

Katja Laine

# INTERNET-SIVUJEN VISUAALISUUS

Opinnäytetyö  
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma


Joulukuu 2010




**MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU**

Mikkeli University of Applied Sciences

## KUVAILULEHTI

 <b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkelin University of Applied Sciences		<b>Opinnäytetyön päivämäärä</b>  3.12.2010
<b>Tekijä(t)</b> Katja Laine	<b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b> Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma	
<b>Nimeke</b> Internet-sivujen visuaalisuus		
<b>Tiivistelmä</b>  <p>Internet on nykyään merkittävässä roolissa ihmisten arjessa. Myös Internet-sivujen visuaalisuus on kasvattanut merkittävyyttään. Visuaalisuuteen kuuluu muun muassa sommittelu, typografia, värit ja kuvat.</p> <p>Tämä opinnäytetyö käsittelee Internet-sivujen visuaalisuutta. Tutkimusongelmana on selvittää kyselytutkimuksen avulla visuaalisuuden mahdollisia vaikutuksia eri-ikäisiin ja sukupuolisiin ihmisiin.</p> <p>Teoriaosuudessa kerrotaan sommittelusta, typografiasta, kuvista, väreistä ja värien vaikutuksesta ihmisiin sekä värien kulttuurieroista. Väreillä on suuria eroja eri kulttuurien välillä. Teoriaosuudessa kerrotaan myös kyselytutkimuksen tekemisestä. Toteutusosa käsittelee tutkimuskyselyä. Siinä kerrotaan kyselyn sisältämistä kysymyksistä, esitellään kyselyyn valitut Internet-sivut sekä käydään läpi tutkimuksen tuloksia.</p> <p>Tehdyn tutkimuksen avulla saatiin selville, että ikä vaikuttaa suuresti ihmisten mieltymyksiin Internet-sivuista. Tutkimuksen avulla ei kuitenkaan löydetty sukupuolen ja värien vaikutuksia.</p>		
<b>Asiasanat (avainsanat)</b> Tutkimus, värit, typografia, värit ja kulttuurit		
<b>Sivumäärä</b> 44 s.	<b>Kieli</b> Suomi	<b>URN</b> URN:NBN:fi:amk-2010121017786
<b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b>		
<b>Ohjaavan opettajan nimi</b> Janne Turunen	<b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b> Mikkelin ammattikorkeakoulu	

## DESCRIPTION

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>		<b>Date of the bachelor's thesis</b>  3 December 2010
<b>Author(s)</b> Katja Laine	<b>Degree programme and option</b> Business information technology	
<b>Name of the bachelor's thesis</b> Visuality of web pages		
<b>Abstract</b>  <p>Nowadays the Internet plays a great role in people's lives. That is why the meaning of visual features of web pages has increased. The visual features of web pages include among other things the layout, typography, colours and pictures. The purpose of this study was to find out if age and sex had an effect on people's opinions on the visual features of web pages. In order to do this a questionnaire was made.</p> <p>The theory section of this study included layout, typography, pictures, colours, the effect that colours had on people and the cultural differences colours had. The theory section also included theory on making a questionnaire. How the questionnaire was made and how people answered it were reported in the practical section of the study.</p> <p>The study showed that age did affect people's opinions. Differences between men and women were not found.</p>		
<b>Subject headings, (keywords)</b> Research, colours, colours and cultures, typography		
<b>Pages</b> 44 p.	<b>Language</b> Finnish	<b>URN</b> URN:NBN:fi:amk-2010121017786
<b>Remarks, notes on appendices</b>		
<b>Tutor</b> Janne Turunen	<b>Bachelor's thesis assigned by</b> Mikkeli University of Applied Sciences	

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	1
2	VISUAALISUUS.....	2
2.1	Sommittelu.....	2
2.2	Typografia.....	5
2.3	Kuva.....	8
2.4	Värit .....	8
2.4.1	Päävärit .....	10
2.4.2	Vastavärit .....	14
2.4.3	Värisommittelu .....	15
3	VÄRIEN VAIKUTUS JA KULTTUURILLISET EROT .....	16
3.1	Värien vuorovaikutus.....	16
3.2	Värit eri kulttuureissa .....	18
3.2.1	Länsimaalaisia väriassosiaatioita .....	19
3.2.2	Väriassosiaatioita muissa kulttuureissa.....	20
4	TUTKIMUS .....	21
4.1	Miten tehdään hyvä tutkimus.....	22
4.2	Kysymysten suunnittelu.....	23
5	KYSELY .....	24
5.1	Kysymykset .....	25
5.2	Kyselyn tulokset .....	35
5.3	Päätelmät.....	43
6	PÄÄTÄNTÖ .....	44
	LIITTEET	
	1 Värien symboliikka	
	2 Kyselylomake	
	3 Déribérén värit inhimillisessä toiminnassa	

## 1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö käsittelee Internet-sivujen visuaalisuutta ja sen vaikutusta ihmisiin. Visuaalisuudella tarkoitetaan Internet-sivujen ulkoasua, niiden väriä, typografiaa ja sommittelua. Värit ja niihin liittyvät seikat on otettu pääpiirteeksi tähän opinnäytetyöhön.

Opinnäytetyön tutkimusongelma on selvittää kyselytutkimuksen avulla, miten verkkosivujen visuaaliset seikat vaikuttavat eri-ikäisiin ja sukupuolisiin ihmisiin. Tutkimus tehdään neljän eri Internet-sivun avulla noin 100 ihmiselle neljässä eri ikäryhmässä. Kyselyn tulosten perusteella pyritään selvittämään onko sukupuolella ja iällä vaikutusta ihmisten mielipiteisiin Internet-sivuista. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Opinnäytetyön teoriaosa jakautuu kolmeen eri osaan. Ensimmäisessä osassa (luku 2) kerron teoriaa visuaalisuudesta, kuten väreistä, sommittelusta ja typografiasta. Tämän luvun pääpaino on värien teoriassa. Toisessa osassa (luku 3) kerron teoriaa värien psykologisista vaikutuksista ja kulttuurillisista eroista. Psykologisilla vaikutuksilla tarkoitetaan värien fyysisiä vaikutuksia sekä värien aiheuttamia mielihoitoja. Värien kulttuurierot jakautuvat länsimaisiin mieltymyksiin sekä mieltymyksiin muualla maailmassa. Kolmannessa osassa (luku 4) kerron hieman teoriaa tutkimuksen tekemisestä.

Toteutusosassa (luku 5) käyn läpi tekemääni kyselyä. Esittelen kyselyyn valitut Internet-sivut sekä syyt miksi valitsin juuri kyseiset sivut. Käyn läpi kyselyssä olevat kysymykset. Samalla kerron kyselyyni saatuja vastauksia, kerron vastausmäärät sekä sukupuolijakauman. Kyselyn tuloksissa kerron millaisia vastauksia kyselyyni sain. Viimeisessä osassa esittelen päätelmäni. Kerron löysinkö kyselyni avulla eroja visuaalisissa mieltymyksissä sukupuolten ja iän välillä.

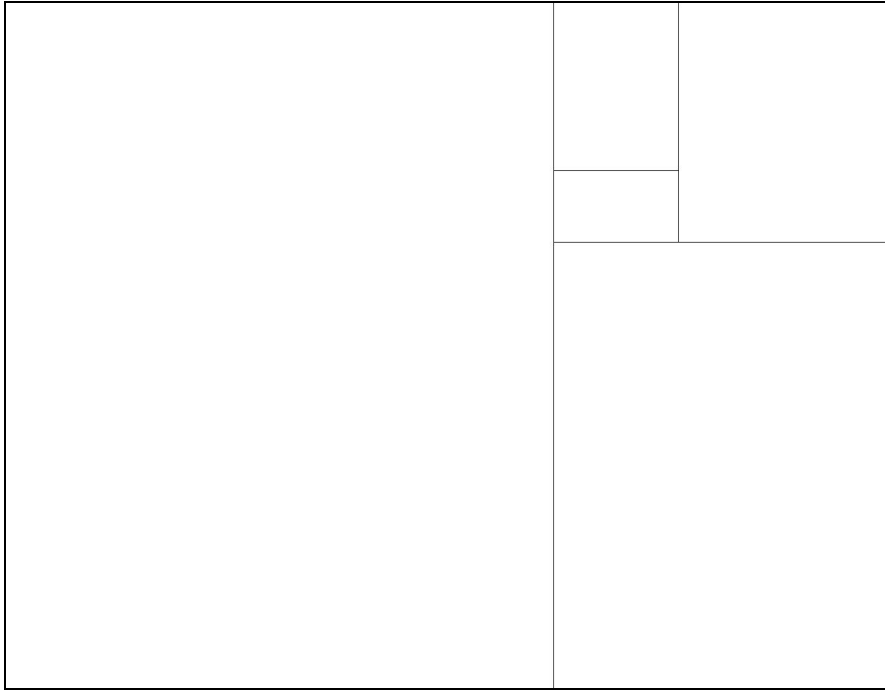
## 2 VISUAALISUUS

Visuaalisuus tarkoittaa esimerkiksi Internet-sivujen ulkoasua. Sen tärkeimpiä osia ovat muun muassa sommittelu, typografia ja värit. Seuraavissa kappaleissa kerrotaan sommittelusta, typografiasta, väreistä sekä kuvista.

### 2.1 Sommittelu

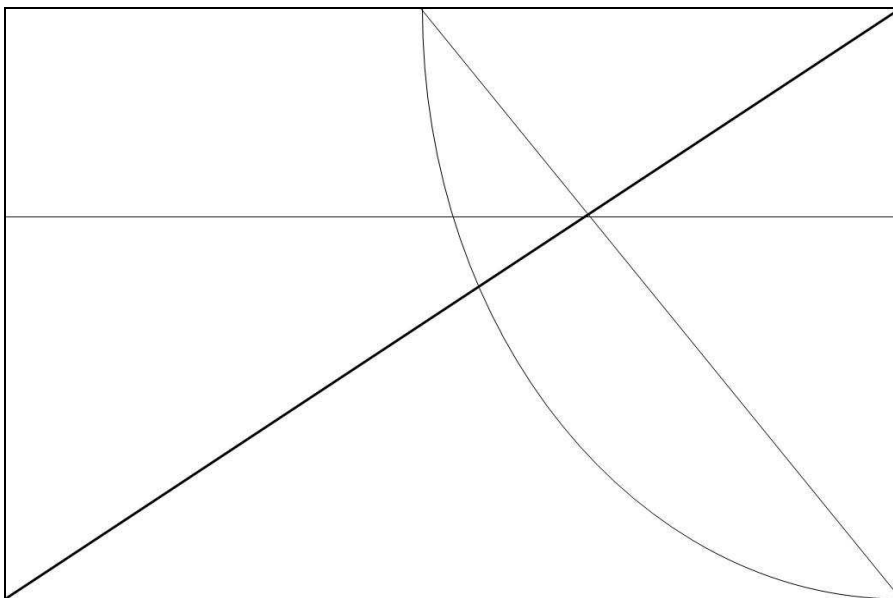
Sommittelulla tarkoitetaan jonkin kokonaisuuden järjestämistä rajatussa tilassa, kuten näytöllä tai paperilla. Sommittelulla voidaan ilmaista tunnetiloja, ohjailta lukijan katsetta sekä herättää mielenkiintoa. Syvyyttä ja liikettä sivuille syntyy erilaisilla viivoilla, pinnoilla ja väreillä. Sommittelussakin tulee huomioida erilaiset kulttuurilliset seikat sekä ihmisen kyky hahmottaa ympäristöään. (Pesonen & Tarvainen 2003, 59.) Sommittelulla yritetään luoda kokonaisuudelle yhtenäinen ulkoasu (Toikkanen 2003, 39). Johdonmukaisuus sommittelussa helpottaa lukijaa ja pitää ulkoasun sivuille yhtenäisenä. Hyvin suunnitellut ja hallitut poikkeukset sivuilla piristävät ja pitävät mielenkiinnon yllä. Sivuille voidaan tehdä erilaisia muuttujia käyttäen erilaisia värejä, fontteja, pistekokoja ja jopa kuvien suuntaa. (Pesonen & Tarvainen 2003, 60.)

Sommittelussa käytetään hyväksi myös kultaista leikkausta, joka on yli 2 500 vuotta vanha kaava (Toikkanen 2003, 39). Kultaista leikkausta on käytetty monissa kulttuureissa antiikin ajoilta asti. Monissa kulttuureissa geometrisissa muodoissa nähtiin jumalallisia merkityksiä ja täydellisiä muotoja on etsitty myös erilaisissa taiteenlajeissa. Antiikin kreikassa kultaista leikkausta on käytetty muun muassa temppelien rakentamiseen. (Pesonen & Tarvainen 2003, 61.) Pesonen ja Tarvainen (2003, 61) kertoo kirjassaan kultaisen leikkauksen kaavan olevan seuraavanlainen: ” jana jaetaan kahteen osaan siten, että suuremman osan suhde pienempään on yhtä suuri, kuin koko janan suhde suurempaan osaan. Kultaisen leikkauksen lukusuhteet ovat likimääräisesti esim. 3:5, 5:8, 8:13, 13:21 jne.” (Kuva 1.) Kultaista suhdetta voidaan käyttää hyväksi sivujen sommittelussa muun muassa otsikoiden ja kuvien sijoittelun apuna (Pesonen & Tarvainen 2003, 62).



**KUVA 1. Kultainen leikkaus**

Sommittelussa lähtökohtana on käytettävän tilan painopiste. Jos painopiste sijaitsee keskellä, vaikutelmasta tulee pysähtynyt. (Pesonen & Tarvainen 2003, 62.) Painopisteen määrittelyssä voidaan käyttää apuna optista keskipistettä. Optinen keskipiste voidaan määrittellä niin, että suorakulmioon piirretään lävistäjä. Seuraavaksi piirretään kaari, jonka säde on suorakulmion leveys. Syntyneelle neliölle piirretään lävistäjä. Optinen piste sijaitsee ensimmäisen ja toisen lävistäjän leikkauspisteessä (kuva 2).



**KUVA 2. Optinen keskipiste**

### *Sivujen asettelu*

Normaalisti länsimaissa luetaan vasemmalta oikealle ja ylhäältä alaspäin. Siksi tämä on lomakkeiden tai käyttöliittymien luonnollisin etenemissuunta. Huomio voidaan kuitenkin siirtää visuaalisilla ärsykkeillä muualle kuin sivujen vasempaan ylälaitaan. Tällainen visuaalinen huomion siirtäminen saattaa kuitenkin hidastaa ihmisen normaalia etenemistä sivuilla. Visuaalisia ärsykeitä tulisikin käyttää normaalin lukusuunnan mukaisesti, jotta sivujen järjestys pysyy oikeana. Vaikka länsimaissa on totuttu lukemaan vasemmalta oikealle ja ylhäältä alas, ei niin tapahdu kaikissa kulttuureissa. Siksi kansainvälisiä sivuja suunniteltaessa tulisi huomioida muuttuvat lukusuunnat. (Kuutti 2003, 91.)

Verkkosivuja suunniteltaessa kannattaa näkymä suunnitella niin, että sivun molemmille puolille jää tyhjää tilaa. Sivut kannattaa suunnitella esimerkiksi niin, että itse sivu vie näytöstä 80 % ja ympärille jää 10 % tyhjä tila. Sivut kannattaa myös palstoittaa, jotta tekstiriveistä ei tule liian pitkiä. Näin varmistetaan tekstin helppolukuisuus. Suunnittelussa kannattaa ottaa huomioon myös typografia sillä erilaiset fontit ja fonttikoot vaikuttavat tekstin luettavuuteen. (Toikkanen 2003, 44.)

### *Huomion ohjaaminen*

Pesosen ja Tarvaisen (2003, 61) mukaan ihminen ei pysty käsittelemään kaikkea aistimaansa informaatiota. Osa aistituista informaatioista voi olla jopa tiedostamatonta. Jotta ihminen voisi havaita jotain tiettyä, sen täytyy erottua ympäristöstään. Kun huomio kuitenkin halutaan kiinnittää johonkin tiettyyn kohtaan käyttöliittymässä, voidaan huomiota ohjata esimerkiksi erilaisilla tekstityyleillä. Tässä tulee kuitenkin huomioida, että suuraakkosin kirjoitettu teksti saattaa aiheuttaa negatiivisen reaktion. (Kuutti 2003, 92.) Sen lukeminen on myös hitaampaa ja vaikeampaa, koska ihminen ei pysty arvaamaan sanaa kirjainten muodon perusteella. Parempi tapa huomion kiinnittämiseksi tekstin avulla on lihavoitu teksti. Se erottuu normaalin tekstin seasta hyvin, mutta ei aiheuta mielikuvaa huutamisesta. Värien käyttö on paras ja tehokkain tapa huomion kiinnittämiseksi. Sivujen normaaleista väreistä poikkeava väri saa huomion kiinnittymään varmasti. Toisaalta hyvin värikylläisessä käyttöliittymässä huomion herättäjä ei välttämättä erotu muiden värien joukosta. (Kuutti 2003, 93.) Sivujen asettelulla on myös suuri merkitys huomion kiinnittymiseen. Tyhjällä tilalla voidaan korostaa jotain tiettyä käyttöliittymän osaa, jolloin huomio kiinnittyy tyhjän tilan keskellä olevaan objektiin. (Kuutti 2003, 93.)

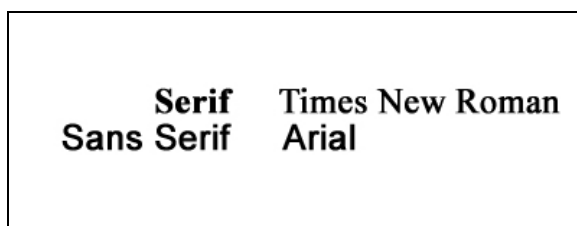


## 2.2 Typografia

Typografia tarkoittaa kirjoitusmerkkien käyttöä. Se tähtää tyylikkääseen ja selkeään ulkoasuun. Typografia on visuaalisesti voimakas elementti, jolla voidaan korvata kuvia. (Sinkkonen ym. 2002, 144.) Vaikka typografialla tarkoitetaan kirjoitusasua sisältäen fontit, pistekoot ja kirjasintyypit se sisältää myös palstoitukset, rivivälit, marginaalit, otsikoinnit sekä tekstin linjaukset. Myös kuvien ja tilan käyttö ja sommittelu liittyvät typografiaan. (Toikkanen 2003, 33).

Värien käytössä tekstissä kannattaa olla tarkkana. Tärkeintä on luettavuus ja tutkimukset kertovatkin, että paras yhdistelmä tekstin ja taustan väriksi on musta valkoisella pohjalla (Kuutti 2003, 100). Taustan ja tekstin kontrastierot vaikuttavat tekstin luettavuuteen. Tekstin ja taustan välillä tulisi olla tarpeeksi vahva kontrastiero, jotta teksti erottuu taustastaan. Pistekoon pienetessä valkoinen teksti voi hukkuu mustaan taustaan. (Pesonen & Tarvainen 2003, 58.) Voimakkaita vastavärejä, kuten sinistä ja punaista, tulisi välttää varsinkin tekstin ja taustan väreinä (Kuutti 2003, 100). Vastavärit aiheuttavat tekstiin häiritsevän kontrastin ja teksti voi vaikuttaa vilkkuvalta.

Fontti tarkoittaa samaa, kuin kirjasinlaji. Fontit lajitellaan antiikva- ja groteski-tyyleihin. Antiikva-tyyppiset fontit ovat niin sanottuja päätteellisiä fontteja. Tämä tarkoittaa sitä, että kirjaimilla on niin sanotut jalustat. Näistä antiikva-tyyppisistä fonteista tunnetuin on Times New Roman (kuva 3). Antiikva-tyyppisiä fontteja käytetään romaaneissa ja lehdissä. (Pesonen & Tarvainen 2003, 23.) Antiikva-tyyppisistä fonteista käytetään nimitystä ”Serif”. Groteski-tyyppiset fontit ovat päätteettömiä fontteja. Päätteettömät fontit ovat ikään kuin tikkukirjaimia. Päätteettömistä fonteista tunnetuin on Arial (kuva 3). Internet-käytössä groteskit fontit ovat helpompilukuisempia, kuin antiikva-tyyppiset fontit (Toikkanen, 40). Groteskit fontit myös pitävät helppolukuisuutensa fonttikoon pienetessä. Groteski-tyyppisistä fonteista käytetään nimitystä ”Sans Serif”.



**KUVA 3. Serif- ja sans serif fontit**

Paras lopputulos typografiassa syntyy, kun julkaisussa käytetään vain muutamaa kirjaintyyppiä. Maksimimääränä pidetään yleensä kolmea eri kirjasinta (Sinkkonen ym. 2002, 144). Lukeminen perustuu sanojen muotoon ja niiden tunnistamiseen. Ihminen ei lue jokaista kirjainta sanoista, vaan arvaa sanan kirjainten muodon perusteella. Tämän takia fontit vaikuttavat paljon luettavuuteen.

Leipäteksti on sivujen tärkein tekstilaji, jolla on kirjoitettu tärkein sisältö sivuille. Leipätekstin pistekoko Word- ohjelmissa on asetettu oletuksena 12 pisteeseen. Kirjoissa ja muissa painotuotteissa leipätekstin sopivana pistekokona pidetään 9 -12 pistettä. Kun pistekokoa määritellään, tulee ottaa huomioon eri kirjasinlajien kirjasimet. Joissain kirjasinlajeissa 10 pisteen koko saattaa vaikuttaa isommalta sen kirjasintyyppin takia. (Toikkanen 2003, 33.) Leipätekstin lisäksi tekstissä voi olla useita eri tekstityylejä. Otsikoissa pistekoko on yleensä isompi, kuin 12 pistettä. Kuva- ja taulukkoteksteissä pistekoko tulee olla pienempi kuin leipätekstissä. Kun pistekokoa pienennetään, tulee ottaa huomioon tekstin luettavuus. Lomakkeiden suositeltava pistekoko on 6 -10 pistettä ja lomakkeiden otsikoiden suositeltava pistekoko on 10 -12 pistettä. (Toikkanen 2003, 139.)

Otsikko on tiivistelmä asiakokonaisuudesta. Otsikoissa voidaan käyttää leipätekstistä poikkeavia muotoja, kuten lihavointia ja kursiivia, otsikon korostamiseksi. Otsikoinnin kontrasti leipätekstiin nähden tuo lukemiseen vaihtelua ja pitää lukijan kiinnostuneena. Otsikoita ei yleensä tavuteta, mutta ymmärrettävyyden ja ulkonäön takia voidaan tehdä poikkeuksia. Hyvin pitkät otsikot tai pieni tila aiheuttavat otsikon tavuttamisen ja katkeamisen kesken lauseen. Jotta otsikko pysyisi ymmärrettävänä, se tulisi katkaista niin, että sanaparit säilyvät. (Toikkanen 2003, 34.) Otsikot ja teksti tarvitsevat väliinsä tilaa. Enemmän tilaa tulisi jättää otsikon yläpuolelle ja pitää otsikon ja siihen kuuluvan tekstin välinen tila niukkana. Tämä auttaa otsikkoa yhdistymään siihen kuuluvaan tekstiin. (Toikkanen 2003, 34.)

Tekstiä luettaessa silmä seuraa riviä hypähdellen, hahmottaen vain 5 -10 kirjainta kerrallaan (Itkonen 1999, 11). Liian pitkät rivit vaikeuttavat tekstin seurattavuutta ja luettavuus heikkenee (Toikkanen 2003, 35). Mitä pitempiä rivit ovat, sitä suurempia tulisi kirjasinten olla. Näin lukeminen pysyy helppona. (Itkonen 1999, 11.) Jotta

lukeminen ei olisi katkonaista, tulisi rivillä olla vähintään 40 merkkiä. Rivin ihanne merkkimäärä on 60 merkkiä (Toikkanen 2003, 35).

Rivivälillä määritellään tekstin ulkoasua määrittelemällä, kuinka tiivistä teksti on (Itkonen 1999, 12). Suurella rivivälillä voidaan myös korostaa tekstiä (Toikkanen 2003, 35). Riviväliä tarvitaan enemmän, jos rivit ovat pitkiä. Suuri riviväli auttaa pitämään lukijan oikealla rivillä. Yleensä riviväli on 1 -4 pistettä isompi kuin kirjasinkoko. Lyhyissä tekstiriveissä riviväli on yleensä pisteen kirjasinkokoa suurempi. (Toikkanen 2003, 35).

Sivujen marginaaleissa tulee ottaa huomioon mahdolliseen sidontaan tarvittava tila sisämarginaalissa. Alamarginaalin tulisi olla isompi, kuin ylämarginaalin, jotta teksti ei ikään kuin valuisi sivuilta pois. (Toikkanen 2003, 36).

Erilaisia palstamuotoja on olemassa neljä. Tasaa vasen reuna, tasaa oikea reuna, keskitä rivi ja sovita palstaan. (Toikkanen 2003, 36.) Vasemman reunan tasausta kutsutaan myös oikeaksi liehuksi ja oikean reunan tasausta vasemmaksi liehuksi. Käyttökelpoisimmat ovat tasapalsta sekä vasemman reunan tasaus. (Itkonen 1999, 12.) Vasemman reunan tasauksessa on huomioitava ettei rivien pituudet vaihtelisi liikaa. Kappaleen viimeisellä rivillä tulisi välttää lyhyttä riviä. (Toikkanen 2003, 36).

Palstaväli on tila, joka erottaa palstat toisistaan. Nyrkkisääntö palstaväleissä on, että välin tulisi olla samankokoinen kuin tekstin riviväli. Näin palsavälistä saadaan sopusuhtainen. (Toikkanen 2003, 36).

Sisennys siirtää tekstiä vasemmasta reunasta sisäänpäin. Sisennyksen tarkoitus on ilmaista kappaleen vaihtuminen. Sisennyksellä voidaan myös tauottaa tekstin lukemista. Sisennyksen suuruus voidaan laskea kirjainkoon neliöllä. Typografiassa neliö tarkoittaa neliön muotoista aluetta, jonka sivut ovat kirjasinkoon korkuiset. Tavallisen leipätekstin sisennykset ovat 3 -5 mm pituisia. Jos kirjasinkoko ja palsta ovat pieniä, riittää pienikin sisennys. (Itkonen 1999, 13).

Suomen kielessä on paljon pitkiä sanoja, joten tavutusta tarvitaan aina. Tavutettaessa tulee kuitenkin muistaa, ettei kappaleen viimeinen rivi olisi kahden tavun mittainen. Huono tavutus voi saada tekstin näyttämään sekavalta. Sana- ja merkkivälit voivat

jäädä liian suuriksi jolloin tekstiin tulee outoja reikiä. Oikeaan liehuun tasatassa tekstissä oikea reuna voi liehua liikaa, jollin tekstistä tulee sotkuisen näköistä. (Toikkanen 2003, 37).

### 2.3 Kuva

Kuva voi kertoa enemmän, kuin tuhat sanaa. Jo pienellä vilkaisulla ihminen voi hahmottaa kuvan keskeisen sisällön. Kuvan tehtävänä on kiinnittää huomiota, houkutella katsojaa ja helpottaa tekstin sisällön ymmärtämistä. Kuvat voivat korostaa ja tukea tekstiä tai ne voivat jopa kumota kokonaan tekstin sisällön. Kuva voi olla informatiivinen, jolloin se tuo tekstiin lisää tietoa tai se voi olla dekoratiivinen, jolloin sen ainoa tarkoitus on koristaa sivuja. Kuvan paikalla on myös suuri vaikutus, sillä oikea kuva väärässä paikassa voi välittää aivan vääränlaisen viestin. Kuvissa myös liikesuunta vaikuttaa katsojan mielikuviin. Kuvia otettaessa tai rajattaessa kannattaakin huomioida kuvan liikesuunta. Kuvat kannattaa aina rajata, jotta tarpeettomat asiat saadaan poistettua ja huomio kiinnittyy ainoastaan kuvan kohteeseen. Kuvien rajauksessa ja asettelussa tulee huomioida taitto. Ihmisiä ei koskaan saa katkoa keskeltä. Kuvilla, kuten väreillä, on erilainen vaikutus eri sukupuoliin, kulttuurisiin ja ikäisiin katsojiin. Suurimmat vaikuttajat ovat sukupuoli ja kulttuuri. Miehet ja naiset voivat nähdä kuvassa eri asioita. Yksi kuva voi tuoda eri kulttuureissa erilaisia mielihohteita. (Pesonen & Tarvainen 2003, 47.)

Kannattaa miettiä tarkkaan, tarvitaanko sivuilla kuvia. Jos kuvia tarvitaan, tulisi miettiä käytetäänkö valokuvaa vai piirrosta tai molempia. Kuvia kannattaa käyttää silloin, kun kuvat tukevat tekstiä tai tuovat siihen jotakin lisää. (Pesonen & Tarvainen 2003, 47.) Jos sivuille päätetään tuoda kuvitusta, kannattaa panostaa hyviin ja laadukkaisiin kuviin. Jos hyviä kuvia ei löydy, kannattaa ne jättää kokonaan pois (Pesonen & Tarvainen 2003, 47). Utis- ja muissa informatiivisissa jutuissa voidaan käyttää niin sanottuja tilannekuvia, jolloin ne tuovat tekstiin autenttisuutta.

### 2.4 Värit

Kuutti (2003, 100) kertoo kirjassaan, että ”värien kanssa yleisimpiä käytettävyysoongelmia on liiallinen ja epäjohdonmukainen värien käyttö”. Värien maksimimäärä käyttöliittymissä tulisi olla viisi tai vähemmän, varsinkin silloin, jos

käyttäjän tulisi muistaa värien merkitys (Sinkkonen ym. 2002, 155). Käyttämällä samankaltaisia värejä saadaan aikaiseksi harmoninen tulos, koska värit eivät riitele keskenään. Parhaita harmonisia yhdistelmiä saadaan käyttämällä vain kylmiä tai lämpimiä värejä (Sinkkonen ym. 2002, 151). Kylmiin väreihin jaetaan kaikki sinivihreät värit ja lämpimiin kaikki oranssit ja punaiset värit. Joitain poikkeuksiakin löytyy, sillä kylmistä väreistä löytyy myös joitakin punaisia, keltaisia ja harmaa sävy. Lämpimistä väreistä taas löytyy myös vihreitä ja harmaita värejä. Kylmät värit jäävät taustalle ja lämpimät värit vastakohtaisesti nousevat ylemmäs (kuva 4). (Turun yliopisto.)



**KUVA 4. Värien perspektiivi**

Väri havaintona on aina suhteellista, joka on vain fysiikkana eksaktia tiedettä. Värin kokeminen on aina fysiologinen, psykologinen ja kulttuurinen tapahtuma. (Vahvaselkä, 2010.) Värit ovat aina myös vuorovaikutuksessa toisiinsa. Sama sävy voi näyttää erilaiselta sen ollessa eriväristä taustaa vasten. Myös värien laajuus vaikuttaa aistimukseen. Pieni määrä räikeää keltaista vaikuttaa suuremmalta alueelta, kuin suuri määrä pehmeämpää violetta. (Pesonen & Tarvainen 2003, 54.)

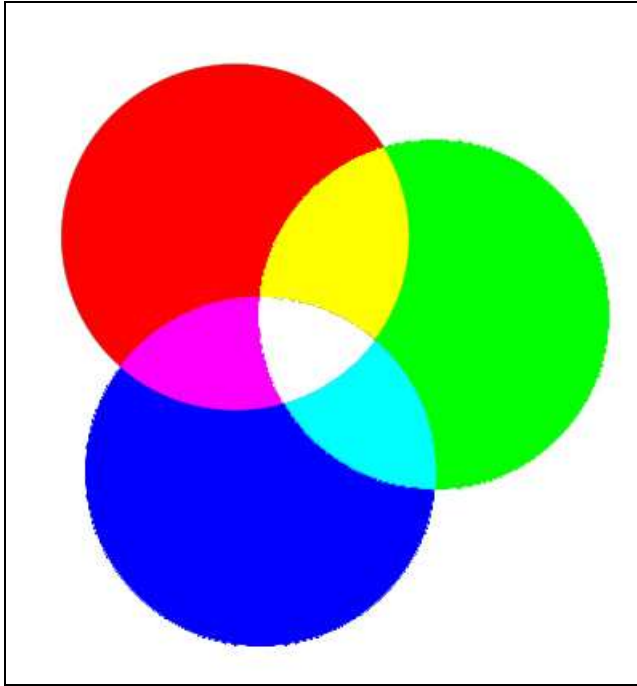
### 2.4.1 Päävärit

Pääväriteorioita on useita, mutta yleisesti pääväreiksi mielletään punainen, sininen ja keltainen (kuva 5) tai punainen, vihreä ja keltainen (kuva 7) (Hintsanen 2000).

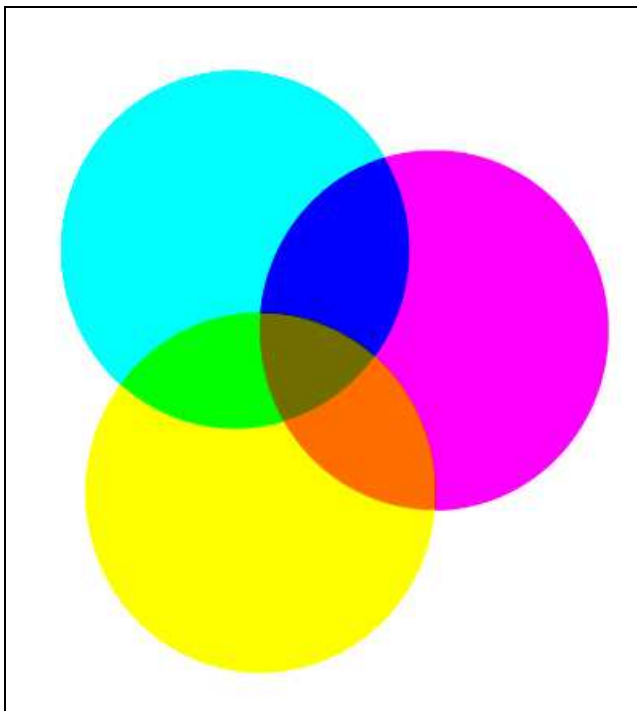


**KUVA 5. Kaksitasoinen väriympyrä (Itten 1998)**

Kuvaruudun värimaailmassa käytetään RGB- värijärjestelmää. Siinä punainen, vihreä ja sininen ovat päävärejä ja niitä yhdistämällä saadaan aikaiseksi mustaa (kuva 6) (Toikkanen 2003). Painokoneissa, kopioinnissa ja tulostuksessa käytetään CMYK- värijärjestelmää, jossa päävärejä ovat syaani, magenta, keltainen ja musta (kuva 6). (Pesonen & Tarvainen 2003, 55).



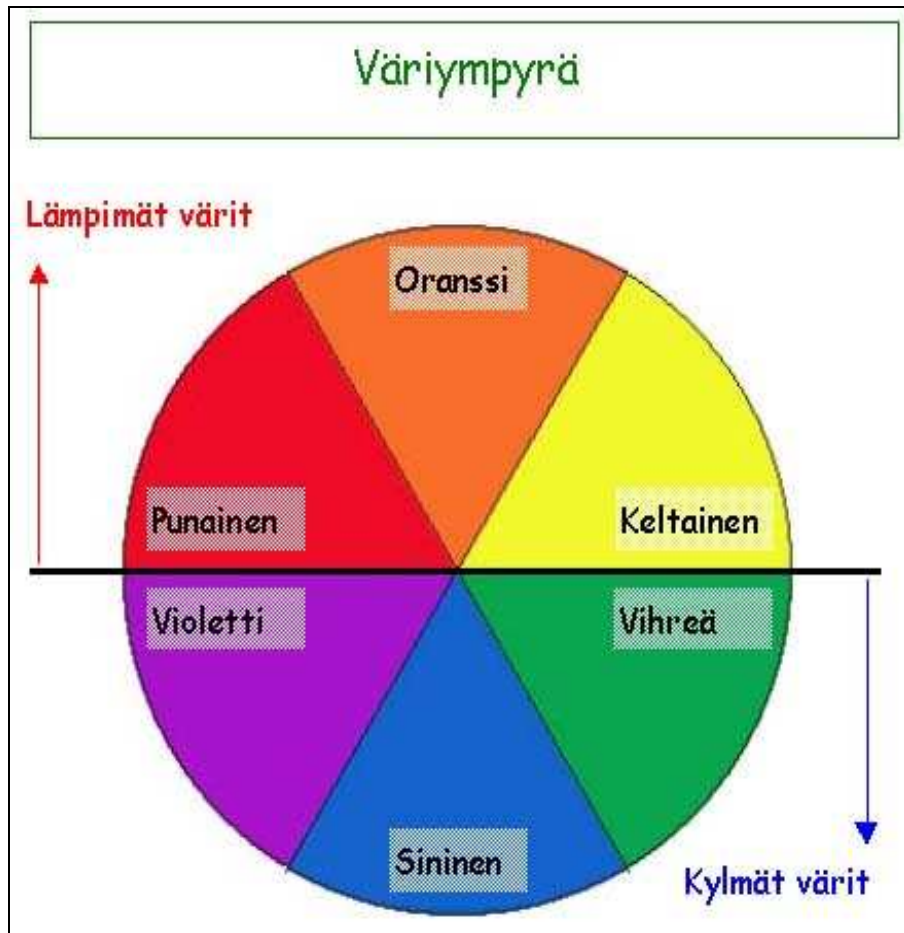
**KUVA 6. RGB- värijärjestelmä**



**KUVA 7. Cmyk-värijärjestelmä**

Päävärejä keskenään sekoittamalla saadaan aikaiseksi uusia värejä, joita kutsutaan väliväreiksi. Välivärejä ovat: vihreä, joka syntyy sinisen ja keltaisen päävärin sekoittuessa. Violetti, joka syntyy sinisen ja punaisen päävärin sekoittuessa sekä oranssi, joka syntyy punaisen ja keltaisen päävärin sekoittuessa. (Turun yliopisto.)

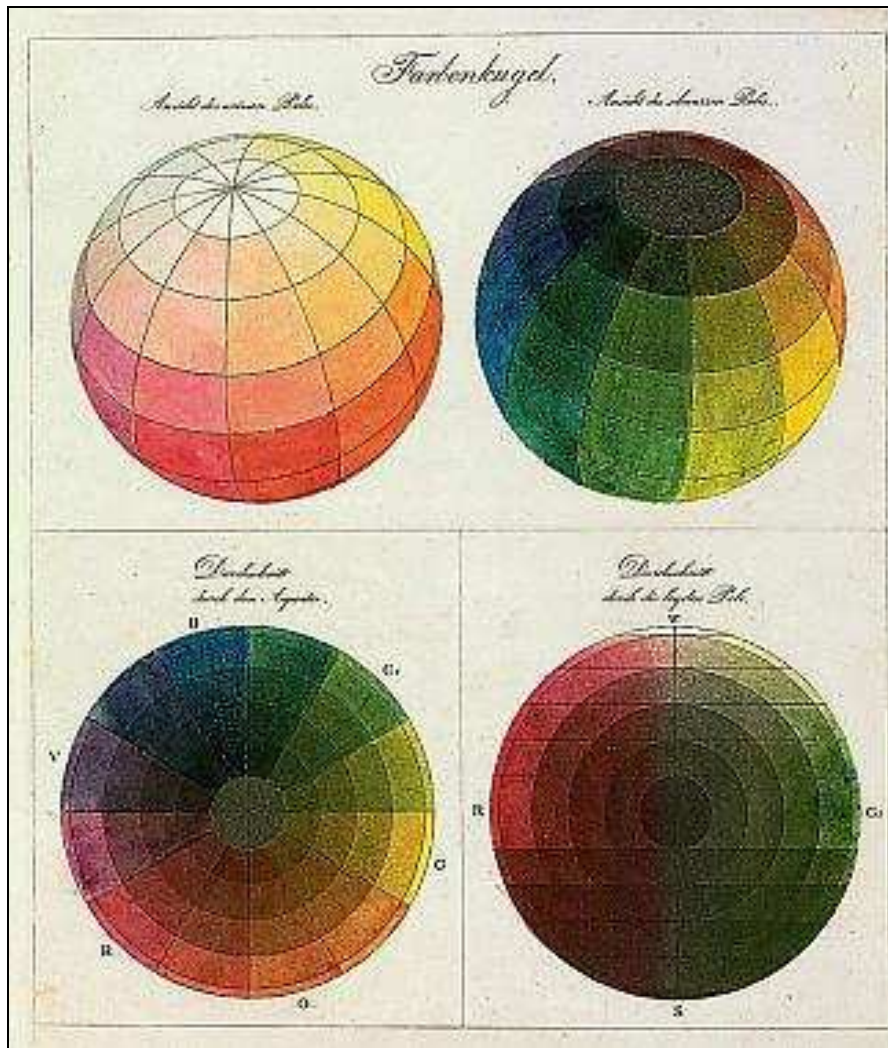
Seuraava luku perustuu kuvataiteilija Hanna Vahvaselän kanssa käytyyn sähköpostikeskusteluun (Vahvaselkä 2010). Joissain järjestelmissä on neljä pääväriä, mutta yleensä opetetaan ja paremmin tunnetaan kolmen päävärin järjestelmä. Hanna Vahvaselkä sanoo: ”Itse olen aina oppinut ja opettanut kolmen päävärin järjestelmää, jossa punainen, vihreä ja keltainen ovat päävärit, välivärit ovat vihreä, violetti ja oranssi.” (Kuva 8.)



**KUVA 8. Väriympyrä (Väriympyrä 2010)**

Väriympyrästä näkee vastavärit ja lähivärit (kuva 5, kuva 8). On olemassa myös väriympyröitä, joihin on otettu valöörit mukaan. Tällainen väriympyrä löytyy esimerkiksi Harald Aarnkilin kirjasta Värin havaintojen maailmassa (kuva 9). Tällaisesta väriympyrästä näkee kuinka väri murtuu, kun siihen sekoitetaan vastaväriä tai kuinka se taittuu, kun siihen sekoitetaan mustaa tai valkoista.





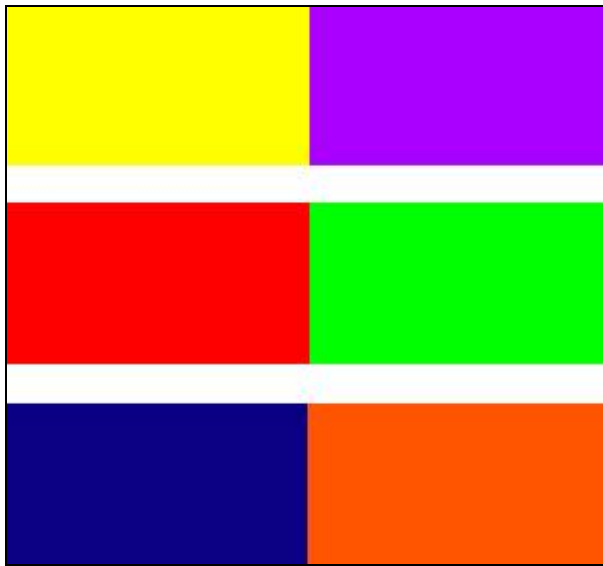
**KUVA 9. Rungen väripallo (Arnkil 2007)**

Hanna Vahvaselkä (2010) sanoo, että värien symboliikka ja kokeminen on yksilöllistä ja voimakkaasti kulttuurisidonnaista, mutta väreillä kuitenkin on aina jonkinlainen merkitys. Hanna Vahvaselkä (2010) lainaa Rihlmaa (1997) kertoessaan värien symboliikasta. Värien merkityksistä ja symboliikasta on olemassa monenlaisia taulukoita, joista näkee värien tarkoituksen. Maurice Déribérén taulukossa (liite 3) on tarkasteltu monipuolisesti värien eri vaikutuksia, merkityksiä ja symboliikkaa. Taulukosta näkee esimerkiksi sen, että sininen mielletään hyvin usein taivaaseen ja veteen. Fyysisesti sininen vaikuttaa ihmisiin rauhoittavasti ja se vaikuttaa ilmavalta, viileältä ja läpikuultavalta. Kristinuskossa sininen edustaa uskoa.

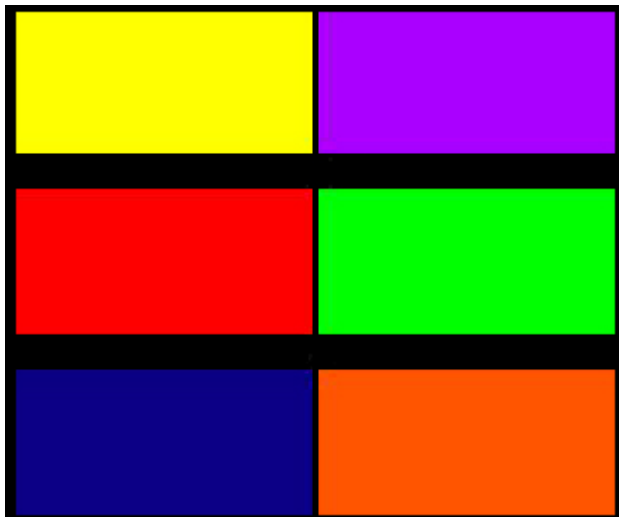
Värien sommittelussa kannattaa huomioida, että kylmät värit kuten sininen ja vihreä painuvat taakse ja lämpimät värit kuten keltainen ja oranssi nousevat eteen. Kauempana olevat värit ovat vaaleampia kuin lähellä olevat (Vahvaselkä, 2010).

## 2.4.2 Vastavärit

Vastavärit, eli komplementtivärit tai täydennysvärit, ovat päävärien täysin vastakkaiset värit. Pääväriä ja vastakkaista väriä sekoittamalla syntyy harmaata. Komplementtivärit tehostavat toisiaan voimakkaasti ja vaikuttavat toisiinsa karkottavasti, jolloin värien raja voi tuntua väreilevältä (kuva 10). Jos komplementtivärien ympärille tehdään mustat rajat, väreily lakkaa (kuva 11). (Turun yliopisto.)



**KUVA 10. Komplementtivärit**



**KUVA 11. Komplementtivärit rajattuina**

### 2.4.3 Värisommittelu

Värisuunnittelu kannattaa aloittaa hallitsevimhasta väristä. Kun hallitseva väri on selvillä, voidaan valita muut värit. Värien käytössä kannattaa käyttää apuna värien keskinäisiä suhteita. Kannattaa hakea sopivia värikontrasteja ja väriharmonioita. Yleensä värikontrastit ja harmoniat löytyvät katsomalla väriympyrää. Väriympyrässä toisiaan lähellä olevat värisävyt luovat lähiväriharmonian. Väriympyrän vastakkaiset värisävyt luovat vastaväriharmonian. Tästä hyvä esimerkki on punainen ja vihreä tai keltainen ja violetti. Yhden värin eri tummuus- ja vaaleusasteet luovat yksiväriharmonian. Puhtaiden pää- ja välivärien vuorovaikutus luo sävykontrastin ja värien tummuus- ja vaaleusasteet luovat valöörikontrastin. (Pesonen & Tarvainen 2003, 55.) Taulukossa 1 on käyty läpi värisanastoa.

**TAULUKKO 1. Värisanasto (Pesonen & Tarvainen 2003, 56)**

<b>Sävy</b>	Värin valon aallonpituus.	Sävyä ilmaistaan yleensä käyttämällä sen värin nimeä.
<b>Valööri</b>	Värin tummuusaste.	Valkoiseen sekoitettaessa väri vaalenee, mutta sävy säilyy samana.
<b>Puhtaus</b>	Värien sekoitusaste.	Väri on puhtaimmillaan, kun siinä ei ole sekoitettuna muita värejä.
<b>Kylläisyys</b>	Värin väripitoisuus.	Kaikkein puhtaimmat sävyt ovat kylläisiä suuren pigmenttipitoisuutensa vuoksi. Kun väriä sekoitetaan tai laimennetaan, sen kylläisyys pienenee.
<b>Voimakkuus</b>	Värisävyn valoisuus.	Silmä erottaa parhaiten valoisat värit. Nämä valoisat värit koetaan yleensä voimakkaimmiksi. Vähemmän valoisat värit koetaan vähemmän voimakkaina.

<b>Valoisuus</b>	Värin heijastama valo.	Se riippuu värin sävyistä. Valoisuus liitetään värien voimakkuuteen ja valööriin. Mitä vaaleammat värit, sitä valoisimmiksi ne koetaan.
------------------	------------------------	---

### 3 VÄRIEN VAIKUTUS JA KULTTUURILLISET EROT

Kuten Vahvaselkä (2010) sanoo, värin kokeminen on aina fysiologinen, psykologinen ja kulttuurinen tapahtuma. Värit vaikuttavat toisiinsa ja väreillä on erialiset merkitykset eri kulttuureissa.

#### 3.1 Värien vuorovaikutus

Rihlaman (1997, 105) mukaan vuorovaikutus ihmisen ja värien välillä on kahdenlaista. Värit auttavat ihmistä ilmaisemaan itseään, omia mielialojaan sekä luonnettaan. Toisaalta värit luovat ihmisille viihtyisän ympäristön vaikuttaen ihmisten tunteisiin ja mielialoihin. Yleensä reaktiot väreihin ovat samoja ja suurelta osin reaktiot pohjautuvat luontoon (Rihlama 1997, 106). Sininen liitetään taivaaseen ja veteen, vihreä metsään ja tuoreuteen sekä punainen tuleen ja lämpöön.

Muodot voivat vaikuttaa väreihin paljon. Esimerkiksi oranssista paperista leikattu sydän voi näyttää punaisemmalta, kuin samasta paperista leikattu kolmio (De Bortoli & Maroto 2001, 11). Ihminen yhdistää muodon tiettyyn väriin, jolloin paperin väri silmissä muuttuu. Valkoinen neliö mustalla taustalla vaikuttaa suuremmalta, kuin samankokoinen musta neliö valkoisella taustalla (kuva 12).



**KUVA 12. Värien vaikutus muotoihin**

Rihlana (1997, 108) kirjoittaa kirjassaan värireaooinnista ja siihen vaikuttavista tekijöistä, kuten ikä ja sukupuoli. Rihlaman mukaan varsinaiset säännönmukaiset muutokset tapahtuvat ihmisen kehitysvuosina 0 -25. Myöhemmin muutokset värireaointiin ovat henkilökohtaisempia ja johtuvat usein muutoksista elämässä tai psyykkeessä.

Vauvat alkavat erottaa värejä vasta kahden kuukauden ikäisinä, jolloin oranssi, sininen ja purppura alkavat jo erottua valkoisesta taustasta. Kolmen kuukauden iässä vauvat pystyvät jo ryhmittelemään värejä sinisiin, vihreisiin, keltaisiin ja punaisiin. Myös vauvoilla on värimieltymyksiä, yleisimmin vauvat pitävät puhtaista ja kirkkaista väreistä, kuten punaisesta ja sinisestä. (Junnila.) Pieniä lapsia kiehtoo punainen ja keltainen väri. Kun lapselle tulee ikää lisää, alkavat muut kirkkaat värit ottaa paikkaansa punaisen ja keltaisen rinnalla. (Rihlana, 108.) Lapsen kasvaessa vahvat ja lämpimät värit alkavat olla miellyttävämpiä ja värien pehmeneminen jatkuu kasvun mukana (De Bortoli & Maroto 2001, 6). Murrosiässä tytöillä alkaa niin sanottu vaaleanpunainen ruusukausi ja poikia taas kiehtoo oranssi väri. (Rihlana 1997, 108.) Mielestäni myös musta väri tulee mukaan murrosiän kapinallisuudesta. Rihlana (1997) toteaa myös: ”murrosiän mentyä ohi, mainitut erityismieltymykset kaikkoavat ja aikuistuuksaan kukin kulkee kohti henkilökohtaisten ominaisuuksiensa mukaisia värimieltymyksiä.” Vanhuksilla värimieltymykset muuttuvat hillitymmiksi ja maanläheiset värit miellyttävät eniten (De Bortoli & Maroto 2001, 6). Nämä iän mukaan muuttuvat mieltymykset tulisi ottaa huomioon kun kohdistetaan mainontaa tai Internet-palveluita tietyille ikäryhmille.

On tutkittu, että naisilla on miehiä useammin lempiväri. Miesten ja naisten välillä ei kuitenkaan ole löydetty suuria eroja tummien ja vaaleiden värien välillä. Kuitenkin miehet pitävät naisia useammin kirkkaista väreistä ja naiset taas pehmeistä väreistä. Vuonna 1978 tehdyssä tutkimuksessa selvisi, että naiset muistavat enemmän värejä kuin miehet. Tässä kuitenkin tulee huomioda se, että tutkimus tehtiin Nepalissa, jossa naiset käyttävät miehiä enemmän värikkäitä vaatteita. Vuonna 1995 tehdyssä tutkimuksessa yliopistolaisille esitettiin värikarttoja, joista heidän tuli tunnistaa värejä. Tutkimuksessa selvisi, että naiset tunnistivat yksityiskohtaisemmin värejä kuin miehet. Nämä tulokset tulisi muistaa kun Internet-sivut tai mainokset kohdistetaan naisille. (De Bortoli & Maroto 2001, 5.)

Eri kielissä käytetään erilaisia ilmaisuja erilaisista asioista. Esimerkiksi valkoinen lippu tarkoittaa kaikissa kielissä antautumista ja siniveriset ovat aatelistoa ympäri maailmaa. Kielissä on kuitenkin paljon eroja. Englannissa, Ranskassa ja Italiassa esimerkiksi ollaan kateudesta vihreänä, mutta Saksassa kateudesta ollaan keltaisia. Meillä Suomessa ja Italiassa on viherpeukaloita, mutta Englannissa kaikki sormet ovat vihreitä ja Saksassa koko käsi. Kananmunan valkuainen on valkoinen kaikissa kielissä, mutta esimerkiksi Italiassa keltuainen onkin punainen. Italiassa punaviini on mustaa ja Espanjassa se on vain värillistä, vino tinto. Napakymppi on Saksassa musta ja Espanjassa valkoinen. Myös liikennevalojen keltainen vaihtelee maittain. Englannissa se on meripihkan värinen ja Ranskassa oranssi. (De Bortoli & Maroto 2001, 13.)

### *Värisokeus*

Yleisin värisokeuden muoto on punavihervärisokeus. Tämä sairaus on länsimaissa yleinen varsinkin miehillä, jopa 8 prosenttia miehistä kärsii siitä. Naisilla sairaus on harvinainen, vain 0,5 prosenttia naisista kärsii siitä. Punavihresokea ei erota vihreää eikä punaista väriä. Harvinaisempi värisokeuden muoto on sinikeltävärisokeus. Kyseisessä värisokeuden muodossa ihmisen on vaikea erottaa sinistä väriä. Kaikkein harvinaisin värisokeuden muoto on värisokeus, jossa ihminen ei erota värejä lainkaan, vaan erottaa ainoastaan tummuuden ja vaaleuden. Ikääntymisen mukana tuoma harmaakahi aiheuttaa erilaisia värinäön vääristymiä ja samenemista. (Rihlama, 1997.)

## **3.2 Värit eri kulttuureissa**

Värien merkitys eri kulttuureissa vaihtelee suuresti ja ne voivat olla jopa täysin päinvastaisia länsimaiseen kulttuuriin verrattaessa (liite 1). Erilaiset värit ja niiden yhdistelmät assosioituvat usein myös poliittisiin aatteisiin. (Sinkkonen ym. 2002, 153-154.)

Värien vaikutukseen vaikuttaa ihmisen taustat. Erilaisissa uskonnoissa kuten kristinuskossa ja juutalaisuudessa värit yhdistetään puhtauteen. Afrikan eri heimoilla värit yhdistetään harmoniaan ja kotiin. Australian Aboriginaaleilla värit yhdistyvät ystävyyteen, sankarillisuuteen ja usein myös totuuteen ja rauhaan. (Haapanen, 2007). Shiiamuslimeilla vihreä on todella pyhä väri ja heidän kulttuurissaan vihreää tulisi käyttää harkitusti.

### 3.2.1 Länsimaalaisia väriassosiaatioita

Väreillä voi olla hyvinkin voimakkaita kulttuurillisia vaikutuksia. Meillä suomessa sinivalkoinen luo mielikuvan suomalaisuudesta ja puhtaudesta sekä luotettavuudesta. Mutta arabimaissa kyseistä yhdistelmää tulisi välttää. (Kuutti 2003,101.)

Tämä luku perustuu Rihlaman (1997,108) ja Sinkkonen ym. (2002, 153 -154) kirjoituksiin värien länsimaisista assosiaatioista.

Punainen on voimakas väri, joka erottuu ympäristöstään hyvin. Se on kiihottava ja impulsiivinen väri ja se tarjoaa hyvän ympäristön ideoiden synnyttämiseksi. Yleensä punainen liitetään vaaraan, kuumaan, vereen ja aggressiivisuuteen. Se yhdistetään usein myös kommunistisiin aatteisiin.

Keltainen on kaikkein valoisin ja kirkkain väri. Yhdistettynä tummiin väreihin, kuten mustaan, se muodostaa ärsyttävän ja rauhattoman tunnelma. Vaaleisiin väreihin yhdistettynä se luo lisää valoa. Keltainen yhdistetään usein varoituksiin, aurinkoon ja aktiivisuuteen. Koska ihmisellä keltainen iho viittaa vakavaan sairauteen, on keltaista väriä käytetty varoituksena epidemia-alueista (Haapanen, 2007).

Vihreä on sinisen ohella rauhoittava väri. Se luo hyvän ympäristön mietiskelylle ja keskittymiselle. Se yhdistetään usein tuoreuteen, turvallisuuteen ja luontoon. Se viestittää myös vapaudesta sekä myrkyllisyydestä. Vihreä on myös kateuden ja hulluuden väri.

Sininen on viileä, avartava ja rauhoittava väri. Tummana värinä sininen voi luoda ärsyttävän ja ahdistavan ympäristön. Sininen on kylmä väri. Usein sinistä ajateltaessa mieleen tulee vesi ja taivas. Sininen on myös viattomuutta ja alakuloisuutta osoittava väri.

Turkoosi on herkkä ja etäisyyttä luova. Se on sekä sini- että vihreätyyppisille ihmisille miellyttävä väri. Värikylläisenä se saattaa aiheuttaa äitelän tunnun. Turkoosi soveltuu hyvin kasvojen taustaväriksi, koska se on ihonväriä täydentävä.

Oranssi on lämmittävä ja juhlallinen väri. Suurina pintoina se saattaa aiheuttaa ahdistavan ja hyökkäävän ympäristön. Usein oranssi yhdessä mustan kanssa yhdistetään halloween -juhlaan.

Violetti mielletään yleensä sinipunaisena värinä, toisin kuin purppura joka mielletään punaisempaa väriä. (Pekonen,122). Purppura on väreistä kaikkein arvoituksellisin ja mystisin. Se koetaan rauhoittavana mutta toisaalta myös hämmentävänä. Usein tämä väri yhdistetään myös kuninkaallisiin. Esimerkiksi lemmenkukkina tunnettu orvokki voi sinisen värisenä olla uskonnollinen symboli, mutta violettina se voidaan yhdistää kärsimyksen (Pekonen, 122).

Ruskea on neutraalein ja arkisin väri. Se tuo mieleen köyhyden ja yksinkertaisuuden. Suurina määrinä, ilman piristevärejä ruskea saattaa vaikuttaa tylsältä ja joskus jopa masentavalta. Yhdistettynä keltaiseen tai oranssiin, se luo mielikuvan 1970-luvusta.

Valkoinen on avoin ja hyvä tausta muille väreille ja se antaa tilaa sommittelulle ja luo siihen ilmavuutta. Se heijastaa kaikista väreistä eniten valoa. Yleensä se tuo mieleen viattomuuden, puhtauden ja valoisuuden.

Musta saa muut värit loistamaan raikkaampina, kun sitä on käytetty pieninä pintoina. Suuret pinnat imevät itseensä valoa ja luovat tunkkaisen tunteen. Musta koetaan pimeyden, tuskan ja surun värinä. Mutta se viestittää myös viisaudesta, vallasta ja arvokkuudesta. Musta on myös macho väri ja usein käytetty modernissa ja nuorekkaassa sisustuksessa.

Harmaa on hyvin arkinen ja joskus jopa masentava väri. Se luo kuitenkin sekä vaaleille että tummille väreille neutraalin taustan. Konservatiivisuus, kylmäkiskoisuus ja välinpitämättömyys ovat yleisimpiä harmaaseen liittyviä miellelyhtymiä. Harmaa on myös vanhuksiin liitetty väri.

### **3.2.2 Väriassosiaatioita muissa kulttuureissa**

Väriassosiaatiot vaihtelevat suuresti eri kulttuurien välillä. Samalla värillä voi olla eri puolilla maailmaa täysin erilaiset tarkoitukset (liite 1).



Kiinalaisessa kulttuurissa punainen väri on iloisuuden ja onnen väri. Myös keltainen väri yhdistetään iloisuuteen ja paraateihin. Keltaista väriä on käytetty kiinalaisessa kulttuurissa keisareiden kaavuissa ja puvuissa. Kiinalaisten Buddhimunkkien kulttuurissa keltainen väriä käytetään kuitenkin myös suruaikana. Hinduille keltainen väri on muistutus kaiken katoavaisuudesta, sillä se yhdistetään syksyn keltaisiin lehtiin. Toisin kuin Euroopassa, valkoinen väri yhdistetään kuolemaan sekä suruun ja sitä käytetäänkin pääasiallisesti hautajaisissa. Runsas valkoinen tila, esimerkiksi kuvien ympärillä voi Kiinassa viestittää tulevasta hautajaisista. Musta väri on kiinalaisessa kulttuurissa jokapäiväinen väri, mutta länsimaisen kulttuurin mukana mustaa väriä on alettu käyttää myös surun värinä. (Haapanen, 2007).

Islamilaisessa kulttuurissa valkoinen on puhtauden väri, koska sen uskotaan sisältävän kaikki värit. Valkoinen on islaminuskossa auringonväri. Vaalea keltainen sävy viittaa islamilaisessa kulttuurissa petokseen ja pettymykseen. Tumma ja lämmin keltainen on liitetty viisauteen. Venäjällä keltainen väri yhdistetään muun muassa eroon. Keltaisten kukkien antaminen puolisolle viestittää eroaikeista. Asteekkien kulttuurissa keltainen on ollut kuoleman väri ja nykypäivänä sitä käytetään Meksikolaisen vainajien juhlan värinä. Se tarkoittaa myös uudistumista, sillä se on maan väri ennen vihreää ja hedelmäistä sadekautta. (Haapanen, 2007.)

Useilla Afrikan alueilla musta mielletään elämän värinä, toisin kuin meillä Euroopassa. Afrikassa musta väri muistuttaa kastuneesta maasta, joka tuo tullessaan maan rikkaudet. (Haapanen, 2007.)

#### **4 TUTKIMUS**

Tutkimukset voidaan jakaa kahteen eri ryhmään, kvalitatiiviseen ja kvantitatiiviseen. Kvalitatiivinen tutkimus on ns. laadullinen tutkimus ja kvantitatiivinen ns. määrällinen tutkimus.

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus pyrkii vastaamaan kysymyksiin miksi, miten ja millainen. Perusjoukko on se joukko, josta tietoja halutaan selvittää. Tutkimus voi olla kokonaistutkimus, jolloin tutkitaan koko perusjoukko tai se voi olla myös osatutkimus, jolloin perusjoukosta tutkitaan vain osajoukko eli otos. Kvalitatiivisessa

tutkimuksessa yleensä käytetään kokonaistutkimusta, varsinkin jos perusjoukko on pieni. (Heikkilä 1998, 33).

#### **4.1 Miten tehdään hyvä tutkimus**

Hyvä tutkimuslomake on selkeä ja siisti. Ulkoasultaan sen tulisi olla houkutteleva mutta yksinkertainen. Tekstin tulisi olla selkeää ja helposti luettavaa. Ohjeistus vastaamiseen tulisi olla hyvin selkeä ja yksiselitteinen, jotta vastaajat ymmärtävät lukemaansa. Kyselylomake ei saa olla liian pitkä, jotta vastaaja ei turhaudu kysymysten määrään. Kysymysten tulee olla yksinkertaisia ja loogisesti eteneviä. Samaan aihealueeseen kuuluvat kysymykset voi ryhmitellä erillisiksi kokonaisuuksiksi. Kun tietoja kerätään esimerkiksi tutkimuslomakkeella, on tutkittaville selvitettävä tutkimuksen tarkoitus. (Heikkilä 1998, 48.)

Heikkilä kertoo kirjassaan (1998, 22), että tutkimuksen eri vaiheet muodostavat kokonaisuuden, jota sanotaan tutkimusprosessiksi. Tutkimusprosessi voidaan jakaa erilaisiin kokonaisuuksiin.

- Tutkimuksen määrittely sisältää aiheen valinnan, tavoitteen asettamisen sekä taustatietojen hankkimisen. Se on eräänlainen esitutkimus.
- Tutkimussuunnitelman laatiminen sisältää tavoitteen täsmentämisen, tutkimusmenetelmän valitsemisen, aikataulujen suunnittelun sekä perusjoukon ja otoksen määrittäminen.
- Tiedonkeruuvälineen rakentaminen eli lomakkeen tai kyselyn suunnittelu. Tietojenkerääminen, eli itse tutkimustyö.
- Tietojenkäsittely ja analysointi, joka sisältää tutkimuksen vastausten käsittely sekä niiden analysoiminen, jotta saataisiin tutkimuksen tulos selville.
- Tulosten raportoiminen, jossa tutkimusten vastauksista selvinneet tulokset raportoidaan.

- Johtopäätöksen teko ja tulosten hyödyntäminen, eli tutkimuksen tuloksista tehdään johtopäätös joka vastaa tutkimuksen tavoitteeseen ja selvitetään mihin tätä tulosta voidaan käyttää.

Hyvän tutkimuksen perusvaatimukseen kuuluu validius eli pätevyys, reliabiliteetti eli luotettavuus, objektiivisuus eli puolueettomuus sekä avoimuus. Pätevyydellä tarkoitetaan systemaattisen virheen puuttumista. Pätevyyttä ei pystytä jälkikäteen tarkastelemaan, joten se on varmistettava etukäteen huolellisella suunnittelulla ja testauksilla. Luotettavuudella tarkoitetaan tulosten tarkkuutta, eli tutkimuksesta saadut tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia. Myös tietojenkäsittelyn ja tutkimustuloksen käsittelyssä sattuvia virheitä tulisi välttää, jotta tutkimuksen tulos olisi tarkka ja luotettava. Puolueettomuudella varmistetaan, ettei tutkijan omat mielipiteet tai moraaliset vakaumukset vaikuta tutkimusprosessiin. Huolellisellekin tutkijalle voi käydä virheitä, mutta tahallisten virheiden tekeminen tulisi estää.

## 4.2 Kysymysten suunnittelu

Tutkimuksen suunnittelussa tulee ottaa huomioon tutkimuskohde, tutkimuksen tavoite sekä tutkimustapa. Kysymykset kannattaa muotoilla erilailta, jos vastaajat ovat esimerkiksi lapsia tai aikuisia. Kun tutkimuksen tavoite on selvillä, kannattaa miettiä kysymyksiä, jotka antavat vastauksen tutkimuksen tarkoitukseen. Kysymysten muotoa kannattaa muotoilla eritavalla, jos tutkimus tehdään esimerkiksi paperilla tai haastatteluna. Haastattelukysymyksissä voidaan käyttää hyväksi myös ihmisten reaktioita, eleitä ja mietintäaikoja. Tutkimuksessa kannattaa välttää avoimia kysymyksiä, sillä niihin vastaaminen voi olla ihmisille hankalaa. Kynnys kirjoittaa mielipiteitä voi olla suuri. Tutkimuksessa voidaan käyttää suljettuja eli vaihtoehtoja antavia kysymyksiä. Tällaisia suljettuja kysymyksiä ovat esimerkiksi sukupuoli-kysymykset, joissa vaihtoehdot ovat valmiiksi merkitty. (Heikkilä 1998, 53.)

Asenneasteikkoa käyttävät kysymykset ovat hyviä kysymyksiä laadullisessa tutkimuksessa. Vastaajan on helppo valita mieleisensä vaihtoehto. Näissä kysymyksissä kannattaa kuitenkin välttää En osaa sanoa -vaihtoehtoa, sillä se voi houkutella vastaajaa oikaisemaan jolloin oikeita mielipiteitä ei saada selville. (Heikkilä 1998, 53.)

Kysymykset kannattaa testata ennen virallista tutkimusta. Testauksessa voi tulla esiin puutteita tai muita muutettavia seikkoja.

## 5 KYSELY

Valitsin kyselyyni subjektiivista miellyttävyyttä selvittäviä testejä. Subjektiivisen miellyttävyyden testi selvittää helposti mielipiteet sivuista. Siinä testihenkilölle annetaan vaihtoehdot esimerkiksi yksinkertainen ja monimutkainen, henkilö sitten valitsee numeron joka on lähempänä omaa mielikuvaansa Internet-sivuista. Subjektiivisen miellyttävyyden tuloksia on helpompi tutkia kuin esimerkiksi Likertin asteikon tuloksia. Subjektiivisen miellyttävyyden tulokset saadaan numeroarvoina, joten niitä on helpompi tutkia.

Halusin myös selvittää vastaajien iän ja sukupuolen sekä Internetin käyttötottumukset. Lisäksi halusin kartoittaa ihmisten Internet-sivujen pääsääntöisen käyttötarkoituksen (kuva 13). Valitsin kolmeen kategoriaan neljät Internet-sivut. Ensimmäinen kategoria sisältää niin sanottuja tietosivuja, toinen niin sanottuja yhteisösivuja ja kolmas kaupallisia sivuja.

Internet-sivut kyselyyn valitsin ulkoasujen perusteella. Halusin valita kyselyyn mahdollisimman erilaisia Internet-sivuja. Valitsin yhden paikallislehden sivun, koska ne ovat mielestäni hyvin sekavat ja väreiltään tylsät. Sivujen sommittelukaan ei ole onnistunutta ja mainosten vääränlainen sijoittelu häiritsee sivujen selausta. Valitsin kaksi erilaista mainostoimiston sivua. Ensimmäinen sivuista on mielestäni erikoinen, eikä anna yrityksestä luotettavaa kuvaa. Toisen mainostoimiston sivut ovat nykyaikaiset ja värisommittelultaan onnistuneet. Valitsin vielä erään yhdistyksen sivut, koska ne ovat väriykseltään jopa liian yksinkertaiset, mutta samalla sivut ovat selkeät ja helppolukuiset. Kyselyn tulosten läpikäynnissä ja päätelmissä käytän sivuista nimiä Sivusto 1, Sivusto 2, Sivusto 3 ja Sivusto 4 (taulukko 2).

### TAULUKKO 2. Kyselyyn valitut sivustot

	Sivut	Ulkoasu	Väritys
<b>Sivusto 1</b>	Paikallislehti	Sekavat, väriykseltään tylsät.	Harmaa

<b>Sivusto 2</b>	Mainostoimisto	Oudot, mainosmaiset sivut. Huono vaikutelma mainostoimistosta	Valkoinen
<b>Sivusto 3</b>	Yhdistys	Yksinkertaiset, selkeät ja helppolukuiset sivut.	Valkoinen/punainen
<b>Sivusto 4</b>	Mainostoimisto	Nykyaikainen. Värisomittelultaan onnistunut.	Sininen/turkoosi/musta

Pyrin valitsemaan kyselyyn sellaisia sivuja, joita kaikki eivät välttämättä ole aikaisemmin käyttäneet. Sivusto 1 on tunnettu Kymenlaakson alueella, mutta Savon seudulla sivuja tuskin tunnetaan yhtä hyvin. Sivustot 2 ja 3 saatetaan tuntea, jos vastaajat ovat perehtyneet mainostukseen. Uskon, että Sivusto 4 tunnetaan paremmin suuremman ikäluokan piirissä.

Mielestäni voisi kuvitella, että ihminen joka käyttää usein uutissivuja tuntee, että Sivusto 1 on helppokäyttöisempi, kuin ihminen joka käyttää usein yhteisösivuja, koska on tottunut sivujen sekavuuteen ja häiritseviin mainoksiin. Uskon nuorten ja nuorten aikuisten pitävän eniten Sivustosta 4, koska sivut vaikuttavat hyvin paljon nuorten suosiman irc-gallerian sivuja. Nuoret ovat myös tottuneet Sivustossa käytettyihin väreihin erilaisilla yhteisösiivuilla. Uskon myös nuorten ja nuorten aikuisten pitävän Sivusto 2:ta mielenkiintoisempana, koska näyttävät Apple Mac-käyttöjärjestelmältä. Se tuo sivuihin ehkä jotakin uutta, mitä ei muualla näe. Samalla uskon vanhempien pitävän Sivustosta 3, koska sivut ovat yksinkertaiset, lämminsävyiset ja helppokäyttöiset.

## 5.1 Kysymykset

Tutkimuksessa käytetty kyselypohja löytyy liitteestä 2.

### *Kysymykset 1–3*

Kysymyksissä 1–3 selvitetään vastaajan sukupuoli, ikä sekä koulutustausta. Ikäjakaumat kyselyssä ovat nuoret 11–19-vuotiaat, nuoret aikuiset 20–29-vuotiaat, aikuiset 30–59-vuotiaat sekä eläkeläiset yli 60-vuotiaat.

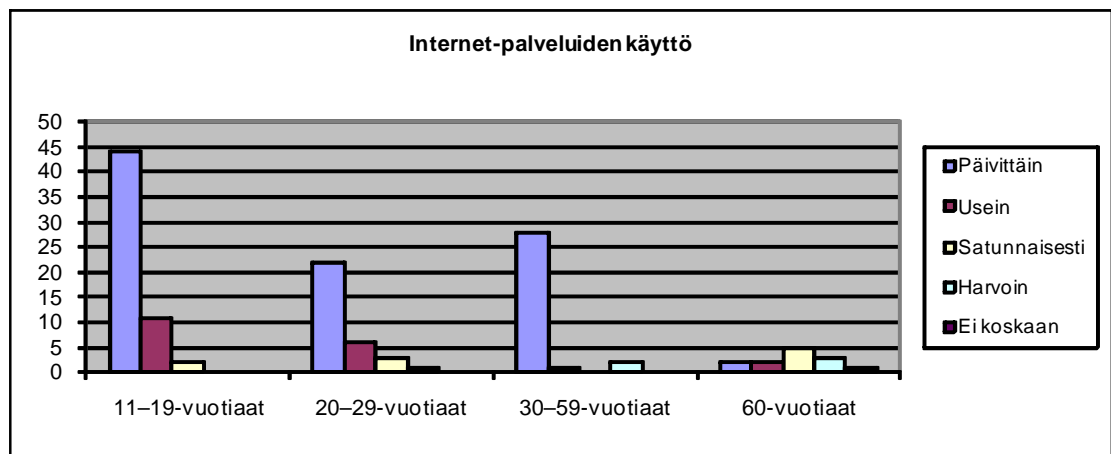
Nuoria vastaajia oli 57 kappaletta, joista 34 oli miehiä. Nuorien vastaajien joukkoon mahtui myös kolme joiden ikä oli 6–10. Nuoria aikuisia oli 32, joista miehiä oli 20.

Aikuisista vastaajia oli yhteensä 31 kappaletta, joista 20 oli naisia. Yli 60-vuotiaita vastaajia oli 13 kappaletta. Vastaajista seitsemän oli naisia. Yhteensä sain 133 vastausta eripuolilta Suomea.

#### *Kysymys neljä*

Neljännessä kysymyksessä selvitetään, kuinka usein vastaaja käyttää Internet-palveluita. Vastausvaihtoehdot ovat a. päivittäin, b. usein, c. satunnaisesti, d. harvoin, e. en koskaan.

Nuorista vastaajista 44 käyttää Internet-palveluita päivittäin, 11 usein ja kaksi satunnaisesti. Nuorista aikuisista 22 käyttää Internet-palveluita päivittäin, kuusi usein, kolme satunnaisesti ja yksi harvoin. Aikuisista vastaajista 28 sanoo käyttävänsä Internet-palveluita päivittäin, yksi sanoo käyttävänsä Internet-palveluita usein ja kaksi sanoo käyttävänsä Internet-palveluita harvoin. Yli 60-vuotiaista vastaajista kaksi sanoo käyttävänsä Internet-palveluita päivittäin, kaksi sanoo käyttävänsä Internet-palveluita usein, viisi sanoo käyttävänsä Internet-palveluita satunnaisesti, kolme sanoo käyttävänsä Internet-palveluita harvoin sekä yksi vastaajista ei käytä Internet-palveluita koskaan. Yhteensä vastaajista 96 käyttää Internet-palveluita päivittäin, 20 usein, 10 satunnaisesti, kuusi harvoin ja yksi ei koskaan. (Kuvio 1.)



**KUVIO 1. Internet-palveluiden käyttö ikäjakaumittain.**

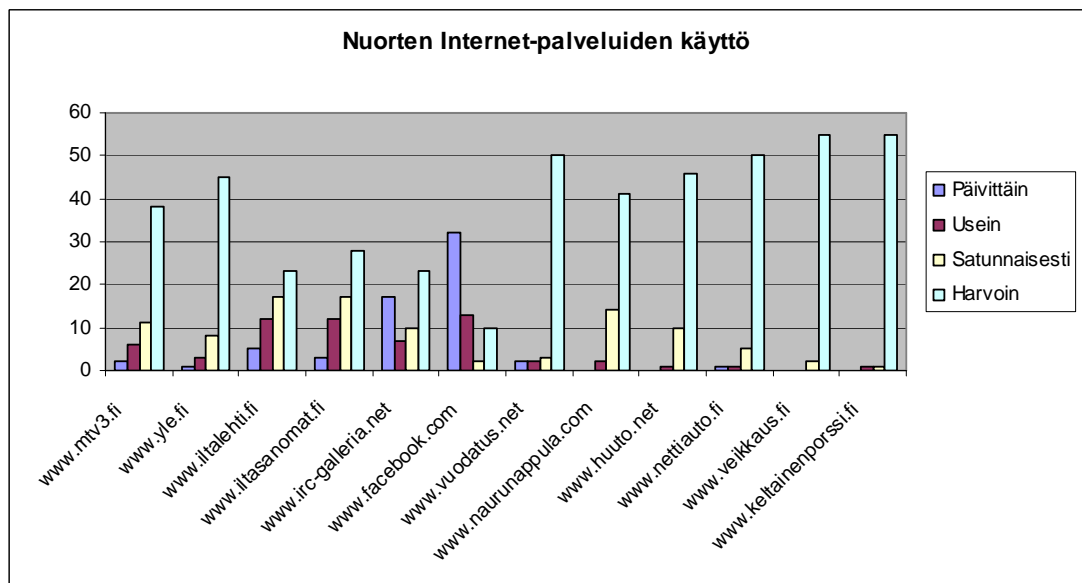
#### *Kysymys viisi*

Viidennessä kysymyksessä selvitetään millaisia Internet-palveluita vastaaja mahdollisesti käyttää (kuva 13).

5. Kuinka usein käytätte seuraavia Internet-palveluita. Ympyröikää vaihtoehto.				
	a.Päivittäin	b.Usein	c.Satunnaisesti	d.Harvoin
www.mtv3.fi	1	2	3	4
www.yle.fi	1	2	3	4
www.iltalehti.fi	1	2	3	4
www.iltasanomat.fi	1	2	3	4
www.irc-galleria.net	1	2	3	4
www.facebook.com	1	2	3	4
www.vuodatus.net	1	2	3	4
www.naurunappula.com	1	2	3	4
www.huuto.net	1	2	3	4
www.nettiauto.fi	1	2	3	4
www.veikkaus.fi	1	2	3	4
www.keltainenporssi.fi	1	2	3	4

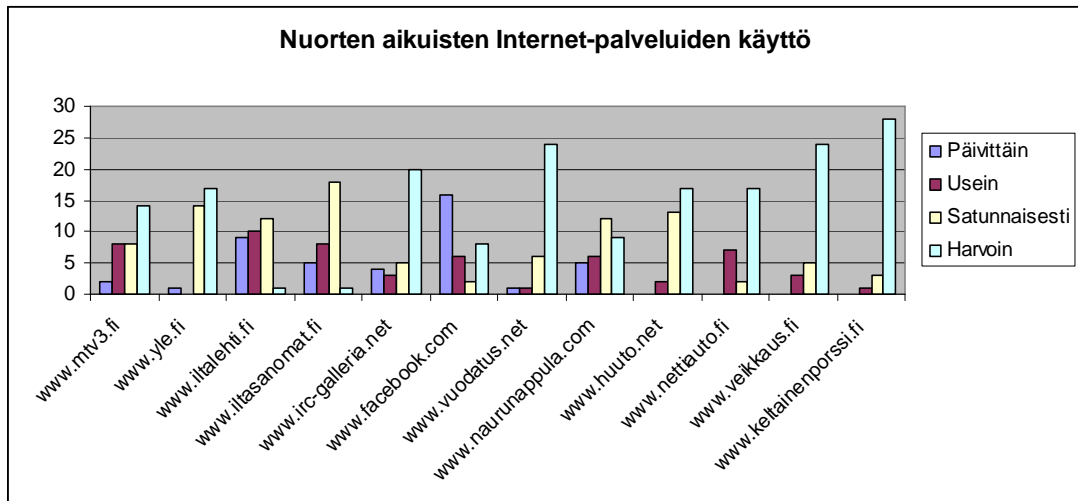
### KUVA 13. Kysymys viisi

Nuorista vastaajista 32 käyttää Facebook- palvelua päivittäin. Irc-gallerian palveluita käyttää 17 päivittäin. Suurin osa vastasi käyttävänsä kyselyn Internet-palveluita harvoin. (Kuvio 2.)



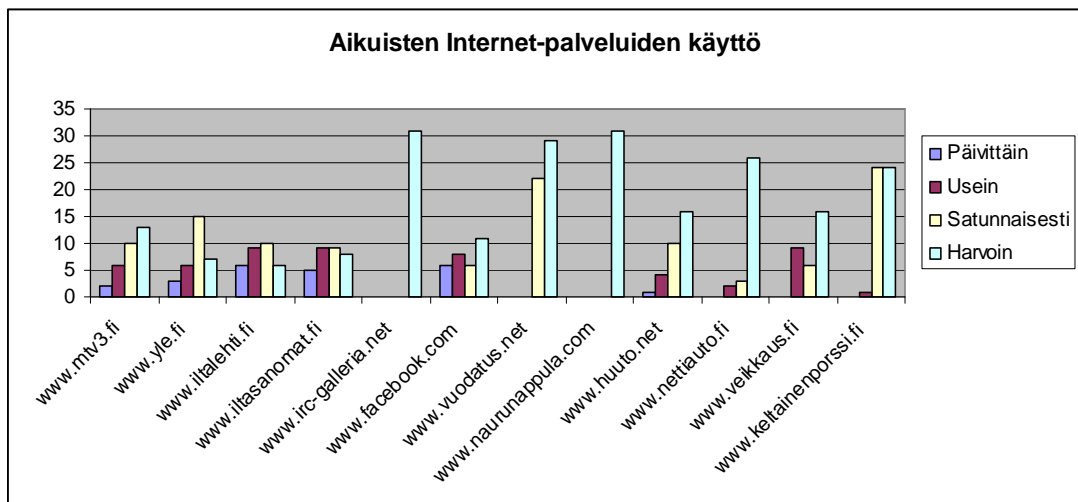
### KUVIO 2. Nuorten Internet-palveluiden käyttö www-sivuittain

Nuorista aikuisista 16 sanoo käyttävänsä facebook- palvelua päivittäin. Iltasanomat-, Iltalehti-, Yle-, Naurunappula- ja Huutonet- palveluita käytetään satunnaisesti. Vuodatus-, Irc-galleria-, Veikkaus- ja Keltainen pörssi- palveluita käytetään harvoin. (Kuvio 3.)



**KUVIO 3. Nuorten aikuisten Internet-palveluiden käyttö www-sivuittain**

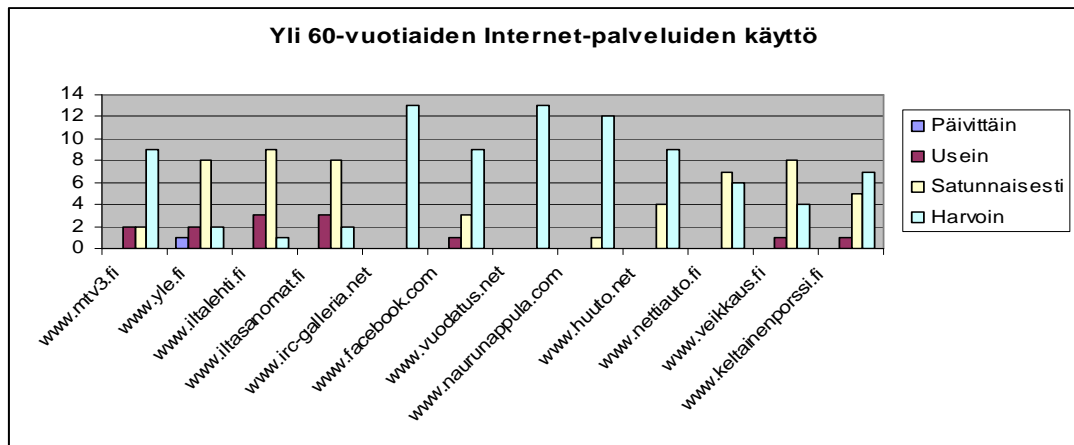
Aikuisista vastaajista kuusi sanoo käyttävänsä Facebook- palvelua sekä Iltalehti-palvelua päivittäin. Useimmin vastaajat käyttävät Iltalehti-, Iltasanomat- sekä Veikkaus-palveluita usein. Irc-galleria-, Vuodatus- ja Naurunappula- palveluita käytetään harvoin tai ei ollenkaan. (Kuvio 4.)



**KUVIO 4. Aikuisten Internet-palveluiden käyttö www-sivuittain**

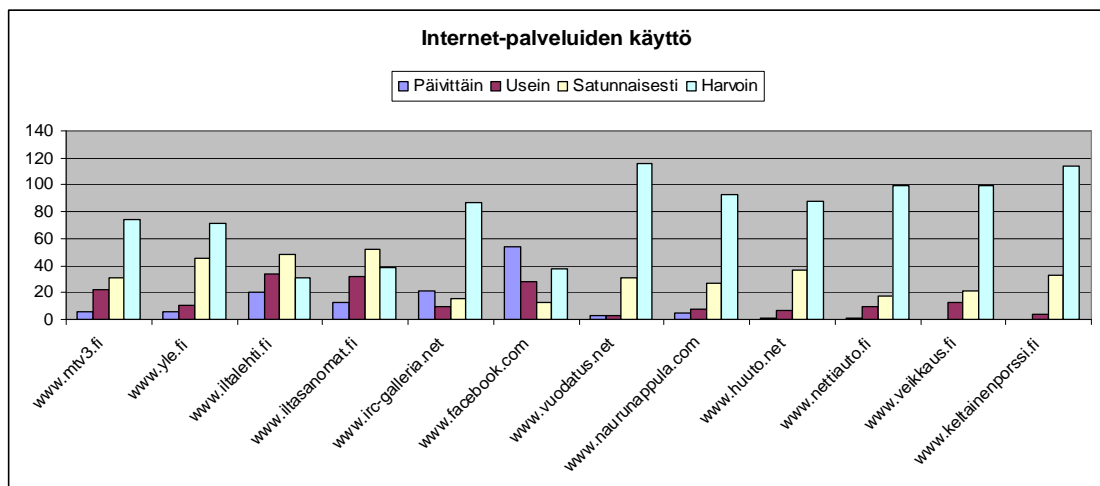
Yli 60-vuotiaista vastaajista yksi käyttää päivittäin Ylen tarjoamia Internet-palveluita. Iltalehti- ja Iltasanomat- palvelua vastaajat käyttävät usein. Satunnaisesti vastaajat käyttävät Nettiauto- ja Veikkaus-palveluita. Irc-galleria-, Naurunappula- ja Vuodatus-palveluita vastaajat käyttävät harvoin tai eivät ollenkaan. (Kuvio 5.)





**KUVIO 5. Yli 60-vuotiaiden Internet-palveluiden käyttö www-sivuiltain**

Kaikkien vastaajien yhteenlaskettujen tietojen mukaan kaikkein suosituimpia sivuja ovat Facebook, Irc-galleria, Iltalehti ja Iltasanomat (kuvio 6).



**KUVIO 6. Internet-palveluiden käyttö**

### *Kysymys kuusi*

Kuudennessa kysymyksessä selvitetään, onko vastaaja mahdollisesti käyttänyt testisivuja aikaisemmin.

Nuorista vastaajista 25 oli käyttänyt sivustoa 1 aikaisemmin ja yksi oli käyttänyt sivustoa 3 aikaisemmin. Nuorista aikuisista kahdeksan oli käyttänyt sivustoa 1 aikaisemmin, yksi oli käyttänyt sivustoa 2 aikaisemmin, kolme oli käyttänyt sivustoa 3 aikaisemmin ja 4 oli käyttänyt sivustoa 4 aikaisemmin. Aikuisista seitsemän oli käyttänyt sivustoa 1 aikaisemmin, kaksi oli käyttänyt sivustoa 2 aikaisemmin, yhdeksän oli käyttänyt sivustoa 3 aikaisemmin ja yksi oli käyttänyt sivustoa 4

aikaisemmin. Yli 60-vuotiaista vastaajista kaksi oli käyttänyt sivustoa 1 aikaisemmin. Vastaajista kuusi oli käyttänyt sivustoa 3 aikaisemmin, 13 vastaajasta tämä on melkein puolet. Yhteensä sivustoa 1 oli käyttänyt 42 vastaajaa, sivustoa 2 oli käyttänyt kolme vastaajaa, sivustoa 3 oli käyttänyt 19 vastaajaa ja sivustoa 4 oli käyttänyt viisi vastaajaa.

#### *Kysymykset 7–10*

Kysymys seitsemän selvittää subjektiivista miellyttävyyttä (kuva 14). Nämä kysymykset toistuvat kohdissa 8, 9 ja 10. Subjektiivisen miellyttävyyden kysymysoosassa selvitetään vastaajan mielipiteet jokaisesta valitusta Internet-sivusta. Samalla selvitetään myös vastaajan mahdollisen sivujen käyttö tulevaisuudessa. Kysymyksissä numero 1 vastaa parasta ja 4 huonointa vaihtoehtoa.

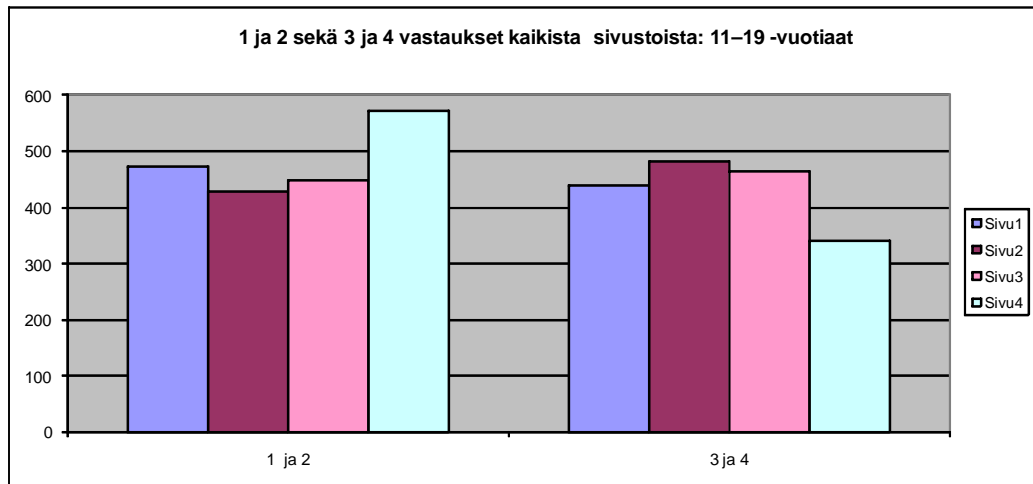
Mikä vaihtoehdoista kuvaa mielestäsi parhaiten sivuja sivu1. Ympyröikää lähinnä mielihoidettanne oleva vaihtoehto jokaisesta kohdasta.					
Helppokäyttöinen	1	2	3	4	Vaikeakäyttöinen
Yksinkertainen	1	2	3	4	Monimutkainen
Laadukas	1	2	3	4	Heikkolaatuinen
Luotettava	1	2	3	4	Epäluotettava
Selkeä	1	2	3	4	Sekava
Viehättävä	1	2	3	4	Vastenmielinen
Hauska	1	2	3	4	Tylsä
Vetävä	1	2	3	4	Luotaantyöntävä
Mielenkiintoinen	1	2	3	4	Epämielenkiintoinen
Värikäs	1	2	3	4	Väritön
Harmoninen	1	2	3	4	Ärsyttävä
Värit sopivat sivujen sisältöön	1	2	3	4	Värit eivät sovi sisältöön
Pidin väreistä	1	2	3	4	En pitänyt väreistä
Värit sopivat imagoon	1	2	3	4	Värit eivät sovi imagoon
Värit helpottivat lukemista	1	2	3	4	Värit vaikeuttivat lukemista
Värisommittelu on onnistunut	1	2	3	4	Värisommittelu on epäonnistunut
Luuletteko käyttävänne kyseisiä sivuja tulevaisuudessa?				a. Kyllä	b. Ei

#### **KUVA 14. Subjektiivisen mieltymyksen kysymykset**

Laskin jokaisesta sivustosta, jokaisen ikäryhmän vastauksista, niin sanotut yleispisteet. Laskin 1 ja 2 vastaukset sekä 3 ja 4 vastaukset yhteen, jotta näkisin paremmin hyvien ja huonojen vastausten erot.

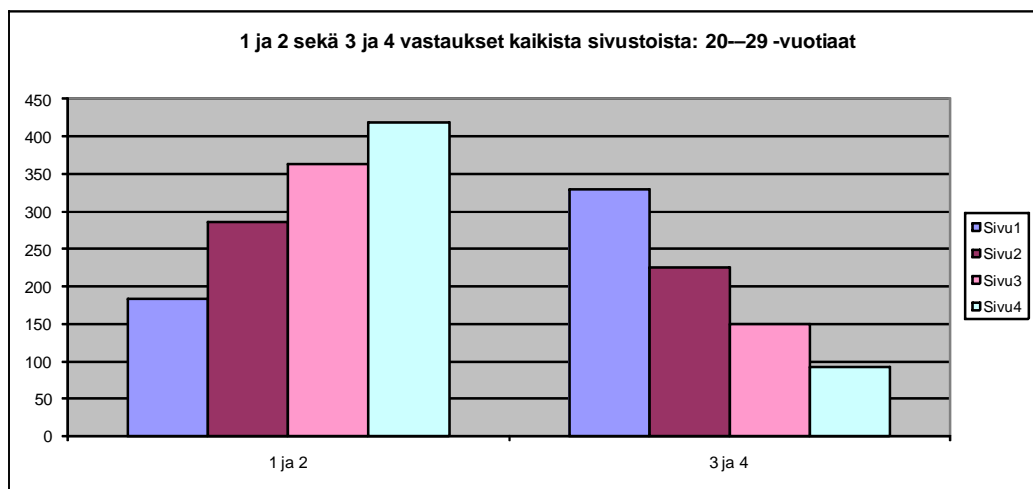
Nuorten vastauksissa mielipiteet jakautuvat laajasti kaikille sivuille. Eniten hyviä ja samalla vähiten huonoja vastauksia sai sivusto 4. Toiseksi eniten hyviä vastauksia ja

vähiten huonoja vastauksia sai sivusto 1. Sivusto 2 sai nuorten kohdalla huonoimmat pisteet. (Kuvio 7.)



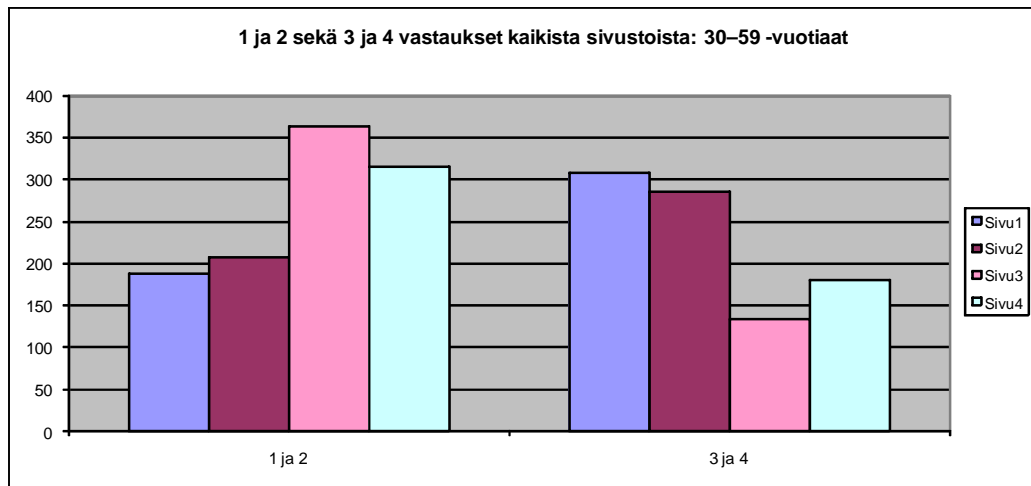
**KUVIO 7. Kaikkien sivujen hyvien ja huonojen vastausten erot**

Nuorten aikuisten vastauksissa on selkeää asteittaisuutta. Eniten hyviä ja samalla vähiten huonoja vastauksia sai sivusto 4. Seuraavaksi eniten hyviä ja vähiten huonoja vastauksia sai sivusto 3. Vähiten hyviä ja eniten huonoja vastauksia sai sivusto 1. Sivustojen 1 ja 4 välillä on selkeää eroa. (Kuvio 8.)



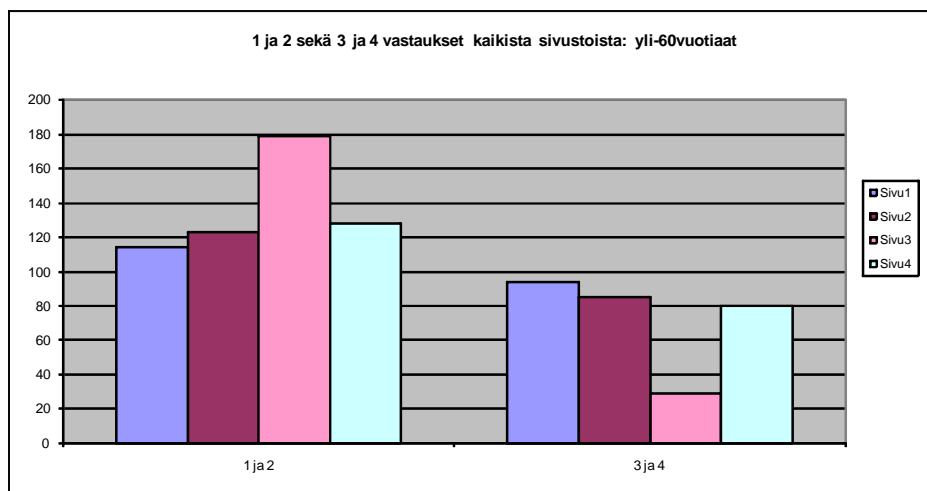
**KUVIO 8. Kaikkien sivujen hyvien ja huonojen vastausten erot**

Aikuisten vastaajien vastauksissa näkyy samankaltaisuutta nuorten aikuisten vastausten kanssa. Eniten hyviä ja samalla vähiten huonoja vastauksia sai sivusto 3. Sivusto 1 sai vähiten hyviä ja samalla eniten huonoja vastauksia. Sivusto 2 kuitenkin on määrällisesti hyvin lähellä sivustoa 1. (Kuvio 9.)



**KUVIO 9. Kaikkien sivujen hyvien ja huonojen vastausten erot**

Yli 60-vuotiaiden vastauksista näkee selkeän eron hyvien ja huonojen vastausten välillä. Sivusto 3 sai eniten hyviä vastauksia ja samalla myös vähiten huonoja vastauksia. Seuraavaksi eniten hyviä vastauksia ja vähiten huonoja vastauksia sai sivusto 4. Sivusto 1 sai eniten huonoja vastauksia ja vähiten hyviä vastauksia. (Kuvio 10.)



**KUVIO 10. Kaikkien sivujen hyvien ja huonojen vastausten erot**

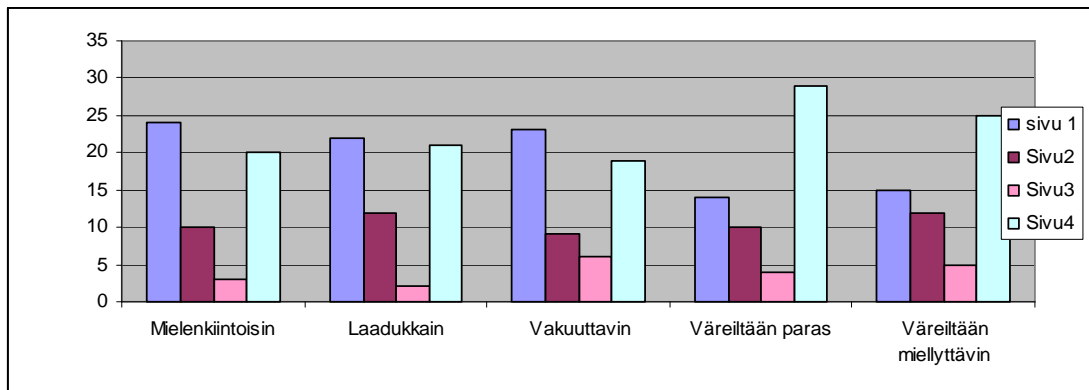
### *Kysymys 11*

11. kysymyksessä selvitetään vastaajan mielipiteet siitä, mitkä sivuista olivat mielenkiintoisimmat, laadukkaimmat, vakuuttavimmat, väreiltään parhaat sekä väreiltään miellyttävimmät (kuva 15).

11. Mikä edellisistä sivuista olivat mielestänne				
	Kouvolansanomat.fi	Ilme.fi	martat.fi	mieleenpainuva.com
Mielenkiintoisin	1	2	3	4
Laadukkain	1	2	3	4
Vakuuttavin	1	2	3	4
Väreiltään paras	1	2	3	4
Väreiltään miellyttävin	1	2	3	4

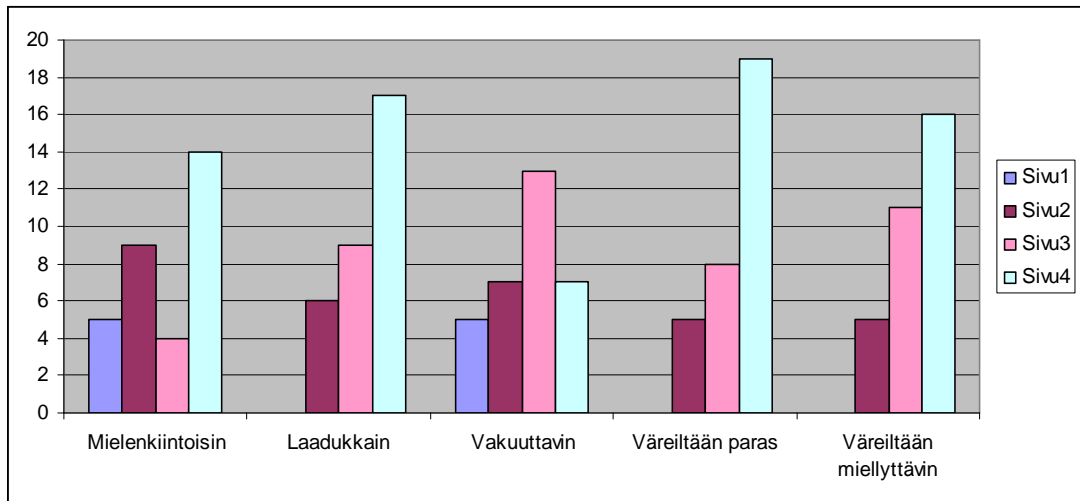
### KUVA 15. Kysymys 11

Nuorten vastaajien mielestä mielenkiintoisimmat olivat sivusto 1, laadukkaimmat sivusto 1, vakuuttavimmat sivusto 1, väreiltään parhaat sivusto 4 ja väreiltään miellyttävin sivusto 4 (kuvio 11).



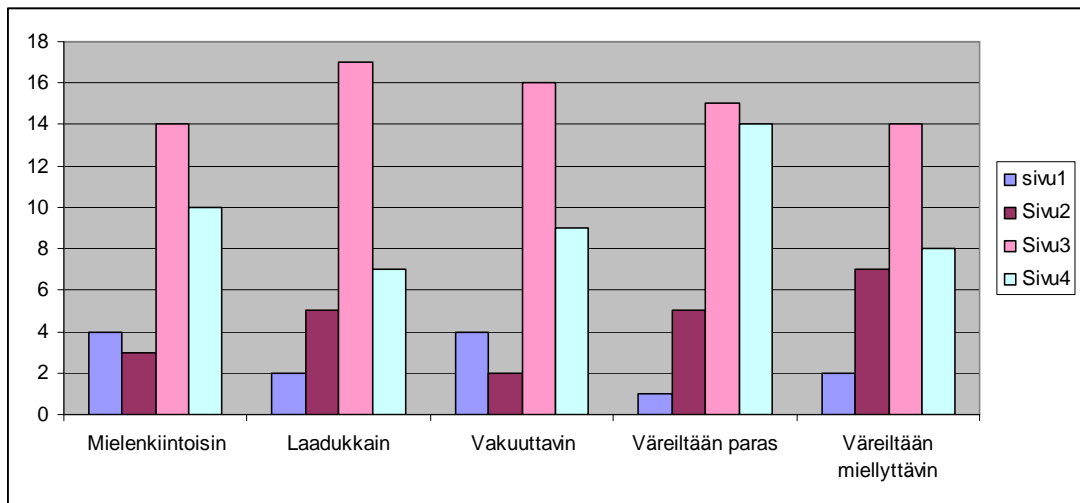
### KUVIO 11. Nuorten mielipiteet

Nuorten aikuisten mielestä mielenkiintoisimmat sivut ovat sivusto 4, laadukkaimmat sivusto 4, vakuuttavimmat sivusto 3, väreiltään parhaat sivusto 4 ja väreiltään miellyttävimmät sivusto 4. Sivusto 1 sai 0 pistettä kohdassa Laadukkain, Väreiltään paras sekä väreiltään miellyttävin. (Kuvio 12.)



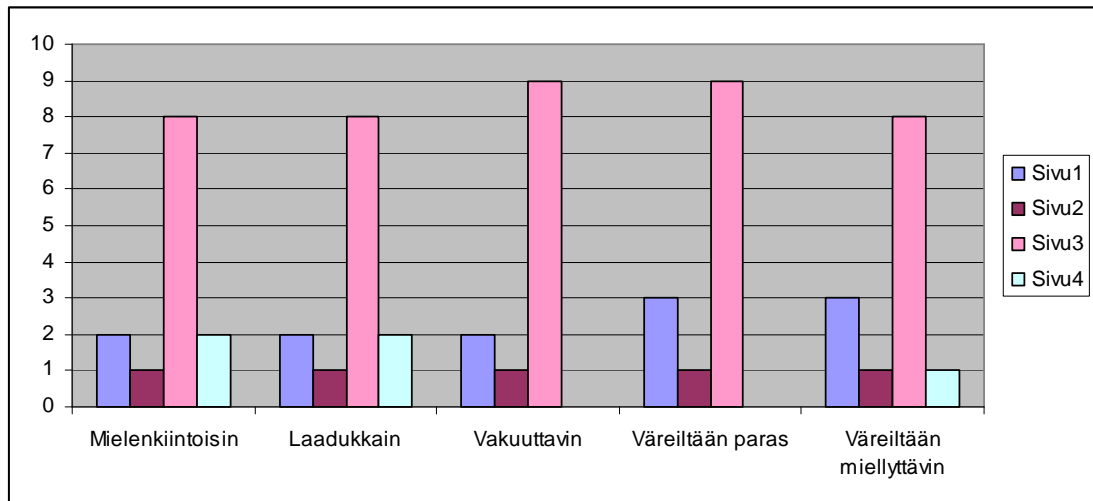
**KUVIO 12. Nuorten aikuisten mielipiteet**

Aikuisten vastaajien mielestä sivusto 3 oli mielenkiintoisin, laadukkain, vakuuttavin, väreiltään paras ja väreiltään miellyttävin. Seuraavana tulee sivusto 4. Viimeisinä sivusto 2 ja 1. (Kuvio 13.)



**KUVIO 13. Aikuisten mielipiteet**

Yli 60-vuotiaiden vastaajien mielestä sivusto 3 on paras. Kahdeksan vastaajista sanoo sen olevan mielenkiintoisin, kahdeksan sanoo sen olevan laadukkain, yhdeksän sanoo sen olevan vakuuttavin, yhdeksän sanoo sen olevan väreiltään paras ja yhdeksän sanoo sen olevan väreiltään miellyttävin. Sivusto 1 on kolmen vastaajan mielestä väreiltään paras ja kolmen mielestä väreiltään miellyttävin. Sivusto 4 on vastaajien mielestä vähiten vakuuttavin. (Kuvio 14.)



**KUVIO 14. Yli 60-vuotiaiden mielipiteet**

Jo alussa, kun kyselyihin alettiin vastata, huomasin kyselyssä puutteen. Kysymyksessä viisi ei ole vaihtoehtoa e. En koskaan. Kysymyksessä oli kuitenkin paljon sivuja, joita vastaajat eivät välttämättä ole koskaan käyttäneet. Kysymyksessä neljä voi valita Internet-palveluiden käyttötiheydeksi vaihtoehdon e.En koskaan. Vastauksia läpikäydessäni huomasin myös, että kysymyksessä kuusi on esimerkkisivut väärässä järjestyksessä. Vastaajille tästä tuskin on aiheutunut harmia.

## 5.2 Kyselyn tulokset

Vastauksia kyselyyn sain yhteensä 133 kappaletta mm. Mikkelin ammattikorkeakoulun aikuisopiskelijoilta, ystäviltäni ja sukulaisiltani Mikkelin, Kouvolan ja Kokkolan alueilta sekä Kuusankosken Naukion yläasteelta.

### *Sukupuolten välisiä eroja*

#### *Nuoret*

Nuorten vastauksissa naisten ja miesten välillä on eroa subjektiivista mielipidettä mittaavissa kysymyksissä. Sivusto 1 sai naisten kohdalla enemmän positiivisia vastauksia ja miesten kohdalla enemmän negatiivisia vastauksia. Sama toistuu sivustojen 2 ja 3 kohdalla. Sivusto 4 sai miehiltä ja naisilta positiivisia vastauksia.

Sivuston 1 kohdalla, subjektiivisen miellyttävyyden kohtaan 13 naiset vastasivat selkeästi miehiä negatiivisemmin. Miesten vastaukset jakautuivat molempiin suuntiin. Kohtaan 16 miehet ja naiset vastasivat positiivisesti. Molemmat sukupuolet pitivät siis

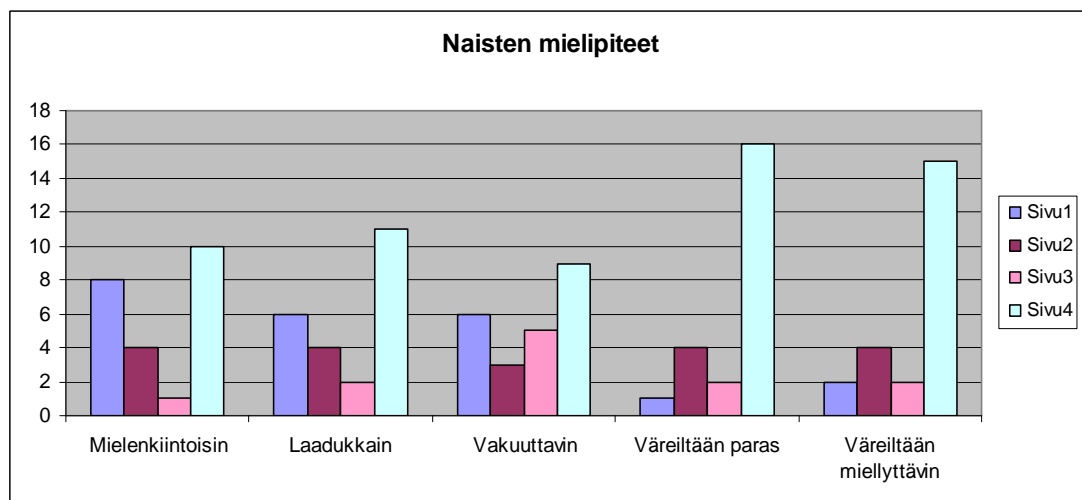
sivun värisommittelua onnistuneena. Vaikka naiset antoivat sivustolle 1 positiivisempia vastauksia, he eivät kuitenkaan pitäneet sivuston väreistä.

Sivuston 2 kohdalla, subjektiivisen miellyttävyyden kohtaan 13 naiset vastasivat miehiä positiivisemmin. Miehillä vastaukset jakautuivat molempiin suuntiin. Naiset siis pitivät sivuston 2 väreistä. Kohtaan 16 molemmat vastasivat positiivisesti. Sivustojen värisommittelu oli siis heidän mielestään onnistunutta.

Sivuston 3 kohtaan 13 miehet vastasivat naisia negatiivisemmin. Naisilla vastaukset jakautuivat tasaisesti molempiin suuntiin. Miehet eivät siis pitäneet sivuston 3 väreistä. Kohtaan 16 naiset vastasivat selkeästi miehiä positiivisemmin.

Sivuston 4 kohtaan 13 naiset vastasivat miehiä positiivisemmin. Miehillä vastaukset jakautuivat hieman positiivisiin. Naiset siis selkeästi pitivät sivuston 4 väreistä. Kohtaan 16 sekä miehet että naiset vastasivat positiivisesti. Sivustojen värisommittelu oli siis onnistunutta.

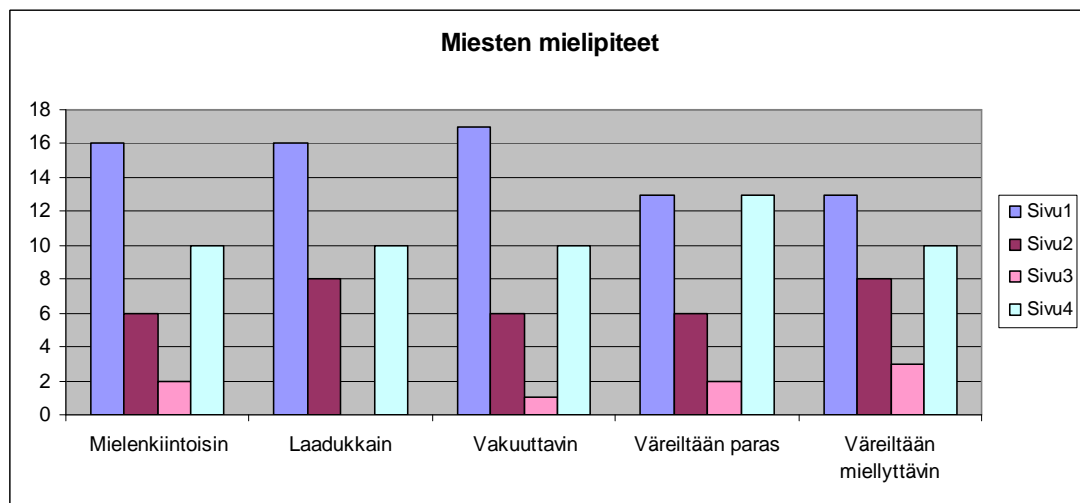
11. kysymyksen kohdalla naiset antoivat enemmän pisteitä sivustolle 4. Myös sivusto 1 sai pisteitä. (Kuvio 21.)



**KUVIO 21. Naisten mielipiteet**



Miehet antoivat enemmän pisteitä sivustolle 1. Myös sivusto 4 sai pisteitä. (Kuvio 22.)



**KUVIO 22. miesten mielipiteet**

Sivusto 3 sai sekä miesten että naisten kohdalla vähiten pisteitä. Molempien kohdalla sivusto 2 sai myös vähemmän pisteitä, kuin sivusto 1 ja 4.

Nuorten aikuisten vastauksissa naisten ja miesten välillä ei ole suuria eroja. Sivusto 2 jakaa naisten ja miesten mielipiteet.

#### *Nuoret aikuiset*

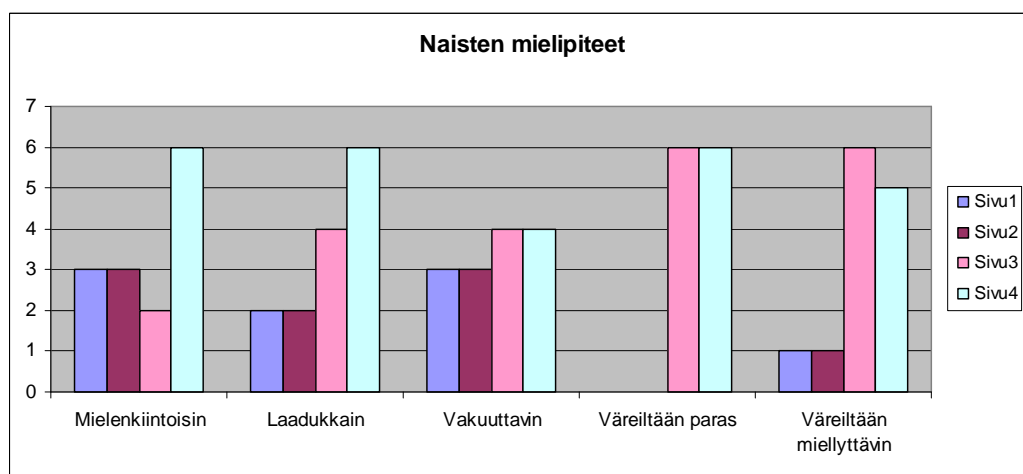
Sivuston 1 kohdalla, kohtaan 13 miehet vastasivat naisia negatiivisemmin. Kohtaan 16 miehet vastasivat naisia positiivisemmin. Miehet eivät siis pitäneet sivuston 1 väreistä, mutta pitivät sivujen värisommittelua onnistuneena.

Sivuston 2 kohdalla naiset antoivat miehiä enemmän negatiivisia vastauksia. Kohtaan 13 molemmat sukupuolet vastasivat negatiivisesti. He eivät siis pitäneet sivuston 2 väreistä. Kohtaan 16 miehet vastasivat naisia positiivisemmin. Miehet siis pitivät värisommittelua onnistuneena.

Sivuston 3 kohdalla vastaukset jakautuivat tasaisesti kohdassa 13. Kohtaan 16 molemmat sukupuolet vastasivat positiivisesti. Värisommittelu oli heidän mielestään siis onnistunut.

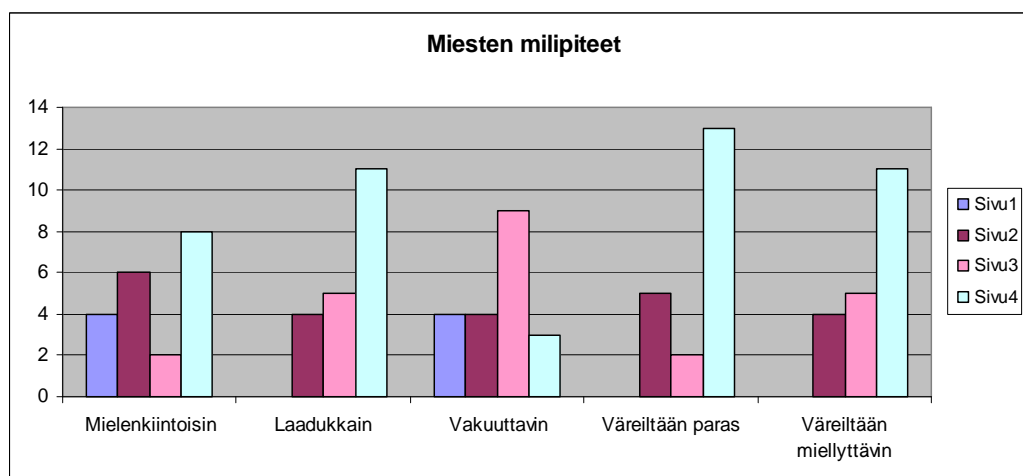
Sivuston 4 kohdalla kohtaan 13 sekä miehet että naiset vastasivat selkeästi positiivisemmin. Myös kohtaan 16 vastattiin positiivisesti. Miehet ja naiset siis pitivät sivuston 4 väreistä ja pitivät värisommittelua onnistuneena.

Naisilla pisteet mielipiteistä jakautuivat sivuston 3 ja 4 välille. Laadukkaimmat ja mielenkiintoisimmat sivut olivat selkeästi sivusto 4. Molemmat sivuista saivat pisteet väreiltään parhaat ja miellyttävimmät -kohdissa. Vähiten pisteitä annettiin sivustolle 1. Sivusto 3 ei kuitenkaan ollut mielenkiintoinen, vaikka saikin hyvät pisteet muissa kohdissa. (Kuvio 19.)



**KUVIO 19. Naisten mielipiteet**

Miehillä mielipiteet ovat hieman selkeämmät, kuin naisilla. Sivusto 4 sai parhaat pisteet jokaisessa kohdassa. Sivusto 1 sai pisteitä vain kahdessa kohdassa. (Kuvio 20.)



**KUVIO 20. miesten mielipiteet**

*Aikuiset*

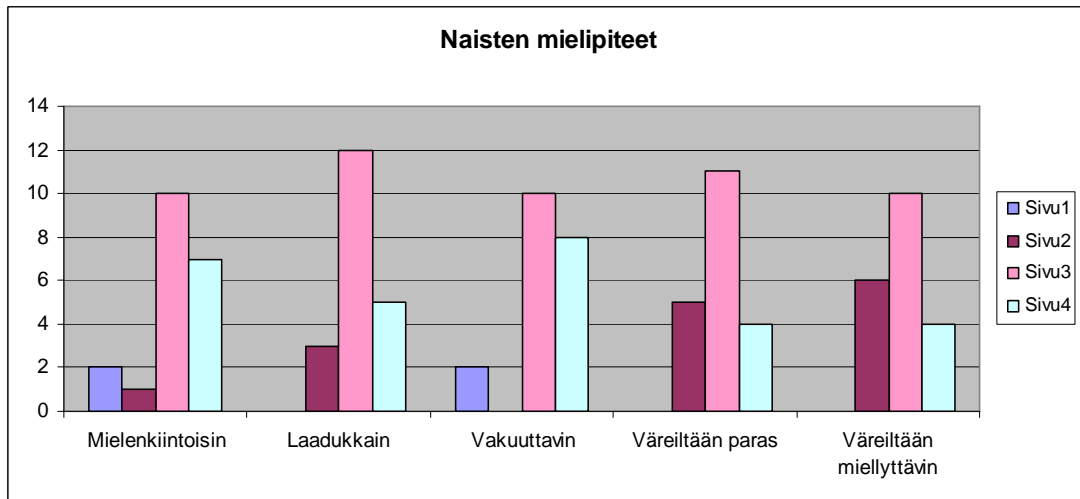
Sivuston 1 kohdalla naiset vastasivat negatiivisesti ja miehet positiivisesti. Kohtaan 13 molemmat vastasivat negatiivisesti. Kohtaan 16 enemmistö miehistä ja naisista vastasi negatiivisesti. Kumpikaan sukupuoli ei siis pitänyt sivustojen väreistä eikä pitänyt sivustojen värisommitelua onnistuneena.

Sivuston 2 kohdalla molemmat sukupuolet vastasivat enemmän negatiivisesti. Kohtaan 13 naiset vastasivat selkeästi miehiä negatiivisemmin. Kohtaan 16 molemmat sukupuolet vastasivat negatiivisesti. Naiset pitivät siis sivuston väreistä miehiä vähemmän, mutta kumpikaan ei pitänyt sivuston värisommitelua onnistuneena.

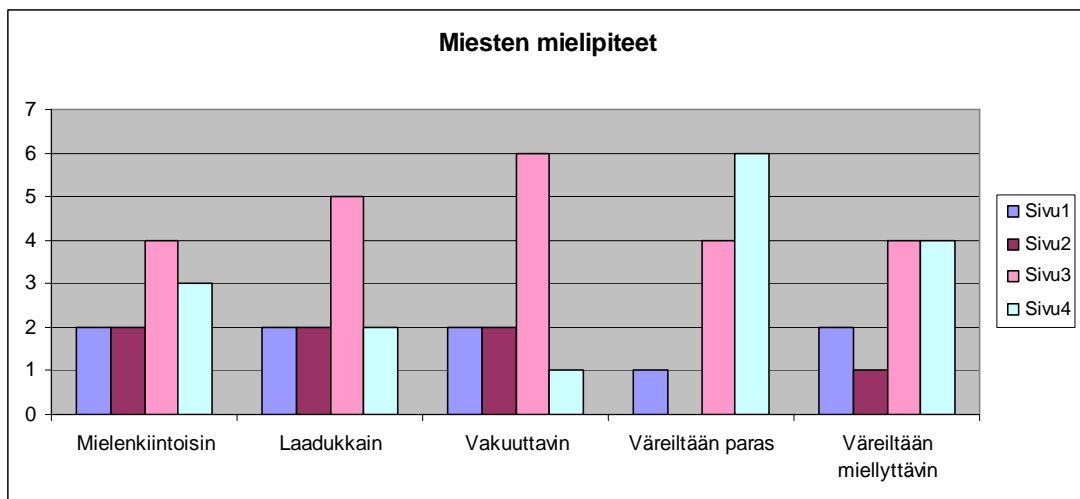
Sivuston 3 kohdalla, kohtaan 13 enemmistö naisista vastasi positiivisesti. Miehillä vastaukset jakautuivat molempiin suuntiin. Kohtaan 16 naiset vastasivat positiivisesti ja miesten vastaukset jakautuivat tässäkin molempiin suuntiin. Naiset pitivät sivuston 3 väreistä ja pitivät sivustojen värisommitelua onnistuneena.

Sivuston 4 kohdalla naiset vastasivat kohtaan 13 selkeästi miehiä positiivisemmin ja kohtaan 16 naiset vastasivat selkeästi miehiä negatiivisemmin. Sivuston 4 väreistä pitivät selkeästi enemmän naiset, mutta naiset eivät kuitenkaan pitäneet värisommitelua onnistuneena.

Mielipidettä mittaavissa kysymyksissä ei ollut suuria eroja naisten ja miesten välillä. 30–59-vuotiaiden naisten vastaukset mielipiteistä ovat melko selkeitä. Sivusto 3 on sivuista selkeästi paras. Myös sivusto 4 sai pisteitä mielipidekysymyksissä. Sivusto 1 sai pisteitä vain kahdessa kohdassa. (Kuvio 17.)



**KUVIO 17. Naisten mielipiteet**



**KUVIO 18. Miesten mielipiteet**

Erot miesten ja naisten mielipiteillä eivät ole suuret. Sivusto 3 sai eniten pisteitä mielipidekysymyksissä myös miesten kohdalla. Miesten kohdalla sivusto 4 sai naisia enemmän pisteitä. Myös sivusto 1 sai pisteitä jokaisessa kysymyskohdassa. (Kuvio 18.)

*Yli 60-vuotiaat,*

Yli 60-vuotiaiden vastaajien subjektiivista mielipidettä mittaavissa kysymyksissä miesten ja naisten erot eivät olleet suuria. Naisilla mielipiteet olivat miehiä selkeämpiä.

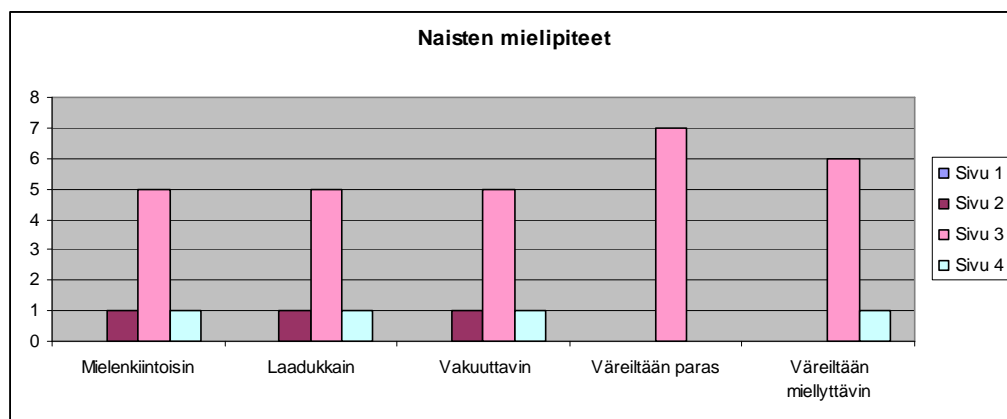
Sivuston 1 kohdalla kohtaan 13 naiset vastasivat selkeästi miehiä negatiivisemmin. Naiset eivät pitäneet sivuston väreistä, kun taas miehet pitivät.

Sivustolle 2 naiset antoivat miehiä enemmän positiivisia vastauksia. Kohtaan 13 miehet vastasivat naisia positiivisemmin. Kohtaan 16 naiset vastasivat selkeästi positiivisemmin.

Sivuston 3 kohdalla molemmat antoivat kohtaan 13 selkeästi positiivisia vastauksia. Myös kohtaan 16 molemmat vastasivat positiivisesti. Sivustojen värit miellyttivät siis molempia sukupuolia ja sivustojen värisomittelua pidettiin onnistuneena.

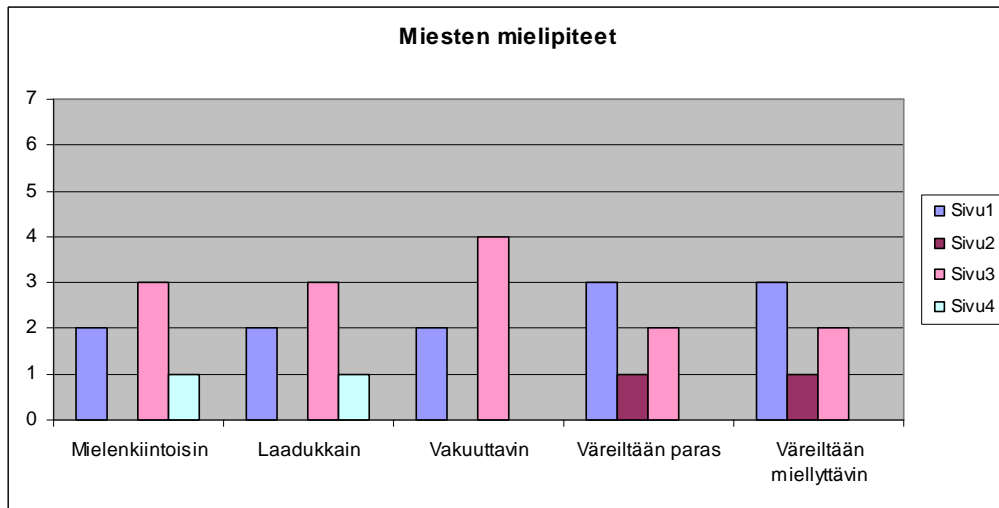
Sivuston 4 kohdalla naiset vastasivat miehiä positiivisemmin kohtaan 13. Kohtaan 16 molemmat vastasivat positiivisesti. Naiset pitivät siis sivustojen väreistä ja molemmat sukupuolet pitivät värisomittelua onnistuneena.

11. kysymyksessä selvitettiin yleisiä mielipiteitä sivuista. Naisilla on selkeä linja sivujen miellyttävyydessä. Sivusto 3 sai parhaat pisteet kaikissa kysytyissä kohdissa. Sivusto 1 taas ei saanut lainkaan pisteitä, missään kysytyissä kohdissa. (Kuvio 15.)



**KUVIO 15. Naisten mielipiteet**

Miehillä mielipiteet jakautuvat enemmän, kuin naisilla. Sivusto 3 on miestenkin vastausten perusteella paras, mutta sivusto 1 sai myös pisteitä kaikissa kysytyissä kohdissa. (Kuvio 16.)



**KUVIO 16. Miesten mielipiteet**

Sivusto 2 ja 4 ovat molempien, sekä miesten että naisten, vastauksissa samalla tasolla. Molemmat saivat vastauksia, mutta eivät läheskään yhtä paljon kuin sivusto 1 ja 3.

Vastauksia läpikäydessä on otin huomioon laiskottelijat. Naukion vastauksissa 11. kysymykseen vastattiin usein käyttäen vain yhtä vaihtoehtoa. Esimerkiksi vaihtoehto 1 tai 4 oli valittu kaikkiin kohtiin. Kysymykseen viisi vastattiin aikuisten kohdalla usein asteikon ulkopuolelle. Kuten kysymyksissä esiin tulleissa seikoissa mainitaan, kysymyksessä ei ollut vastausvaihtoehtoa e. en koskaan. Nämä asteikon ulkopuolelle merkityt vastaukset huomioin vastausvaihtoehto d. Harvoin mukaan.

#### *Kyselyssä esiin tulleita seikkoja*

Kyselyyn vastanneet henkilöt antoivat hyvin palautetta kyselyyn liittyvistä seikoista. Useimmin kyselyyn kaivattiin ”Ei koskaan”-vaihtoehto 5. kysymykseen (kuva 13). Kyselyihin oli kirjoitettu muun muassa seuraavia kommentteja: ”Vaihtoehtoissa pitäisi olla mahdollisuus antaa vastaus ”ei vaikutusta / en osaa sanoa”. Esim. värit helpottivat lukemista -> väreillä ei ole vaikutusta lukemiseen”, ”Mielestäni vastenmielisen vastakohta on miellyttävä eikä viehättävä. Kuka käyttää sanaa viehättävä nykyään?”, ”30–59 liian iso jakauma”, ”Liikaa samantyyppisiä määritelmiä”, ”11. kysymys: omituinen kysymyksen asettelu”, ”11.kysymys hieman harhaanjohtava. Vrt. muut kohdat ja niiden vaihtoehdot. Täyttäjän oltava tarkka.”.

Sivuston 1 kohdalla sanottiin muun muassa, että ”sivut ei avaudu/avautuu hitaasti” ja ”sivut kaatuivat”. Sivuston 2 sanottiin olevan ”Sekavat sivut”. Sivustolla 4 sanottiin olevan ”Liikaa tavaraa, ei löydä mitään”

### 5.3 Päätelmät

Vastauksista voidaan selkeästi päätellä, että iällä on väliä. Mielipiteet kyselyyn otetuista Internet-sivuista erosivat suuresti eri ikäluokkien kohdalla. Vanhemmat vastaajat pitivät selkeästi sivustosta 3. Nuorten kohdalla sivusto 3 ei juuri saanut huomiota. Sivusto 1 oli selkeämmin nuorten mieleen. Kuten kohdassa 3.1 kerrotaan, tulee ikä ottaa huomioon Internet-sivuja suunniteltaessa.

Kysymyksen 11 perusteella voidaan päätellä, että sivusto 3 miellyttää eniten vanhempia ihmisiä. Sivuston 3 miellyttävyys kasvaa iän noustessa. Nuoria sivusto 3 miellyttää vähiten. Sivusto 2 on mielenkiintoisin nuorten aikuisten keskuudessa. Kenties siksi, että sivut muistuttavat Apple Mac- käyttöjärjestelmän ulkoasua.

Naisten ja miesten vastausten välillä ei ole suuria eroja, mutta vastauksista voidaan mielestäni päätellä, että naiset muodostavat herkemmin mielipiteen jompaankumpaan suuntaan. Miesten vastaukset jakautuivat jokaisessa ikäryhmässä enemmän tasaisesti.

Tekemäni kyselyn perusteella en saanut haluamiani vastauksia Internet-sivujen visuaalisuuteen liittyen. Sain vastauksia iän vaikutukseen sivujen yleismielipiteisin, mutta en saanut selkeitä vastauksia sivujen väriytyksestä. Takerruin kyselyssä liikaa käytettävyyteen ja yleiseen visuaalisuuteen. Jotta olisin saanut juuri väreihin liittyviä vastauksia, olisi kysely pitänyt tehdä eritavalla. Subjektivistä miellyttävyyttä mittaavissa kysymyksissä olisi pitänyt olla enemmän väreihin liittyviä kysymyksiä. Kyselyyn otetut Internet-sivutkin vaikuttivat paljon vastauksiin. Paremmin väreihin liittyviä kysymyksiä olisi saatu, tekemällä esimerkkisivusto eri väri vaihtoehtoilla. Näin olisi voitu verrata värien vaikutusta yhden sivuston miellyttävyyteen.

Olin myös suunnitellut tekeväni kyselyn 9-10-vuotiaille, mutta heitä oli vaikeaa saada vastaamaan kyselyyn. Lisäksi kysely olisi ollut liian monimutkainen juuri koulun aloittaneille lapsille. Päätin siis jättää kyseisen ikäluokan pois kyselystä.

## 6 PÄÄTÄNTÖ

Halusin opinnäytetyössäni tehdä jotakin visuaalisuuteen liittyvää ja päädyin tekemään tutkimuksen Internet-sivujen visuaalisuudesta. Haluaisin selvittää, vaikuttaako ikä ja sukupuoli mielipiteisiin Internet-sivujen visuaalisuudesta. Halusin myös selvittää, miten värit vaikuttavat eri-ikäisiin ja sukupuolisiin ihmisiin. Samalla halusin oppia enemmän väreistä ja värien vaikutuksista sekä värien kulttuurieroista.

Opinnäytetyöni teoriaosuudessa (luvut 2-4) kävin läpi visuaalisuuteen liittyviä asioita, kuten typografiaa ja värejä. Kerroin myös värien vaikutuksista ja niiden kulttuurieroista. On selvää, että väreillä on eri kulttuureissa täysin erilaiset merkitykset, joten se kannattaa ottaa huomioon mitä tahansa visuaalista työtä tehdessä. Kerroin myös hieman teoriaa kyselyn tekemisestä ja kävin läpi tekemäni kyselyn sisällön, siinä käytetyt kysymykset sekä saamani vastaukset.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia miten Internet-sivujen visuaaliset seikat vaikuttavat eri-ikäisiin ja sukupuolisiin ihmisiin. Tekemäni tutkimuksen avulla tarkoituksena oli selvittää onko visuaalisuudella väliä.

Vastauksia kyselyyni sain kiitettävästi. Mikkelin ammattikorkeakoulun aikuiskoulutuksen oppilaat vastasivat kyselyyni ja heistä sainkin suurimman osan 30–59-vuotiaiden vastauksista. Nuorten vastaukset sain Kuusankosken Naukion yläasteelta ja myös nuorilta sukulaisiltani. Pyysin luokkatovereitani ja ystäviäni myös vastaamaan kyselyyn ja näin sain paljon vastauksia 20–29-vuotiaiden ikäluokkaan. Yli 60-vuotiaiden vastaajien löytäminen oli hankalaa, mutta sukulaiseni auttoivat tässäkin.

Tuloksista voitiin päätellä vain, että iällä on suuri merkitys. Huomasin myös, että naiset muodostavat jyrkempiä mielipiteitä miehiä paremmin. Jotta olisi saatu selville miten sukupuoli ja värit vaikuttavat mielipiteisiin, tutkimuskysely olisi pitänyt tehdä eritavalla. Näin jälkikäteen ajatellen, olisin valinnut kyselyn Internet-sivutkin eritavalla.

Vaikka tekemäni kyselyn tulokset jäivät avoimiksi uskon, että tutkimuksia visuaalisuudesta tullaan tekemään paljon. Internet-sivut ovat nykyään niin suuressa roolissa ihmisten elämässä, että niiden visuaalisuuttakin tullaan huomioimaan enemmän.



## LÄHTEET

Sinkkonen, Irmeli, Kuoppala, Hannu, Parkkinen, Jarmo & Vastamäki, Raino 2002. Käytettävyyden psykologia. Helsinki: Edita Prima Oy.

Kuutti, Wille 2003. Käytettävyys, suunnittelu ja arviointi. Saarijärvi: Gummerus kirjapaino Oy

Rihlana, Seppo 1997. Värioppi. Tampere: Tammer-Paino Oy

Heikkilä, Tarja 1998. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy. 2002?

Vahvaselkä, Hanna 2010. Sähköpostikeskustelu 22.2 - 25.2.2010. Kuvataiteilija / opettaja.

Arnkil, Harald, 2007. Värit havaintojen maailmassa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Toikkanen Rita, 2003. Tyylikäs julkaisu. Helsinki: Edita Prima Oy.

Itkonen Markus, 1999. Typoteesejä, tarkan typografian opas. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Pekonen Osmo, 2003. Elämän värit. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino oy.

Toikkanen Rita, 2003. Tyylikäs julkaisu, painotyön ja verkkosivujen suunnittelu ja toteutus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Pesonen Soili & Tarvainen Juha, 2003. Julkaisun tekeminen. Jyväskylä: Docendo Finland Oy.

Itten Johannes, 1998. Värit taiteessa. Wemding, Saksa: Appl

Turun yliopisto, 2010. Värioppia, prusvärit eli päävärit. Opintomateriaali. www-dokumentti. [http://vanha.edu.utu.fi/tokl/tata/kuvataide/oppimateriaalia\\_colors2.htm](http://vanha.edu.utu.fi/tokl/tata/kuvataide/oppimateriaalia_colors2.htm). Päivitetty 17.2.2010. Luettu 15.4.2010.

Haapanen Lauri, 2007. Kaiken mailman värit. Kehitysyhteistyön palvelukeskus KEPA. Kumppani Lehti 6/7. Verkkolehti. [http://www.kepa.fi/kumppani/arkisto/2007\\_6-7/5825/](http://www.kepa.fi/kumppani/arkisto/2007_6-7/5825/). Ei päivitystietoja. Luettu 20.4.2010.

De Bortoli Mario & Maroto Jesús 2001. Colours Across Cultures: Translating Colours in Interactive Marketing Communications. University of Paisley. PDF-dokumentti. <http://www.globalpropaganda.com/articles/TranslatingColours.pdf>. Päivitetty 30.12.2008. Luettu 19.4.2010.

Junnila Leena. Vauvat katselijoina, vauva ja värit. www-dokumentti. <http://www.onnijailona.fi/alavarit.htm>. Päivitetty 19. 1. 2009. Luettu 15.5.2010.

Hintsanen Päivi 2000. Päävärit. www-dokumentti. <http://www.coloria.net/yleis/paavarit.htm>. Päivitetty 28.7.2008. Luettu 15.5.2010.

Väriympyrä. 2010. www-dokumentti. <http://www.cs.uta.fi/ipoppla/www/ipoppla00/koku/variympyra/variympyra.html>. Päivitetty 9.1.2007. Luettu 20.12.2009.

Rungen väripallo. www-dokumentti. <http://www.hs.fi/thickbox/kuva/1135233133021?KeepThis=true>. Ei päivitystietoja. Luettu 2.12.2009.

## Värien symboliikka

Värien symboliikka eri maailmanosissa			
Kulttuuri / Maa	Väri	Merkitys	Esimerkki
Pohjois-Amerikka			
	Punainen	Innostus, varoitus, intohimo, aviorikos, pelastus, turvallisuus, tulisuus	Palokunta, Kanadan poliisin univormut
	Keltainen	Näkyvyys, varoitus, onnellisuus, aurinkoisuus, arkuus	
	Sininen	Luotettavuus, virallisuus, filosofia, rauhoittava	Blues musiikki
	Vihreä	Ympäristö, luonto, maskuliinisuus, tuoreus, terveys, kateus, kokemattomuus	
	Oranssi	Näkyvyys, virkistävä, vaara	Auringonlasku, hedelmät, vankila-asut
	Purppura / Violetti	Aatelisuus, urheus, laki, ylimäärä	Purppurasydän; kunniamerkki armeijan palveluksessa haavoittuneille
	Pinkki /Vaaleanpunainen	Naisellisuus, lapsuus, hauskuus, herttaisuus, homoseksuaalisuus	Tyttövauvat, karkki
	Ruskea	Tylsyys, hedelmällisyys, vahvuus, käsittelemätön	
	Kulta	Raha, Vauraus	
	Musta	Kuolema, paha, synti, merkityksettömyys, aikuisuus, virallisuus	
	Valkoinen	Puhdas, viaton, antiseptinen	
	Hopea	Tyylikäs, moderni, sileä	Miesten tuotteet, auton osat, työkalut
	Harmaa	Nöyryys, suru, masennus, vahvuus, viisaus	Vanhusten hiukset, teräs

## Värien symboliikka

<b>Latinalainen Amerikka</b>			
	punainen	Aurinkoisuus, uskonto, eloisuus, kuolema	Atsteekkien väri pohjoiselle
	Keltainen	Aurinko	
	Sininen	Suru, luottamus, tyyni	Käytetään läheisen kuoltua
	Vihreä	Kasvillisuus	
	Kulta	Vauraus	Pappien kaavut
	Musta	Suru, uskonto, kunnioitus	
	Valkoinen	Viaton, puhdas	
<b>Väli-Amerikka</b>			
	Punainen	Afrikkalainen perimä, luonto, eläimet	Kukat, linnut
	Vihreä	Rehevä kasvusto	Eläimet
	Keltainen	Afrikkalainen perimä, luonto, eläimet	Jamaikan lippu
	Pinkki /Vaaleanpunainen	Rakennuskulttuuri	Puerto Ricolainen arkkitehtuuri
	Sininen	Vesi, eläimet	
	Valkoinen	Puhdas, viileä, auktoriteetti	Poliisien univormut
	Oranssi	Eläimet	
	Kulta	Rikkaudet, piratismi	
	Hopea	Rikkaudet, piratismi	
	Ruskea	Alkoholi	Karibialainen rommi
<b>Etelä-Amerikka</b>			
	Hopea	Ammattitaito	
	Punainen	Ammattitaito	Korit, keramiikka
	Sininen	Taivas, vapaus, ikuisuus, siunaus, meri	Argentiinan lippu
	Keltainen	Uskonto, seremoniallisuus, näkyvyys, vauraus	Uskonnolliset pyhäinjäännökset
	Valkoinen	Valo, viileys, viattomuus, saavutus, pyrkimys	Lumi
<b>Brasilia</b>			
	Punainen	Näkyvyys, eloisuus	

## Värien symboliikka

	Purppura / Violetti	Suru	
	Vihreä	Ympäristö	Sademetsä
	Oranssi	Ympäristö	
	Ruskea	Luonto	Puu, pähkinät
	Musta	Sivistyneisyys, auktoriteetti, suru, uskonto, virallisuus	uskonnolliset vaatteet, viralliset vaatteet
<b>Länsi-Eurooppa</b>			
	Musta	Suru, virallisuus, kuolema, pahuus, sivistyneisyys	uskonnolliset vaatteet, viralliset vaatteet
	Valkoinen	Puhtaus, viattomuus, hyvyys, tyhjyys, paljas, neutraali, antiseptinen, luovuttaminen	Hoitajien vaatteet
	Harmaa	Arkkitehtuuri, viisaus, kokemus	Sementti
	Hopea	Maskuliinisuus, teknologia, kallis, Ammattitaito	Aseet
	Punainen	Rakkaus, romanttisuus, optimismi, varoitus, tarmokkuus	Autot, liikennemerkit
	Keltainen	Näkyvyys, vaara, laatu	
	Sininen	Taivas, tyyni, tunne, vastuu	Taide, turva-alan univormut
	Vihreä	Luonto, varmuus, kateellisuus, kokemattomuus...	Leikkausvaatteet, ekologinen symboli
	Oranssi	Näkyvyys, halpa, kova	Varoituskyltit
	Ruskea	Maskuliinisuus, maa	Puu, turkikset
	Purppura / Violetti	Luksus, voima, turhamaisuus, aatelisuus	Kuninkaalliset värit
	Pinkki /Vaaleanpunainen	Herkkä, siro, flirtti, naisellisuus, rauhoittava	Tyttöjen vaatteet
	Kulta	Luksus, mystinen, rikkaus, yletön	
<b>Englanti</b>			
	Punainen	Voima, auktoriteetti, hallitus, temperamentti	Bussit
	Keltainen	Näkyvyys	Sadetakit

## Värien symboliikka

	Sininen	Tyyni, arvokkuus, etiketti	Skottilainen sotamaalaus, viralliset vaatteet
	Vihreä	Ympäristö, Katolisuus, laatu	Neliapila
	Ruskea	Maa, rehellisyys, työvoima	Maaperä
	Kulta	Kuninkaallisuus,	Kuninkaallisen kruunun väri
	Purppura / Violetti	Kuninkaallisuus,	Kuninkaallisen kruunun väri
	Musta	Suru, kuolema, arvokkuus	Taksit
	Valkoinen	vapaa-aika, urheilu, tila	
	Harmaa	Sivistyneisyys, perinteinen, voima	Teollisuuskaupunki
	Oranssi	Protestantti	Irlannin lippu
<b>Ranska</b>			
	Punainen	Veri, intohimoinen rakkaus, himo, viriili	
	Keltainen	Kesä, ilo	Hedelmät
	Sininen	Vesi, luottamus, varmuus	
	Vihreä	Luonto	
	Kulta	Koristus, valo, luksus	Shampanja, Pariisin valot
	Oranssi	Maa	
<b>Saksa</b>			
	Valkoinen	Luonto	Lumi, vuoristo
	Sininen	Luottamus, neutraali, romantiikka, meri	
	Keltainen	Pelkuruus, vaino, auringonvalo	
	Hopea	Sivistys	
	Vihreä	Maa	
	Kulta	Raha, vauraus	Sveitsin pankkitilit
	Ruskea	Maa	Sveitsiläinen suklaa, maaperä
<b>Skandinavia</b>			
	Sininen	Vesi, puhtaus, köyhyys	Sairaalaravikkeet
	Vihreä	Steriili	
	Keltainen	Sydän, lämpö	
	Oranssi	Sydän, lämpö	Aurinko

## Värien symboliikka

	Valkoinen	Pahuuden torjunta, rauha, luonto	Jää, jäätiköt
	Punainen	Vahvuus	Eric the Red; Viikinki Erik Punainen
<b>Hollanti / Alankomaat</b>			
	Punainen	Luonto, hallitus, kuninkaallinen	Tulppaanit, kuninkaallisen kruunun väri
	Vihreä	Ekologinen	Greenpeace
	Ruskea	Arkkitehtuuri, viisaus, kokemus	Puukengät, tuulimyllyt
	Keltainen	Ruoka	Juusto, voi
<b>Espanja / Portugali</b>			
	Musta	Voima, kuolema, hurskaus	Härät
	Keltainen	Maanpetos	
	Vihreä	Uskalias, halpa, maatalous	Viinitarhat
	Oranssi	Veri, aggressio	Flamenco, härkätaistelijat
	Harmaa	Vahvuus	Rock of Gibraltar; Gibraltarilta löytyvä kalkkikiviniemi
<b>Italia</b>			
	Punainen	Valo, lojaalisuus	Italian lippu, ravintolat
	Sininen	Suru, tuomitseva, taivas, puhtaus	
	Purppura / Violetti	Aatelinen, kärsimyksen sietokyky	Marttyyrien asusteet
	Kulta	Vauraus, luksus, jumalainen, ahneus	Kirkon koristeet
	Musta	Inhimillisuus, kuolema, suru	
	Hopea	Vauraus, luksus, ammattitaito	
	Valkoinen	Siveys, puhtaus	
	Ruskea	Maa, katumus, inhimillisuus	
<b>Itä-Eurooppa / Kreikka</b>			
	Punainen	Rakkaus, syksy	Viini, kukkaset

## Värien symboliikka

Keltainen	Kevät	
Vihreä	Vesi, maa, jumalallisuus, viisaus	
Purppura / Violetti	Aatelinen	
Musta	Talvi	
punainen	Kommunismi, vallankumous, kauneus	Punainen tori, sana "kaunis"
Keltainen	Luonto	Auringonkukka, venäläinen häiden väri
Kulta	Ylimystö	Ukrainan vaakuna
Sininen	Toivo, puhtaus, rauha, tyyni	Neitsyt Maria
Hopea	Uskonto	Georgialainen taide
Sininen	Parantuminen, pahuuden torjunta, vauraus	Pahan silmä; sininen lasikoru
punainen	Hedelmä, luonto	Kukat, kirsikat, aprikoosit, viikunat
Purppura / Violetti	Luonto	Kukat, kivi
Valkoinen	Luonto	Kukat, kivi
Kulta	Luonto	Kukat, kivi
Pinkki /Vaaleanpunainen	Linnut	Flamingot
Punainen	Lääke	Liettuan ja Latvian liput
Sininen	Taide	
Valkoinen	Viisaus, siisteys	
Kulta	satu	Latvialainen meripihka
Vihreä	Luonto	Mäntymetsät
Punainen	Rakkaus, uhraus, synty, veri, viha, vahvuus	
Keltainen	Pyhyys	Sädekehä
Sininen	Jumala, kunnia	Israelin lippu
Purppura / Violetti	Meri, jumalallisuus	
Kulta	Koristus	



## Värien symboliikka

	Valkoinen	Luonto, armo, rauha, viisaus	
<b>Egypti</b>			
	Keltainen	Sielu, aurinko, iloisuus, menestys	Kivi, mehiläiset
	Sininen	Totuus, oikeus, lisääntyminen, usko	
	Vihreä	Hedelmällisyys, kasvillisuus	
	kulta	Vauraus	
<b>Afrikka</b>			
	Punainen	Kuolema, verenvuodatus	Suruvaatetus
	Vihreä	Hedelmällisyys, kasvillisuus	Puut
	Valkoinen	Voitto, puhtaus	Nuorten tyttöjen vaatteet
	Keltainen	Korkea-arvoinen	Heimopäällikön vaatteet
	Musta	Ikä, kypsyyys, maskuliinisuus	
	Kulta	Elämän jatkuvuus	
	Ruskea	Maa	maaperä, keramiikka
<b>Aasia</b>			
	Punainen	Kommunismi, juhla, hallitus, tuli, kesä, onni, ilo	Häävaatetus
	Keltainen	Maa, voima, kuninkaallisuus, aurinko, maskuliinisuus, iloisuus	
	Sininen	Taivas, vesi	
	Vihreä	Toivottavuus, kevät, nuoruus, syntymä	Jade
	Oranssi	Rakkaus, onnellisuus, inhimillisyys, terveys, kuolemattomuus	Buddhalaisten munkkien vaatteet
	Kulta	Arvokkuus, maine, vauraus, status, koriste	Kultaiset kirjaimet punaisella taustalla tarkoittavat äärimmäistä menestystä
	Musta	Vesi, elämä, pysyvyys, tuntematon	
	Valkoinen	Kuolema, suru, puhtaus, neutraali, länsi, kevät	Hautajaisvaatteet

## Värien symboliikka

<b>Singapore / Malesia</b>			
	Punainen	Parantumisen	
	Keltainen	Kuninkaallisuus, auktoriteetti	
	Vihreä	Yhteys Islamiin	
	Oranssi	Virallisuus	
	Musta	Suru	Hautajaisvaatteet
	Valkoinen	Arvostus	
<b>Thaimaa</b>			
	kulta	arkkitehtuuri	Temppelikoristeet
	punainen	Buddhalaisuus	Buddhalaiset kaavut
	Keltainen	Nirvana	
<b>Etelä-Korea</b>			
	Punainen	Onni, veri	Juhlavaatteet
	Keltainen	Ilo, onnellisuus	Kihlat
	Sininen	Suru	
	Kulta	Koristus	
	Musta	Pimeys, mysteerisyys, suru, vesi	
<b>Indonesia</b>			
	Punainen	Viha, juhla	Hääpuku
	Sininen	surullisuus	
	Kulta	Koristus	
	Ruskea	Maa	Maaperä
<b>Japani</b>			
	Punainen	Veri, intohimo, itsensä uhraaminen, vahvuus	
	Keltainen	Auringonvalo, luonto	
	Oranssi	Rakkaus, onnellisuus	
	Purppura / Violetti	Kuninkaallisuus	
	Pinkki /Vaaleanpunainen	Kevät, naisellisuus, nuoruus, terveys	
	Ruskea	Maa, vahvuus, kestävyys	
	Kulta	Koristus, vauraus, maine	
	Hopea	Maskuliinisuus, huipputeknologia, tarkkuus	
	Musta	Yö, tuntematon, mysteeri, viha, olemattomuus	
	Valkoinen	Kuolema, suru	

## Värien symboliikka

<b>Intia</b>			
	Punainen	Syntymä, hedelmällisyys	Bindi, Henna-värit, Hääpuvut
	Keltainen	Aurinko, kaupankäynti	
	Sininen	Taivas, rakkaus, totuus, armo	Krishnan iho (Hindujumala)
	Vihreä	Luonto	
	Pinkki /Vaaleanpunainen	Onnellisuus, toivo	
	Oranssi	Kuolema, kapinallinen	Hindulaisten munkkien kaavut, käärinliina (avioituneet naiset)
	Musta	Laiskuus, viha, suvaitsemattomuus	Sudra(Hindulaisen kastijärjestelmän alin taso)
	Valkoinen	Luonti, uudelleensyntymä, valo, tyyneys, reinkarnaatio	Brahman (Hindulaisen kastijärjestelmän ylin taso)
<b>Australia / Uusi Seelanti</b>			
	keltaruskea	Maa	Aavikko, bambut
	Valkoinen	Meri	Koralliriutat
	Oranssi	Eläimet	
	Keltainen	Ylösnousemus, uudelleensyntymä	Pääsiäinen
	Punainen	Aurinko	
	Sininen	Vesi	
	Vihreä	Ammattitaito	Käsityö, luonto
	Ruskea	Maa	Maaperä

## **Tutkimus Internet-sivujen visuaalisesta ilmeestä**

Ympyröi vastauksesi

1. Sukupuoli:                      a. Nainen                              b. Mies
2. Ikä:                              a. 6-10  
  b. 11-19  
  c. 20-29  
  d. 30-59  
  e. 60-
3. Koulutus:                      a. Kansakoulu / Keskikoulu / Peruskoulu  
  b. Ammattitutkinto  
  c. Ylioppilastutkinto  
  d. Yliopistotutkinto / Korkeakoulututkinto

4. Kuinka usein käytätte Internet-palveluita

- a. Päivittäin  
b. Usein  
c. Satunnaisesti  
d. Harvoin  
e. En koskaan

5. Kuinka usein käytätte seuraavia Internet-palveluita. Ympyröikää vaihtoehto.

	a.Päivittäin	b.Usein	c.Satunnaisesti	d.Harvoin
www.mtv3.fi	1	2	3	4
www.yle.fi	1	2	3	4
www.iltalehti.fi	1	2	3	4
www.iltasanomat.fi	1	2	3	4
www.irc-galleria.net	1	2	3	4
www.facebook.com	1	2	3	4
www.vuodatus.net	1	2	3	4
www.naurunappula.com	1	2	3	4
www.huuto.net	1	2	3	4
www.nettiauto.fi	1	2	3	4
www.veikkaus.fi	1	2	3	4
www.keltainenporssi.fi	1	2	3	4

6. Oletteko käyttäneet seuraavia palveluita. Ympyröikää vaihtoehto.

	a.Kyllä	b.En
www.kouvolansanommat.fi	1	2
www.ilme.fi	1	2
www.mieleenpainuva.com	1	2
www.martat.fi	1	2

## Kyselylomake

7. Mikä vaihtoehtoista kuvaa mielestäsi parhaiten sivuja Sivu 1. Ympyröikää lähinnä mielipidettänne oleva vaihtoehto jokaisesta kohdasta.

Helppokäyttöinen	1	2	3	4	Vaikeakäyttöinen
Yksinkertainen	1	2	3	4	Monimutkainen
Laadukas	1	2	3	4	Heikkolaatuinen
Luotettava	1	2	3	4	Epäluotettava
Selkeä	1	2	3	4	Sekava
Viehättävä	1	2	3	4	Vastenmielinen
Hauska	1	2	3	4	Tylsä
Vetävä	1	2	3	4	Luotaantyöntävä
Mielenkiintoinen	1	2	3	4	Epämielenkiintoinen
Värikäs	1	2	3	4	Väritön
Harmoninen	1	2	3	4	Ärsyttävä
Värit sopivat sivujen sisältöön	1	2	3	4	Värit eivät sovi sisältöön
Pidin väreistä	1	2	3	4	En pitänyt väreistä
Värit sopivat imagoon	1	2	3	4	Värit eivät sovi imagoon
Värit helpottivat lukemista	1	2	3	4	Värit vaikeuttivat lukemista
Värisommittelu on onnistunut	1	2	3	4	Värisommittelu on epäonnistunut
Luuletteko käyttävänne kyseisiä sivuja tulevaisuudessa?				a. Kyllä	b. Ei

8. Mikä vaihtoehtoista kuvaa mielestänne parhaiten sivuja Sivu 2. Ympyröikää lähinnä mielipidettänne oleva vaihtoehto jokaisesta kohdasta.

Helppokäyttöinen	1	2	3	4	Vaikeakäyttöinen
Yksinkertainen	1	2	3	4	Monimutkainen
Laadukas	1	2	3	4	Heikkolaatuinen
Luotettava	1	2	3	4	Epäluotettava
Selkeä	1	2	3	4	Sekava
Viehättävä	1	2	3	4	Vastenmielinen
Hauska	1	2	3	4	Tylsä
Vetävä	1	2	3	4	Luotaantyöntävä
Mielenkiintoinen	1	2	3	4	Epämielenkiintoinen
Värikäs	1	2	3	4	Väritön
Harmoninen	1	2	3	4	Ärsyttävä
Värit sopivat sivujen sisältöön	1	2	3	4	Värit eivät sovi sisältöön
Pidin väreistä	1	2	3	4	En pitänyt väreistä
Värit sopivat imagoon	1	2	3	4	Värit eivät sovi imagoon
Värit helpottivat lukemista	1	2	3	4	Värit vaikeuttivat lukemista
Värisommittelu on onnistunut	1	2	3	4	Värisommittelu on epäonnistunut
Luuletteko käyttävänne kyseisiä sivuja tulevaisuudessa?				a. Kyllä	b. Ei

## Kyselylomake

9. Mikä vaihtoehtoista kuvaa mielestänne parhaiten sivuja Sivun 3. Ympyröikää lähinnä mielipidettänne oleva vaihtoehto jokaisesta kohdasta.

Helppokäyttöinen	1	2	3	4	Vaikeakäyttöinen
Yksinkertainen	1	2	3	4	Monimutkainen
Laadukas	1	2	3	4	Heikkolaatuinen
Luotettava	1	2	3	4	Epäluotettava
Selkeä	1	2	3	4	Sekava
Viehättävä	1	2	3	4	Vastenmielinen
Hauska	1	2	3	4	Tylsä
Vetävä	1	2	3	4	Luotaantyöntävä
Mielenkiintoinen	1	2	3	4	Epämielenkiintoinen
Värikäs	1	2	3	4	Väritön
Harmoninen	1	2	3	4	Ärsyttävä
Värit sopivat sivujen sisältöön	1	2	3	4	Värit eivät sovi sisältöön
Pidin väreistä	1	2	3	4	En pitänyt väreistä
Värit sopivat imagoon	1	2	3	4	Värit eivät sovi imagoon
Värit helpottivat lukemista	1	2	3	4	Värit vaikeuttivat lukemista
Värisommittelu on onnistunut	1	2	3	4	Värisommittelu on epäonnistunut
Luuletteko käyttävänne kyseisiä sivuja tulevaisuudessa?				a. Kyllä	b. Ei

10. Mikä vaihtoehtoista kuvaa mielestänne parhaiten sivuja Sivun 4. Ympyröikää lähinnä mielipidettänne oleva vaihtoehto jokaisesta kohdasta.

Helppokäyttöinen	1	2	3	4	Vaikeakäyttöinen
Yksinkertainen	1	2	3	4	Monimutkainen
Laadukas	1	2	3	4	Heikkolaatuinen
Luotettava	1	2	3	4	Epäluotettava
Selkeä	1	2	3	4	Sekava
Viehättävä	1	2	3	4	Vastenmielinen
Hauska	1	2	3	4	Tylsä
Vetävä	1	2	3	4	Luotaantyöntävä
Mielenkiintoinen	1	2	3	4	Epämielenkiintoinen
Värikäs	1	2	3	4	Väritön
Harmoninen	1	2	3	4	Ärsyttävä
Värit sopivat sivujen sisältöön	1	2	3	4	Värit eivät sovi sisältöön
Pidin väreistä	1	2	3	4	En pitänyt väreistä
Värit sopivat imagoon	1	2	3	4	Värit eivät sovi imagoon
Värit helpottivat lukemista	1	2	3	4	Värit vaikeuttivat lukemista
Värisommittelu on onnistunut	1	2	3	4	Värisommittelu on epäonnistunut
Luuletteko käyttävänne kyseisiä sivuja tulevaisuudessa?				a. Kyllä	b. Ei

**LIITE 2(4).**  
**Kyselylomake**

11. Mikä edellisistä sivuista olivat mielestänne

	Kouvolansanomat.fi	Ilme.fi	martat.fi	mieleenpainuva.com
Mielenkiintoisin	1	2	3	4
Laadukain	1	2	3	4
Vakuuttavin	1	2	3	4
Väreiltään paras	1	2	3	4
Väreiltään miellyttävin	1	2	3	4

Kiitän paljon vastauksistanne ja avusta opinnäytetyössäni!

t. Katja Laine

## Dérivéren värit inhimillisessä toiminnassa

VÄRI	Yhdistäminen johonkin		Vaikutukset			Luonne	Symbolisuus		Merkkien antavuus
	Tunneperäinen	Objektiivinen	Psykologinen	Fysiologinen	Fyysinen		Uskonnollinen	Maailmallinen	
Punainen	rakkaus, rikos, synty	tuli, veri	dynaaminen, hermostuttava, lämmittävä	ajatustoimintaa kiihottava	silmiinpistävä	toiminnallisuus, vitaalisuus	armollisuus, heikkous, lähimmäisen rakkaus	rakkaus	pysähtyminen, tulipalo
Oranssi	hehku, verenkuohuu	appelsiini, auringonlasku, tuli	kiihottava, loistava, antava	ruuansulata edistävä	silmiinpistävä	rauhattomuus, ärsyttävyys			kuuma
Keltainen	iloisuus	auringonvalo	dynaaminen, henkimaailmaan liittyvä	hermoja, näkö ja tarmoa terästävä	silmiinpistävä	iloisuus	oppi, mahti, tieto, voima	säästäväisyys	vaara
Vihreä	vahingollisuus	luonto	lepo, levollisuus, rahoittava, tasapainottava, tuoreus, turmiollinen	hypnoottinen, levittävä, rauhoittava	silmiinpistävä	kärsivällisyys, levottomuus	totuus, uskollisuus, uudestisyntyminen	toivo, pahansuopuus	apu
Sininen	avaruus, kuulaus	taivas, vesi	ilmavuus, keveys, läpikuultavuus, rakastettavuus, selkeys, viileys	levollisuus, rauhoittava	silmää lepuuttava	levollisuus, rahallisuus	kuolemattomuus, viisaus, älykkyyys	tiede, viisaus	huomio
Purppura	komeus, salaperäisyys	kukat	helakkuus, hienous, levollisuus, raskasmielisyys	tyynnyttävä	mukautumaton	kunnioitavuus, tyytyväisyys	arvokkuus	arvokkuus	
Violetti	arvokkuus, suru	ametisti, kukat	viileys	tyynnyttävä	huonosti havaittava	raskasmielisyys, surullisuus	katumus, parannus, toivo	katumus, parannus	
Valkoinen	kirkkaus, uskonyhteys, vihkiminen	kukat	kohtuullisuus, puhtaus vaatimattomuus, valoisuus	tyhjiys	valaiseva	siisteys, vaatimattomuus	hyve, puhtaus, siveys, viattomuus	hyve, puhtaus, siveys, viattomuus	viitoitus
Musta	murhe, salaperäisyys	kuolema, yö	suru	lepo	hämärä, pimeys	huono mielikuvitus	loppu, viimeinen	kuolema, suru	ikään kuin pohja