnyjunkin rekisteröityneet käyttäjät voivat lisätä toisiaan kavereiksi, lähettää yksityisviestejä sekä sähköpostia, kommentoida toisten profiiliin ja ruveta käyttäjän tilaajaksi (subscriber), jolloin kyseisen käyttäjän uusista medioista saa päivityksiä omaan profiiliin. Yksittäisiä medioita voi lisätä myös suosikkeihin. Sivustolla ei ole käyttäjille ryhmiä eikä reaaliaikaista keskustelua. Käyttäjälle on oma profiili-sivu jossa näkyy lisätty media, suosikit, kirjoitetut kommentit ja ystävät. Profiilissa voi kirjoittaa myös status-päivityksen, mutta uusi status-päivitys korvaa aina edellisen. Käyttäjiä voi torjua jolloin he eivät pääse torjujan profiiliin, eivät voi kommentoida hänen mediaa, eivät voi lähettää hänelle sähköpostia ja eivätkä lisätä kaveriksi.

Sivustossa pystyy valitsemaan haluaako selailla tavallisia kuvia, animoituja gif-kuvia, videoita vai pelkästään Youtube-videoita. Tämän jälkeen käyttäjä pystyy selaamaan uusimpia medioita tai sitten parhaiten arvosteluita saaneita medioita joko päivälle, viikolle, kuukaudelle tai koko ajalle kohdistettuna. Median lisäksi voi selailla käyttäjiä, jotka listautuvat tilaajien määrän, käyttäjän medioihin annettujen arvosteluiden tai käyttäjän kommentteihin annettujen arvosteluiden perusteella. Medioita voi myös hakea hakusanalla tai suodattaa niitä tunnisteiden perusteella.

Funnyjunk on sisällöltään ja ominaisuuksiltaan monipuolinen viihdesivusto. Sivuston käyttöliittymä on yksinkertainen ja helppo oppia. Suuren kävijämäärän

ansiosta sisältöä on paljon ja sitä tulee koko ajan, jopa niin paljon että kaikkea ei kerkeä mitenkään katsoa. Funnyjunkin sosiaaliset ominaisuudet on helppo hahmottaa ja sivustolle onkin syntynyt kattava sosiaalinen verkosto.

### **3.5 Break**

Break on ulkomaalainen viihdesivusto, joka kuuluu Break Mediaan. Break Mediaan kuuluu useita muitakin Internet-sivustoja, jotka keräävät 125 miljoonaa kävijää kuukausittain. (Break Media, hakupäivä 30.6.2011). Break sisältää enimmäkseen videoita. Sivustolta löytyy myös kuvia ja pelejä. Sivustolle on mahdollista rekisteröityä sivuston omalla rekisteröitymisellä ja Facebookin kautta. Rekisteröityneet käyttäjät voivat lähettää sivustolle videoita ja kuvia sekä kommentoida sivuston medioita.

Sivuston videoita ei ole jaettu eri osioihin. Videoilla on kategoriat, jotka näkyvät videon tiedoissa. Videot voi järjestellä uusimpiin videoihin tai katsotuimpiin videoihin. Videoissa on lisäksi tunnisteet, jotka helpottavat tietynlaisten videoiden etsimistä. Videoista löytyy myös elokuvien trailereita. Sivustolle voi lähettää omia videoita tai YouTube-linkkejä videoihin. Kuvat tulevat sivulle aikajärjestyksessä. Kuvista voidaan valita näytettäväksi vain galleriat. Mediaa katsellessa sivustolla, sivun reunaan tulee aiheeseen liittyviä medioita.

Muille käyttäjille ei pysty lähettämään viestejä millään tavalla. Ainoastaan mediaa sivustolla voi kommentoida, kunhan on kirjautunut sisään. Käyttäjien profiileja voi seurata, jolloin heidän lisäämänsä mediat tulevat helpommin esille. Mediaa voi tykätä Facebookissa ja jakaa useisiin sosiaalisiin medioihin.

Break on massiivinen viihdesivusto. Hakupäivänä sivustolta löytyi 1116 sivua videoita, joista jokaisella on 10 videota. Kokonsa takia sivustolta on vaikea löytää tiettyä mediaa. Kategoriat voisivat olla tarkemmat ja mediaa pitäisi pystyä järjestelemään useammalla tavalla.



### 3.6 Funny or die

”Funny or die” (hakupäivä 28.6.2011) on huumorisivusto, joka sisältää käyttäjien lisäämän sisällön lisäksi sivuston itse tuottamia videoita. Tätä niin sanottua ”exclusive content” – sisältöä tekevät alan ammattilaiset kuten Will Ferrell ja videoissa on vierailut lukuisia viihdealan tähtiä (About Funny or Die, hakupäivä 28.6.2011). Rekisteröinti sivustolle tapahtuu sivun oman kirjautumisen kautta tai Facebook-tunnuksilla. Rekisteröimätön käyttäjä pystyy katselemaan, etsimään, jakamaan ja arvostelemaan sivun sisältöä, mutta esimerkiksi kommentointi vaatii rekisteröitymisen.

”Funny or die” – sivustolle pystyy lisäämään mediaa ainoastaan rekisteröityneet käyttäjät. Videoita ja kuvia käyttäjä pystyy lisäämään omalta koneelta. Erilaisina vaihtoehtoina on myös diaesitys (slideshow), artikkeli (article) ja lista (list). Diaesitys koostuu monesta kuvasta, jotka käyttäjä on valinnut koneeltaan. Artikkelivaihtoehdossa käyttäjä pystyy lisäämään tekstiä ja liittämään siihen esimerkiksi kuvia. Lista taas koostuu monesta kappaleesta, joihin jokaiseen käyttäjä voi lisätä tekstiä tai kuvia.

”Funny or die” – sivuston mediaa pystyy arvostelemaan kuka tahansa käyttäjä, mutta kommentointi vaatii rekisteröitymisen. Mediaa arvostellaan sen alhaalla olevista nappeista ”funny” tai ”die”. Funny-nappula nostaa median suosiota sivustolla kun taas die-nappula laskee sitä, jolloin media lopulta häviää sivustolta (About Funny or Die, hakupäivä 28.6.2011). Die-nappulaa painettaessa käyttäjä myös siirretään automaattisesti seuraavaan mediaan. Kommentointi tapahtuu joko Facebook-tunnuksilla tai sivun omilla tunnuksilla. Facebook-komentointi on tämän sivuston kohdalla suosituimpi vaihtoehto. Medioissa on mahdollisuus myös Facebook-tykkäämiseen ja jakamiseen moniin sosiaalisiin medioihin.

Rekisteröityneellä käyttäjällä on luonnollisesti enemmän ominaisuuksia kuin rekisteröimättömällä. Median lisäämisen ja kommentoinnin lisäksi rekisteröitynyt käyttäjä voi lisätä medioita suosikkeihin tai seurata tiettyä käyttäjää, jolloin saa ilmoituksia kun seurattava lisää uutta mediaa. Erillistä ystävätoimintoa sivustolla

ei kuitenkaan ole. Toisten käyttäjien profiilisivulle pystyy kommentoimaan ja heille voi lähettää myös yksityisviestejä. Käyttäjät voivat ansaita erilaisia merkkejä (badges), jotka näkyvät omalla profiilisivulla. Merkin voi esimerkiksi saada kun on ollut sivulla aktiivinen tai ollut pitkään rekisteröitynyt. Omalla profiilisivulla pystyy lisäksi päivittämään tilaansa, säätämään asetuksia ja selailemaan omaa toimintaansa sivustolla. Profiilisivulla on myös listaus uusimmista uutissyötteistä (newsfeed), jotka ovat pääasiassa ilmoituksia toisten lisäämistä medioista.

”Funny or die” – sivuston videoita, kuvia ja tekstejä pystyy selaamaan sen tuoreuden, suosittavuuden tai katselumäärien perusteella. Sisältöä voi suodattaa tarkemmin joko viikolle, kuukaudelle tai koko ajalle kohdistettuna. Lisäksi voi selailla ainoastaan ”exclusive content” – sisältöä ja suodattaa sitä. Sivustolla on myös hakupalkki, joka etsii median lisäksi myös käyttäjiä.

”Funny or die” on suuren budjetin sivusto, joka sisältää paljon mielenkiintoista mediaa ja on lisäksi helppokäyttöinen. Se voisi kuitenkin olla sosiaalisten ominaisuuksiensa osalta monipuolisempi. Nykyisellään sivusto on kuitenkin yksinkertainen käyttää ja sivuston oma yksityinen sisältö erottaa sen muista samantyyppisistä sivustoista.

### **3.7 Yhteenveto**

Sivustojen ominaisuudet on koottu yhteiseen taulukkoon (katso taulukko 2). Kaikki verratut sivustot sisältävät ainakin kuvia ja videoita ja monella sivulla on lisäksi myös muuta mediaa kuten selainpelejä. Käyttäjä pystyy lisäämään itse mediaa kaikilla verratuilla sivuilla. Median arviointi ja kommentointi ovat myös keskeisiä ominaisuuksia sivustoilla. Arviointi puuttuu vain CollegeHumorista ja Breakista. Kommentointi löytyy kaikilta sivuilta ja jokaiselle sivustolle käyttäjän on mahdollisuus tehdä oma tunnus.

Facebook-integraatiota on jonkin verran jokaisella sivulla. Vertailun kaikilta sivustoilta pystyy jakamaan mediaa Facebookiin. Yleisiä ominaisuuksia ovat myös mediasta tykkääminen Facebookilla ja Facebook-tunnuksilla kirjautumi-

nen. Kirjautuminen ja tykkääminen puuttuvat vain Riemurasiasta ja Funnyjunkista. Median kommentointi Facebook-tunnuksilla on vain Funny or Die -sivulla.

Sivustoilla on myös muita sosiaalisia ominaisuuksia. Käyttäjät voivat luoda ja liittyä ryhmiin Naurunappulassa ja Riemurasiassa. Ystäviä käyttäjät voivat lisätä Riemurasiassa ja Funnyjunkissa. Käyttäjiä pystyy seuraamaan kaikissa vertailun sivustoissa, paitsi Riemurasiassa ja CollegeHumorissa. Reaaliaikainen chat-keskustelu käyttäjien välillä löytyy Naurunappulasta ja Riemurasiasta. Yksityisviestejä käyttäjät voivat lähettää toisilleen Funnyjunkissa ja Funny or Die:ssa. Lisäksi Naurunappulassa ja Riemurasiassa on maksullisia ominaisuuksia, jotka mahdollistavat yksityisviestit ja muita ominaisuuksia, kuten lisäyksiä omaan profiiliin ja mainosten piilottaminen.

	Naurunap- pula	Riemu- rasia	College Humor	Funny- junk	Break	Funny or Die	Oma sivu
Kuvat	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä
Videot	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä
Selainpelit	kyllä	kyllä	ei	kyllä	kyllä	ei	ei
Median li- sääminen itse	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä
Median arvi- ointi	kyllä	kyllä	ei	kyllä	ei	kyllä	kyllä
Kommentointi omalla tun- nuksella	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä
Oma kirjau- tuminen	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä
Median tyk- kääminen Fa- cebookilla	kyllä	ei	kyllä	ei	kyllä	kyllä	ei
Median jaka- minen Face- bookissa	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä
Facebook- kommentointi	ei	ei	ei	ei	ei	kyllä	ei
Facebook- kirjautuminen	kyllä	ei	kyllä	ei	kyllä	kyllä	kyllä
Ryhmät	kyllä	kyllä	ei	ei	ei	ei	kyllä
Ystävät	ei	kyllä	ei	kyllä	ei	ei	kyllä
Käyttäjän seuraaminen	kyllä	ei	ei	kyllä	kyllä	kyllä	ei
Chat-toiminto	kyllä	kyllä	ei	ei	ei	ei	ei
Yksityisviestit käyttäjien vä- lillä	kyllä (maksulli- nen omi- naisuus)	kyllä (mak- sullinen ominai- suus)	ei	kyllä	ei	kyllä	kyllä
Maksullisia ominaisuuksia	kyllä	kyllä	ei	ei	ei	ei	ei

TAULUKKO 2. *Palveluiden vertailu.*

Vertailua käytetään apuna päättämään ominaisuuksia omalle sivustollemme. Sivullemme tulee tyypillisimmät ominaisuudet, jotka ovat tämän tyyllisille palveluille yleisiä. Sivullamme käyttäjät voivat rekisteröityä joko sivuston omalla tunnuksella, tai Facebook-tunnuksien kautta. Rekisteröityminen on tärkeä ominaisuus, jotta käyttäjä pystyy käyttämään sivun kaikkia toimintoja. Facebook-tunnuksien kautta kirjautuminen on kätevää, koska käyttäjät eivät halua tehdä useita eri tunnuksia kaikille käyttämilleen sivuille. Koska kaikilla käyttäjillä ei ole omaa Facebook-tunnusta, pitää sivullamme olla myös oma rekisteröityminen. Käyttäjät pystyvät itse lisäämään sivustolle kuvia ja videoita kategorian mukaan. Käyttäjien oma aktiivisuus median lisäämisessä on osa sivuston sosiaalisuutta. Lisäksi median lisääminen on tärkeää, jotta sivustolla on jatkuvasti uutta ja mielenkiintoista sisältöä. Oman median lisääminen motivoi myös käyttäjää käymään uudelleen sivulla, koska käyttäjä haluaa tietää miten hänen mediaansa on arvosteltu (Bell 2009, 156). Mediaa pystyy arvioimaan ja kommentoimaan omilla tunnuksilla. Median arviointi ja kommentointi luovat sosiaalisuuden tunnetta, kommentoinnin ollessa keskeisin sosiaalinen elementti (Bell 2009, 169). Lisäksi ihmiset haluavat arvostella mielestään hyvää tai huonoa sisältöä. Median arvostelu luo myös kilpailua yhteisöön (Bell 2009, 173). Mediaa pystyy lisäksi jakamaan Facebookiin ja Google+:saan. Sivustolle saa helposti uusia vierailijoita, kun käyttäjät jakavat sisältöä muihin palveluihin. Sivullamme käyttäjät voivat perustaa omia ryhmiä ja liittyä muiden käyttäjien tekemiin ryhmiin. Tätä ominaisuutta ei ole verratuilla ulkomaalaisilla palveluilla, mutta mielestämme se tuo lisää sosiaalisuutta sivustolle. Käyttäjät voivat myös lisätä toisia käyttäjiä ystäviksi ja lähettää toisille yksityisviestejä. Näitä ominaisuuksia oli verratuissa palveluissa vaihtelevasti. Mielestämme nämä ominaisuudet ovat tärkeitä, jotta käyttäjät pystyvät kommunikoimaan paremmin valittujen henkilöiden kanssa. Käyttäjät haluavat keräillä toisia käyttäjiä ystävikseen ja olla vuorovaikutuksessa, kuten esimerkiksi Facebookissa (Bell 2009, 155).

Otamme myös joitakin ominaisuuksia vertailun ulkopuolelta. Lisättävä mediana on erikseen myös musiikki. Musiikki on suosittua viihdettä ja sitä löytyy kattavasti esimerkiksi Youtubesta, josta käyttäjä voi linkittää sitä sivullemme. Käyttäjät voivat lisätä profiilisivuilleen, tai ryhmiin tilapäivityksiä, koska he haluavat ja-

kaa asioita ystäviensä kanssa. Mediaa voi lisätä suosikkeihin. Käyttäjän suosikit näkyvät profiilissa, josta he voivat helposti katsoa niitä myöhemmin. Teemme sivustolle myös hakupalkin, jotta tietyn median löytäminen olisi helpompaa. Mediaan voi myös lisätä tunnisteita lähetettäessä. Tämä helpottaa median luokittelua ja samanlaisen median löytämistä. Lisäksi sivuston media on kategorisoitu, jotta käyttäjä voi selata vain haluttua sisältöä, kuten videoita.

Vertailimme myös eri sivujen käyttäjämääriä. Sivut verrattiin Googlen Ad Plannerin (hakupäivä 16.10.2011) avulla, koska sillä pystyi tarkastelemaan kaikkia vertailussa olleita sivuja. Ad Plannerin luvut ovat arvioita ja ne voivat poiketa luvuista, joita sivustot ovat itsestään antaneet omissa tiedotteissaan. Verratut luvut ovat syyskuulta 2011. Suomalaisista sivuista suosituin on Riemurasia, jolla oli noin 350 000 uniikkia käyttäjää, Naurunappulan luvun ollessa noin 130 000. Ulkomaalaisista sivuista Breakilla oli noin 5 600 000 uniikkia käyttäjää, sen ollessa koko vertailun suosituin sivu. Funny Or Die –sivulla oli 3 100 000 käyttäjää ja CollegeHumorilla noin 2 400 000 käyttäjää. Funnyjunkilla oli puolestaan noin 920 000 käyttäjää. Vertailu osoittaa, että viihteelliset palvelut ovat erittäin suosittuja. Adplannerilla pystyy tarkastelemaan myös muuta tietoa sivuista. Hyödyllisiä tietoja ovat sivujen ikä- ja sukupuolijakauma: kaikilla sivuilla suurin osa käyttäjistä on miehiä ikäluokissa 18 – 24 tai 25 – 34. Ulkomaalaisilla sivuilla on hieman vanhempi käyttäjäkunta kuin suomalaisilla sivuilla. Oma sivumme on myös tarkoitettu pääasiassa nuorille miehille. Tarkempi rajaus ja markkinointi on kuitenkin rajattu pois tästä opinnäytetyöstä.

## 4 TOTEUTUS

### 4.1 Toteutettavat ominaisuudet

Suurin osa sivuston sosiaalisista ominaisuuksista toteutettiin BuddyPress –lisäosalla. Se mahdollistaa rekisteröitymisen, profiilit, tilapäivitykset, suosikit, yksityisviestit, ystävät ja ryhmät käyttäjille. Facebook-tunnuksilla kirjautuminen toteutettiin WP-FB-AutoConnect –lisäosalla. Median lisääminen sivustolle tehtiin TDO Mini Forms –lisäosalla. Median arviointi toteutettiin Rating Widget –lisäosalla. Median jakaminen sosiaalisiin medioihin toteutettiin ShareThis –lisäosalla. Koko sivuston tykkääminen Facebookissa tehtiin kuitenkin Facebookin omalla koodilla. Kommentointi, kategoriat, tunnisteet ja hakupalkki löytyivät WordPressistä valmiina.

Suuria ongelmia ei ollut paljoa sivustoa rakentaessa. BuddyPress –lisäosan päivitys aiheutti suurimman ongelman. Päivityksen jälkeen suosikki-nappula lakkasi toimimasta, kaikki lisätty media hävisi ja ylätunnisteen navigointipalkin linkit lakkasivat toimimasta. Poistimme uuden BuddyPressin ja tyhjensimme BuddyPressin tietokannat, jonka jälkeen asensimme vanhan version takaisin. Näin saimme ongelmat korjattua, mutta joudumme todennäköisesti asentamaan uuden version BuddyPressistä myöhemmin, kunhan saamme korjattua yhteensopivuusongelmat sivustomme muiden osien kanssa. Pienempänä ongelmana on kuvien lähetys TDO Mini Forms –lisäosalla. Kun kuva lähetetään, se tulee näkyviin pienenä näytekuvana. Näytekuvien koon sai muutettua WordPressin asetuksista suureksi, mutta kuva on yhä linkkinä. Suosikki-nappi oli ongelmallinen, koska siihen ei ollut lisäosaa. Suosikki-nappi löytyy BuddyPressistä valmiina. Jouduttiin etsimään napin koodit BuddyPressin sisältä, jotta se saatiin toimimaan halutuilla sivuilla. Median arvostelu aiheutti ongelmia, koska meille sopivaa lisäosaa oli vaikea löytää. Päädyimme lopulta Rating-Widget –lisäosaan, joka on sopiva meille, mutta toimii hitaasti. Median lisäämisessä ongelmia aiheutti samalle sivulle neljän eri lomakkeen upottaminen. Ratkaisuna käytettiin jQueryä näyttämään vain haluttu lomake sivulla.

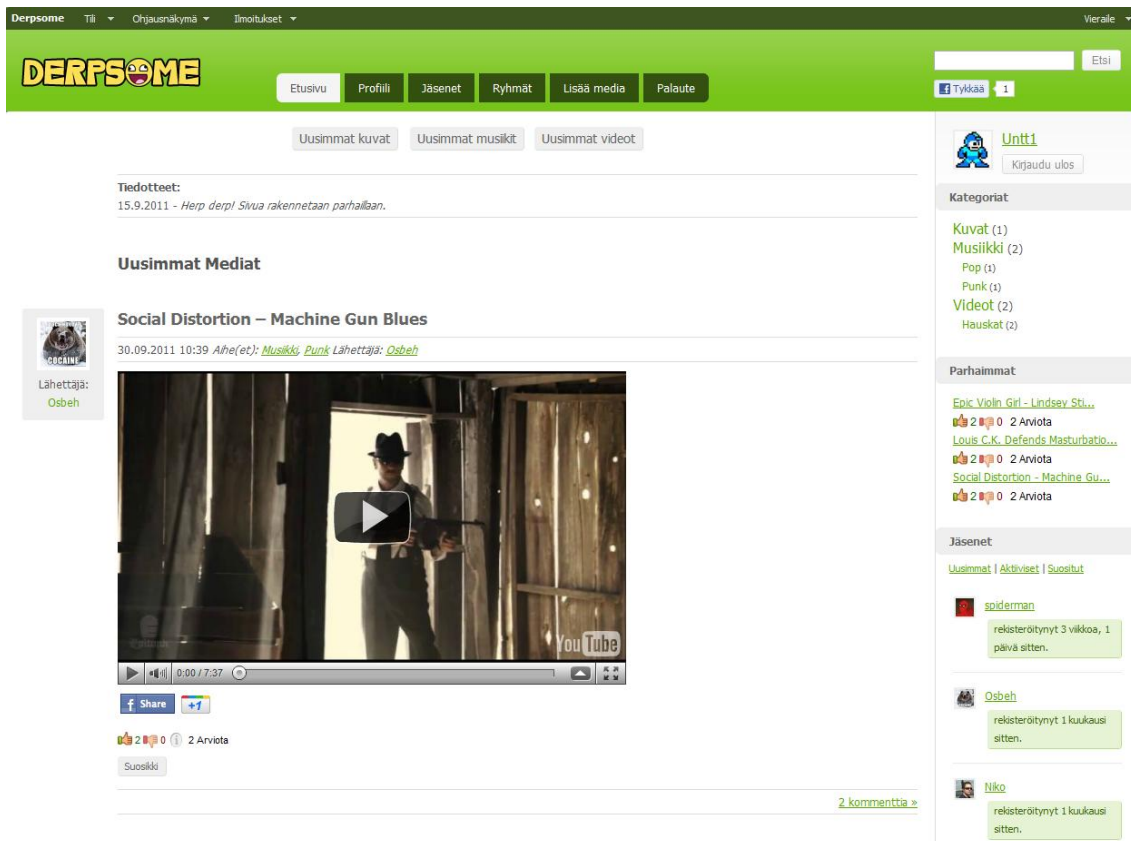
Opinnäytetyöstä rajattiin pois hakukoneoptimointi, markkinointi, mainostus ja sivun suomentaminen. Nämä ovat tärkeitä kohtia, joita tullaan miettimään opinnäytetyön jälkeen jatkokehityksenä. Opinnäytetyöstä olisi tullut liian laaja, jos olisimme ottaneet myös nämä kohdat osaksi sitä.

## **4.2 Ulkoasu ja käytettävyys**

Sivuston käytettävyttä pohdittiin omien kokemusten kautta. Halusimme sivusta mahdollisimman selkeän ja helppokäyttöisen. Vertailussa tutkittiin erilaisia sivuja. Se auttoi meitä rakentamaan käytettävyydeltään hyvät sivut. Sivuston ulkoasun graafinen suunnittelu voi heikentää käytettävyttä, jos se valitaan sivuston suunnittelun lähtökohdaksi. Graafisen suunnittelun pitäisi kiinnittää käyttäjän huomio sivuston tärkeimpiin osiin. (Nielsen & Tahir 2002, 23) Näitä osia omalla sivullamme ovat logo, hakupalkki, navigointi ja kirjautumislomake. Sivustomme ylätunnisteen vasemmassa reunassa on logo, keskellä sosiaalisten ominaisuuksien navigointi sekä median lisääminen ja oikeassa reunassa hakupalkki (katso kuvio 7). Tämä järjestys on selkeä ja tarpeeksi yksinkertainen käyttäjälle. Samaa järjestystä ylätunnisteen elementtien osalta käytetään myös esimerkiksi verratuissa viihdepalveluissa CollegeHumor ja "Funny Or Die" sekä Flickr- ja Vimeo-palveluissa (Bell 2009, 44). Noudatamme muilta sivuilta tuttuja tapoja, koska silloin sivustoa on helppoin käyttää (Nielsen ym. 2002, 52). Sivuston sisällön navigointilinkeille ja kirjautumislomakkeelle paras paikka on sivun reuna, mutta uusinta mediaa pystyy selailemaan myös sivun keskellä olevien linkkien kautta. Yksittäisten sivujen osalta sosiaalisen sivuston tulee toimia enemmän kuin sovellus, eikä kuten tavallinen Internet-sivu (Bell 2009, 43.). Sivut toimivat dynaamisesti ja WordPressin ansiosta on helppo välttää kovakoodausta. Sivustollamme dynaamisia sivuja ovat etusivu, medioiden sivut ja sosiaalisten ominaisuuksien sivut. Etusivulle saavuttaessa käyttäjän tulee saada heti selville sivun käyttötarkoitus. Median linkit on sijoitettu siten, että käyttäjä huomaisi ne helposti ja ymmärtäisi sivulla olevan erilaista mediaa. Käyttötarkoitus voidaan toteuttaa myös tunnuslauseella (Nielsen ym. 2002, 10), mutta toistaiseksi meillä ei sitä ole. Etusivulla tulee näkyä myös sivun uusimmat päivitykset (Bell 2009,



225.), joka sivumme kohdalla tarkoittaa uusimpia medioita. Myös se selventää käyttötarkoitusta, kun käyttäjä näkee heti etusivulla mediaa.



KUVIO 7. Etusivu.

Nykyään sosiaaliset sovellukset pidetään yksinkertaisena ja annetaan pääpaino itse sisällölle (Bell 2009, 41.). Lisäksi sivun käytettävyys paranee, kun grafiikka käytetään harkitusti (Nielsen ym. 2002, 22). Pyrimme myös omassa sivustossamme selkeyteen ja yksinkertaisuuteen sekä värien, että grafiikan osalta. Oma grafiikka sivulla käytetään pääasiassa vain logossa. Tekstillä ja taustalla on suurikontrastiset värit, jotta tekstiä on helppo lukea. Sivumme pääväri on vihreä. Sivulla käytetään kirkkaita värejä, koska ne vaikuttavat kevyemmiltä ja iloisemmilta. Vihreällä pyritään luomaan rauhallista ja luonnollista vaikutelmaa. (Microsoft Office, hakupäivä 12.9.2011.) Vihreä symboloi myös uutta, nuorta ja muuttuvaa (Coloria 2011, hakupäivä 12.9.2011). Vihreän rinnalla käytetään jonkin verran neutraalia harmaata. Sivulla käytetään vain muutamia fonttityylejä ja tekstikokoja selkeyden vuoksi (Nielsen & Tahir 2002, 23). Fontteina käytetään Tahomaa ja Georgiiaa. BuddyPressin alkuperäisestä teemasta tehtiin kopio,

jonka tiedostoihin tarvittavat muutokset tehtiin. Tämän ansiosta pystytään palaamaan ongelmien tullessa alkuperäiseen teemaan, mutta se ei ollut tarpeellista. Sivuston ulkoasulliset muokkaukset tehtiin teemaan tyylitiedostoon style.css, paitsi logon pystyi vaihtamaan WordPressin Appearance-paneelin alta. Ylätunnisteen osalta jouduttiin muokkaamaan myös sen php-tiedostoa header.php, jotta navigoinnista saataisiin halutunlainen ja hakupalkki olisi oikeassa kohdassa. Myös index.php:tä ja archive.php:tä muokattiin, jotta sivuille saatiin uusimmille medioille linkit.

### **4.3 WordPress-lisäosat**

#### **4.3.1 BuddyPress**

BuddyPress (hakupäivä 4.10.2011) mahdollistaa sosiaalisen ympäristön luomisen WordPress-sivun ympärille. Mukana tulee valmiina monia sosiaalisen median keskeisiä ominaisuuksia, joita halusimme saada sivullemme. BuddyPressin ominaisuuksia on helppo tarkastella yhdeltä sivulta, jossa on välilehdet kaikille ominaisuuksille (katso kuvio 8). Omilla sivuillaan ovat ainoastaan kaikkien sivun käyttäjien ja ryhmien selailu. Ensimmäisellä välilehdellä nimeltä Toiminta (activity stream) voi tarkastella erikseen omaa, kaverien ja ryhmien päivityksiä. Sitä voidaan verrata Facebookin uutissyötteisiin. Toiminta-välilehdellä näkyvät ilmoitukset kommentoinnista, ryhmään liittymisestä sekä kaverien ja suosikkien lisäämisestä. Siellä näkyy myös ilmoitukset käyttäjän lisäämästä mediasta. Toiminta-välilehdellä käyttäjä voi tehdä myös Facebook-tyylisiä tilapäivityksiä. Käyttäjät voivat kommentoida ja lisätä suosikkeihin kaikkia toiminta-sivun päivityksiä. Suosikeille on erikseen Suosikit-linkki, josta lisättyjä suosikkeja voi tarkastella. Viitaukset-linkistä voidaan katsoa itseensä tulleita viittauksia muilta käyttäjiltä.

The screenshot shows the BuddyPress user interface. At the top, there is a navigation bar with tabs: **Toiminta**, [Profiili](#), [Viestit](#), [Kaverit \(8\)](#), [Ryhmät \(0\)](#), and [Asetukset](#). Below this is a secondary navigation bar with **Oma toiminta**, [Kaverit](#), [Ryhmät](#), [Suosikit](#), and [Viittaukset käyttäjään unt1](#). A search bar on the right contains the text "Ei suodatusta".

The main content area features a profile header for "Untti" with a blue robot avatar. Below the header is a post form with the text "Mitä uutta Untt1?" and a large text input field. A "Lähetä päivitys" button is located to the right of the input field.

Below the form is a post by "Untti" with the same blue robot avatar. The post text is "Oppariraportin tekoa :)". Above the text, it says "Untti lähetti päivityksen: 0 sekuntia sitten" with links for [Näytä](#) and [Poista](#). Below the text are buttons for "Vastaus (0)" and "Suosikki".

At the bottom of the post, there is a line of text: "Untti ja Osbeh ovat nyt kavereita. 5 päivää, 18 tuntia sitten" with links for [Näytä](#) and [Poista](#). To the right of this line are buttons for "Vastaus (0)" and "Suosikki".

*KUVIO 8. Toiminta ja muut välilehdet.*

BuddyPress lisää käyttäjälle hänen rekisteröidyttyään oman profiilin, jota voidaan tarkastella Profiili-välilehdellä. Siellä käyttäjät voivat kertoa tietoa itsestään. WordPressin hallintapaneelista voidaan määrittää, mitä tietoa käyttäjältä kysytään. Sivustollamme käyttäjältä vaaditaan pakollisena nimimerkki, paikkakunnan ja sukupuolen ollessa tietoja, jotka käyttäjä voi halutessaan kertoa. Profiilissa käyttäjä voi myös halutessaan vaihtaa käyttäjäkuvan (avatar). BuddyPressin avulla käyttäjät voivat lähettää toisilleen yksityisviestejä. Yksityisviestien lähettäminen onnistuu Viestit-välilehdellä. Viestin voi lähettää toiselle käyttäjälle myös hänen profiilinsa etusivulta. Yksityisviestejä voi lähettää yhdelle tai useammalle käyttäjälle kerralla. Käyttäjien ei tarvitse olla toistensa kavereita lähettäessä yksityisviestejä. Viestit-välilehdellä voi myös tarkastella omaa postilaatikkoa ja lähetettyjä viestejä. BuddyPressin avulla käyttäjät voivat lisätä toisia käyttäjiä ystävikseen, jolloin on helppo seurata tiettyjen käyttäjien toimintaa sivulla. Kaverit-välilehdellä voidaan tarkastella kaikkia käyttäjän kavereita sekä tulleita kaverikutsuja. Käyttäjät voivat perustaa BuddyPressin avulla myös ryhmiä, joihin voi kutsua muita käyttäjiä ja tehdä ryhmän sisäisiä päivityksiä. Ryhmät-välilehdellä voidaan tarkastella kaikkia ryhmiä joihin on liittynyt sekä ryhmäkutsuja. Viimeisenä välilehtenä on Asetukset, josta käyttäjä voi vaihtaa sähköpostiosoitettaan ja salasanaa. Yhtenä BuddyPressin ominaisuutena ovat myös ilmoitukset, jotka näkyvät sivun kapeassa ylätunnisteessa. BuddyPress ilmoittaa käyttäjille uusista kaveripyynnöistä, uusista kavereista ja yksityisviesteistä.

Olemme tehneet BuddyPressiin liittyen joitakin muutoksia ja lisäyksiä. Sivun, jossa näkyy kaikkien sivun käyttäjien tekemät päivitykset on poistettu. Tällä pyritään saamaan lisää yksityisyyttä. Sivun poistettiin muokkaamalla header.php:tä. Emme ottaneet käyttöön BuddyPressin mukana tullutta keskustelufoorumia, koska emme nähneet sitä tarpeelliseksi. Lisäsimme ylimääräisen linkin sivulle, jossa pääsee tarkastelemaan kaikkia sosiaalisia ominaisuuksia. Sinne pääsee nyt ylätunnisteen ja etusivun nimimerkin lisäksi myös navigointipalkin kautta Profiili-linkistä. Linkki ilmestyy silloin näkyviin, kun käyttäjä kirjautuu sisään. Linkki helpottaa kyseisen sivun huomaamista. Muutokset tehtiin header.php-tiedostoon. Suosikki-nappula oli oletuksena ainoastaan Toiminta-välilehden päivityksissä. Muokkasimme suosikki-nappulaa siten, että se näkyy kaikilla sivuilla median alla. Tämä helpottaa huomattavasti median lisäämistä suosikkeihin. Suosikki-nappulan koodia lisättiin tiedostoihin index.php, single.php ja archive.php. Muut muutokset ovat ulkoasuun liittyviä muokkauksia. Alkuperäistä BuddyPressin lähdekoodia ei tarvinnut muokata muutosten aikaansaamiseksi, vaan kaikki muokkaukset tehtiin teeman tiedostoihin PHP:llä ja CSS:llä.

#### **4.3.2 Arvostelu-lisäosa**

Sivuston median arvostelu toteutettiin Rating Widget –lisäosalla. Lisäosalla voidaan tehdä tähtiarvosteluja tai peukaloarvosteluja sivuston medialle, sivuille, kommentteille ja käyttäjien profiileille. Tähtiarvostelussa käyttäjä voi antaa yhdestä viiteen tähteä kohteelle ja peukaloarvostelussa käyttäjä joko tykkää, tai ei tykkää kohteesta. Sivustolle otettiin käyttöön median arviointi peukaloilla.

Lisäosa näyttää kohteen tähtiarvosteluista keskiarvon ja peukaloarvosteluista tarkat luvut. Lisäksi sivuston sivupalkkiin saa parhaiten, huonoiten tai eniten arvosteltuja medioita, kommentteja tai sivuja näkyviin.

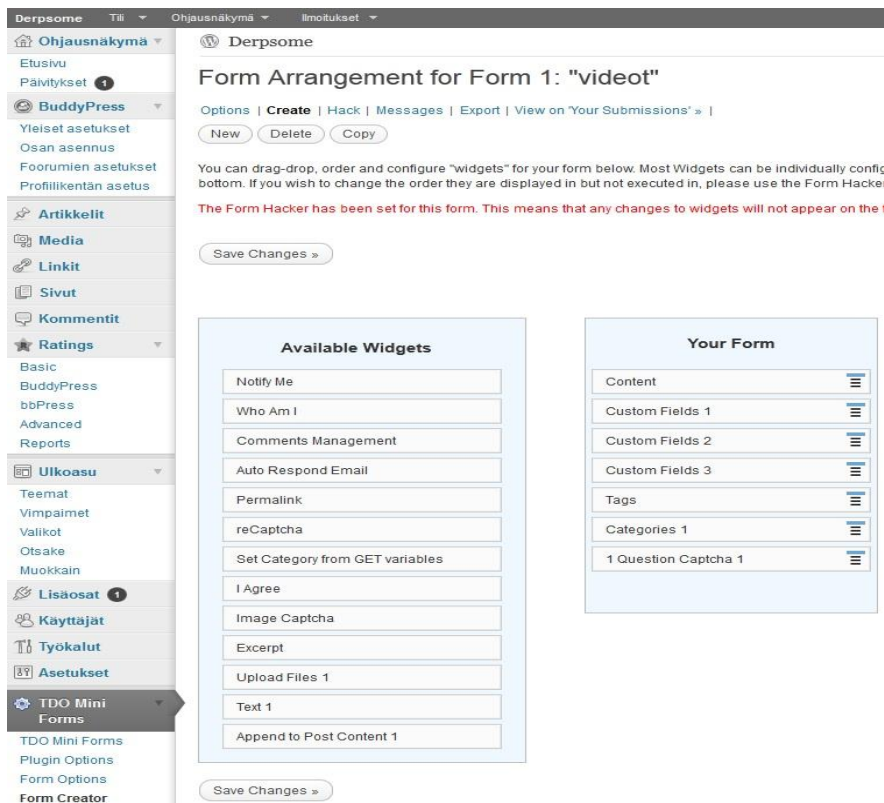
Lisäosa on melko muokattavissa. Peukaloiksi ja tähdiksi on useita eri kuvia vaihtoehtoina, mutta omia kuvia on vaikea saada käyttöön. Rating Widgetin paikkaa voi vaihtaa ennalta määritetyistä kohdista mieleisekseen (ylhäällä, al-

haalla, keskellä, vasemmalla tai oikealla). CSS-tyylitiedostoa muokkaamalla voi myös vaihtaa arvostelu-kuvien paikkaa.

### 4.3.3 TDO Mini Forms

WordPressin TDO Mini Forms -lisäosalla voi tehdä lomakkeita helposti sivustolle. Sivustolla TDO Mini Formsia tarvitaan, jotta käyttäjät voivat lisätä sivustolle mediaa ilman pääsyä sivuston ohjausnäkömään. Helpoiten lomakkeita rakennetaan vetämällä hiirellä Available Widgets valikosta kohteita Your Form -valikkoon (katso kuvio 9). Kaikkia kohteita voi vapaasti muokata jälkeinpäin avaamalla kohteen ominaisuudet kohteen oikeasta laidasta tai Form Hackerista.

Content -kohta sisältää artikkelin otsikon ja mahdollisen tekstisisällön. Sivuston lomakkeissa tekstisisältö on poistettu käytöstä, mutta otsikko on jätetty pakolliseksi kohdaksi. Custom Fields -kohdat ovat vapaasti käyttäjän muokattavissa. Sivustolla niihin lisättiin YouTube, Vimeo, DailyMotion ja kuva -upotukset. Käyttäjä lisää lomakkeelle median osoitteen suoraan selaimen osoiteriviltä ja Custom Fieldiin määritetty upotuskoodi tulee automaattisesti käyttöön. YouTube, Vimeo ja DailyMotion valittiin videopalveluiksi, koska ne ovat suuria palveluita ja vastaavat tarpeitamme. Upload Files -kohdasta käyttäjä voi lähettää tiedostoja omalta tietokoneeltaan. Sivustolle käyttäjät voivat lähettää jpg, gif ja png -muotoisia kuvia. Tags -kohta lisää tunnisteet lähetettävään mediaan. Categories -kohtaan käyttäjä määrittää lähetettävän median kategorian. Captcha -kohdilla voidaan määrittää lomakkeelle tarkistus, jolloin botit eivät pääse lähettämään mainoksia tai muita haitallisia artikkeleita. Kaikki kohdat toimivat yhteen WordPressin kategorioiden, artikkeleiden ja media-arkistojen kanssa. Mini Formsilla lähetettyä artikkelia voidaan siis muokata normaalisti ohjausnäkömäs-tä. Categories -kohtaan kategoriat haetaan WordPressin ohjausnäkömän Kate-goria-listasta.



KUVIO 9. Lomakkeen luonti Form Creatorilla.

Sivustolle luotiin neljä eri lomaketta. Yksi videoiden lähetystä varten, joka sisältää kaikki videopotuslinkit. Toinen musiikin lähetystä varten, joka sisältää upotuslinkeistä vain YouTubeen. Muualta musiikkia ei voi toistaiseksi lähettää sivustolle. Lisäksi tehtiin kaksi eri lomaketta kuvien lähetystä varten. Toinen lomake lähettää kuvan Internet-osoitteesta ja toinen kuvan käyttäjän tietokoneelta. Lomakkeet ovat kaikki upotettuna yhdelle sivulle jQueryn avulla. Klikkaamalla esimerkiksi Musiikki-painiketta sivulle avautuu musiikin lähettämiseksi tehty lomake. Kuviossa 10 näkyy lomake videon lisäystä varten.

**DERPSOME**

Etusivu Jäsenet Ryhmät **Lisää media** Palaute

**Lisää media**

Video
  Musiikki
  Kuva tietokoneelta
  Kuva URL:sta

Otsikko:

Youtube-linkki:

Vimeo-linkki:

DailyMotion-linkki:

Tagit (Erota eri tagit pilkulla):

Valitse kategoria:

- Videot
  - Hauskat
  - Urheilu
  - Trailerit

Mikä vuosi nyt on?

Preview Send

*KUVIO 10. Valmis lomake videon lisäämistä varten.*

Lomakkeita voi myös muokata perinteisesti Form Hacker -kohdasta. Form Hackeriin avautuu lomakkeen HTML-koodi, josta lomaketta voi muokata vapaasti. Form Hackerissa lomakkeelle voidaan myös lisätä PHP-koodia.

Video-sivustoilta upotuksia varten tarvittiin Viper's Video Quicktags -lisäosaa, joka muuttaa YouTuben ja muiden videopalveluiden upotukset yksinkertaisiksi tunnisteiksi. Esimerkiksi YouTuben upotuskoodi muuttuu muotoon: [youtube]URL-osoite[/youtube].

## 4.4 Facebook-integraatio

### 4.4.1 Facebook-sivu ja tykkäys

Sivustoamme varten tehtiin Facebook-sivu, josta Facebook-käyttäjät voivat tykkätä. Sivua luodessa Facebookissa sille valitaan luokka ja kirjoitetaan yleiset tiedot. Facebook-sivulle voidaan kirjoittaa sivustoa koskevia päivityksiä ja olla kontaktissa tykkääjien kanssa. Facebook-sivulle tulee myös linkki, jonka kautta sivustollemme pääsee. Sivusta voi tykkätä Facebookin lisäksi myös oman sivustomme kautta. Käyttäjän tykättyä sivusta, siitä tulee ilmoitus hänen Facebook-profiiliinsa. Tykkäys-nappi toteutettiin Facebookin omien työkalujen avulla. Se on osa Facebookin sosiaalisia lisäosia, joita kaikki voivat käyttää vapaasti omalla sivustollaan. Tarvittava koodi löytyy Facebook-developers -sivulta, kohdasta "Like Button" (Like Button 2011, hakupäivä 6.10.2011). Siellä voi määrittää napin ulkoasun ja sivun, jota se koskee. Sen jälkeen Facebook tekee automaattisesti koodin, jonka voi kopioida omalle sivustolleen. Sivullamme tykkäys-napin koodi on ylätunnisteen header.php-tiedostossa, head-tunnisteiden sisällä. Linkki näkyy käyttäjälle ylätunnisteen oikeassa reunassa (katso kuvio 7). Koodi on iframe-tunnisteen sisällä, jonka ansiosta nappula ladataan omaan kehykseen sivulla.

### 4.4.2 Median jakaminen

Yksittäisen median jakaminen toteutettiin ShareThis-lisäosalla. Sivullamme ShareThis näkyy jokaisen median alhaalla. Lisäosassa Facebook-jakaminen on nimellä "share", mutta nappula käyttäytyy samalla tavalla kuin tykkäämisessä: käyttäjän painaessa nappia, siitä tulee ilmoitus hänen Facebook-profiilinsa seinälle (katso kuvio 11). Kun mediaa klikataan Facebookissa, päästään taas alkuperäisen median sivulle. Meta-tunnisteilla voidaan määrittää tarkemmin sivuun ja siten jakamiseen liittyviä kuvauksia (Like Button 2011, hakupäivä 6.10.2011). Esimerkiksi "`<meta property="og:site_name" content="SIVUN NIMI" />`" määrittää sivun nimen, joka näkyy jaetussa mediassa Facebookissa. Erilaiset attribuutit on helppo täydentää, paitsi attribuutti og:title, eli jaettavan median



otsikon kuvaus, on tässä tapauksessa määritelty PHP:llä ("`<meta property="og:title" content=" <?php the_title();?> "/>`"). Median otsikko ei tietenkään ole aina sama, joten PHP-tunnisteiden välissä olevalla muuttujalla `the_title()` saadaan aina median oikea otsikko. Sivullamme meta-tunnisteet on kirjoitettu `header.php`-tiedostoon `head`-tunnisteiden väliin.



*KUVIO 11. Media käyttäjän Facebook-seinällä.*

ShareThis-lisäosan asetuksista WordPressin hallintapaneelissa voidaan muokata miten lisäosa näkyy sivulla. Valittavana on erilaisia ulkonäkömuotoiluja ja mitä sosiaalisen median palveluita otetaan mukaan. Facebookin lisäksi otimme mukaan vain Google+ -palvelun, joka on Googlen versio yhteisöpalvelusta ja Facebookin kilpailija (Ståros 2011, hakupäivä 12.7.2011). Google+:lle voidaan odottaa kasvua, varsinkin kun yhä useampi käyttäjä on tyytymätön Facebookin jatkuvasti tekemiin uudistuksiin. Siksi Googlen +1-nappi on hyvä lisä sivullemme. +1-nappi lisää linkin mediasta käyttäjän Google + -profiiliin (katso kuvio 12). Erityisiä muokkauksia +1-napin käyttöönottoon ei tarvinnut tehdä, vaan se näkyy lisäosan ansiosta jokaisessa mediassa Facebook-napin vieressä. Jatkossa voimme laajentaa mukana olevia palveluita, mikäli se katsotaan tarpeelliseksi.

Niko Aho

Muokkaa profiilia

Viestit Tietoja Kuvat Videot +1:set

Näytä profiili...

+1-merkintäsi näytetään tässä. Anna +1 niille verkon kohteille, joista pidät, joista olet samaa mieltä tai joita haluat suositella muille. [Lisätietoja](#)



Epic Violin Girl – Lindsey Stirling

[www.derpsome.net](http://www.derpsome.net)

Derpsome.net - Kuvat, videot ja musiikki



*KUVIO 12. Media käyttäjän Google+ -profiilissa.*

#### 4.4.3 Facebook-kirjautuminen

Facebook-kirjautuminen toteutettiin lisäosalla nimeltä WP-FB-AutoConnect. Sen avulla käyttäjät voivat kirjautua sivulle olemassa olevien Facebook-tunnustensa avulla. Kun lisäosa on asennettu, kehittäjän täytyy vielä määrittää Facebook-sovellus, jonka kautta se myöhemmin toimii. Lisäosa luo tyhjän sovelluksen automaattisesti, kun kehittäjä kirjautuu sillä Facebookiin. Facebookista etsitään sovelluksen yksilöivä API-key, joka kirjoitetaan lisäosan asetuksiin WordPressin hallintapaneeliissa. WP-FB-AutoConnect on sen jälkeen käyttövalmis. Käyttäjän kirjautuessa lisäosan avulla ensimmäistä kertaa, sovellus kysyy lupaa käyttäjän tietojen käyttöön. Tämän hyväksytyään käyttäjälle luodaan automaattisesti sivustolle profiili, joka on ominaisuuksiltaan samanlainen kuin tavallisestikin rekisteröityessä. Nimimerkkinä käytetään oletuksena käyttäjän etunimeä ja avatarina Facebook-profiilin kuvaa. Jos käyttäjä haluaa suojella yksityisyyttään, tiedot voi vaihtaa profiilin asetuksista. Facebook-kirjautuminen on kätevä käyttäjille, jotka haluavat kirjautua sivulle ilman uuden tunnuksen keksimistä.

## 5 POHDINTA

Opinnäytetyön aihe oli mielestämme hyvä ja tarpeeksi haastava. Julkaisujärjestelmät ja sosiaalinen media ovat aiheina ajankohtaisia. Itse valittu aihe riitti pitämään mielenkiintoa yllä koko projektin ajan. Meillä ei ollut aikaisempaa kokemusta WordPressistä ja tämä oli isoin projekti mitä olemme kouluajanamme tehneet. Molemmilla oli hieman aikaisempaa kokemusta Joomla!-julkaisujärjestelmästä, jolla teimme aikaisemmin yhden projektin.

Opinnäytetyön tutkimustehtävä oli vertailla viihteellisiä sosiaalisia medioita. Vertailu oli mielestämme onnistunut. Se helpotti viihteellisen sosiaalisen median ymmärtämistä ja tuloksena saimme kartoitettua sivujen keskeisimmät ominaisuudet. Omalle sivulle otimme kaikki yleisimmät ominaisuudet ja joitakin muita ominaisuuksia, jotka olivat mielestämme tärkeitä. Vertailussa tutkimme myös hieman sivujen käytettävyyttä. Se auttoi tekemään omista sivustamme käytettävyydeltään paremmat. Käytettävyyttä pohdittiin omien kokemusten perusteella.

Toteutus-vaiheen tavoitteena oli tehdä sivusta toimiva prototyyppi, mutta tuloksena saatiin lähes käyttövalmis sivusto. Toteutimme kaikki luvussa 3.7 määritellyt ominaisuudet. Suurimpana ongelmana oli BuddyPressin päivitys versioon 1.5.1. Päivityksen jälkeen sivuston navigointi ja jotkin ominaisuudet lakkasivat toimimasta. Lisäksi ongelmia oli median lisäämisessä, median arvostelussa ja suosikki-nappulan toteutuksessa. Median lisäämistä ja arvostelua tulemme jatkossa kehittämään. Median lisäykseen tarvitsemme kunnolliset syötteentarkistukset ja arvosteluun etsimme nopeampaa ja parempaa lisäosaa. Tulemme kehittämään sivun käytettävyyttä. Muita sivun jatkokehitysideoita ovat suomentaminen, käyttöönotto, hakukoneoptimointi, markkinointi, mainostus, HTML5:n hyödyntäminen ja mobiiliystävällisyys.

Opinnäytetyössä opimme sivun tekemistä ja hallinnointia WordPress-julkaisujärjestelmällä. Ymmärrämme nyt syvemmin viihteellisiä sosiaalisia medioita. Lisäksi opimme sivun vuorovaikutuksesta muihin sosiaalisiin medioihin.

Harjoittelimme ennestään opittuja tekniikoita. Uusia tekniikoita ei opinnäytetyön aikana tullut vastaan. Osaamme tarkastella nyt käytettävyyttä paremmin ja ottaa sen paremmin huomioon. Opinnäytetyön aikana opimme myös projektinhallintaa. Jouduimme priorisoimaan ja jakamaan töitä sekä pidimme palavereita viikoittain.

Kokonaisuutena opinnäytetyö onnistui hyvin. Pysyimme sovitussa aikataulussa ja rajauksissa. Selvisimme ilman suuria ongelmia, jotka olisivat aiheuttaneet viivästymistä. Sivuston rakentaminen WordPressillä oli tietoinen riski, mutta siitä ei aiheutunut suuria ongelmia. WordPress ja lisäosat helpottivat sivuston rakentamista. Sivustoa tullaan kehittämään ja se on tarkoitus saada yleiseen käyttöön kilpailemaan muiden vastaavien sivujen kanssa.

## LÄHTEET

2Kmediat. Johdatus tyylikieliin ja CSS:n historiaan. Hakupäivä 13.7.2011,  
<http://www.2kmediat.com/css/johdanto.asp>.

Bell G. 2009. Building Social Web Applications. Sebastopol: O'Reilly Media.

BuddyPress. Hakupäivä 4.10.2011, <http://buddypress.org/>.

Break Media. About Break Media. Hakupäivä 30.6.2011,  
<http://www.breakmedia.com/corporate/about-us>.

CH Media. 2011. Hakupäivä 27.6.2011. <http://www.chmedia.com/>.

Coloria. 2011. Vihreä. Hakupäivä 12.9.2011,  
<http://www.coloria.net/varit/vihrea.htm>.

CSS3.info. CSS3 Previews. Hakupäivä 13.7.2011,  
<http://www.css3.info/preview/>.

DoubleClick Ad Planner. The 1000 most-visited sites on the web. Hakupäivä  
12.7.2011, <http://www.google.com/adplanner/static/top1000/>.

Drupal. About Drupal. Hakupäivä 5.9.2011, <http://drupal.org/about>.

Facebook. Like Button. 2011. Hakupäivä 6.10.2011,  
<http://developers.facebook.com/docs/reference/plugins/like/>.

Facebook. Tiedotteet. Hakupäivä 1.9.2011,  
<http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet>.

FolioVision. 2011. Drupal vs Joomla/Mambo vs WordPress: An Experienced Developer's Perspective. Hakupäivä 5.9.2011, <http://foliovision.com/2011/04/02/drupal-vs-joomla-mambo-vs-wordpress>.

Funny Or Die. About Funny or Die. Hakupäivä 28.6.2011, <http://www.funnyordie.com/about>.

Funny Or Die. Hakupäivä 28.6.2011, <http://www.funnyordie.com/>.

Funnyjunk. Hakupäivä 15.6.2011, <http://www.funnyjunk.com/>.

Google. DoubleClick Ad Planner. Hakupäivä 16.10.2011, [www.google.com/adplanner/](http://www.google.com/adplanner/).

Henick, B. 2010. HTML & CSS The Good Parts. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.

HTML 5 Arena. 2011. 10 Major Advantages of HTML5. Hakupäivä 5.9.2011, <http://www.html5arena.com/blog/html5/10-major-advantages-of-html5/>.

HTML-Dog. 2009b. Applying CSS. Hakupäivä 13.7.2011, <http://htmldog.com/guides/cssbeginner/applyingcss/>.

HTML-Dog. 2009a. Tags, Attributes and Elements. Hakupäivä 12.7.2011, <http://htmldog.com/guides/htmlbeginner/tags/>.

Joomla!. What is Joomla? Hakupäivä 5.9.2011, <http://www.joomla.org/about-joomla.html>.

jQuery. 2010a. History. Hakupäivä 13.10.2011, <http://jquery.org/history/>.

jQuery. 2010b. The Write Less, Do More, JavaScript Library. Hakupäivä 13.10.2011, <http://jquery.com/>.

jQuery. 2010c Tutorials: How jQuery Works. Hakupäivä 13.10.2011, [http://docs.jquery.com/How\\_jQuery\\_Works](http://docs.jquery.com/How_jQuery_Works).

Kaplan A. M. & Haenlein M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons 53 (1), 59–68. Hakupäivä 12.7.2011, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232>.

Microsoft Office. Värien käyttäminen tehokkaasti: Kuinka värit vaikuttavat käyttäjään. Hakupäivä 12.9.2011, <http://office.microsoft.com/fi-fi/frontpage-help/varien-kayttaminen-tehokkaasti-kuinka-varit-vaikuttavat-kayttajaan-HA001042937.aspx>.

Naurunappula. Hakupäivä 14.6.2011, <http://naurunappula.com/>.

Naurunappula. VIP-jäsenyys. Hakupäivä 14.6.2011, <http://naurunappula.com/vip.php>.

Naurunappula. Yleistä. Hakupäivä 14.6.2011, <http://naurunappula.com/media/faq.php>.

Nielsen J & Tahir M. 2002. Kotisivujen suunnittelu – Miten teet vetävimmät web-sivut. Helsinki: Edita Prima Oy.

PHP: Hypertext Preprocessor. 2011. PHP: What Is PHP? Hakupäivä 20.7.2011, <http://www.php.net/manual/en/intro-what-is.php>.

Riemurasia. Riemurasian Kultamuna. Hakupäivä 15.6.2011, <http://www.riemurasia.net/kultamuna/>.

Saarelainen, A. 2011. Facebook selkeyttää profiilin jakoasetuksia. Hakupäivä 1.9.2011, [http://www.tietokone.fi/uutiset/facebook\\_selkeyttaa\\_profiilin\\_jakoasetuksia](http://www.tietokone.fi/uutiset/facebook_selkeyttaa_profiilin_jakoasetuksia).

Sivut.web. HTML-opas: Yleistä. Hakupäivä 12.7.2011, <http://www.sivut.org/html/oppaat/yleista.php>.

Storås N. 2011. Google rävytti esiin yhteisöpalvelunsa - tälläkö Facebook kukistetaan? Hakupäivä 12.7.2011, [http://www.mikropc.net/kaikki\\_uutiset/google+ravaytti+esiin+yhteisopalvelunsa++tallako+facebook+kukistetaan/a648888](http://www.mikropc.net/kaikki_uutiset/google+ravaytti+esiin+yhteisopalvelunsa++tallako+facebook+kukistetaan/a648888).

TSK Sanastokeskus. 2010. Sosiaalisen median sanasto. Hakupäivä 12.7.2011, [http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen\\_medan\\_sanasto](http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_medan_sanasto).

W3C. 2011. HTML5 differences from HTML4. Hakupäivä 12.7.2011, <http://www.w3.org/TR/html5-diff/>.

W3Schools. 2011. JavaScript Introduction. Hakupäivä 13.10.2011, [http://www.w3schools.com/js/js\\_intro.asp](http://www.w3schools.com/js/js_intro.asp).

W3Techs 2011a. Usage of content management systems for websites. Hakupäivä 7.7.2011, [http://w3techs.com/technologies/overview/content\\_management/all](http://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all).

W3Techs 2011b. Usage of server-side programming languages for websites. Hakupäivä 20.7.2011, [http://w3techs.com/technologies/overview/programming\\_language/all](http://w3techs.com/technologies/overview/programming_language/all).

WordPress. About WordPress. Hakupäivä 7.7.2011, <http://WordPress.org/about/>.

WordPress. HTML to XHTML. Hakupäivä 13.7.2011, [http://codex.WordPress.org/HTML\\_to\\_XHTML](http://codex.WordPress.org/HTML_to_XHTML).

WordPress. Template Hierarchy. Hakupäivä 20.7.2011, [http://codex.wordpress.org/Template\\_Hierarchy](http://codex.wordpress.org/Template_Hierarchy).



WordPress. WordPress Features. Hakupäivä 7.7.2011,  
[http://codex.WordPress.org/WordPress\\_Features](http://codex.WordPress.org/WordPress_Features).

WordPress. WordPressin asentaminen. Hakupäivä 13.10.2011,  
[http://codex.wordpress.org/WordPressin\\_asentaminen](http://codex.wordpress.org/WordPressin_asentaminen).

Yle uutiset. 2011. Facebook-sovellusten ehdot voivat yllättää. Hakupäivä  
1.9.2011, [http://www.yle.fi/uutiset/tiede\\_ja\\_tekniikka/2011/01/facebook-sovellusten\\_ehdot\\_voivat\\_yllattaa\\_2306655.html](http://www.yle.fi/uutiset/tiede_ja_tekniikka/2011/01/facebook-sovellusten_ehdot_voivat_yllattaa_2306655.html).

Zandstra, M. 2001. PHP Trainer Kit. Helsinki: Oy Edita Ab.