

Heli Nuotio

Inspirare.fi

Inspiroiva verkkosivusto monitaiturille

Tekijä(t) Otsikko	Heli Nuotio Inspirare.fi Inspiroiva verkkosivusto moniosaajalle
Sivumäärä Aika	37 sivua 25.5.2011
Tutkinto	Medianomi AMK
Koulutusohjelma	Viestinnän koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Verkkoviestintä / Digitaalinen viestintä
Ohjaaja	Luennoitsija Jukka Ylitalo
<p>Tämä toiminnallinen opinnäytetyöni koostuu teososasta, joka on <i>www.inspire.fi</i>-verkkosivusto sekä tästä kirjallisesta prosessikuvauksesta ja siihen liittyvistä valinnoista. Avaan niiden taustalla olevia tekijöitä käytettävyyden, luettavuuden sekä visuaalisuuden näkökulmista. Käsittelen myös tilaajan sekä hänen asiakkaidensa sivujen käytöstä saamia kokemuksia n. puolentoista vuoden ajalta.</p> <p>Tilaajan kannalta keskeinen tekijä valinnoissa oli mahdollisuus päivittää sivustoa itse helposti. Tärkeään asemaan nousivat myös sivuston yksilöllisyys, hyvä ja helppo käytettävyys sekä esteettisyys. Sivuston tilaaja on yhden moniosaajanaisen Inspirare-niminen luovan alan yritys.</p> <p>Ohjelmiston osalta sivun alustaksi valittiin sisällönhallintajärjestelmä Drupal. Selvitän valintojen taustatekijöitä Drupalin kannalta samoin kuin ulkoasun suunnittelussa huomioon otettavia seikkoja. Niitä ovat selkeys, luettavuus ja käytettävyys, joiden takana ovat typografiset valinnat, värit ja kohderyhmien analysoiminen.</p> <p>Sivuston toteuttajaksi ja yhteistyökumppanikseni tuli Ontieto, joka on digitaalisen median palveluyritys. Ontiedon osuus projektissa oli Drupal-sisällönhallintaan liittyvä asiantuntijuus sekä webhotellin tarjoaminen ja järjestelmän ylläpito. Oma osuuteni oli ulkoasun visuaalinen suunnittelu ja toteutus, Drupaliin perehtyminen sekä päivitystoimintojen opettaminen asiakkaalle. Opiskelin Drupal-sisällönhallintajärjestelmän perustoimintoja Ontiedon avustamana ja samalla rakensin sivustoa sisällön osalta.</p> <p>Esittelen myös printtimediatuotteet, jotka suunnittelin lisäksi tässä projektissa Inspirarelle. Kyseessä oli merkittävä oppimisprosessi, joka liittyi verkkosivustoprojektiin, sen hallintaan ja hyvässä yhteistyössä vaadittaviin tekijöihin.</p>	
Avainsanat	verkkosivusto, Internet-sivut, Drupal, käytettävyys, luettavuus

Author(s) Title	Heli Nuotio Inspirare.fi – Inspiring Website for a multi-talented person
Number of Pages Date	37 pages 25 May 2011
Degree	Bachelor of Media
Degree Programme	Media
Specialisation option	Digital Media
Instructor	Jukka Ylitalo, Lecturer
<p>This functional thesis consists both of the website www.inspirare.fi and of this written description about the work process as well as of the choices made for the work. I will open up factors behind them from the viewpoint of usability, readability and visuality. I will deal also with the user experiences during the one and a half year after the opening of the site.</p> <p>According to the customer's expectations, one essential factor was a possibility for updating the site easily. Other important points were the uniqueness of the site, good usability and esthetical factors. The customer and her company called Inspirare offers creative services and is established by a multi-talented lady.</p> <p>As for the basis of the site a Content Management System (CMS), Drupal was chosen to be used. I will explain what lies behind choosing Drupal as well as factors taken into consideration in connection with the visual design. They are clarity, readability and usability, which are facilitated by choosing the right typography, colors and the target group analysis.</p> <p>I had a colleague company called Ontieto which is offering services for the digital media. Ontieto brought the expertise for Drupal and offered the web hotel services. My part was to create the visual design for the site, to get acquainted with Drupal and to make the customer learn how to update her site. Ontieto helped me understand the basics as well as the site building process with the CMS.</p> <p>I will also introduce the print media products designed after the site for the customer company. This was an important process for myself when learning the website building operations and the qualities needed in the good group work project.</p>	
Keywords	website, Drupal, Content Management System, usability, readability

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Projekti ja sen toteuttajat	3
2.1	Inspirare asiakasyrityksenä	3
2.2	StellaIndigo WebDesign ja Ontieto palvelun tarjoajina	4
2.3	Projekti lyhyesti	5
2.4	CMS-ohjelmiston valinta	6
2.4.1	Wordpress, Joomla vai Drupal?	7
2.4.2	Drupalin hyviä ominaisuuksia	7
2.5	Valintana Drupal	8
3	Ulkoasun suunnittelu ja laatiminen	9
3.1	Sivuston malli ja rakenne	10
3.1.1	Kohderyhmät ja käyttäjät	12
3.1.2	Verkkoviestintä ja käytettävyys	13
3.1.3	Käytettävyys, esteettisyys vai molemmat?	15
3.2	Verkkosivustot ja muut mediat	17
3.3	Luettavuus	19
3.3.1	Typografian merkitys	20
3.3.2	Kirjasimet ja tekstityylit	21
3.3.3	Tasaukset ja välistykset	22
3.4	Inspiraren värimaailma	23
3.5	Värien miellelyhtymiä	24
4	Kuvat ja niiden käsittely	24
5	Sivuston valmistuminen ja päivittäminen	25
6	Inspirare.fi ja Valtioneuvoston laatukriteeristö	27
6.1	Käyttö	28
6.2	Sisältö	28
6.3	Johtaminen	29
6.4	Tuottaminen	29
6.5	Hyödyt	30

6.6 Pieni haastattelututkimus	31
7 Printtimediatuotteet	32
8 Yhteenveto	34
Lähteet	37

1 Johdanto

Tämän toiminnallisen opinnäytetyöni teososa on Internet-sivusto Inspirare-nimiselle yritykselle. Tämän kirjallisen osan pääasiallisena tarkoituksena on kuvailla sivuston rakentamisprojektin kulku tarjouspyynnöstä julkaisemiseen ja sen jälkeisiin tapahtumiin. Syvennän kuvausta käsittelemällä sisällönhallintajärjestelmän (Content Management System eli CMS) valintakriteereitä sekä valitun Drupal-ohjelmiston ominaisuuksia. Käyn läpi sivuston suunnittelun, johon kuuluivat käytettävyyteen, esteettisyyteen sekä luettavuuteen vaikuttavat tekijät. Niitä ovat mm. käytön miellyttävyys, selkeys, oikea typografia ja väri- sekä kuvakokonaisuuksien tarkoituksenmukaisuus. Verkkosivustolle asetettu tavoite oli laatia sivusto, joka vastaisi asiakkaan tarpeita edellä mainittujen asioiden osalta.

Asiakkaan tavoitteena oli synnyttää kotisivut uudelle yritykselle, jonka nimeksi tuli kuvaavasti Inspirare, perustajanaan Jaana-Mirjam Mustavuori. Kokonaistilaukseen kuuluivat lisäksi esite, käyntikortti, logo sekä lehti-ilmoituksia ym. tarvittavia markkinointimateriaaleja aloittavan yrityksen tarpeisiin.

Oma tavoitteeni tämän työprosessin suhteen oli kehittyä ammatillisesti teknisissä asioissa verkkosivujen laatijana päivittämällä itseni ajan tasalle teknisessä mielessä. Tämä tarkoittaa siirtymistä staattisten html-sivustojen tekijänä olemisesta vuorovaikutteisten sisällönhallintajärjestelmien avulla toteutettujen sivustojen laatijaksi.

Tämä asiakas-case opinnäytetyönäni tarjosi hyvän mahdollisuuden testata itseäni ammatillisesti ja osoittaa osaamistani verkkoviestijänä sekä graafisena suunnittelijana. Olen suorittanut mainostoimittajan (MAT) tutkinnon Markkinointi-instituutissa aikaisemmin. Tutkinto muodostui mainonnan, markkinoinnin sekä graafisen suunnittelun opinnoista. Alan työkokemusta minulla on n. 15 vuoden ajalta, mutta viimeiset n. 10 vuotta olen panostanut yhä enemmän graafisena suunnittelijana kehittymiseen. Siinä yhteydessä olen luopunut tietotekniikan kouluttajan tehtävistä lähes kokonaan. Niistä minulla on 26 vuoden ajalta laaja työkokemus. Verkkoviestinnän (nyk. digitaalinen viestintä) suuntautumisvaihtoehto ei alkuperäisessä muodossaan vastannut kaikilta osin

odotuksiani, mutta opiskeluaikani pitkittymisen ja Metropolian syntymisen myötä sain mahdollisuuden käydä enemmän graafisen suunnittelun ohjelmaan kuuluvia kursseja. Näin saatoin yhdistää minua kiinnostavat asiat ja saada oppia monelta alueelta, verkkoviestinnästä, ohjelmista sekä graafisesta suunnittelusta. Pääintressini sivustojen suunnittelussa on visuaalisella puolella, koska en ole ohjelmoijatyyppeä. Toimin siksi yhteistyössä ohjelmointiin perehtyneen asiantuntijan kanssa. Näin tämä opinnäytetyö osoittaa yksiselitteisesti, mitkä ovat ammatilliset toiminta-alueeni ja se toimii yhtenä esimerkkinä yhteistyöprojekteistani alan ammattilaisten kanssa.

Teimme tarjouksen sivuston laatimisesta yhdessä Ontieto-nimisen yrityksen kanssa. Se on kollegani Juhani Pirisen yritys. Ontiedon osuudeksi tuli webhotellin tarjoaminen ylläpitopalveluineen sekä ohjelmointitehtävät. Lisäksi Pirisen ystävällisellä avustuksella opettelin samalla CMS:n käyttöä, sillä sivusto laadittiin Drupal-sisällönhallintajärjestelmällä.

Tehtävämme oli siis laatia yksilöllinen sivusto Mustavuorelle ja hänen uudelle yritykselleen, Inspirarelle, jonka tarjoamia palveluja ovat lehtijuttujen, kirjojen ja käsikirjoitusten kirjoittaminen. Lisäksi yritys tarjoaa koulutuksia koskien itsetuntemusta, rentoutumista, vuorovaikutusta, arkipäivän aistillisuutta, vapaata liikuntaa ja tanssia sekä hiljentymistä. Lisäksi Mustavuori esittää runoja, laulemia, iskelmiä ja teatterilauluja. Kun kyseessä on näin monipuolinen tarjonta luovaa toimintaa, kävi heti selväksi, että sivustosta oli tuleva omaperäinen mutta uskottava, luottamusta herättävä ja visuaalisesti raikas.

Lopputulokset on nähtävillä osoitteessa www.inspirare.fi.

2 Projekti ja sen toteuttajat

Tämän opinnäytetyön teososana oleva verkkosivusto on kolmen yrityksen Inspiraren, StellaIndigo WebDesignin ja Ontiedon välinen yhteistyöprojekti. Inspirare on Jaana-Mirjam Mustavuoren v. 2009 perustettu luovan alan yritys. Uudelle yritykselle tarvittiin verkkosivusto, esite, käyntikortit ja vähän lehti-ilmoittelua markkinointia varten.

StellaIndigo WeDesignilla eli omalla yritykselläni oli tarjota Inspirarelle tarvittavan materiaalin suunnittelu ja toteutuspalvelut. StellaIndigo WeDesignin palveluihin kuuluvat graafisen suunnittelun lisäksi verkkosivujen suunnittelu ja toteutus sekä koulutuspalvelut monien sovellusohjelmien osalta.

Ontieto on Juhani Pirisen digitaalisen median palveluyritys, joka tarjoaa sekä webhotellipalveluja, että asiantuntijapalveluja ja ylläpitopalvelua Drupal-sisällönhallintajärjestelmälle.

2.1 Inspirare asiakasyrityksenä

Mustavuori kuvaa sivustonsa etusivulla seuraavasti Inspiraren palvelutarjontaa seuraavasti:

Inspirare on Mustavuoren luova yritys. Teen lehtijuttuja, kirjoja, käsikirjoituksia.

Työkokemusta päätoimittajasta toimittajaan, tietokirjailijasta tutkijaan.

Tarjoan koulutuksia: itsetuntemus, läsnäolo, rentoutuminen, vuorovaikutus, arkipäivän aistillisuus, vapaa liike, tanssi, hiljentyminen.

Esitän lauluja sydämestä sydämeen: runoja, laulelmia, iskelmiä, teatterilauluja. Mustavuori 2009, Inspirare [<http://www.inspirare.fi/>]

Yrityssivulla kerrotaan yrityksen toimintaideasta seuraavasti:

Mikä yritys?

Inspirare on Mustavuoren vuonna 2009 perustama luova yritys, joka tarjoaa osaamista, iloa ja inspiraatiota kolmella toimialalla: Media, Koulutus ja Musiikki.

Inspirare tarjoaa monipuolisia viestintäpalveluja lehdistölle ja kirjataloille. Yritys tarjoaa myös yksilöllisiä koulutus-, hyvinvointi- ja elämispalveluja. Lisäksi Inspirare tuottaa musiikkiohjelmia erilaisiin tilaisuuksiin.

Kuka?

Mustavuori on Voi hyvin -lehden entinen päätoimittaja, joka on 10 vuoden ajan kirjoittanut erityisesti elämäntaidon kysymyksistä. Hänen uusin kirjansa *Olemisen talossa – Hidastajan vuosi* ilmestyi syyskuussa 2009 Kirjapajan kustantamana.

Mustavuori on aiemmin julkaissut kirjan *Elämän juurilla – Ruumiillisuus ja läsnäolo* (Kirjapaja 2007). Koulutukseltaan Mustavuori on oikeustieteen kandidaatti, ja hän on aiemmin toiminut mm. tutkijana ja työskennellyt lähes 20 vuoden ajan ihmisoikeus-, kehitys- ja ympäristöjärjestöissä.

Mustavuorella on 20 vuoden kokemus kehityöskentelystä ja luovasta ilmaisusta. Hän on opiskellut laulua, teatteri-ilmaisua, luovaa kirjoittamista ja Continuum Movement -työskentelyä. Laulajana Mustavuori on esiintynyt 1990-luvun lopulta alkaen. Hän osallistuu parhaillaan nelivuotiseen Essential Motion -ohjaajakoulutukseen, joka tarjoaa syvällistä ymmärrystä kehosta, liikkumisesta, omasta itsestä ja vuorovaikutuksesta. (Mustavuori 2009)

2.2 StellaIndigo WebDesign ja Ontieto palvelun tarjoajina

Tämän työprojektin aikana minulla oli vielä toiminimi StellaIndigo WebDesign. Yritykseni tarjosi samoja palveluja kuin nyt viimeisen opiskeluvuoteni aikana olen tarjonnut freelance-pohjalta samalla ollessani päätoiminen opiskelija. Teen graafisen suunnittelun töitä sekä digitaaliseen käyttöön että printtimediaan. Verkkosivut kuuluvat tietysti mukaan ja lisäksi voin tarpeen mukaan antaa käyttökoulutusta esim. InDesign- ja Photoshop-ohjelmien käytössä, vaikka koulutusala on nykyään enemmän taka-alalla toiminnassani. Työskentelin ennen päätoimisesti kouluttajana 26 vuoden aikana. Vuonna 2006 ymmärsin, että luova työ on se mitä haluan tehdä intohimoisesti ja siitä alkaen aloin panostaa nykyiseen ammattiini verkkosivustojen laatijana ja graafisena suunnittelijana erityisintressinä digitaalinen kuva ja verkkosivustojen visuaalisuus. Tämä medianomi AMK-koulutus on osa sitä panostusta. En kuitenkaan ole ohjelmoija ja siksi tarvitsen yhteistyökumppania, joka hallitsee ohjelmointi puolen. Eräänä päivänä huomasin, että minulla oli sellainen Pirisen ja Ontiedon muodossa.

Ontieto on digitaalisen median palveluyritys, joka tarjoaa sekä webhotelli- että asiantuntijapalveluja Drupal-sisällönhallintajärjestelmälle. Ontieto kuvailee esitteessään toimintaansa seuraavasti:

Ontieto tuntee Drupalin hyvin. Tarjoamme käyttövalmiin järjestelmäkokonaisuuden, jota mukautetaan asiakkaan tarpeisiin niin ulkoasun kuin toiminnallisuuksienkin osalta.

Ylläpito- ja tukipalvelumme soveltuvat pienyrityksille ja yhdistyksille sekä yksityishenkilöille. Yhdessä Ontiedon yhteistyöverkoston kanssa, tavoitteenne toteutuvat pienemmällä vaivannäöllä.

Palveluja ovat esim. Drupal-ylläpityspaketti, Drupal on-demand tuki-, käyttö- ja ylläpityspalvelu, Drupal-optimoitu webhotelli ja verkkotunnukset sekä muut internet- ja atk-palvelut. (Ontieto 2011.)

2.3 Projektin lyhyesti

Sain asiakkaan tarjouspyynnön koskien sivustoa ja printtituotteita. Tein tarjouksen yhdessä Ontiedon kanssa sivuston toteuttamisesta ja ylläpidosta. Tarjoukseen saatiin myöntävä vastaus ja näin projekti sai alkunsa.

Tapasin asiakkaan ensimmäistä kertaa muutamien puhelujen jälkeen neuvottelaksemme edessä olevasta projektista, suunnitellaksemme yksityiskohtia sekä tutustuaksemme toisiimme. Mustavuori saapui innokkaana paikalle suoraan kuvauksista missä hänen valokuvaaja oli ottanut hänestä suuren määrän kuvia juuri eloon puhjenneessa keväisessä, kukkaisessa luonnossa. Näistä saimme oivaa materiaalia sekä sivustolle että kaikkeen muuhunkin tarvittavaan. Tapasimme vielä toisen kerran, jolloin yksityiskohdat sivuston ilmeestä ja rakenteesta tarkentuivat. Yhteinen sävel löytyi nopeasti ja yksimielisyys vallitsi sivuston ulkoasuun liittyvissä seikoissa. Mustavuorella oli kirjoittavana media-alan ihmisenä jo selkeä kuva tekstisisällöstä ja navigaatio-otsikoista eli periaatteessa myös suurelta osin sivuston rakenteesta. Kuvat ja tekstisisällön sain häneltä hyvissä ajoin.

Ulkoinen ilme hahmottui helposti. Huomasimme molemmat rakastavamme voimakkaita, kirkkaita värejä. Väriskaalakin selkeni nopeasti. Se perustui pitkälti Mustavuoren sivustolle haluamiin kuviin. Sivuston tehtäväksi tuli viestiä mahdollisimman selkeästi ja

innostavasti Mustavuoren omaa persoonaa, hänen luovia voimavarojaan sekä mahdollisuuksia palvella ihmisen hyvinvoinnin tarpeita näillä ominaisuuksillaan.

Ontiedon osaksi jäivät webhotelli-, ylläpito- ja ohjelmointitehtävät. Tarkemmin sanottuna Pirisen tehtävänä oli toteuttaa ulkoasu teknisesti eli ohjelmoida Drupal-teema, joka on täysin yksilöllisesti räätälöity Inspiraren toiveiden mukaan. Samoin Ontieto hoiti sisällönhallintajärjestelmän asentamisen ja huolehtii ylläpidosta webhotellissa. Lisäksi Pirinen toimi neuvonantaja minulle Drupalin käyttöön liittyvissä asioissa.

Työprosessi eteni seuraavien vaiheiden kautta:

1. CMS-ohjelmiston valinta
2. Ulkoasun suunnittelu ja laatiminen
3. Drupalin opiskeleminen ja sivuston rakentaminen
4. Sivuston julkaiseminen osoitteessa <http://www.inspirare.fi>
5. Sivusto päivitystoimintojen opettaminen Mustavuorelle
6. Printtituotteiden suunnittelu, laatiminen ja painatus

2.4 CMS-ohjelmiston valinta

Myöhemmin esille tulevista syistä johtuen luonnollinen valinta sivuston alustaksi oli sisällönhallintajärjestelmä. Minulla ei ollut käyttökokemusta yhdestäkään sellaisesta aikaisemmin, mutta sivustolla www.opensourcecms.com olin tutustunut Joomla, Wordpress sekä Drupal sisällönhallinta- eli CMS- (Content Management System) järjestelmiin.

CMS on tietojärjestelmä, jolla voidaan hoitaa viestintää ja toteuttaa kaikenlaisten aineistojen julkaiseminen ja jäsentäminen. Sisällönhallintajärjestelmä esim. Drupal, asennetaan internetpalvelimelle, jolloin sitä voi käyttää web-selaimella Internetin kautta. Sisällön päivittämisen osalta järjestelmää voi verrata helppoudessaan tekstinkäsittelyohjelmaan. (Ontieto 2011.)

2.4.1 Wordpress, Joomla vai Drupal?

Yllä mainittuja CMS-ohjelmistoja on vertailtu keskenään. Vertailussa kävi ilmi seuraavia tekijöitä:

Wordpressiä pidetään joukon helpoimpana ottaa haltuun. Sillä pystytään luomaan blogeja, joilla saa ammattimaista jälkeä. Käyttöliittymä on selkeämpi kuin Drupalin tai Joomlaan. Asennuksen saa tehtyä viidessä minuutissa, jonka jälkeen kaikki tarpeellinen bloggaamiseen on käytössä. Wordpressillä voidaan helposti luoda pienimuotoinen verkkosivusto. Myös laajennuksia on olemassa. Niiden avulla voidaan lisätä toiminnallisuuksia ja omia ulkoasuja. Blogeihin Wordpressiä pidetään parhaana valintana.

Joomla on valmis pakettisovellus verkkosivuston rakentamiseksi. Se sisältää itsenäisiä palikoita, joilla pakettia voi laajentaa. Käyttöliittymän ylläpito on vertailussa todettu Joomlaan heikoimmaksi lenkiksi ja se on myös alussa haasteellinen. Joomlaa suositellaan käyttöön, jossa halutaan nopeasti yksinkertaiset verkkosivut esim. pienelle yritykselle. Toiminnallisuuksia ei ole laajasti. Laajennukset vaativat paljon koodaamista.

Drupalin osalta perusasennuksen jälkeen ei vielä oikein voida tehdä mitään. Tarvitaan perehtymistä järjestelmään, ennen kuin varsinainen sivuston rakentaminen on mahdollista. Drupalilla on vahva ja suuri joukko kehittäjiä, joiden kautta saa helposti jopa ilmaista tukea. Drupalia suositellaan monimutkaisille, paljon erilaista tietoa sisältäville, yhteisöille sekä yleisille räätälöidyille verkkosovelluksille. Drupalia kehitetään helpommaksi lähestyä. (moana 2009)

2.4.2 Drupalin hyviä ominaisuuksia

Drupal lyhyesti

- Www-sisällönhallintajärjestelmä
- Avointa lähdekoodia
- Käytetään web-selaimella
- Sopii pienille ja suurille sivustoille
- Sisällön päivittäminen mahdollista itse tai toimeksiannosta

- Hyvät laajennusmahdollisuudet
- Tietoturvallinen ja toimintavarma

(Ontieto 2011.)

Ontiedon esitteestä lainattu kuvaus Drupalista:

Drupal on tehokas järjestelmä www-sisältöjen hallintaan. Sillä voi toteuttaa niin pienet kuin suuremmatkin kotisivut, blogeja, virtuaaliyhteisöjä, intra- ja ekstranettejä sekä muita erilaisia verkkopalveluita.

Drupalia käyttävät mm. YLE, Kesko (Pirkka), Nokia (Research Lab), Vihreä Liitto, Uusi Suomi, Amnesty International, Oxfam, Yhdistyneet kansakunnat (Maailman ruokaohjelma), Greenpeace, Nasa, IBM, Ubuntu, AOL Corporate, Symantec (Community), Universal Music, MTV UK, Disney (ABC Family Community), Metallica, Michael Jackson, Bob Dylan, Britney Spears, Presidentti Barack Obama, NATO ja useiden maiden hallitukset sekä kymmenet tuhannet yritykset, yhdistykset ja henkilöt ympäri maailmaa.

Miksi valita juuri Drupal?

Sisällönhallintajärjestelmiä on satoja erilaisia. Drupal on yksi suosituimmista ja luotetuimmista. Järjestelmäasiantuntijat keuhuvat sitä vakaaksi ja ohjelmistoarkkitehtuuria onnistuneeksi. Se on menestynyt jatkuvasti erinomaisesti myös alan kilpailuissa ja vertailuissa. Drupal on *avointa lähdekoodia* ja kirjoitettu php-kielellä. Ohjelmistolisenssi on siis maksuton ja ohjelmisto vapaasti saatavana. Sitä kehittää aktiivisesti laaja, tuhansista ohjelmistokehittäjistä muodostuva kansainvälinen asiantuntijayhteisö. Drupalin kotisivu löytyy osoitteesta www.drupal.org. Drupal on modulaarinen, eli siitä voi ottaa käyttöön vain halutut osat ja laajentaa sitä myöhemmin sadoilla lisäosilla. Ohjelmiston tietoturvasato on korkealuokkainen ja sitä seurataan aktiivisesti.

(Ontieto 2011.)

2.5 Valintana Drupal

Esitän tässä vielä joitakin ajatuksia ja perusteluja CMS-järjestelmän valinnalle. Rakentamalla verkkosivustot html- ja css-koodin avulla saadaan aikaan perinteiset staattiset sivut, jotka koostuvat käytännössä pelkästä ulkoasusta ja sen ylläpidosta, ja siitä vastaa tyypillisesti vain yksi henkilö, webmaster. Staattisia sivustoja voidaan toki täydentää skripteillä eli pienohjelmilla, esimerkiksi lomakkeiden käsittelyä ja kävijämäärien laskemiseksi. CMS-sivusto on ohjelmointikielellä toteutettu tietoverkon kautta toimiva tietokantasovellus, joka tuottaa sekä html- että css-koodia dynaamisesti mahdollistaen erilaiset älykkäät, monipuoliset, vuorovaikutteiset toiminnot sekä sivuston käyttäjille että ylläpitäjille. Sisällönhallintajärjestelmä tarjoaa käyttövalmiin, ammattilaisten kehittämän ohjelmistokokonaisuuden, jolla niin pienen kuin laajankin sivuston

rakentaminen on nopeampaa ja useiden eri alan ammattilaisten yhteistyö sivuston rakentamiseksi on helpompaa. Sivuston päivittäminen on näin helppoa ja mahdollista myös muille kuin ammattilaisille. Itse tein ennen html/css-sivustoja. Usein pieneltä tuntuva muutos sivustolle vie kuitenkin suhteellisesti paljon aikaa ja laskua syntyy asiakkaalle. Suurempien muutosten ollessa kyseessä ei tilanne ole sen helpompi. Minulla on vielä tällaisia sivustoja ylläpidettävänä, mutta aina tilaisuuden tullen ehdotan asiakkaaleni vaihtoa Drupaliin.

Näin Inspiraren projektissakin valittiin Drupal. Valinta muiden sisällönhallintajärjestelmien joukosta oli helppo, sillä Ontiedolla on siihen hyvää osaamista ja perehtyneisyyttä. Toiseksi Drupalin tarjoamat hyvät laajennusmahdollisuudet sekä monipuolisuus ja kaikinpuolinen soveltuvuus tähän projektiin olivat ratkaisevia tekijöitä valinnassa. Mustavuorella on suunnitteilla laajennuksia tulevaisuudessa. Nyt käyttöön otettiin perustoimintojen lisäksi uutiskirje, blogi, vieraskirja ja kuvagalleria. Tulevaisuudessa lisätään videota, kuvia ja linkkejä (esim. Facebook).

Asennuksen tässä projektissa teki Ontieto, mutta itse olen asentanut Drupalin omia verkkosivujani www.stellaindigo.com varten.

3 Ulkoasun suunnittelu ja laatiminen

Tavoitteena oli rakentaa sivusto, jossa esteettisyys, käytettävyys, luettavuus ja Mustavuoren toiveet toteutuvat.

Ajatus sivuston ulkoasusta lähti liikkeelle Mustavuoren pitkästä työurasta Voi hyvin -lehden päätoimittajana. Hänellä on vankka näkemys lehden taittojen suhteen. Se synnytti idean laatia sivusto, joka muistuttaisi selkeydessään lehden aukeamaa kuvineen ja teksteineen. Näin saatiin hyödynnettyä Mustavuoren tunnettuisuutta ja tuttua imagoa. Pidimme molemmat ajatuksesta ja niin suunnitelma lyötiin lukkoon. Siis kirkkaat värit, kauniit vastaotetut kuvat ja selkeä rakenne ja muoto.

Etusivusta tuli erilainen kuin muista sivuista. Standardista poikkeavan rakenteensa puolesta se vaati lisämoduulien asentamista Drupaliin. Siihen laitettiin navigaatio vasem-

paan laitaan samoin kuin muilla sivuilla, mutta muuten sivun täyttää värikäs kuva Mustavuoresta keväisen luonnon keskellä. Siis uusi alku luonnolle ja Mustavuorelle Inspiraare-yrityksen myötä. Alle rakennettiin kolme palstaa, joissa vasemmalle lyhyt yritysesittely ”teaseriksi”, joka kertoo vierailijalle millaisesta yrityksestä on kyse. Keskelle linkit uusimpiin ajankohtaisiin uutisiin ja tapahtumiin ja oikealle linkit uusimpiin blogimerkintöihin. Näin kaikki oleellinen tieto sivuston sisällöstä on heti havaittavissa jo etusivulla. Lyhyellä vilkaisulla vierailijan on helppo päätellä, onko sivusto häntä varten vai ei. Kuva kertoo henkilöstä, jonka kasvat ovat monille Mustavuoren asiakkaille tutut. Näin lähdettiin rakentamaan kokonaisuutta, jossa esteettinen ulkoasu ja selkeys loisivat miellyttävän käytettävyyden ja mielenkiinnon koko sivustoon tutustumiselle.



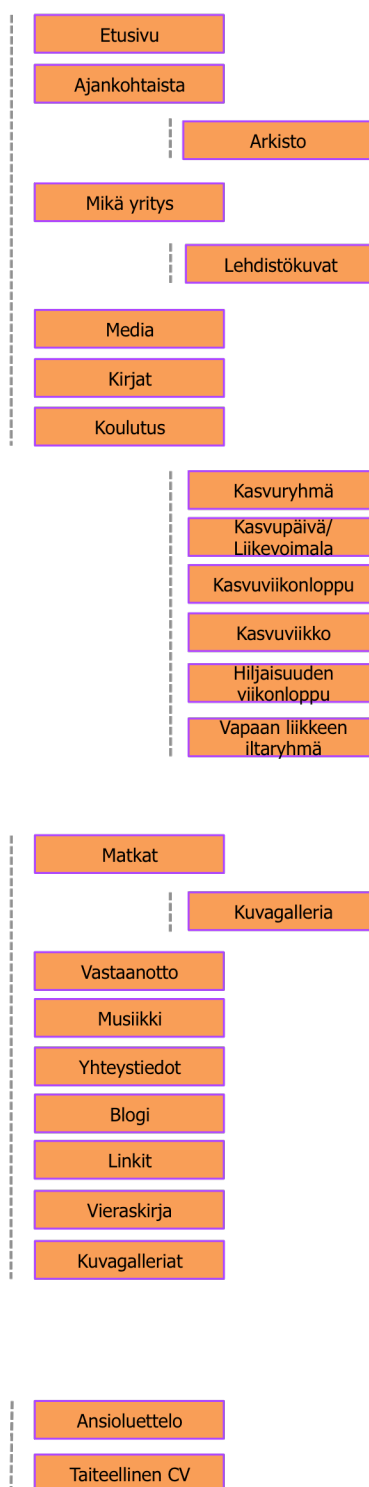
Kuvio 1. Vasemmalla Inspiraare.fi etusivu. Oikealla Kirjat-sivu esimerkkinä sivuista, jossa navigaatio vasemmalla, leipätekstipalsta keskellä ja aiheeseen soveltuva kuva oikealla.

3.1 Sivuston malli ja rakenne

Ontieto ohjelmoi sivustolle räätälöidyn mallin, joka on kolmipalstainen sekä navigaation. Vasen palsta varattiin navigaatiolle, keskialustalle leipätekstini ja oikea palsta kuvia varten. Sivustosta tehtiin kooltaan staattinen. Tästä syystä keskellä olevaa tekstipalstaa selataan palstan oikeassa reunassa olevalla vierityspalkilla. Sovittiin, että yrityksen logo sijoitetaan oikeaan yläkulmaan joka sivulle. Logo toimii myös linkkinä etusivulle. Jokaiselle sivulle valittiin kuvat aihepiiriin sopiviksi ja vasen navigaatio sai myös oman vinjettinsä eli taustakuvan kulloisenkin sivun sisällön mukaan; Kirjat-sivulle kirjoja, musiikkisivulle nuotit jne.

Inspirare.fi

Sivukartta



Kuvio 2. Yllä olevasta navigaatorakenteesta näkyy myös mitä alisivuja sivustolla on. Mustavuoren ansioluettelot on lisätty sivustolle PDF-muodossa.

3.1.1 Kohderyhmät ja käyttäjät

Suunnittelun lähtökohtana on pidettävä käyttäjiä eli sivuston kohderyhmää. Sen perusteella määrittyy lopulliset käytettävyystekijät. Pitää tunnistaa käyttäjien ominaisuudet. Yleisellä tasolla voidaan ajatella, että ihmiset eivät ole kiinnostuneita teknisistä yksityiskohdista eivätkä erityistermeistä ("Java", "HTML", välimuistin tyhjentäminen jne.). Käyttäjiä ei sivustolla kiinnosta monet yksityiskohdat, kuten yrityksen yksityiskohtaisesti kuvailtu organisaation rakenne. Tämä tulee kiinnostuksen kohteeksi vasta, jos halutaan tehdä valitus. Kaiken kaikkiaan perusinformaation tulee olla selkeästi ja ytimekkäästi löydettävissä sivustolta.

Tutkiminen käyttäjien tarpeista on vaikeaa, sillä suurin osa käyttäjistä ei osaa itse määritellä millainen verkkopalvelun pitäisi olla ollakseen luettava, miellyttävä ja tehokaskin. Ratkaisuksi jääkin käyttäjien tarpeiden ymmärtäminen, heidän toimintansa seuraaminen ja analysoiminen. On myös helppo tehdä virhearvioita käytettäessä kohderyhmän kriteereinä sosio-ekonomisia tai demografisia tekijöitä. Esimerkkinä vaikka vanhukset, joista moni on erittäin kiinnostunut ja innostunut verkkopalveluiden käyttäjä ja hallitsee käytön hyvin. Vanhuksille tosin usein aiheuttavat ongelmia esimerkiksi liian pieni tai himmeä teksti tai vaikea terminologia.

Käyttäjien tunnistamisessa auttavia kysymyksiä ovat:

- ketkä käyttävät palvelua
 - säännöllisesti/epäsäännöllisesti?
 - pitkiä aikoja kerrallaan / nopeasti muiden tehtävien lomassa?
 - työn takia tai koska joku käski / harrastuksen tai huvin takia?
- mihin tarkoituksiin he käyttävät palvelua
 - yleensä, mielellään?
 - satunnaisesti
 - mahdollisimman harvoin?

(Parkkinen 2002, 33.)

Tyypillisiä tarpeita voivat olla esim. uusimman tiedon tarkistaminen ja etsiminen sekä tietojen selailu yleensä muistin tueksi. (Parkkinen 2002, 31-34.)

3.1.2 Verkkoviestintä ja käytettävyys

Hyvän käytettävyyden määritelmänä voidaan pitää käyttäjän kykyä saada käyttämässään järjestelmästä itselleen tai työilleen mahdollisimman suuri hyöty.

Viestinnälle on olemassa kaksi viestintämallia: prosessilähtöinen ja semioottinen. Prosessilähtöistä mallia voidaan kuvata Shannonin ja Weaverin yleisellä kommunikaatiomallilla (vuodelta 1947). Siinä on ensin lähde, mistä viesti lähtee. Tarvitaan lähetin ja signaali viestin lähettämiseen. Signaalissa voi olla häiriöitä, jotka vaikuttavat viestin vastaanottamiseen, mihin tarvitaan vastaanotin, josta viesti välittyy kohteeseen eli vastaanottajalle. (Parkkinen 2002, 56.) Toinen viestintämalli on Roman Jacobsonin malli (vuodelta 1960), joka jakaa viestintäkanavat kontekstin, sanoman, kosketuksen ja koodin mukaan.

Tämä jaottelu ei sisällä verkkoviestinnällistä ratkaisua, koska siinä ei ole esitetty vuorovaikutteellisuutta eli palaute puuttuu, mutta se sopii silti verkkoviestintään paremmin kuin Shannonin ja Weaverin malli. Verkkoviestinnässä viitataan lähes aina johonkin verkon ulkopuoliseen asiaan tai viestiin.

Käytettävyyttä voidaan tarkastella myös saavutettavuuden eli viestin saatavilla olemisen ja käytettävyyden eli viestin ymmärrettävyyden ja helppolukuisuuden perusteella. (Parkkinen 2002, 57.)

Semioottinen malli soveltuu verkkoviestintään parhaiten. Siinä viesti näkyy merkeinä, jotka käyttäjä tulkitsee itselleen sopivalla tavalla. Käyttäjä siis luo omat merkityksensä itse, jolloin niiden vertailu on lähes mahdotonta. Vaikka verkkoviestinnässä fyysisesti voidaan tehdä jako käyttöliittymän ja sisällön välille niin käyttäjälle ne ovat yksi ja sama asia. Näin voidaan ajatella, että käyttäjäkokemus ja käytettävyys ovat käyttäjän kannalta myöskin sama asia. Jotta syntyisi hyvä käyttäjäkokemus tarvitaan hyvää käytettävyyttä. (Parkkinen 2002, 58.)

Ajatus sivustojen esteettisyydestä vs. käytettävyys nousee usein esille. Voidaanko ajatella, että molemmat toteutuvat samanaikaisesti? Käytettävyyden osuutta ei missään

nimessä saisi väheksyä. Sivustothan on tarkoitettu käytettäväksi ensisijaisesti. Toisaalta on paljon tekijöitä, jotka puoltavat esteettisyyden ja kauneuden osuutta.

Voidaan myös todeta, että ei ole olemassa hyvää tai huonoa käytettävyyttä, ellei ole määritelty käyttäjiä, heidän tehtäviään ja käytettävää järjestelmää. Itse asiassa hyvää käytettävyyttä ei huomaa lainkaan, koska kaikki toimii hyvin. Vasta kun tulee hankaluuksia kiinnittyy huomio käytettävyyden ominaisuuksiin.

Adagen toimitusjohtaja Janne Tompuri kirjoittaa blogissaan 30.11.2004 artikkelissa *Esteettinen käytettävyys tuotesuunnittelussa:*

”Esteettinen käytettävyys on haaste suunnittelijoille, jotka tähän asti ovat luopuneet toisesta toisen hyväksi.

Nykyajan ihmisen on suodatettava joka päivä massoittain kuvaa ja tekstiä, tahtoi hän tai ei. Niitä tulvii joka suunnasta. Nykyisten ja entisajan painotuotteiden suurin ero on niiden määrässä, ei niinkään muodossa. Mutta kun määrä lisääntyy, muotokin muuttuu. Tietoa on omaksuttava nopeasti, ja siksi muoto on sovitettava nykyisiin elinolosuhteisiin.”

Edeltävä lainaus on Jan Tschicholdin vuonna 1928 julkaisemasta teoksesta *Die Neue Typographie*. Pamflettomainen teos loi modernin graafisen suunnittelun perustan, jossa muoto syntyy sisällön käyttötarkoituksesta ja jossa sisällölle pyritään antamaan mahdollisimman aito ja suora ilmaisumuoto. Tschicholdin mukaan, mitä vähemmän lukija kiinnittää huomiota lukemiseen, sitä parempi. Tavoitteena tulisi olla, että lukija ymmärtää mahdollisimman vaivattomasti tekstin merkityksen. Graafinen suunnittelu merkitsee Tschicholdille kuvallis-sanallisen viestinnän muotoilua siten, että se palvelee parhaiten vastaanottajaa ja käyttötarkoitusta. Tästä on kyse myös käytettävyysuunnittelussa.

Mitä sitten voisi olla esteettinen käytettävyys? Esteettinen käytettävyyden ei tarvitse olla kompromissi, vaan tuotteen esteettinen ulkoasu voidaan yhdistää hyvään käytettävyyteen.

Miksi helppokäyttöisiä ja esteettisiä käyttöliittymiä on niin harvassa? Kysyin asiaa kollegalta ja hän vastasi, että kaikkihan niitä tekisivät, jos se olisi helppoa. Esteettinen käytettävyys on haaste suunnittelijoille, jotka tähän asti ovat luopuneet toisesta toisen hyväksi. (Tompuri 2004.)

Adage on käytettävyystutkimusta, käyttäjätutkimusta, koulutusta ja konsultointia käytettävyyden ja käyttöliittymäsuunnittelun alueilla tarjoava yritys.

Edellisen blogin kirjoittamisesta on jo kulunut melkoisesti aikaa, mutta näkisin asian olevan edelleen ajankohtainen. Sisällönhallintajärjestelmät tarjoavat valmiita malleja, joihin on helppo rakentaa sivusto. Näin sivustot alkavat muistuttaa helposti toinen toisiaan. Persoonalliset sivustot vaativat ohjelmointia ja syvempää sisällönhallintajärjestelmien tuntemusta. Kohderyhmän huomioon ottaminen olisi aina oltava lähtökohtana kuten muussakin tiedottamisessa, mainostamisessa tai ilmoittelussa. Siitähän myös verkkosivustoissa on kyse. Lisäksi myös erilaiset vaihtoehdot ansaitsevat aina tiukan analyysin kaikissa tapauksissa.

3.1.3 Käytettävyys, esteettisyys vai molemmat?

Käytettävyyden mittareita on erilaisia. Yksi käytettävyyttä mittaava järjestelmä on *Jacob Nielsenin* (1993) määritelmä käytettävyydestä ja käyttökelpoisuudesta. Toinen järjestelmä, jolla käytettävyyttä voidaan arvioida, on *ISO 9241-11*.

Nielsenin määrittää käytettävyyttä viidellä kriteerillä:

1. opittavuus
2. tehokkuus
3. muistettavuus
4. virheettömyys
5. miellyttävyys (Parkkinen 2002, 28-29.)

Ensimmäisenä on opittavuuden kriteeri, joka määrittää kuinka helposti käyttäjä omaksuu eli oppii järjestelmän, tässä tapauksessa sivuston käytön. Lisäksi tässä oppimisella voi ajatella myös päivittämisen oppimista. Tutkimusten mukaan käyttäjän ensimmäinen vierailu sivustolla eri tutkimusten mukaan kestää kuudesta sekunnista kahteen minuuttiin, jonka aikana käyttäjä joutuu päättämään nopeasti vastaako sivusto hänen tarpeisiinsa ja mistä hän aloittaa sivuston laajemman tutkimisen. Mikäli ratkaisuja ei löydy riittävän nopeasti, siirtyy asiakas todennäköisesti toisen palveluntarjoajan sivustolle.

Toiseksi arvioidaan tehokkuutta. Käytännössä tässä arvioidaan, kuinka paljon aikaa kuluu eri tietojen etsimiseen ja löytämiseen sivustolta tai kuinka nopeasti sivuston päivittäjä pystyy tekemään haluamansa muutokset sivustolle. Ihminen ei analysoi ratio-

naalisesti tehokkuutta ja siksi vaatimuksena on helppo ja nopea käyttö, jolloin se koetaan myös tehokkaaksi.

Kolmantena kriteerinä on muistettavuus eli kuinka helposti käyttäjä muistaa, miten sivustolla liikutaan ja mistä mikäkin tieto löytyy.

Neljäntenä tekijänä on virheettömyys. Tässä on kyseessä virheiden tekemisen mahdollisuus, jonka pitää olla erittäin pieni. Ei siis harhailua aivan väärillä poluilla.

Viidentenä tulee miellyttävyys, jonka syntyy, kun kaikki edelliset neljä tekijää täyttyvät ja sivuston käyttäminen on näin ollen miellyttävää. Epämiellyttävä käyttökokemus ei ole tietenkään toivottava ominaisuus sivustolla, jonka on tarkoitus olla aina myyvä, olipa kyse rahalla ostettavasta tuotteesta tai psykologisesta kiinnostavuudesta. Tähän lisäksi myös visuaalisen miellyttävyyden. Miellyttävyyden käsitteeseen voidaan liittää myös loukkaamattomuus ja totuuden mukaisuus. Puhutaan totta ja riittävän lyhyesti. Liian pitkiä tekstejä ei jakseta yleensä lukea.

Yleisesti ottaen älä tee mitään sellaista mitä et osaa kunnolla. Palkkaa mieluummin sellainen tekijä, joka osaa.

ISO 9241-11 -järjestelmä sanoo, ettei yleisesti hyvää käytettävyyttä ole olemassakaan. Käytettävyys riippuu aina kontekstista – eli siitä, kuka on käyttäjä, mitä hän on tekemässä, millaisilla välineillä, mitä hän tietää ennestään (Parkkinen 2002, 31).

Edellä kuvatut viisi tekijää saadaan aikaan suunnittelun selkeydellä. Samat asiat löytyvät samasta paikasta, koska tutkimukset osoittavat, että ihmisen kuvamuisti on erittäin pitkäkestoinen ja tehokas, mistä johtuu se, että asioita etsitään sieltä ”missä se viimeksikin oli”.

ISO 9241-11 -järjestelmän avulla voidaan mitata

- tehokkuutta, jolla verrataan vanhaa uuteen.
- taloudellisuutta, jolla verrataan hintaa vanhan ja uuden välillä.
- miellyttävyyttä, samoin kuin Nilsenin menetelmässä.

ISO 9241-11 –järjestelmä sopii parhaiten vanhan ja uuden väliseen vertailuun.

3.2 Verkkosivustot ja muut mediat

Verkkosivustoilla on käytössä usein ulkoasumallina ratkaisu, jossa on tausta ja sen edessä alue, josta tieto löytyy. Se on eräänlainen perusrakenne. Muitakin malleja on käytössä hyvin paljon riippuen siitä, mitä halutaan viestiä sivuston visuaalisen ratkaisun avulla. Sivustot pyrkivät eräällä tavalla muistuttamaan paperiarkkia (esim. A4), jolla tekstit ja kuvat ovat. Joissakin tapauksissa voidaan käyttää mallina televisiota.

Paperille lay-out on helppo laatia taitto-ohjelmalla ja luoda toivotun mukainen visuaalinen ilme. Verkkosivustolla se on haasteellisempaa, sillä mitä monimutkaisempi tai tavallisuudesta poikkeava malli on, sitä enemmän yleensä tarvitaan lisäohjelmointia. Inspiraren sivustolla haluttiin sivun rakenteellisella ratkaisulla antaa viite aikakauslehden aukeamaan.

Printtamediassa luettavuus on tärkeä tekijä, olipa kyse sitten uutisesta, ilmoituksesta, mainoksesta ym. jossa on tekstiä. Toisaalta yksi kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa, sanoo vanha sanalasku. Kunhan kuva vain on oikeanlainen. Graafisessa suunnittelussa sommittelun osuus on kaikki kaikessa. Sen avulla voidaan korostaa asioita tai asettaa jotain enemmän taka-alalle. Oma näkemykseni on, että verkkosivustojen ulkoasun suunnittelussa ajan mittaan tullaan löytämään selkeä jako erityyppisten sivustojen luonteiden mukaan samoin kuin printtamediassa. Asiat vain siirtyvät vähitellen digitaaliseen muotoon, jolloin erilaisilla tuotteilla on oma esittämistyyliinsä. Huolimatta siitä, että Internet ja digitaaliset näyttövälineet ovat olleet jo suhteellisen monta vuotta olemassa, niin näen silti kehityksen olleen hidasta. Kestää siis aikansa ennen kuin asiat jäsentyvät ja kehittyvät uudessa mediassa.

Itse olen pohtinut paljon erilaisia sivustoratkaisuja. Omat asiakkaani ovat enimmäkseen olleet yrityksiä, joiden kohderyhmänä ovat pääasiallisesti naiset ikään katsomatta. Toisena määritelmänä voisi olla naiset, jotka ovat kiinnostuneita omasta sekä psyykkisestä että fyysisestä hyvinvoinnistaan tai ihmiset, jotka hakevat jotain arjen ulkopuolella ole-

vaa. Kuulun itsekin tuohon ryhmään, joten tämän tyyppisten sivustojen suunnittelu on minulle helppoa ja luonteenomaista.

Yhtenä ryhmänä verkkosivustoja ajatellen voisi olla ihan puhtaasti asiapitoiset sivustot. Esimerkkinä vaikka Veroviraston tai Kelan tms. sivut. Silloin nousee visuaalisuuden rinnalle vahvasti selkeys ja asiallisuus, neutraali värimaailma ja ketään tietty neutraalisuus. Silloin pitää nostaa esiin sivuston suunnittelussa käytettävyys, luettavuus ja ensisijaisesti se, miten nostetaan esiin pääasiat niin että käyttäjän on helppo ja nopea havaita miten sivustolla edetään ja löydetään etsityt asiat. Mielestäni siinä on suuri haaste. Samantyyppinen standardisointi kuin asiakirjoissa voisi helpottaa tilannetta. Toisin sanoen sivustoille, jotka ovat selkeästi asiapitoisia ja luonteeltaan tiedottavia tai jopa eräänlaisia hakuluetteloita, voisi olla olemassa jonkinlainen selkostandardi, jonka käyttäjä vähitellen pystyisi omaksumaan ja näin hakemaan määrättyjä linkkejä aina samoilta kohdilta kuten asiakirjoissakin asiakirjan nimellä, päivämäärällä ja tekstin aloitusriiveillä on omat paikkansa. Tosin verkkosivustolla tilanne on moninkerroin monimutkaisempi. Luettavuus on myös ensiarvoisen merkittävä tekijä asiasivustoilla jos kyllä myös muillakin sivustoilla.

Taidesivustot, jotka esittelevät vaikka taitelijan töitä (maalaukset, valokuvat, veistokset, korut jne.) ovat taas sellaisia, joissa portfoliomaisuus on luonteenomaista. Niissä pitäisi olla helposti selattavissa työt jotenkin aihe- tai teostyyppiineittäin jaoteltuna. Taidesivustoissa visuaalisuus nousee tärkeydessään avainasemaan käytettävyyttä unohtamatta.

Otan esiin vielä edellä mainittujen kahden ääripään lisäksi puhtaasti kaupalliset sivustot. Niitä voisivat olla kaupallisten yritysten kotisivut tai verkkokaupat. On vaikea sanoa kumpi tekijä olisi näissä merkittävämpi, käytettävyys vai esteettisyys ja visuaalisuus, koska vastaus on, että ei kumpikaan. Ei kumpikaan, sillä molempien tekijöiden arvo on yhtäläinen. Näillä muutamalla esimerkillä tai ajatuksella pyrin tuomaan esiin oman näkemykseni siitä, että näitä kahta tekijää ei voida erottaa toisistaan vaan molemmat kulkevat käsi kädessä. Siksi on tärkeää, olipa sivuston sisältö mitä tahansa, se on aina tehtävä visuaalisesti selkeäksi ja esteettisesti toimivaksi kokonaisuudeksi koko ajan käytettävyyden sekä luettavuuden huomioiden.

3.3 Luettavuus

Luettavuus on myös verkkosivustojen suunnittelun kulmakiviä. Haluamme toki, että tekstit, jotka sivustollemme laitamme ovat helposti luettavissa. Ihmisen täytyy nähdä mitä on kirjoitettu. Lukijalle ei saa tulla tunnetta, että "mitähän tuossa oikein lukee". Syy huonoon luettavuuteen voi olla liian pienessä tekstissä, väärin valitussa fontissa tai väärässä värissä tai väriyhdistelmässä suhteessa taustaan. Nyt Drupaliin on saatavissa lisäominaisuus, jonka avulla voidaan käyttää myös monia erikoisfontteja. Näin ollen on syytä varovaisuuteen, etteivät fonttiasiaan perehtymättömät pääse leikittelemään mielin määrin tai oikeastaan juuri ollenkaan erikoisfontteilla. Se jääköön asiantuntijan harkintaan, mitä ja miten erikoisempia kirjasinleikkauksia verkkosivustolla voidaan hyödyntää. Toinen tekijä on värien käyttö kirjoituksessa. Linkithän ovat yleensä värillisiä. Tässä yhteydessä voin todeta, että Inspiraren sivustolla valitettavasti linkkien värit eivät aina erotu riittävän hyvin. Siinä olisi parantamisen varaa, sillä valkoinen ei joka tilanteessa näy täysin selkeästi. Useimmiten kyllä. Tämä ilmenee erityisesti sivua muokattaessa, mutta jää näin ainoastaan sivustoa muokkaavan henkilön harmiksi. Muuten linkit tuntuvat toimivan luettavuudeltaan kohtuullisen hyvin.

Toinen asia on tekstin määrä. Olen ymmärtänyt, että verkkosivustojen tarkoitus on tarjota tärkein informaation kärki. Jos halutaan alkaa lukea "romania" on otettava kenties toisenlainen systeemi käyttöön. Esimerkiksi PDF-tiedosto. Suoraan verkkosivuilta luettavissa olevat pitkät tekstit taitavat jäädä useimmilta lukematta. Mitä ytimekkäämmin asiansa pystyy kiteyttämään sivustolla, sen parempi. Se herättää lukijan mielenkiinnon, kun jaksaa lukea kaiken ja sitten hakea lisäinformaatiota mielenkiinnon herättyä tai lisääntytyä. Myös palstan leveyden ei pitäisi olla kovin suuri, sillä se vaikeuttaa luettavuutta.

Tompuri antaa hyviä ohjeita sivuston luettavuuden kannalta. Hän neuvoo kirjoittamaan vain puolet siitä, minkä olisit kirjoittanut paperijulkaisuun. Tekstistä on hyvä tehdä sellainen, että se on helposti silmäiltävissä, sillä lukijaa ei pidä vaatia lukemaan pitkiä kappaleita. Tärkeät asiat pitää nostaa esiin ja erottaa ne epäoleellisesta. Kieliasun tiiviyys, jossa virkkeet ovat lyhyitä ja selkeitä auttaa asian ymmärtämistä. Tekstin voi rakentaa pyramidimaisesti, jolloin tärkein asia on esitetty tekstin, kappaleen ja virkkeen alussa. Hyvä on myös muistaa tekstin looginen eteneminen ja jaksottaminen kuvaavilla

väliotsikoilla. Visuaaliset elementit helpottavat asian hahmottamista. Metaforien ja ironian käyttöä on syytä varoa, sillä ne ymmärretään usein väärin. (Tompuri 2002)

3.3.1 Typografian merkitys

Sivuston typografialla vaikutetaan sivuston luettavuuteen. Verkkosivustojen typografiaan liittyy monia haasteita. Taso on yleisemmin heikko kuin korkealuokkainen. Siihen ei juurikaan osata kiinnittää huomiota, ennen kuin virhe on niin suuri, että se aiheuttaa epämiellyttävyyden tunteen. Ala on vielä sen verran nuorta ja on paljon tekijöitä, joilla ei ole mitään käsitystä typografisista lainalaisuuksista ja niiden merkityksistä. Yritetään liikaa ja hienompaa. Se johtaa vain huonompaan luettavuuteen. Voidaan todeta, että suuri osa sivuston laatijoista ei tunne typografian pelisääntöjä eikä myöskään ymmärrä kuinka pikkutarkkaa kirjasimen, rivivälien ja palsta-asetusten määrittäminen on. (Korpela 2010, 19.)

Usein näkee sivustoja, joille ilmiselvästi mainostoimisto on luonut hienot kuvat ja sivuston ilmeen, mutta tekstit ovatkin aivan mitä sattuu. Niissä on käytetty mitä kummallisimpia värejä, jotka eivät toimi lainkaan vaikkapa luettavuuden kannalta. Värillinen teksti on vaikeampi lukea. Esimerkiksi keltainen, tai punainen leipätekstikokoa oleva teksti mustalla pohjalla. Tällaisessa tilanteessa sivuston haltija on usein itse muokannut typografiaa oman mielensä mukaisesti. Sivuston ammattimainen tekijä on rakentanut tyyliä teksteille käyttäen css-tyylejä ja –ohjelmointia, mutta sivustoa päivittävä henkilö on ohittanut tyyliä tekemällä muutoksia tekstieditorilla. Siksi yksi vaihtoehto voisi olla, että tekstieditorissa ei ole mahdollisuutta kirjasimen värin tai koon vaihtoon.

Tavallisimpia virheitä verkkosivustojen typografiassa ovat esim. seuraavat 10 tekijää:

1. Liian pieni fontti.
2. Liian pieni riviväli.
3. Tasattu palsta oloissa, joissa se ei voi toimia.
4. Alueensa reunoihin törmäilevä teksti.
5. Raju liehureuna oikealla.
6. Liian pieni kontrasti tekstin ja taustan välillä.

7. Yleinen ahtaus ja kirjavuus.
 8. Liikaa eri fontteja ja tehosteita.
 9. Otsikot eivät erotu.
 10. Kirjoituskonetasoinen merkkien käyttö.
- (Korpela 2010, 18.)

3.3.2 Kirjasimet ja tekstityylit

Kirjasinleikkauksista sans serif eli päätteetön on päätteellistä eli serifiä yleisesti parempi vaihtoehto verkossa. Tosin pitkissä teksteissä voidaan käyttää myös serif-fonttia Ruudulla toimivat selkeät ja yksinkertaiset fontit koristeellisia fontteja paremmin. Myös tutut fontit ovat parempi ratkaisu kuin harvinaisemmat kirjasinleikkaukset. Käytännössä tämä tarkoittaa päätteettömien osalta Arialia tai sitä lähellä olevia fontteja, kuten Helvetica tai Verdana. Päätteellisistä Times New Roman on vastaavasti tutuksi käynyt kirjasin. Lyhyissä teksteissä tai yksittäisissä sanoissa voi käyttää yleisestä tyylistä poikkeavia koristeellisempia vaihtoehtoja, jolloin ne toimivat huomion kiinnittäjinä.

(Korpela & Linjama 2003, 383.)

Yksi huomioitava tekijä on myös tekstityylien käyttäminen. Tällä tarkoitetaan kursivointia, lihavointia, alleviivauksia, versaaleja (isot kirjaimet) tai gemenoja (pienet kirjaimet). Verkossa kursiivi tarkoittaa usein lainausta ja alleviivaus linkkiä.

Luettavuuden kannalta versaaleja kannattaa käyttää harkiten, koska versaaleilla kirjoitettu teksti on aina vaikeampi lukea kuin gemenateksti. Versaali rikkoo sanakuvan ja hidastaa lukemista. Ei siis kannata harkita missään tapauksessa muutamaa sanaa pidempiin teksteihin versaalia. Yksittäisiin sanoihin tai lyhyisiin teksteihin kuten esim. lyhyet otsikot, voi versaalia ajatella. (Korpela & Linjama 2003, 384-385.)

Kuvaruudulta on vaikeampi lukea kuin paperilta. Siitä syystä tekstin ja taustavärin suhteeseen on syytä kiinnittää huomiota. Kun teksti on värillistä, pitää sen myös olla kooltaan suurempaa kuin mustan tekstin valkoisella pohjalla. Tietyt väriyhdistelmät ovat silmälle epäedullisia ja vaikeita hahmottaa. Sekä paperilla että kuvaruudulla tekstin luettavuus on parasta kun musta tai lähes musta teksti on valkoisella pohjalla.

3.3.3 Tasaukset ja välistykset

Tekstin oikean reunan tasaus on eräs tekijä, joka ansaitsee pienen arvioinnin. Monelle saattaa herätä ajatus, että ns. tasapalsta eli oikean reunan tasaus olisi kaunis verkkoteksteissä. Todellisuudessa se on vaikea toteuttaa niin, että se olisi toimiva. Selaimet osaavat käsitellä huonosti sana- ja kirjasinvälejä, jolloin tasainen oikea reuna aiheuttaa liian suuria sanavälejä, mikä vaikeuttaa lukemista ja rumentaa tekstilohkoa. Siitä syystä on viisainta käyttää tekstien oikeaa liehua. Otsikoissa voi käyttää keskittämistä ja miksei muuallakin, jos se sopii asiayhteyteen (esim. runot, menut tms.)

Inspiraren sivustolla pyrin ottamaan huomioon luettavuuden sekä esteettisyystekijät. Sivustolla käytetyt perusfontit, niiden koot ja värit ovat seuraavat:

Taulukko 1. Sivustolla käytetyt fontit, niiden koot ja värit ja värien heksakoodit.

Kohde	Fontti	Koko	Väri
Otsikot navigaatiossa	Verdana	9 pt	tummansininen #000066
Linkit navigaatiossa	Verdana	9 pt	valkoinen #fefefe
Hiiri päällä navigaatiossa	Verdana	9 pt	oranssi #ff9933
Tarkentavat tiedot	Verdana	8 pt	tummansininen #000066
Palstan otsikot + viiva	Verdana	18 pt	oranssi #ff9933
Pääotsikot	Verdana	14 pt	tummanharmaa #67675d
Väliotsikot	Verdana	12 pt	tummanharmaa #67675d
Leipäteksti	Verdana	10 pt	musta # 000000
Yhteystiedot-otsikko	Verdana		violetti #666699

Suurennustoiminto CTRL+ Inspiraren sivustolla käyttäytyy siten, että tekstiä saa suuremmaksi, mutta sivun suhteet eivät kärsi, sillä rakenne on määrämuotoinen ja kaikki näkyvä skaalautuu samassa suhteessa. Toisin sanoen kuvat ja tekstit eivät mene päällekkäin zoomattaessa vaan kaikki suurenevät tai pienenevät yhtenä kokonaisuutena. Vastaavasti pienennystoiminnolla CTRL- voi kokonaisuutta pienentää.

3.4 Inspiraren värimaailma

Kun sivuston tarkoitus, idea, malli ja rakenne olivat tiedossa alkoivat toimenpiteet sivuston synnyttämiseksi. Seuraavaksi päätettiin värimaailmasta. Valinta oli helppo sillä vasta otetuissa valokuvissa Mustavuorella on yllään kirkkaan oranssin takki. Se väri siis hallitsee kuvien osalta. Näin oranssista tuli yksi pääväreistä. Toiseksi kuvissa on runsaasti juuri puhjennutta keväistä luonnon vihreyttä, mikä johti luonnollisesti vihreän valintaan. Tarvittiin vielä jokin taustaväri, joksi valittiin violettiin taittuva sininen oranssin vastaväriksi. Valkoinen olisi voinut olla yksi taustavärimahdollisuus, mutta se tuntui liian vaatimattomalta kun vastassa on voimakas persoona ja muuten voimakas värimaailma. Puhdasta violetta on käytetty sivustolla niukasti mutta printtituotteissa enemmän. Näin sivuston värimaailma muodostui osin myös ns. väliväreistä, jotka saadaan sekoittamalla päävärejä keskenään. Värit ovat voimakkaat ja Mustavuorelle mieleiset. Samoja värejä käytetään käyntikortissa, esitteessä ja lehti-ilmoittelussa sekä uutiskirjeessä.

Oranssi tuo sivustolle sitä dynamiikkaa, iloa ja ystävällisyyttä, jotka ilmentävät Mustavuoren toimintaa ja olemusta. Vihreä taas kertoo tuoreudesta ja ilmentää uuden yrityksen ja uusien ideoiden alkua. Violetti on henkisyiden väri ja antaa samalla voimaa vastaväriin. Sininen taustalla kertoo syvyydestä ja taustalla olevasta rauhasta muun dynamiikan vastapainoksi.

Verkkosivuston värimaailman valinnassa kannattaa olla huolellinen. Sivusto toimii usein yrityksen käyntikorttina ja esitteenä eli tärkeänä välineenä myyntiä ajatellen. Väreillä on väliä vaikutuksen kannalta. Markkinoinnin tarkoituksena on herättää katsojassa tunteita ja mielleyhtymiä. Niillä on suuri merkitys miten asiakas toimii esim. tilaus- tai ostopäätöksiä tehdessään.

Värit herättävät alitajuisia mielleyhtymiä ja tunteita. Vihreä liitetään usein tuoreuteen tai uutuuteen, valkoinen kuvastaa puhtautta purppura liittyy kuninkaallisuuteen. Värien vaikutuksissa on myös kulttuurieroja. Värit voivat herättää sekä positiivisia että negatiivisia tunteita.

3.5 Värien miellelyhtymiä

Punaisesta syntyy mielikuva positiivisimmillaan vallan tunteesta, voimasta, toiminnasta, intohimosta, seksuaalisuudesta ja rakkaudesta. Negatiiviselta puolelta punainen ilmentää vihaa, pakonomaisuutta, vaaraa, kärsimättömyyttä, väkivaltaa ja kostoa.

Keltainen antaa vaikutelman kirkkaudesta, lämmöstä ja ilosta. Vastapuolelta keltainen varoittaa ja kertoo vaarasta.

Sininen viilentää, rauhoittaa ja antaa tunnetta uskollisuudesta ja turvasta. Negatiiviselta puolelta se kertoo kylmyydestä, peloista, passiivisuudesta ja masennuksesta.

Oranssi ilmentää lämpöä, iloisuutta ja ystävällisyyttä. Toisaalta se voi antaa vaikutelman välinpitämättömyydestä.

Purppuraan liitetään kuninkaallisuus, hienostuneisuus, uskonnollisuus. Toisaalta se voi olla värinä jotenkin töykeä.

Vihreä kertoo tuoreudesta ja kasvusta mutta myös voi kuvastaa kateutta, mustasukkaisuutta tai huonoa omaatuntoa.

Musta on aina tyylikäs ja hienostunut sekä dramaattinen väri. Toisaalta se voi kertoa kuolemasta ja pahuudesta.

Valkoinen kuvastaa aina hyvyyttä ja puhtautta mutta se voi antaa myös vaikutelman talvesta, etäisyydestä ja kylmyydestä.

(Abacus Design, 2006.)

4 Kuvat ja niiden käsittely

Mustavuori oli paneutunut perusteellisesti uuden yrityksensä käynnistämiseen sekä siinä yhteydessä tarvittaviin markkinointimateriaaleihin. Valokuvaaja Päivi Peltonen otti suuren määrän keväisiä, raikkaita ja energiaa täynnä olevia kuvia ja näin meillä oli loistavaa materiaalia jatkotyöstettäväksi. Hyvästä kuvavalikoimasta oli helppo lähteä vali-

koimaan kullekin sivulle sopivia kuvia. Kuvissa oli hyvää myös Mustavuoren katsekontakti, joka kohtaa katsojan katseen kanssa. Hyvä katsekontakti vetää puoleensa. Laadin sitten erilaiset kuvakollaasit kutakin sivua varten Photoshop-ohjelmalla. Kuvat sijoitin Drupal-rakenteeseen lohkoiksi omille paikoilleen.

Kuvienkäsittelyprosessi oli mielenkiintoinen ja luova. Kuvilla on suuri merkitys Inspiraaren sivustolla. Ne ilmentävät sitä energiaa, jolla Mustavuori luotsaa yritystään ja palvelee asiakkaitaan.

5 Sivuston valmistuminen ja päivittäminen

Sivusto valmistui lähes päivälleen oikeassa aikataulussa ja julkaistiin syyskuussa 2009. Asiakas oli tyytyväinen lopputulokseen ja on tyytyväinen edelleen tänään keväällä 2011.

Sivusto oli valmis ja julkaistu, mutta vielä piti saada asiakas päivitystaituriksi. Mustavuori ei ole kovin innokas tietokoneen käyttäjä. Word on hänen kirjoitustyökalunsa ja perustoiminnot ovat hallussa. Mitään niiden yli menevää Mustavuori ei ole halunnut ottaa käyttönsä. Siis vain yksinkertaisia toimintoja. Niinpä edessä oli koulutus, jonka aikana piti saada Mustavuori oppimaan Drupalin päivitystoiminnot.

Tapasimme pari kertaa, jolloin opetin Mustavuorelle sivuston päivittämistä. Hän omaksuu asiat nopeassa tahdissa. Se osoittaa, että päivityksiä tekevän henkilön ei tarvitse olla tietokonevirtuoosi voidakseen päivittää Drupalilla tehtyjä sivustoja. Mustavuori pitää yllä blogiaan, päivittää ajankohtaisia tapahtumia ja tarvittaessa korjailee/muuttelee tekstisisältöä. Tämä on riittänyt hänelle - toistaiseksi.

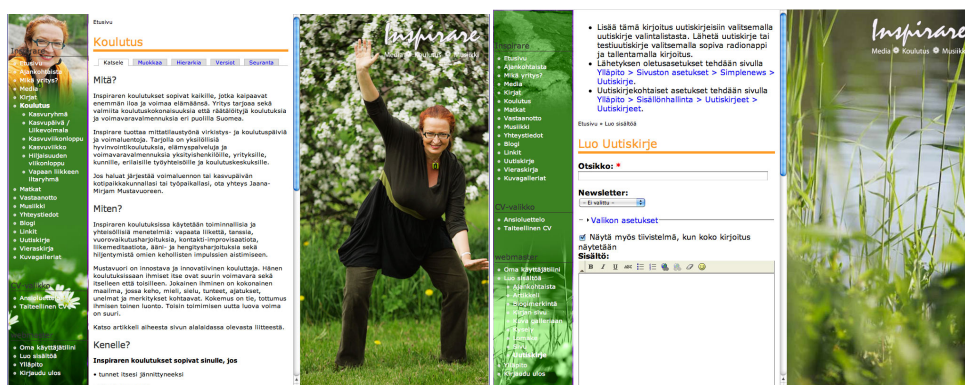
Ei ole oikeastaan virheellistä sanoa, että Drupalin sivujen muokkaaminen on yhtä helppoa kun tekstinkäsittelyn käyttäminen. Tai oikeastaan vieläkin helpompaa, koska monet kokevat Wordin vaikeaksi ohjelmaksi. Verkkosivuilla ei tarvitse ajatella asiakirjastandardien asetteluja ja näin välttyy kaikilta toiminnoilta, joita tekstinkäsittelyn käyttö vaatii.

Lähdettäessä tekemään päivityksiä sivustolle kirjaututaan sisään omilla tunnuksilla. Sisäänkirjautumissivulla ovat kentät, joihin syötetään käyttäjätunnus ja salasana. Sen jälkeen valitaan mitä halutaan tehdä. Mikäli halutaan lisätä sisältöä, valitaan Luo sisältöä ja seuraavaksi sisällön tyyppi. Jos halutaan muokata olemassa olevaa sisältöä, siirrytään ko. sivulle ja valitaan Muokkaa. Sen jälkeen pääsee muokkaamaan sivun tietoja. Tekstin muokkaamista varten Ontieto on asentanut Drupaliin wysiwyg-editorin (FCKeditor). Editorilla onnistuvat myös kuvien lisääminen ja taulukoiden luominen.

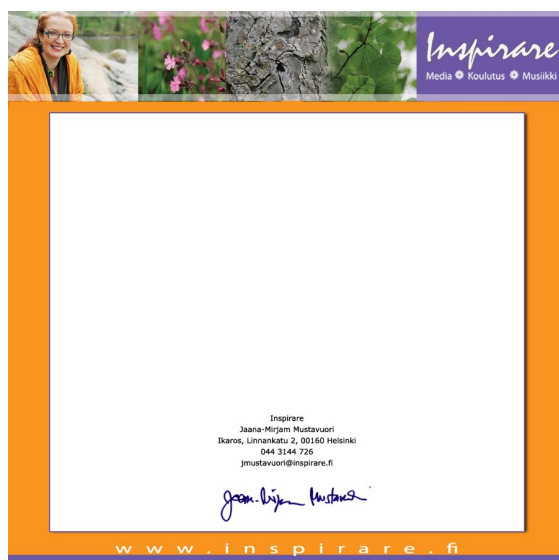
Alla kuvat sivuista, jotka voi nähdä sivustolle sisäänkirjautumisen jälkeen ja joista pääsee lisäämään esim. blogitekstin, uutiskirjeen tai muokkaamaan sivujen sisältöä.



Kuvio 3. Tämän näköiset sivut näkyvät sivustolle sisäänkirjautumisen jälkeen ja joista pääsee lisäämään esim. blogitekstin, uutiskirjeen tai muokkaamaan sivujen sisältöä. Vasemmalla sivu, jolta pääsee lisäämään blogimerkintöjä. Oikealla kuva sivusta, josta voi luoda uutta sisältöä.



Kuvio 4. Vasemmalla sivu, jolta pääsee muokkaamaan Koulutus-sivua. Oikealla sivu, josta pääsee luomaan uutiskirjeen.



Kuvio 5. Uutiskirjeen pohja.

Uutiskirjettä (kuvio 5.) Mustavuori ei ole vielä lähettänyt. Se on siis kokeilematta ja käytön toimivuus näin vielä näkemättä. Hän kokee tarvitsevansa siihen lisää koulutusta. Asia on ohjelmassa syksyllä 2011.

6 Inspirare.fi ja Valtioneuvoston laatukriteeristö

Tarkastelen seuraavassa Inspirare.fi-sivustoa suhteessa Valtiovarainministeriön julkaisuun *Verkkopalvelujen laatukriteeristö – Väline julkisten verkkopalvelujen kehittämiseen ja arviointiin*.

(Valtiovarainministeriö 2007. Verkkopalvelujen laatukriteeristö.)

Laatukriteeristö on tarkoitettu ensisijaisesti julkisten verkkopalvelujen kehittämisen arviointivälineeksi, jonka avulla voidaan parantaa verkkopalvelujen laatua sekä palvelun käyttäjien että tuottajien näkökulmasta lisätä julkisista verkkopalveluista saatavia hyötyjä. Kuitenkin se soveltuu tarkistuslistana myös esimerkiksi yrityksille. Se toimii tarkistuslistana, mutta ei määrää eikä sido mihinkään. Se ei myöskään suosittele eikä neuvo. Tarkoitus on auttaa huomioimaan kaikki tärkeät ja olennaiset seikat verkkopalvelun kehittämiseksi. Laatukriteeristö käyttää arviointialueina käyttöä, sisältöä, johtamista, tuottamista ja hyötyä.

6.1 Käyttö

Käytöllä kriteeristöissä tarkoitetaan verkkopalvelun toimintaa loppukäyttäjän kannalta. Kyse on siis käytettävyydestä. Kriteereitä ovat verkkopalvelun käyttämisen mahdollisuus, yksinkertaisuus ja mahdollisimman hyvin käyttäjän tarpeiden ja odotusten mukaisuus. Näkökulmina ovat siis saatavuus, käytön helppous ja sujuvuus sekä rakenteen ja ilmaisun viestinnällisyys.

Mielestäni Inspirare.fi-sivuston kohdalla nämä oheiset kriteerit täyttyvät kiitettävästi. Mahdollisuutta sivuston avaamiselle ja selailulle ei ole mitenkään rajoitettu. Ei tarvita kuin toimiva verkkoyhteys ja selain. Sivut avautuvat kohtuullisessa ajassa hitaimmillakin yhteyksillä. Ainoana kritiikkinä on noussut esiin sivujen leveys. Näytöillä, joilla on matala resoluutio sivuston reunoja jää jonkin verran piiloon. Käyttäjä joutuu selaamaan hieman sivusuunnassa. Testasin sivuston avaamisen iPhone:ssa, jossa se näkyy erittäin hyvin. Tosin sivuilta jää pieni osa näkymättömiin, mutta selaamalla hiukan sekin näkyy. Mitään oleellista ei kuitenkaan jää piiloon.

Sivustolla liikkuminen on tehty niin yksinkertaiseksi kuin mahdollista. Käyttö on helppoa ja sujuvaa. Rakenne toistuu samana kautta sivuston ja ilmaisu on arvioni mukaan viestinnällisesti hyvää. Onhan sisällön tuottajana Mustavuori itse, joka on kirjoittamisen ammattilainen.

6.2 Sisältö

Seuraava arviointialue koskee sisältöä. Arviointikohteena ovat sisällön oleellisuus, luotettavuus, ajankohtaisuus, kattavuus, ymmärrettävyys sekä rakenteen selkeys. Arvotetaan tietosisällön laatua sekä vuorovaikutteisuutta.

Inspirare.fi:n sisällön osalta on mielestäni onnistuttu hyvin. Tästä jälleen kiitos kuuluu alan ammattilaiselle eli Mustavuorelle itselleen. Hän on mielestäni onnistunut kiteyttämään tarpeellisen informaation siten, että käyttäjä jaksaa sen hyvin lukea kyllästymättä. Kaikki oleellinen on esitetty ymmärrettävässä muodossa ja rakenteellisesti selkeästi.

Vuorovaikutteisuus on sivustolla otettu huomioon, sillä lukija voi antaa omia kommenttejaan sivustolle Ajankohtaista- ja Blogi-sivulla sekä tilata uutiskirjeen tai kirjoittaa terveisiä vieraskirjaan. Sähköpostilinkki on myös suoraan sivustolta toimiva.

6.3 Johtaminen

Tämä kriteeri liittyy verkkopalvelun ja sen kehitystyön johtamiseen organisaatiossa ja laatuun liittyvät palvelun strateginen suunnittelu sekä palvelutuotannon organisointi ja seuranta.

Tähän laatukriteeriin on vaikea ottaa kantaa. Palvelun kehittäminen on Ontiedon toimintaan liittyvä asia. Pirinen johtaa yhdenmiehen yritystään ja tutkii jatkuvasti Drupalin osalta toiminnallisuuksia, joita voi tarjota eteenpäin asiakkaalle. Syksyllä 2011 on tulossa uudistuksia.

6.4 Tuottaminen

Tuottaminen liittyy verkkopalvelun toteuttamisessa, kehitystyössä ja ylläpidossa huomioitaviin laatutekijöihin. Tarkastelun kohteena ovat palvelun rakentamiseen liittyvä laatu, käyttäjäkeskeisyys, sisällöntuoton hallinta ja turvallisuus sekä toimivuus.

Inspiraren sivuston kohdalla ym. tekijät on huomioitu kattavasti Drupalin kautta. Palvelua on helppo rakentaa Drupalilla eli laajentaa sivustoa uusilla toiminnallisuuksilla. Näistä voisi mainita esimerkiksi mahdollisten videoiden lisäämisen sekä monikielisyyden tilanteen vaatiessa. Käyttäjakeskeisyys tai -ystävällisyys on aina Drupalissa hyvää tasoa. Sisällöntuotto on kiinni Mustavuoresta ja hänen tilanteestaan. Turvallisuudesta ja toimivuudesta vastaa Ontieto, joka varmistaa molempien laadun hyvin.

6.5 Hyödyt

Hyötykriteereinä tarkastellaan verkkopalvelun käyttäjän ja tuottajaorganisaation saamia hyötyjä.

Haastatellessani Mustavuorta keväällä 2011 hän kertoo sivuston hyödyttäneen häntä monessa asiassa. Niitä ovat uuden yrityksen perustamisen yhteydessä brändin, imagon ja yrittäjäidentiteetin rakentaminen ja rakentuminen. Se auttoi Mustavuorta itseään selventämään mitä hän on tekemässä, ja siitä on ollut hyötyä yrityksen näkyvyyden ja tunnettuisuuden edistäjänä. Sivusto on Mustavuoren mukaan toiminut loistavana tiedotuskanava. Käyntikortti ja esite, jotka tuotettiin sivuston tueksi, toimivat hienosti sivustolle ohjaavina tuotteina. Sansibarin matkailmoitus Voi hyvin -lehdessä tuotti satoja vierailuja matkasivulle. Terveysmessuilla Mustavuori on jakanut esitettä sekä käyntikorttia, ja se on tuottanut myös satoja käyntejä sivuilla. Sivuston sisältö on monipuolinen ja kattava ja Mustavuori pitää sitä hyvin ajan tasalla. Käyttäjät saavat paljon informaatiota Inspiraren toiminnasta ja tapahtumista, joihin voivat myös ilmoittautua sivuston kautta. Ilmoittautuminen kursseille ja matkoille on myös toiminut Mustavuoren mukaan erittäin hyvin tällä tavoin.

Valtioneuvoston julkaisu sisältää oheisen ns. lyhyen version kriteereistä. Vertaillen Inspi.fi-sivustoa näihin näen, että nämä kriteerit täyttyvät kohtuudella.

- Verkkopalvelua voi käyttää erilaisissa teknisissä ympäristöissä.
 - Käyttö tuntuu turvalliselta ja luotettavalta.
 - Navigointi ja tiedon löytäminen on helppoa.
 - Käyttöliittymä on selkeä, yhdenmukainen ja ymmärrettävä.
 - Linkit ovat kuvaavia ja toimivia.
-
- Rakenne on jäsennelty tarkoituksenmukaisesti
 - Sisältö on luotettavaa ja ajantasaista.
 - Tekstisisältö on ymmärrettävää ja luettavaa.
-
- Verkkopalvelussa ja sen kehittämisessä noudatetaan lainsäädäntöä

- Verkkopalvelu tukee organisaation strategiaa ja tavoitteita.
- Verkkopalvelua johdetaan.

- Käyttäjärhyt, käyttäjien tarpeet ja käyttötilanteet on otettu huomioon.
- Sisällöntuotanto on järjestelmällistä.
- Tekninen ylläpito on hallittua.

- Verkkopalvelusta on hyötyä organisaatiolle
- Käyttäjä saa verkkopalvelusta lisäarvoa.

Julkaisussa mainitaan, että tämä lyhyt lista ei ole riittävä, kun halutaan päästä täydelliseen lopputulokseen, vaan kriteeristö kokonaisuudessaan tulee ottaa huomioon.

(Verkkopalvelujen laatukriteeristö, 23-25.)

6.6 Pieni haastattelututkimus

Haastattelin 10.5.2011 Mustavuorta saadakseni tietoa hänen kokemuksistaan sivuston kanssa toimimisesta. Ohessa vastauksia kysymyksiini:

Kysymys: Tuliko sivustosta esteettisesti kaunis, helppokäyttöinen, helppolukuinen ja vastasiko sinun toiveitasi?

Vastaus: Kyllä, sivusto vastaa erittäin hyvin tekemääni tarkkaa briifausta. Se on kaunis, selkeä ja helppokäyttöinen. Valokuvaajaystävänä ottamat kuvat luovat yhdenmukaisen tunnelman sivustolle, ja oma tekstini kuulostaa siltä, mitä halusin/haluan.

Kysymys: Mitä hyötyä sinulle on ollut sivuston olemassaolosta?

Vastaus: Sivusto on minulle ja yritykselleni ennen kaikkea upea esite, joka rakentaa brändini imagoa haluamallani tavalla, ja tiedottaa yritykseni tarjoamista palveluista. Sinne on kiva ohjata lehti-ilmoitukseni nähneet tai esitteeni/käyntikorttini saaneet tai Facebookissa toimintaani törmänneet ihmiset hakemaan lisätietoa esimerkiksi kurseistani ja kirjoistani.

Ja ilmoittautumiset tulevat sujuvasti perille sivuston kautta.

Kysymys: Millaista palautetta olet saanut asiakkailta?

Vastaus: Olen saanut paljon hyvää palautetta sivustostani sekä asiakkailta että kollegoilta. Sivustoa keuhetaan kauniiksi ja minun oloisekseni.

Kysymys: Olisitko toivonut jotain lisää?

Vastaus: En tarvitse mitään lisää.

Kysymys: Mitkä ovat odotukset ja suunnitelmat tulevaisuudessa?

Vastaus: Minun täytyy kouluttaa itseni käyttämään uutiskirjettä, kuvatyökalua, tekemään linkitykset ja hankkia linkki Facebook-sivuilleni. Olen aika aktiivinen FB:n suunnalla, ja tuotan sinne kuvia enemmän kuin nettisivuilleni, ja käytän jostain syystä tavallista sähköpostia asiakasviestintään uutiskirjeen asemesta. Totumus on toinen luonto!

Harkitsen myös elävän kuvan käyttöä kurssitoimintaa ja musiikkipalvelujani esittelemään.

Kysymys: Menikö jotain oleellista pieleen projektissa?

Vastaus: Mikään ei mennyt pieleen tässä projektissa. Ihana hanke, huiman hyvä lopputulos!

7 Printtimediatuotteet

Logo syntyi ensimmäisenä kaikesta. Sitä tarvittiin heti sivustoa varten. Logon oli Mustavuori itse jo suunnitellut Staccato 222-fontin osalta ja ostanut sen käyttöönsä. Lisäsin alle Media, koulutus ja musiikki –tekstin kukkasymboleineen ja viimeistelin kokonaisuuden. Logosta käytetään myös valkoista värillisellä pohjalla kuten Inspirare.fi-sivustolla.



Kuvio 6. Logo.

Logon (kuvio 6.) fontin Mustavuori oli valinnut itse ja koki sen vahvasti omakseen. Sitä pohdimme yhdessä monelta kantilta ja tulimme tulokseen, että Staccato 222-fontti on hyvä edustamaan liikettä, kepeyttä ja eteenpäin menoa — iloakin.

Sivustoprojektin toteutuksen jälkeen laadittiin vielä käyntikortti, esite, messujuliste ja lehti-ilmoituksia. Kaikki noudattavat samaa ulkoasukaavaa nettisivuston kanssa. Näin

pyrittiin luomaan Inspirare-yritykselle yhtenäistä ja vähitellen tutuksi tulevaa ilmettä. Jatkossa on tiedossa uusia lehti-ilmoituksia ja messumateriaaleja. Keskustelin Mustavuoren kanssa myös esitteen uusimisesta, mutta toistaiseksi uusitaan vain sisältöä ja ulkoasuun ei vielä tehdä uudistusta.



Kuvio 7. Käyntikortti.

Käyntikortin väriarvinnat (kuvio 7.) soviteltiin sivuston väreihin yhteensopiviksi ja Mustavuoren mieltymyksiä noudatellen. Myös rakenteellisesti taitto muistuttaa selkeydessään ja palstamaisuudessaan verkkosivustoa. Mustavuoren nimi on kirjoitettu Staccato-fontilla, jolloin se yhdistyy logoon kuvastaen ideaa, että yritys ja Mustavuori ovat sama tekijä.



Kuvio 8. 2-puoleinen kolmeen osaan taitettava esite.

Myös esitteeseen (kuvio 8.) värit ja rakenne valittiin palsta- ja lohkoajattelun mukaisesti. Oranssi taustaväri on valoisa etupuolella. Sisäpuoli esitteestä on pohjaväritään valkoinen niin, että suuri määrä tekstiä olisi helpommin luettava. Esitteen suunnittelussa noudatin pitkälle Mustavuoren omaa taittoidea.



Kuvio 9. Voi hyvin -lehden ilmoituksia. Vasemman puoleinen edustaa perusmallia, jota käytetään lähes kaikissa Inspiraren lehti-ilmoittelussa samoin kun messuprinteissä. Oikean puoleinen on rakenteeltaan perusmallin mukainen, mutta värit on vaihdettu korostamaan oranssin avulla lämpöä ja aurinkoa, mitä Sansibarissa voi kokea yltäkylläisesti.

8 Yhteenveto

Tämän opinnäytetyön pääroolissa on Inspirare.fi-verkkosivusto, jonka laadin tarjouspyynnön pohjalta yhdessä Ontieto-yrityksen kanssa. Tässä kirjallisessa osuudessa olen pyrkinyt analysoimaan ja purkamaan työprosessia ja avaamaan valintojen takana olevia tekijöitä.

Tarjouspyyntöön kuuluivat verkkosivujen lisäksi logo, esite ja käyntikortti. Kyseessä oli monialainen yritys, johtuen yrittäjän Jaana-Mirjam Mustavuoren moniosaamisesta. Hän halusi lähteä itsenäisesti tarjoamaan palvelujaan toimittuaan 10-vuoden ajan Voi hyvin -lehden päätoimittajana.

Sivustolle asetettiin tavoitteita, joita olivat yksilöllisyys ja laadukkuus. Piti siis löytää keinot, joilla tuollainen sivusto luotaisiin. Toisaalta haettiin myös itsepäivitetävyyttä, jonka oppimisen piti olla mahdollisuuksien rajoissa myös henkilölle, joka ei ole tietokonevirtuosi vaan aivan ”tavallinen Wordin käyttäjä”. Tarvittiin tiimi, joka yhdessä toteuttaisi tuon kaiken. Harvoin löytyy henkilöä, joka hallitsee verkkosivuston koko prosessin. Niitäkin varmasti on mutta mielestäni on järkevää, että sivuston laatimisessa on joukko ihmisiä, joilla kullakin on oma osaamisen alueensa. Niin on mahdollista saada aikaan ammattimaisia sivustoja. Ohjelmointi ja tekninen toteutus ovat yksistään jo pal-

jon taitoa ja osaamista vaativia, samoin graafinen suunnittelu, puhumattakaan esimerkiksi valokuvauksesta, joka on usein tärkeä lenkki sivustokokonaisuudessa. Hyvät kuvat ovat kultaa kaikessa graafisessa ulkoasusuunnittelussa. Tässä projektissa se asia oli kohdallaan, kun valokuvaaja Päivi Peltonen otti Mustavuorelle ja Mustavuoresta hyvät kuvat markkinointikäyttöä varten eikä ollut mitään copyright-esteitä niiden käytölle.

Sivuston toteuttamiseksi valittiin Drupal-sisällönhallintajärjestelmä, koska se on monipuolinen ja ajankohtainen avoimen lähdekoodin ohjelmisto, joka mahdollistaa asiakkaalle sivujen päivittämisen itse. Opetin Mustevuorelle sivujen päivittämisen.

Lisäksi laadin alkuperäisen suunnitelman ja tarjouksen pohjalta myös logon, käyntikortin ja esitteen sekä lisäksi messumateriaaleja ja lehti-ilmoituksia.

Tämä hedelmällinen yhteistyö jatkuu yhä ja suunnitteilla on uusien toimintojen käyttöönotto sivustolla. Suunnitteilla ovat syksyllä 2011 esim. joiltakin osin tiedon karsiminen ja jämäköittäminen yrityksen toimintamuotojen täsmentyessä. Inspirare sai verkkosivut, jotka Mustavuori on kokenut inspiroiviksi käyttää, ja toivon mukaan ne ovat inspiroineet myös sivustolla kävijöitä. Hänen kertomansa mukaan sivuista on tullut paljon kiitosta, minkä osoittaa myös tekemäni pieni kysely kokemuksiin liittyen.

Projekti oli tärkeä ja kiinnostava, koska se oli ensimmäinen iso projekti, jonka toteutin yhdessä silloin uuden tuttavani ja edelleen hyvän ystäväni ja yhteistyökumppanini Ontiedon Juhani Pirisen kanssa, siis hänen avustuksellaan sekä myötävaikutuksellaan. Tässä projektissa kävi selvästi ilmi kuinka paljon helpompi on tuottaa asiakasta tyydyttävä lopputulos, kun hänellä itsellään on selkeä kuva siitä mitä haluaa. Kaikissa asiakassuhteissa tarvitaan taitoa asettua toisen asemaan ja nähdä sellaistaikin mitä ei eteen kanneta. Kuitenkin mitä epävarmempi asiakas on toivomuksistaan, sitä vaikeampi on päästä tyydyttävään lopputulokseen. On myös mielenkiintoista huomata, kuinka merkittävässä roolissa Mustavuoren oma, värikäs persoona oli. Sen vaikutus oli läsnä kaikessa mitä tehtiin ja kaiken aikaa. Se mitä Inspirare tarjoaa asiakkailleen on suurelta osin juuri tämän monitaitoisen henkilön omat voimavarat tietoineen ja taitoineen. Siksi yhden naisen yritys tällä kertaa edusti ideaaliasiakasta. Kysyntä ja tarjonta kohtasivat.

Case Inspirare.fi opetti minulle paljon sekä teknisiä asioita että projektin hallintaa. Näen, että vielä on paljon opittavaa. Tämä oli myös eräänlainen pilottityö Ontiedon ja minun välisessä yhteistyössä samoin myös ensimmäinen Drupal-sivusto minulle. Suunnittelussa oli suuri apu myös Mustavuoren asiantuntemuksesta tilaajana, koska hän on media-alan ammattilainen ja hallitsee tilaamisen oikean taidon sekä tuntee luovien prosessien mekanismit.

Opin tässä prosessissa myös, että yhteistyön kannalta tärkeitä asioita ovat mm. täsmällisyys aikatauluissa ja tilauksen yksityiskohdissa. Lisäksi arvokasta oli, että pääsin sisään sisällönhallintajärjestelmien maailmaan, erityisesti Drupalin osalta. Sain myös paljon oivalluksia analysoidessani työprosessiin vaikuttaneita tekijöitä tässä kirjallisessa osuudessa. Ymmärsin myös, että sivustojen visuaalisen puolen toteutus on oma alueeni tulevaisuudessakin. Ohjelmointi jääköön sen osaajille.

Opiskelin Drupalia Pirisen avustuksella rakentamalla sivustoa. Ohjelman kokonaislogiikka oli minun vaikea löytää ja siinäkin on vielä paljon oppimista. Rakensimme sivustoa yhdessä Skype välityksellä. Loin sivuja ja sijoitin kuvia omille paikoilleen. Perussivujen lisäksi lisättiin vieraskirja, blogi, yhteyslomake ja uutiskirje. Uutiskirjeelle laadin pohjan. Pirinen rakensi vielä kuvagallerian. Opin perustoiminnot ja sivusto rakentui. Voin sanoa myös saavuttaneemme yhteisen tavoitteemme luoda inspiroiva verkkosivusto Jaana-Mirjam Mustavuoren Inspirare-yritykselle.

Elämä on jatkuva oppimisprosessi.

Lähteet

Abacus Design 2006. How to choose your website colours.
[verkkodokumentti] < <http://www.abacusdesign.com.au/articles/how-to-choose-your-website-colours.htm> > (Luettu 10.5.2011.)

Korpela, Jukka K. 2010. Verkkojulkaisun typografia. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Korpela, Jukka K. & Linjama, Tero 2003. WEB-suunnittelu,
Helsinki: Docendo Finland Oy.

moana, 30.3.2009. [verkkodokumentti] <<http://moana.fi/blogi/vertailu-wordpress-joomla-drupal>> (Luettu 15.5.2011.)

Mustavuori, Jaana-Mirjam 2009. Inspirare kotisivut, [verkkodokumentti]
<<http://www.inspirare.fi/yritys>> (Luettu 13.5.2011.)

Parkkinen, Jarmo 2002. Hyvään verkkopalveluun. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Pirinen, Juhani 2011. Ontiedon esite. Vantaa.

Tompuri, Janne 30.11.2002. Verkkosivun luettavuus.
[verkkodokumentti] <<http://www.adage.fi/blogi/2002/verkkosivun-luettavuus/>>
(Luettu 3.5.2011.)

Tompuri, Janne 30.11.2004. Esteettinen käytettävyys tuotesuunnittelussa.
[verkkodokumentti] <<http://www.adage.fi/blogi/2004/esteettinen-kaytettavyys-tuotesuunnittelussa/>> (Luettu 9.5.2011.)

Valtiovarainministeriö, Verkkopalvelujen laatukriteeristö – Väline julkisten verkkopalvelujen kehittämiseen ja arviointiin 2007. [verkkodokumentti] Saatavuus:
<http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/04_hallinnon_kehittaminen/20080124Verkko/Verkkopalvelujen_laatukriteeristoe.pdf>
(Luettu 22.5.2011.)