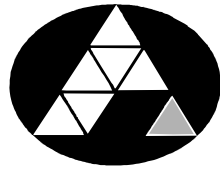


POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU
Viestinnän koulutusohjelma

Tuire Ikonen

VERKKOPALVELUN ELEMENTTIEN VISUALISOINTI

Opinnäytetyö
Toukokuu 2012



POHJOIS-KARJALAN
AMMATIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2012
Viestinnän koulutusohjelma

Länsikatu 15
80110 JOENSUU
p. (013) 260 6991 p. (013) 260 6906

Tekijä(t)
Tuire Ikonen

Nimeke
Verkkopalvelun elementtien visualisointi

Toimeksiantaja

Tiivistelmä

Opinnäytetyön aiheena oli tutkia, miten verkkopalveluissa käytettyjä yleisimpiä elementtejä, kuten esimerkiksi logoa, navigaatiota ja kuvaa, voisi kuvata visuaalisesti. Elementtien visualisointi helpottaa verkkosuunnittelua, koska silloin suunnittelijalla on olemassa tietty tapa kuvata verkkopalvelun elementtejä ja tekijätiimi ymmärtää selkeästi, mitä suunnitelmat tarkoittavat. Suunnittelijan ei myöskään tarvitse käyttää suunnitteluvaiheessa aikaa sen pohtimiseen, millä tavalla hän elementtejä kuvaisi.

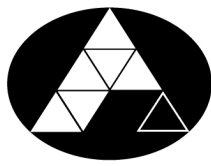
Käytin merkkien kehittämiseen omaan kokemukseen pohjautuvaa analyysiä. Kokemukseni perustuu koulun projekteihin, joissa on käytetty joitakin vakiintuneita tapoja kuvata elementtejä. Testasin merkkejä Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun verkkomedian opiskelijoilla ja kävimme keskustelua siitä, miten merkeistä voisi tehdä parempia. Valitsin tämän kohderyhmän testattavaksi sen vuoksi, että opinnäytetyön tuloksena syntyneet merkit otetaan käyttöön Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun verkkomedian opetuksessa syksyllä 2012.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi merkkejä, joiden avulla voidaan tehdä visuaalinen suunnitelma verkkopalvelusta.

Kieli
suomi

Sivuja 37
Liitteet 3
Liitesivumäärä 11

Asiasanat
verkkosuunnittelu, visualisointi, elementti



NORTH KARELIA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

THESIS
May 2012
Degree Programme in Communication
Länsikatu 15
FIN 80110 JOENSUU
FINLAND
Tel. 358-13-260 6991

Author(s)
Tuire Ikonen

Title
The Visualization of Web Service Elements

Commissioned by

Abstract

The aim of the thesis was to research how to display the most known elements of web services, for example, a logo, navigation and image, can be represented visually. Visualization of elements helps web design because then the designer has a certain way to show elements and the team will understand what the designer's plans mean. The designer does not have to use time to create the elements in the planning stage if they already exist.

I used my own experience-based analysis. My experience is based on the school projects in which we used some well-established ways to describe the elements. I tested the symbols with the North Karelia University of Applied Sciences web media students and we had a discussion on how the symbols could be improved. This target group was chosen because the symbols created as a result of this thesis will be introduced result of the thesis generated characters will be introduced in the web media course of North Karelia University of Applied Sciences in the autumn 2012.

As a result of this thesis symbols for making a visual plan of a web site were created.

Language
Finnish

Pages 37
Appendices 3
Pages of Appendices 11

Keywords
web design, visualization, element

Sisältö

Tiivistelmä

Abstract

1	Johdanto	5
2	Merkkien kehittäminen	5
3	Teknisestä piirtämisestä mallia verkkosuunnitteluun	6
4	Konseptisuunnittelu.....	7
4.1	Käsitteen sekavuus.....	7
4.2	Konseptisuunnittelun vaiheet.....	8
5	Verkkopalvelun sisältökenttien järjestäminen	9
6	Visualisointi apuna verkkosuunnittelussa.....	13
7	Testaus	14
7.1	Merkkien testaus jo olemassa olevaan verkkopalveluun	14
7.2	Merkkien testaus opiskelijaryhmällä	17
8	Merkit.....	19
8.1	Ylätunniste, alatunniste ja pääsisältökenttä	19
8.2	Logo, navigaatiot ja haku-kenttä	21
8.3	Teksti	25
8.4	Kuva	27
8.5	Video	30
8.6	Kalenteri	31
8.7	Moduulialue	32
8.8	Kirjoituskenttä ja välilehti	34
9	Pohdinta.....	35
	Lähteet.....	36

Liitteet

Liite 1	Testi opiskelijoille
Liite 2	Lista merkeistä
Liite3	Testin tulokset

1 Johdanto

”Kun eri henkilöt haluavat ilmaista ajatuksiaan toisilleen, he puhuvat keskenään. Opitulla yhteisellä symboliikalla, kielellä, jota muut ihmiset käsittävät, saamme itsemme ymmärretyksi.” (Pere 2007, 1.) Verkkopalvelun suunnittelua ja toteuttamista helpottaa, kun tekijätiimin kaikki jäsenet ymmärtävät toisiaan samalla tavalla. Verkkopalvelun tekijätiimiin kuuluvat yleensä projektipäällikkö, visualisti, konseptisuunnittelija ja tekninen suunnittelija (Iljin 2006). Yhteisen merkintätavan avulla säästytään turhalta työltä ja säästetään aikaa. Opinnäytetyössäni tutkin, miten verkkopalveluissa käytettyjä elementtejä voisi kuvata visuaalisesti. Idea opinnäytetyöhön tuli Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun verkkomedian opettaja Aarno Savolaiselta. Hän oli itse jo pitkään miettinyt, että verkkosuunnittelun tueksi olisi hyvä kehittää oma merkistö kuvaamaan erilaisia verkkopalvelun osia, kuten tekniseen piirtämiseen on kehitetty omat merkkinsä. Opinnäytetyön tuloksena syntyneet merkitsemistavat otetaan käyttöön syksyllä 2012 Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun verkkomedian opetuksessa, jossa niitä testataan enemmän ja kehitetään eteenpäin.

2 Merkkien kehittäminen

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää tapoja kuvata verkkopalvelun elementtejä visuaalisesti. Tavoitteena oli luoda verkkosuunnitteluun tarkoitettu kieli, mutta täydellistä kieltä ei kuitenkaan näin lyhyessä ajassa pystynyt kehittämään, joten opinnäytetyön tuloksena syntyi alustava elementtien merkitsemistapa. Merkki on olennainen yksikkö kaikessa viestinnässä. Viesti koostuu yhdestä tai useammasta merkistä, ja nimenomaan merkit kuljettavat viestiä. Merkit jaetaan yleensä signaaleihin ja symboleihin. Signaalilla tarkoitetaan sitä, että se on suorassa kausaalisuhteessa siihen, mitä se tarkoittaa. Esimerkiksi itku on signaali nälästä, tuskasta tai yleensä huonosta olost. Yleisesti otaksutaan, että eläinten viestit ovat signaaleja, automaattisia reaktioita ärsykkeisiin. Symboli ei ole minkäänlaisessa kausaalisuhteessa tarkoitukseensa. Useimmat kielen sa-

nat ovat symboleita. Symboli on riippuvainen käyttäjäyhteisönsä sopimuksesta ja se on myös mielivaltainen. (Korhonen 1993, 26–27.) Amerikkalaisen filosofin Charles S. Peircen (1955) mukaan merkit voidaan puolestaan jakaa kolmeen luokkaan; ikoneihin, indekseihin ja symboleihin.

Merkkien kehittämisessä otin huomioon Edward Tufteen (1983) ajatuksen siitä, että kaikki turhat viivat ja symbolit tulee karsia pois. Tällöin esitykseen jäävät vain oleelliset asiat. Hänen mukaansa visualisoinnin tehtävinä ovat datan esittäminen, katselijan houkuttelu miettimään pääsisältöä eikä metodiikkaa ja keskeisen informaation hämärtämisen välttäminen.

3 Teknisestä piirtämisestä mallia verkkosuunnitteluun

Verkkosuunnitteluun olisi tarpeellista saada samantyylinen merkintätapa kuin teknisessä piirustuksessa. Teknisen piirustuksen avulla erilaiset tekniset asiat voidaan ilmaista mahdollisimman perusteellisesti ja selkeästi. (Pere 1997, 1). Kun verkkosuunnitelmat ymmärrettäisiin myös vain yhdellä tavalla, säästettäisiin siinä huomattavasti aikaa, kun tekijätiimi tietäisi, mitä suunnittelija haluaa. Peruselementteinä piirustuksissa toimivat viivat, numerot ja symbolit. Tekninen piirtäminen jakautuu mukaan seuraaviin osa-alueisiin:

- koneenpiirustus
- rakennuspiirustus
- LVI-piirustus
- mittaus- ja ohjaustoimintojen piirustukset
- sähköpiirustus
- hydraulikka ja pneumaattipiirustusmerkit. (Harju 2006.)

Piirustus on kuva, jonka avulla pystyy välittämään paljon tietoa yksiselitteisemmin ja helpommin kuin pelkän tekstin avulla. Piirustus kertoo valmistajalle tarkasti asiakkaan toiveen. (Harju 2006.) Rakennuspiirustuksen avulla tehdään esimerkiksi rakennuksen pohjakuva, kun taas LVI-piirustuksella tarkoitetaan rakennuspohjaan piirrettyä ilmastointikanavistoa, viemäreitä, vesijohtoja tai patteriputkitusta. Sähköpiirustus näyttää rakennuksen pohjakuvaan piirretyt va-

laisimet, pistorasiat, johdot tai sähkökeskukset. Piirustuksen tulee olla havainnollinen, yksiselitteinen ja riittävästi mittoja sisältävä. (Harju 2006.) Merkkien tulee määrittää yksiselitteisesti esittämänsä elementti tai sen osa, sillä vähäiseltäkin näyttävä virhe tai piirustuksen väärä tulkinta saattavat johtaa siihen, että suunnitelma ymmärretään väärin ja lopullisesta tuotteesta tulee virheellinen. Koneenpiirustuksessa on annettu kaksi perusvaatimusta: yksikäsitteisyys ja selvyys. (Pere 2007, 2.) Koneenpiirustuksen peruseriaatteet, merkintätyylit ja ohjeet ovat sovellettavissa verkkosuunnitteluun.

4 Konseptisuunnittelu

4.1 Käsitteen sekavuus

Jonna Iljin (2006) kertoo artikkelissaan, että digitaalisen viestinnän konseptisuunnitteluun liittyvää tietoa on olemassa vain ”kentällä”, työelämässä, osana alan toimijoiden työkaluttureja ja toimintatapoja. Erilaisten taustojen omaavien ihmisten keskustellessa keskenään samoilla termeillä mutta kuitenkin eri merkityksin syntyy erittäin helposti väärinymmärryksiä. Kun eri viitekehykset jatkuvasi kohtaavat ja risteävät, näistä väärinymmärryksistä saattaa syntyä toimintaa häiritsevä ongelma. Hän kertoo myös siitä, kun aiemmin eri suunnittelualat ja niiden toimintakulttuurit kehittyivät omiin suuntiinsa muista irrallaan, korostuvat nykyisin joka alalla poikkitaiteellisuus ja -tieteellisyys. Termistöjen merkitykset ja työskentelykulttuurit sekoittuivat. Koska digitaalinen suunnittelu on aloista nuorimpia, ilmiö saattaa näkyä juuri siinä muiden alojen vahvemmin. Iljin kertoo artikkelissaan myös kohdanneensa hyvin erilaisia konseptisuunnitteluun liittyviä käsitteitä. Hänen konseptisuunnittelija-nimikkeensä miellettiin epäselväksi ja hän joutui hyvin usein myös selittämään, mitä hän teki työkseen.

Omaa työnkuvaa oli kuitenkin haasteellista kuvailla, enkä kyennyt rajaamaan sitä kovin selkeästi suhteessa muihin alani työnkuviin. En myöskään osannut vastata kysyjille, mistä *konseptisuunnittelusta* yleisellä tasolla, alasta riippumatta, oli kyse. Näistä syistä itsekin aika ajoin kyseenalaistin ammattinimikkeeni ja työnkuvani. (Iljin 2006.)

Koska konseptisuunnittelun käsite on monille hämärän peitossa, on ymmärrettävää, ettei verkkosuunnittelun tueksi ole vielä kehitetty minkäänlaista standardia merkistöä. Käsitteen sekavuutta edesauttavat eri kielten väliset merkityserot. Digitaalisessa viestinnässä konseptisuunnittelun lopputuloksena syntyy suunnitteludokumentti. Tämän dokumentin avulla voidaan toteuttaa esimerkiksi verkkopalvelu, joka saavuttaa asiakkaat tavoitteet ja täyttää käyttäjän tarpeet. (Iljin 2006.)

4.2 Konseptisuunnittelun vaiheet

Verkkopalvelujen suunnittelu alkaa ideointivaiheesta, jossa voidaan käyttää apuna erilaisia ideointimenetelmiä. Kaikki ideat eivät kuitenkaan ole toteuttamiskelpoisia, mutta niistä jotka ovat, jatketaan seuraavaan vaiheeseen. Silloin toteuttamiskelpoisia ideoita aletaan hioa ja niitä syvennetään projektisuunnitelmaksi. Ideointivaiheen jälkeen tehdään synopsis, joka on suunnitteluvaiheen ensimmäinen käsikirjoitusdokumentti. (TTY:n Hypermedialaboratorio 2011.) Verkkopalveluiden suunnittelussa synopsisella tarkoitetaan tiivistelmää verkkopalvelun sisällöstä ja toiminnallisuudesta. Synopsisen tehtävänä on tiivistää verkkopalvelun perusideat. Siihen ei laiteta kuvia tai muita yksityiskohtaisia ratkaisuja. (Tervakari & Silius 2005.)

Garrett (2003) määrittelee suunnittelutyölle viisi eri tasoa. Ensimmäisessä tasossa (palvelun strategia) määritellään käyttäjien tarpeet ja palveluntuottajan tarpeet. Toiseen tasoon (palvelun rajaus) kuuluvat toiminnallisuuteen ja informaation sisältöön liittyvät vaatimukset. Kolmannessa tasossa (palvelun rakenne) suunnitellaan vuorovaikutusta ja informaatioarkkitehtuuria. Neljäs taso kattaa palvelun kehyksen, jossa suunnitellaan informaation esitystapa, käyttöliittymä ja liikkumisjärjestelmä. Viimeiseen eli viidenteen tasoon (palvelun ulkoasu) kuuluu visuaalinen suunnittelu. Verkkopalveluiden suunnitteluun tulee panostaa, sillä huonoja suunnitelmia on vaikea korjata myöhemmin (Jussila & Leino 1999, 121–122). Kun verkkopalvelulle ollaan määrittämässä ulkoasua, täytyy ottaa huomioon palvelun kohderyhmä ja käyttötarkoitus. Graafista linjaa tulee noudattaa verkkopalvelun jokaisella sivulla. Verkkopalvelun visuaalisella ilmeellä on

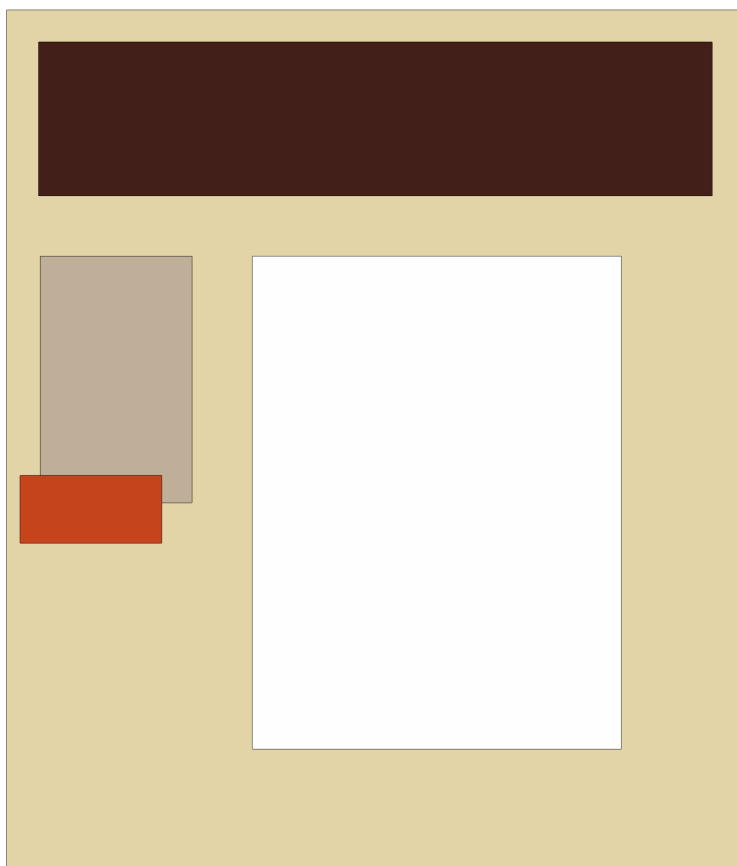
suuri merkitys, sillä se on ensimmäinen asia, jonka käyttäjä huomaa. Visuaalisen ilmeen perusteella käyttäjät tekevät päätelmiä palvelun luonteesta ja sisällöstä. Sivuston ensivaikutelma vaikuttaa suuresti siihen, miten luotettavana käyttäjä kyseistä sivustoa pitää. (TTY:n Hypermedialaboratorio 2011.) Kun käyttäjä pitää sivustoa visuaalisesti miellyttävänä, hän kokee sen sisällön myös uskottavammaksi (Fogg, Soohoo, Danielson, Marable, Stanford & Tauber, 2002; Robins & Holmes 2008). Suunnittelun ja toteutustyön prosessin tavoitteena on luoda laadukas verkkopalvelu (TTY:n Hypermedialaboratorio 2011).

5 Verkkopalvelun sisältökenttien järjestäminen

Verkkopalveluissa esiintyviä kenttiä ovat ylätunniste, navigaatiokenttä, pääsisältökenttä, lisätietokentät, hakukenttä, mainokset, alatunniste ja linkkiosiot. Ylätunniste välittää pääasiallisen informaation sivun ja sen edustaman organisaation identiteetistä. Käyttäjät odottavat myös löytävänsä ylätunnisteen yhteydestä sivuston globaalien navigoinnin, ja se on lisäksi yleinen sijoituspaikka hakukentälle. Alatunniste sisältää useimmiten tiedot, jotka tulee esittää sivulla mutta jotka täytyy pitää pois käyttäjän "tieltä". Näitä ovat esimerkiksi yksityiskohtaiset yhteystiedot, tekijänoikeudet ja palvelun vastuutahot. Navigaatiokenttä sijoitetaan usein vasempaan tai oikeaan reunaan. (TTY:n Hypermedialaboratorio 2011.) Sisältöelementit käsittävät suurimman alueen sivusta ja niitä voidaan jakaa moniin erilaisiin osa-alueisiin (Lynch & Horton 2009).

Asettelu-uudistuksen avulla suunnittelutyötä voidaan tehdä helpommaksi. Se toimii apuna verkkosivun taiton tilajaossa, jolloin elementit voidaan asettaa kooltaan samoihin suhteisiin ja samoille linjoille. Sen käyttö mahdollistaa monipuolisemmat layout-mallit perinteiseen jakoon (ylätunniste, sisältö, sivunavigointi, alatunniste) verrattuna, jolloin tilaa voidaan hyödyntää tarkemmin ja tehokkaammin. (TTY:n Hypermedialaboratorio 2011.)

Verkkopalvelujen elementtien sijoitteluun on olemassa ainakin kolme erilaista tekniikkaa, jotka ovat CSS-tyylit, taulukot ja kehykset. CSS:n avulla tehtävä asettelu tehdään jakamalla sivuston loogiset sisältökentät div-elementtien sisään ja määrittelemällä niiden paikkaa CSS-tyyliin avulla. (Helsingin Yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta 2004.)



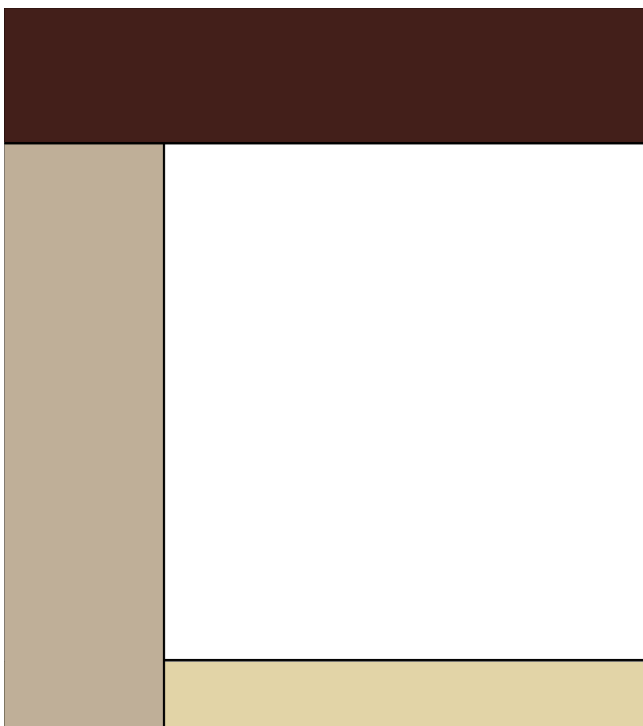
Kuva 1. Asettelu CSS:n ja div-elementtien avulla. (Mukaellen: Helsingin Yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta 2004.)

Kuvassa 1 asettelu tehdään CSS:n ja div-elementtien avulla. Tässä div-elementeillä on määritelty neljä eri sisältökenttää (otsikkokenttä, navigaatio, leipäteksti ja oranssi "bonuskenttä") ja näille on annettu mitat ja koordinaatit tyyli-tiedostossa. CSS:llä vapaudutaan taulukoiden ja kehysten käyttämästä "ruudukosta": kenttien ei tarvitse olla linjassa ja ne voivat mennä päällekkäin. (Helsingin Yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta 2004.)

Verkkopalvelun asetteluun pystyy tekemään myös taulukon avulla (kuva 2). Siinä koko sivu on jaettu taulukon avulla "ruudukoksi" ja sen sisältö on laitettu taulukkosolujen sisään. Taulukot on tarkoitettu taulukoidun tiedon esittämiseen, ei

asetteluun. Taulukoita käytettäessä dokumentin ulkoasumäärittely ja varsinaisen sisältö ovat myös samassa koodissa, eikä asettelua voida haluttaessa muuttaa keskitetysti CSS-tyylien avulla. (Helsingin Yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta 2004.)

Kuva 2. Sivupohjana on neljän rivin ja kolmen sarakkeen taulukkosoluja on yhdistelty (katkoviivat). (Mukaellen: Helsingin Yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta 2004.)



Kuva 3. Asettelu kehysten avulla. (Mukaellen: Helsingin Yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta 2004.)

Kehysten (kuva 3) avulla selainikkuna voidaan jakaa vaaka- tai pystysuunnassa osiin, joissa esitetään erilliset HTML-dokumentit. Kehysten avulla asetellaan selainikkunaa, ei sivua. Tämän tekniikan hyötynä on verkkopalvelun päivitettävyyden helpottuminen, sillä navigaatio- tai otsikkopalkki voidaan tehdä omaksi tiedostokseen ja päivittää erillään leipätekstisivusta. Kehyksen osilla on myös kullakin erillisinä ikkunoina oma vierityspalkkinsa: navigaatiopalkki voi olla koko ajan näkyvässä, vaikka teksti-ikkunaa vieritettäisiin. Tässä tekniikassa on kuitenkin huonoja puolia: Kehyksiä käyttävässä sivustossa osoitteena näkyy koko ajan kehukset määrittelevän sivuston osoite, eikä alasivuille voi linkittää siten, että myös kehukset tulisivat näkyviin. Jos selain ei tue kehkyksiä, sivusto ei näy ollenkaan. Kuvassa 3 sivu on jaettu kehyksillä ensin kahdeksi ikkunaksi vaakasuunnassa (ruskea otsikkopalkki ylös), sitten uudestaan pystysuunnassa (harmaa "navigaatiopalkki" vasemmalle) ja vielä kerran vaakasuunnassa (beige alantunnistekenttä). (Helsingin Yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta 2004.)

6 Visualisointi apuna verkkosuunnittelussa

Erikoistuttuani opinnoissani verkkomediaan toimin paljon suunnittelijan roolissa erilaisissa projekteissa ja vastaan tuli usein sama ongelma. Suunnittelijana minun täytyi aina olla kertomassa muille tekijätiimin jäsenille kirjallisen ohjeen lisäksi myös suullisesti, mitä halusin suunnitelmissani sanoa. Suunnittelijana täytyi aina yrittää keksiä, miten kuvata jokin verkkopalvelussa esiintyvä elementti piirroksena, sillä elementeille ei ole kehitetty yleisiä piirustusmalleja. Minun täytyi myös käyttää paljon tekstiä itse hahmotelmissa, jotta niistä saisi selvää, mistä suunnitelmassa on kyse. Tällainen tapa vie suunnittelijan ajasta paljon ja joidakin asioita on vaikea yrittää selittää toiselle ihmiselle suullisesti, sillä hän voi käsittää asiat aivan eri tavalla. Tämän vuoksi on hyödyllistä kehittää merkistö, jota sekä suunnittelija että tekijät ymmärtäisivät. Sen tulee olla yksiselitteinen, jotta väärinkäsityksiltä vältyttäisiin. Tällaisten merkkien keksiminen nopeuttaisi tuotantoprosessia ja helpottaisi työtä. Bergin ja Kojon (2011) mukaan monet nykyisin tutut visuaaliset mallit eivät perustu suoraan aistittavissa olevan informaation esittämiseen vaan ovat pelkkiä tutkimustiedon havainnollistamistapoja. Visualisointi on hankalaa, koska luotaessa uusia tapoja kuvata asioita on tehtävä valintoja eri esittämistapojen välillä. Ihmisaisteista näkö tarjoaa laajimman informaatiokanavan niin aivojen tietoiselle päätöksenteolle kuin myös intuitiivisemmalle tiedonmuodostukselle. (Berg & Kojo 2011.)

Merkkien kehittäminen verkkosuunnittelun tueksi tekee suunnitelmista helpommin luettavia. Esimerkiksi verkkopalvelun tekninen toteuttaja eli admin ymmärtää heti suunnitelman nähdessään, millaisia elementtejä suunnittelija haluaa verkkopalveluun tulevan. Suunnitelmasta admin ymmärtää myös helpommin palvelun toiminnallisuuden ja osaa lähteä rakentamaan oikeanlaista pohjaa verkkopalvelulle. Jotta ihmiset pystyisivät kommunikoimaan keskenään, heillä tulee olla yhteinen sopimus siitä, mitä merkit tarkoittavat. Merkitykset siis opitaan. (Hatva 1993, 17.) Kehittämäni merkit vaativat uusien asioiden omaksumista, tässä tapauksessa uusien symboleiden tarkoitusten oppimista. Ympäristömme on täynnä merkkejä ja niiden merkityksiä, joista saamme viestejä ja vihjeitä. Myös muodoilla on erilaisia merkityksiä (Kauhanen-Simanainen 2003, 22). Käytän merkkien pohjana myös jo entuudestaan tuttuja merkitsemistöjä.

7 Testaus

7.1 Merkkien testaus jo olemassa olevaan verkkopalveluun

Kehitettyäni ensimmäiset versiot merkeistä kokeilin, miten ne toimivat käytännössä. Testasin merkkejä olemassa olevaan verkkopalveluun tekemällä siitä piirustuksen, millainen verkkopalvelu olisi suunnitteluvaiheessa. Valitsin testiin Viiveen¹ (Viestinnän verkkolehti) etusivun (kuva 4). Valitsin tämän verkkopalvelun, koska se on toteutettu Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman verkkomedian opetuksessa. Olin itse suunnittelemassa Viivettä vuonna 2011, jolloin minun täytyi keksiä merkkejä, joilla kuvata tiettyjä elementtejä.

Elementtien asettelu kävi nopeasti, kun oli olemassa valmiit merkit, joilla kuvata elementtejä. Tämän testauksen yhteydessä tuli ilmi myös tarpeita keksiä uusia merkkejä, kuten esimerkiksi millä tavalla linkit esitettäisiin tai kuvaesityksessä olevien kuvien määrää. Tein myös muutamia muutoksia merkkeihin, kuten muutin niiden kokoja suhteessa toisiinsa. Suunnitelmasta tuli mielestäni siistin näköinen, mutta merkkien selvyys kävisi ilmi vasta testattuani merkkejä verkko-median opiskelijoille.

¹<http://media.ncp.fi/viive/>

Viive
Kestävän verkkolehden

Etuosio Uutiset Opiskelijaelämä Arvostelut Blogit Kavagalleria Videogalleria Arkisto

"Siellä missä sinäkin"

Elokuva-arvostelut
Toimilus arvosteli uutuuksokuvan Chronicle. Lue lisää...

Työharjoittelussa: Videokuvaaja astuikin tuottajan saappaisiin

Ella ei ole menettänyt senttikään energiastaan, vaikka viimeinen vuosi on koetellut häntä monin eri tavoin. Lue lisää...

TUOREIMMAT LUETUIMMAT

Chronicle Ristiriitaista, ja Juuri sikäi äärimmäisen kiinnostavaa Monikulttuurisuutta Joensuussa

Arvostelut "superpalloksen" syntyyn kyttyvät ympäristöstä. Uutuus... Kissa Lumpur on niin käsittämätön pallo, että sitä on vaikea... Mitän monikulttuurisuus näkyy arkipäivässä? Millanen Joan...

Lue lisää Lue lisää Lue lisää

Eikö tämä helmikuu koskaan lopu? Pakkaspäiviä Mitäs tänään kakahttaa

Tänä vuonna eletään 365-päiväisiä karkausvuotta, minkä vuoksi... Toivottaavasti tämän talven kovimmat pakkaset ovat nyt ohi. H... Tulkijumpat ja heppuhyppyvät fitterin läpi. Mitä muuta arja...

Lue lisää Lue lisää Lue lisää

• Seppänen Kalle Lumpurin • Laulokkain illoja
• Musikaalisja Tapioissa: Memphis • Puuhokunkaarit vaihtavat vaikkokanhan
• Krasiva neoclass • Kymmenen vinkkiä opinturytyöntekijälle
• Heaven Shall Burn @ Doppel Kaffe 17.02.2012 • Puluu Langkavassa ensituntumaa sulattelomassa
• Mitäs tänään kakahttaa • Pakkaspäiviä
• Eikö tämä helmikuu koskaan lopu? • Ristiriitaista, ja Juuri sikäi äärimmäisen kiinnostavaa

Ylellä
"Jaa, voisi lähteä kouluun."

Viiveen verkkolehti

Opiskela 3D
MOBI KARELIA

Tekijät Yhteistyökummit Viiveen historia

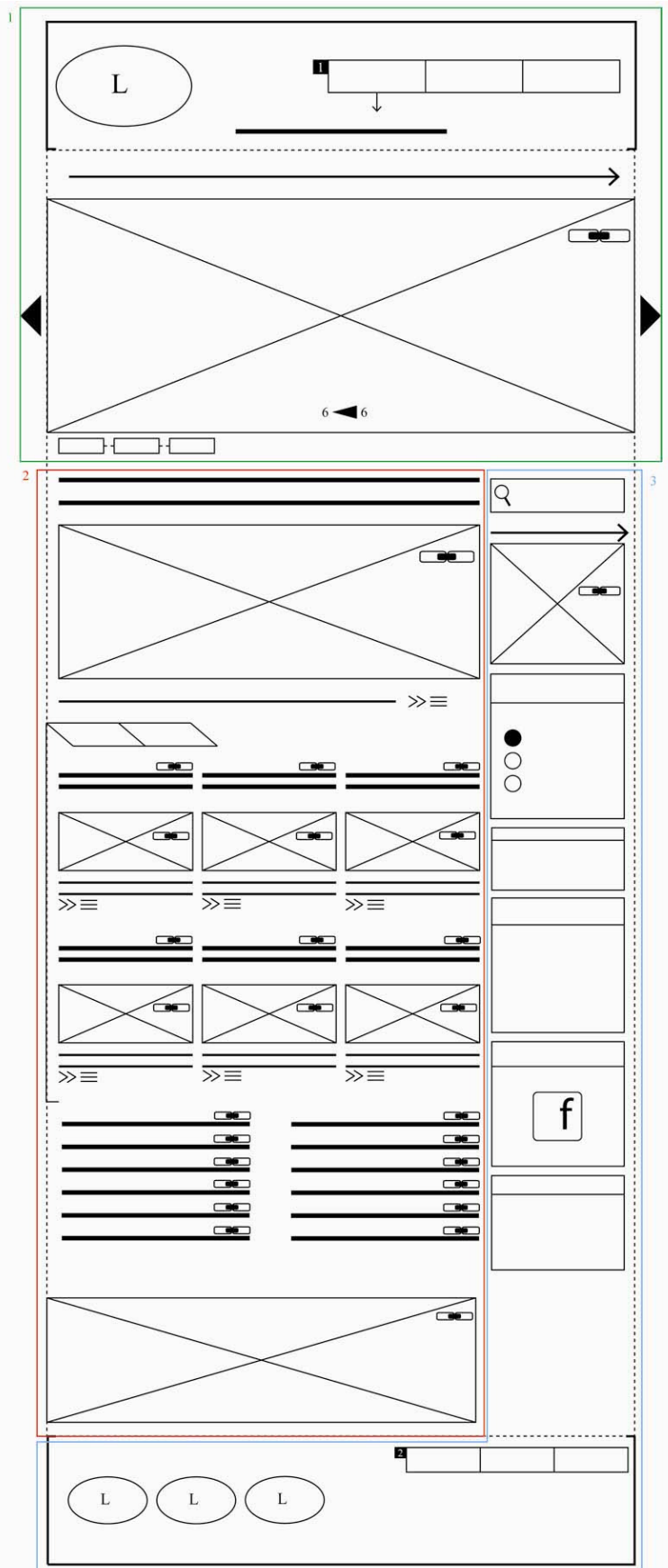
Viive 6.3.2012
<http://media.ncp.fi/viive/>

Kuva 4. Viestinnän verkkolehden etusivu 6.3.2012.

7.2 Merkkien testaus opiskelijaryhmällä

Seuraavana tehtävänä oli testata merkkien selkeyttä Pohjois-Karjalan ammatti-korkeakoulussa viestinnän koulutusohjelmassa opiskelevilla verkkomedian opiskelijoilla. Testaaminen tapahtui seuraavalla tavalla: Opiskelijat saivat ensin eteensä paperinipun (liite 1), josta löytyi merkit ilman selityksiä ja täysin irrallaan kontekstista. Heidän tuli kirjoittaa jokaisen merkin viereen, mitä elementtiä he uskoivat merkin tarkoittavan. Tämän tehtävän teki jokainen opiskelija itseksensä. Aikaa tähän tehtävään käytettiin noin 10 minuuttia.

Tämän jälkeen opiskelijat jaettiin kolmeen pienryhmään (Ryhmä 1, Ryhmä 2 ja Ryhmä 3) ja heille jaettiin Viiveestä tekemäni suunnitelma (kuva 5), joka oli jaettu kolmeen alueeseen. Ryhmä sai oman ryhmänsä numeroa vastaavan alueen Viiveen suunnitelmasta. Nyt ryhmän tuli kertoa jälleen, mitä elementtiä he uskoivat merkkien tarkoittavan. Tähän vaiheeseen käytimme aikaa noin 10 minuuttia. Testien jälkeen kävimme läpi merkkien merkitykset tekemäni PowerPoint-esityksen avulla. Opiskelijat saivat kertoa parannusehdotuksia merkeille. Tavoitteenani oli saada tämän testin avulla tietoa siitä, miten hyvin merkit tunnistetaan. Vaikein osa testistä oli ensimmäinen osio, jossa opiskelijoiden tuli keksiä merkkien merkitykset niiden ollessa täysin irrallaan kontekstista. Toisessa vaiheessa merkit oli sijoitettu suunnitelmaan, jolloin merkkien tulkitseminen helpottui.



Kuva 5. Viestinnän verkkolehdestä tehty ensimmäinen suunnitelma, joka testattiin opiskelijaryhmällä.

Testaukseen kului aikaa yhteensä 1,5 tuntia ja testi suoritettiin verkkomedian opiskelijoiden omassa työtilassa Joensuun Tiedepuistolla. Suoritin testin seitsemälle opiskelijalle, joista kaksi oli miehiä ja loput naisia. Vaikka testiryhmä ei ollut kovin suuri, sain silti uusia näkemyksiä ja korjausehdotuksia merkkeihin. Merkit, joita yli puolet eivät tunnistaneet testin ensimmäisessä osiossa, olivat logo, 2. navigaatio, leivänmurupolku, lue lisää, linkki, ponnahtusikkunaan avautuva kuva, kuvaesitys, merkki joka ilmoittaa kuinka monta kuvaa kuvaesityksessä enintään ja vähintään on, videon toiminnot, kirjoituskenttä (alavalikollinen), lähetä-painike ja välilehti (testin tulokset liitteessä 3). Testin toisessa osiossa, jossa merkit oli sijoitettu suunnitelmaan, merkkien tunnistaminen onnistui paremmin. Ryhmä 1 (Ryhmien saamat alueet merkittynä kuvaan 5) ei tunnistanut pientä tekstiosiota, automaattista kuvanvaihtoa ja kuvien määrä -merkkiä. Ryhmä 2 ymmärsi kaikkien merkkien merkitykset. Ryhmä 3 ei tunnistanut linkin ja kyselyn merkkiä. Kun merkit liitetään kontekstiin, niistä on helpompi ymmärtää mitä ne tarkoittavat. Yksinään niiden merkitysten arvaaminen on hankalaa. Testauksen jälkeen aloin korjata tehtyjä merkkejä opiskelijoilta saamieni parannusehdotusten pohjalta.

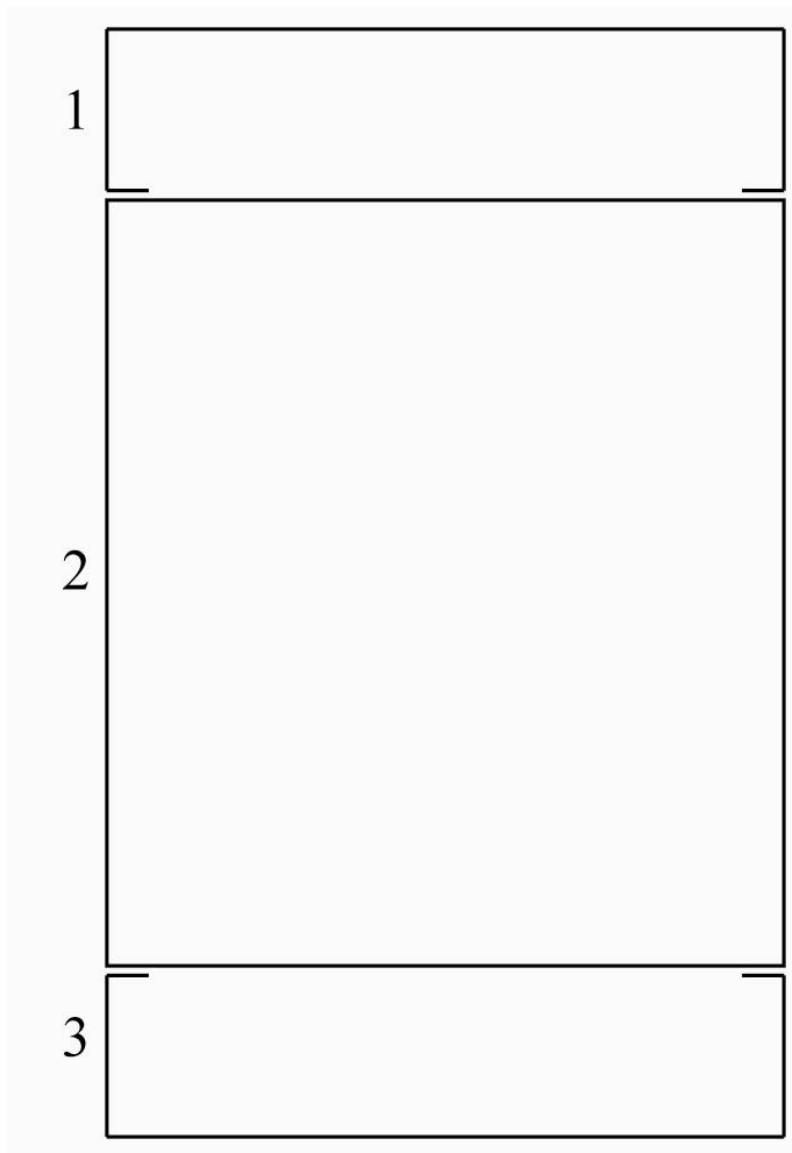
8 Merkit

8.1 Ylätunniste, alatunniste ja pääsisältökenttä

Headerin eli ylätunnisteen käsite on häilyvä, karkeasti sanottuna se tarkoittaa kaikkea mitä kuuluu verkkopalvelun yläosioon. Mutta mikä kaikki lasketaan sivun yläosioon kuuluvaksi ja mikä on se kohta, jossa se loppuu? Microsoft (2012) määrittelee, että ylätunniste on verkkopalvelun yläreunassa oleva alue, jossa on tekstiä ja kuvia. Se on ensimmäinen elementti, jonka kävijät näkevät, joten sen laatiminen houkuttelevaksi sekä liiketoimintaa ja tuotekuvaa tukevaksi on ensiarvoisen tärkeä osa verkkopalvelun suunnittelua. Ylätunnisteeseen Microsoftin mukaan kuuluvat seuraavat elementit:

- ylätunnisteteksti eli verkkopalvelun otsikko ja iskulause
- ylätunnisteen teema, joka on ylätunnistetekstiin liittyvä kuva
- ylätunnistetyyli, joka määrittää kuvien, tekstin sekä muiden graafisten elementtien koon ja sijoittelun
- ylätunnistelogon, joka voi olla yrityksen logo tai jokin muu kuva, jonka halutaan näkyvän ylätunnisteen teemakuvan lisäksi.

Jokaisella suunnittelijalla on valtuudet päättää itse, mitä ylätunnisteeseen laittaa ja mihin asti sen rajaa juuri siksi, ettei sille ole määrätty tarkasti mitä siihen kuuluu. Ylätunniste rajataan kohdan numero 1 tavoin (kuva 6). Alatunniste eli footer (3) näyttää lähes samalta kuin ylätunnisteen merkki (1), mutta se sijaitsee nimensä mukaisesti sivuston alaosassa. Alatunnisteen tehtävänä on näyttää käyttäjille se tieto, mitä he etsivät verkkopalvelusta. Tämän takia yhteys- ja perustiedot sijaitsevat useimmiten alatunnisteessa (Lennartz 2008). Pääsisältökehtässä sijaitsevat sivun pääasiat. Yleensä ylä- ja alatunnisteen tiedot pysyvät paikoillaan riippumatta siitä, missä päin sivustoa ollaan. Sisältöalue merkitään ohuella yhtenäisellä viivalla (3), joka rajaa sisältöalueen.



Kuva 6. Ylätunniste (1), sisältökenttä (2) ja alatunniste (3).

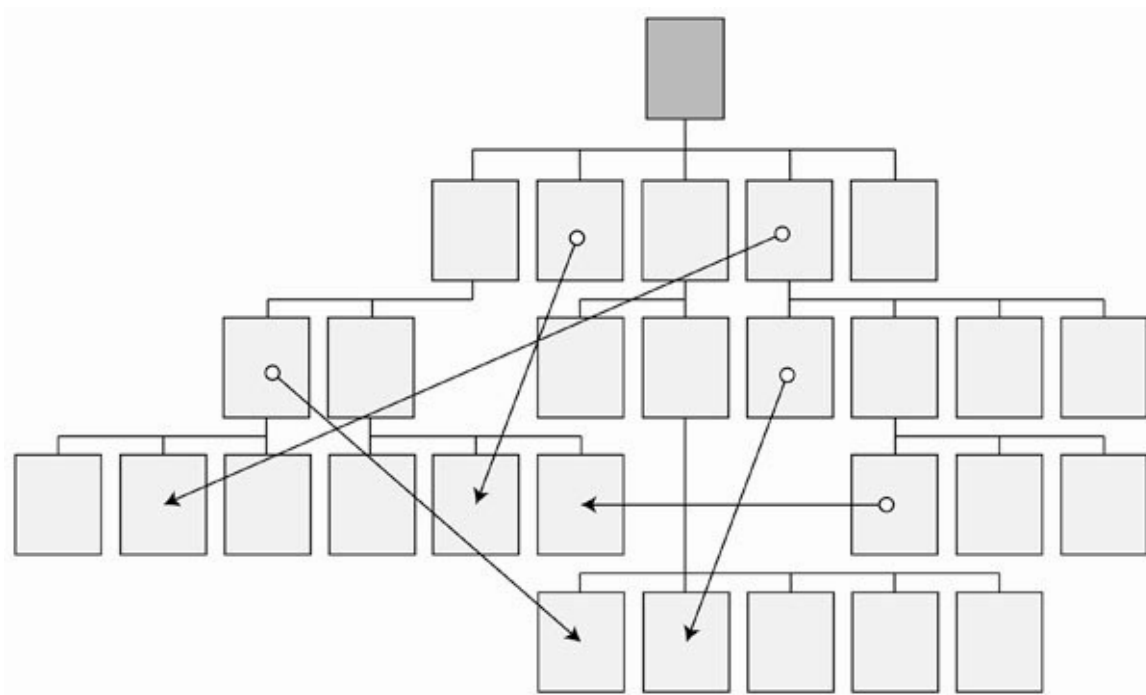
8.2 Logo, navigaatiot ja haku-kenttä

Logo tarkoittaa yrityksen nimeä vakiintuneessa kirjoitusasussa. Liikemerkki on puolestaan visuaalinen merkki tai tunnus. (Poikolainen 1994, 100.) Logo merkitään suunnitelmaan kirjoittamalla sana "Logo", sille määrätyle paikalle (kuva 7).

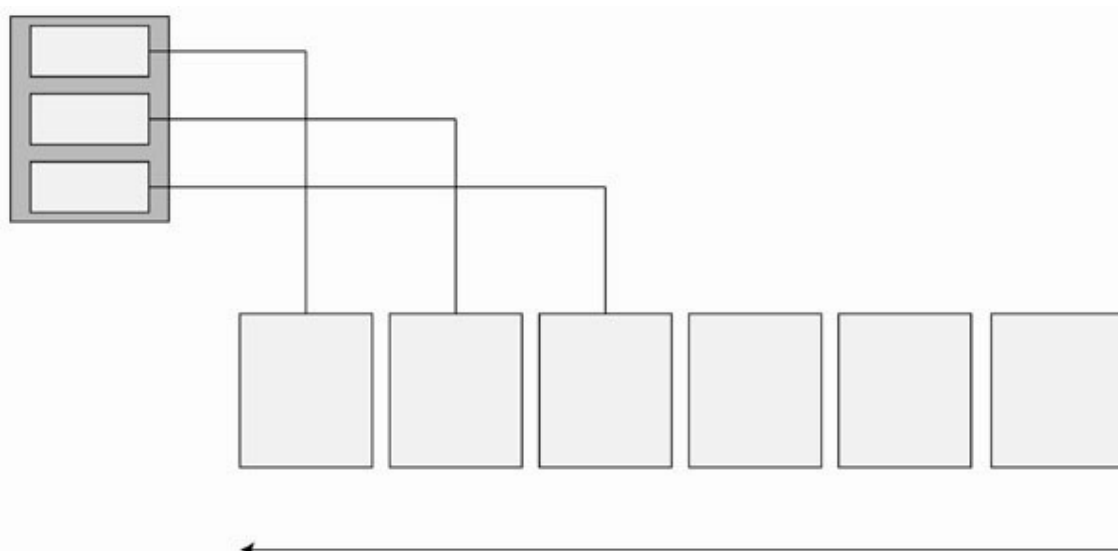
Logo

Kuva 7. Logon merkinä toimii sana ”Logo”.

Navigaatioilla tarkoitetaan linkkejä, joiden avulla käyttäjä pystyy liikkumaan verkkopalvelun sisällä. Navigaatiolinkkien tekstien ja metaforien tulisi olla mahdollisimman kuvaavia käytettävyyden kannalta. On olemassa erilaisia navigaatioita, kuten pää- ja alanavigaatiot, breadcrumb-navigaatiot (eli leivänmurupolut), hierarkkisesti avautuvat valikot (kuva 8), kronologiset navigaatiot (kuva 9), sivukartat ja sivun nimestä johtava linkki etusivulle on osa navigaatiota. (Helsingin Yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta 2004.)

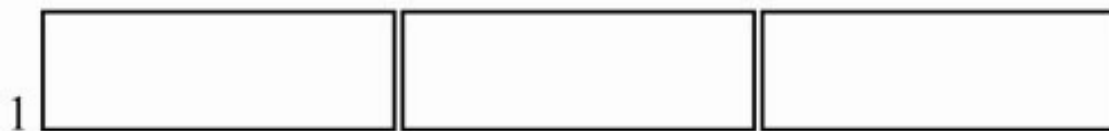


Kuva 8. Hierarkkinen rakenne. (Mukaellen: Helsingin Yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta 2004.)



Kuva 9. Kronologinen rakenne. (Mukaellen: Helsingin Yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta 2004.)

Päänavigaatiolle ensimmäisenä suunniteltu merkki (kuva 10) rakentui rinnakkain olevista laatikoista, joiden välillä on pieni rako. Laatikot edustavat navigaatiossa olevia kohtia. Merkin vieressä oleva numero tarkoittaa navigaation tärkeysastetta, eli numero 1 tarkoittaa päänavigaatiota eli verkkopalvelun tärkeintä navigaatiota. Navigaation numero ei kuitenkaan näkynyt kovin selvästi ja laatikoiden välille jäävä rako oli turha. Nämä muutokset tulivat Edward Tuften ajatuksesta näyttää ihmisille mahdollisimman paljon tietoa kuin vain mahdollista, mahdollisimman yksinkertaisesti. Näin navigaatiosta tuli kuvan 11 kaltainen. Numero sijoitettiin mustalle taustalle tuomaan huomiota, mutta raot laatikoiden välistä otettiin pois, sillä ne olivat turhat. Kun navigaation viereen laitetaan numero 2, se tarkoittaa, että navigaatio on toiseksi tärkein. Mikäli verkkopalvelussa on enemmän kuin kaksi navigaatiota, numeroita jatketaan samalla tavalla eteenpäin. Verkkopalvelulle ei kuitenkaan kannata laittaa liian montaa navigaatiota, sillä se voi sekoittaa käyttäjää ja huonontaa käytettävyyttä.



Kuva 10. Päänavigaation ensimmäinen versio.



Kuva 11. Päänavigaation toinen versio.

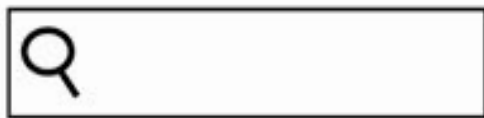
Jos navigaatioon halutaan alavetovalikko, merkitään kyseinen toiminto pienellä nuolella, joka sijoitetaan navigaatio-merkin ensimmäiseen ruutuun (katso liite 2, kohta 7). Mikäli alavetolaatikkoon tulee useampia alavetotasoja, merkitään ne pienemmillä nuolilla, jotka osoittavat oikealle päin. Kohdassa 7 alavetovalikko tulee kolmelle eri tasolle, koska nuolia on yhteensä kolme. Se, montako nuolta merkissä on, kertoo kuinka monta tasoa navigaatioon tulee.

Leivänmurupolku on helppo ja nopea tapa kertoa käyttäjälle tämän sijainti sivustolla. Leivänmurupolun merkki (kuva 12) muodostuu kolmesta peräkkäisestä pallosta, joita yhdistää katkoviiva. Aluksi merkissä pallojen tilalla oli suorakulmiot, mutta opiskelijoiden mielestä pallot sopivat muotona paremmin leivänmurupolkuun.



Kuva 12. Leivänmurupolku muodostuu kolmesta peräkkäisestä pallosta, joita yhdistää katkoviiva.

Haku-kentän avulla käyttäjä pystyy hakemaan verkkopalvelusta haluamaansa sanan kirjoittamalla sen kenttään. Yleensä haku-kenttä on sijoitettu verkkopalvelun yläreunaan. Haku-kentän merkki (kuva 13) on suorakulmio, jonka sisässä vasemmassa reunassa on suurennuslasia muistuttava kuvio. Merkki muistuttaa hyvin paljon yleistä haku-kenttää. Suurennuslasia on paljon käytetty haun symbolina, jonka takia se on osa merkkiä.

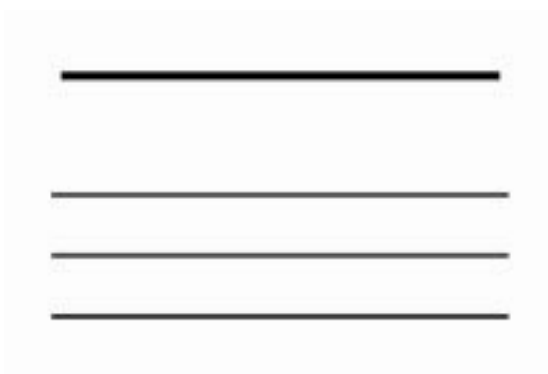


Kuva 13. Haku-kenttä.

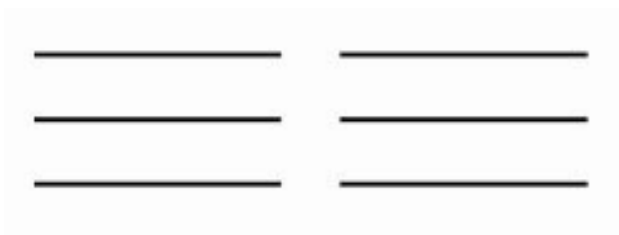
8.3 Teksti

Kaikki verkkopalvelut sisältävät yleensä jonkinlaista tekstiä, kuten otsikoita, kuvatekstejä ja leipätekstejä. Leipäteksti on jutun varsinainen tekstiosuus. Leipätekstin tausta on typografisissa käytännöissä, vaikka nykyään koko juttu saateen julkaista alusta loppuun samalla kirjasimella otsikkoa ja väliotsikointia lukuun ottamatta. Leipäteksti muodostaa jutun rungon ja siinä kirjoittaja etenee loogisesti ja tuo asioita esiin tärkeysjärjestyksessä. (Laitsaari 2012.) Verkkomedian opetuksessa Pohjois-Karjalan ammattikoreakoulussa on käytetty tekstin symbolina yleensä viivaa, joten en muuttanut sitä toisenlaiseksi.

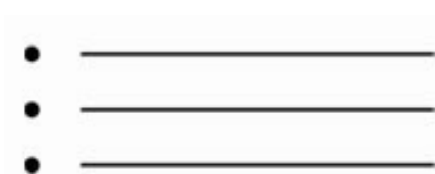
Otsikon merkinä toimii paksu viiva (kuva 14), joka merkitsee otsikolle varatun alueen verkkopalvelussa. Leipätekstin merkinä toimivat otsikkoa ohuemmat viivat (kuvat 14 ja 15). Suunnittelija merkitsee tekstille varatun alueen viivoilla. Luettelo kuvataan samalla tavalla kuin tavallinen leipäteksti, mutta viivojen eteen laitetaan pallo luettelon merkiksi, koska se on hyvin yleinen luetteloissa käytetty merkki (kuva 16).



Kuva 14. Otsikko (paksu viiva) ja teksti (ohuet viivat).

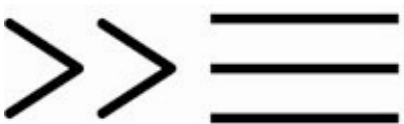


Kuva 15. Teksti: kaksi palstaa.



Kuva 16. Luettelo.

Lue lisää -painike (kuva 17) merkitään kolmella viivalla, joiden vasemmalla puolella on kaksi nuolta osoittamassa oikealle. Viivat symboloivat tekstiä ja nuolet sitä, että teksti jatkuu jossain muualla ja käyttäjän on *siirryttävä* johonkin muuhun paikkaan lukeakseen lisää. Kressin ja Leeuwenin (2006, 179–185) mukaan länsimaissa kuvan oikeaa puolta pidetään uuden, mutta myös problemaattisen ja kiistanalaisen asian alueena kun taas vasen puoli edustaa vanhaa, jo tiedettyä tai tunnettua asiaa tai henkilöä. Tämän vuoksi nuolet ovat sijoitettuna osoittamaan oikealle eli kohti uutta asiaa.



Kuva 17. Lue lisää.

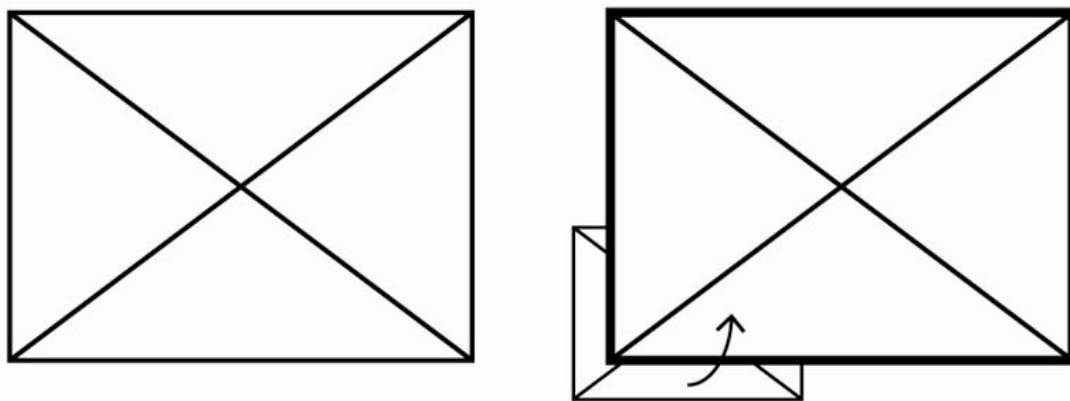
Tekstit ja kuvat voivat sisältää linkkejä jonnekin muualle verkkopalvelun osaan tai kokonaan toiselle verkkopalvelulle. Linkki tarkoittaa tietojoukkoon sisältyvää tai liittyvää tietoa toisen tietojoukon sijainnista ja mahdollisesti sen ominaisuuksista sekä mekanismeista, jota käyttäen tämä toinen tietojoukko saadaan käsiteltäväksi (Tietotekniikan liitto ry:n sanastotoimikunta 1999). Linkki kuvataan kuvan 18 merkillä. Jos linkki tulee kuvaan, merkki sijoitetaan kuvan merkin sisälle ja jos linkki sijaitsee otsikossa tai tekstissä, sijoitetaan linkin merkki tekstin merkin päälle.



Kuva 18. Linkki.

8.4 Kuva

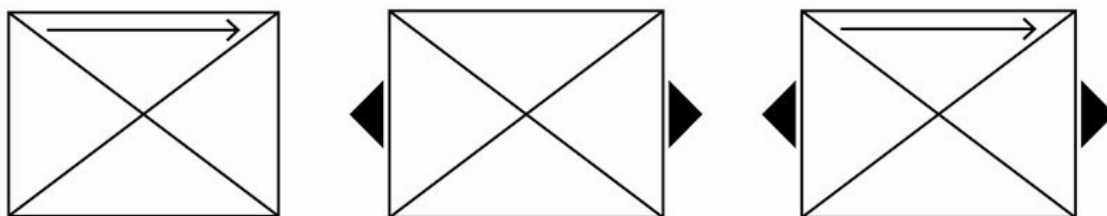
Kuvilla on suuri vaikutus verkkopalveluiden ilmeeseen. Kuvat tekevät niistä mielenkiintoisempia katsella ja luovat käyttäjälle mielikuvia. Kuviin tulee kiinnittää paljon huomiota ja niiden pitää olla hyvälaatuisia. Myös jo suunnitteluvaiheessa tulee miettiä kuvien suuntaa ja sitä, millaisia mielikuvia niiden halutaan verkkopalvelun käyttäjille luovan. Tavallisen kuvan merkki on suorakulmio, jonka sisällä on kaksi ristikkäin menevää viivaa (kuva 19). Käytimme opiskeluaikana tämmöistä merkkiä kuvan symbolina, joten kuvan merkki oli tiedossa jo entuudestaan. Jos halutaan, että kuva suurenee avautumalla ponnahdusikkunaan, merkkiin lisätään ponnahdusikkunaa kuvaava pienempi suorakulmio, josta tulee nuoli ylös.



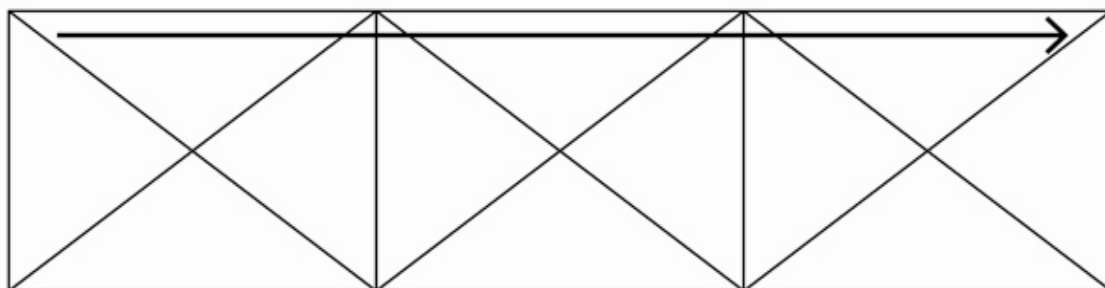
Kuva 19. Tavallinen kuva ja kuva, joka avautuu ponnahdusikkunaan.

Kuvaesityksiä on monenlaisia. Kuvaesityksellä tarkoitetaan useamman kuin yhden kuvan sarjaa, jossa kuvat vaihtuvat, joko itse selaamalla tai automaattisesti. Kuvat voivat liikkua esityksessä monin eri tavoin, mutta tähän opinnäytetyöhön olen valinnut kolme erilaista tapaa. Ensimmäisessä tavassa kuvia on näkyvillä kerrallaan ainoastaan yksi ja kuvat vaihtuvat automaattisesti eteenpäin, ilman että käyttäjä pystyy tähän itse vaikuttamaan. Toisessa tavassa ai-

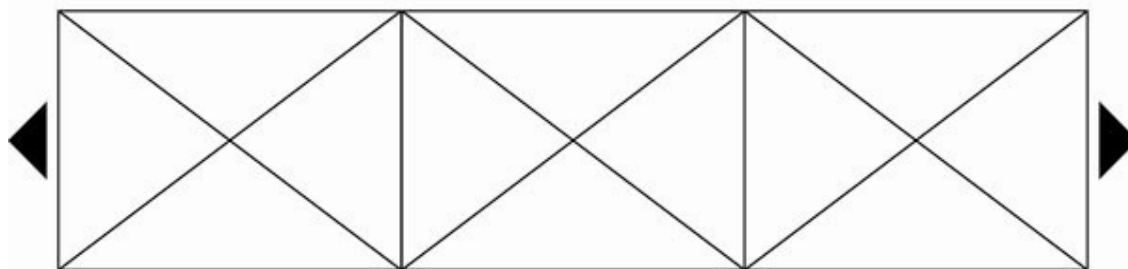
noastaan käyttäjä selaa kuvia eikä automaattista kuvien vaihtoa ole. Kolmannessa tavassa kuvat liikkuvat sekä selaamalla että automaattisesti (kuva 20). Kuvia voi näkyä myös useampi kuin yksi kerrallaan, kuten kuvissa 21, 22 ja 23, joissa kuvia näkyy kerrallaan kolme.



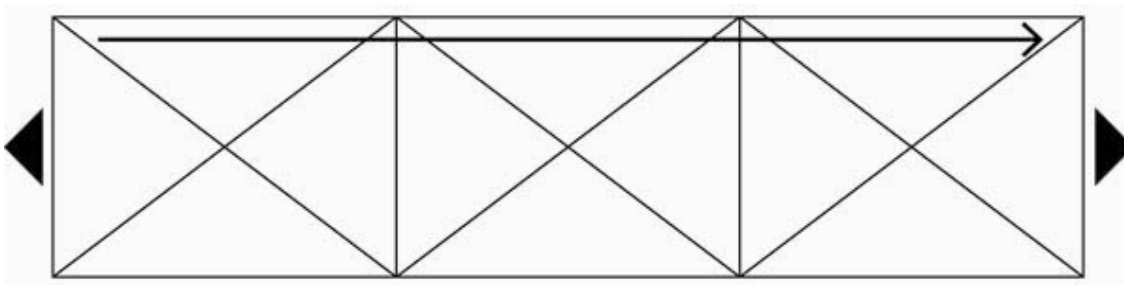
Kuva 20. Kuvaesitys, jossa näkyy yksi kuva kerrallaan. Ensimmäisessä kuvassa automaattinen kuvanvaihto, toisessa selattava ja kolmannessa sekä automaattinen että selattava kuvanvaihto.



Kuva 21. Kuvaesitys, automaattinen kuvien vaihto, kolme kuvaa vaihtuu kerrallaan.



Kuva 22. Kuvaesitys, jota selataan, kolme kuvaa vaihtuu kerrallaan.



Kuva 23. Kuvaesitys, sekä automaattinen että selattava kuvien vaihto, kolme kuvaa vaihtuu kerrallaan.

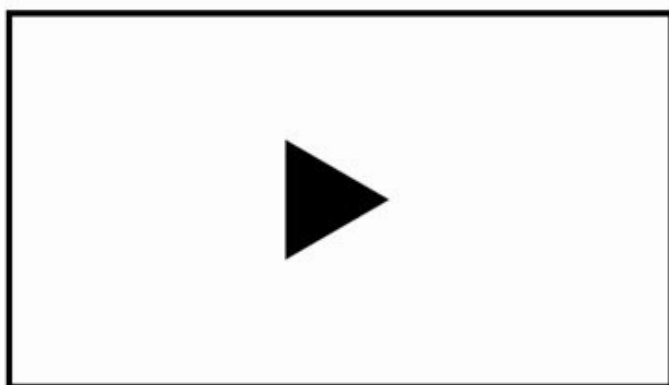
Kuvaesitykseen voi myös määrätä, kuinka monta kuvaa siihen halutaan sisällyttää, eli kuinka monta kuvaa siinä on vähintään ja enintään oltava. Kuvien määrä kuvaesityksessä kuvataan tummalla kolmiolla, joka kapenee vasemmalle ja levenee oikealle (kuva 24). Vasemmalla puolella oleva numero kertoo, kuinka monta kuvaa esityksessä on vähintään oltava ja oikealla puolella oleva numero kertoo puolestaan, kuinka monta kuvaa esityksessä saa enintään olla. Mikäli toinen luvuista jätetään tyhjäksi, tarkoittaa se sitä, että kyseistä lukua ei silloin määrätä vaan luku voi esimerkiksi olla ääretön. Jos kuvia on tietty määrä kuvaesityksessä, merkitään se kirjoittamalla pelkästään numero. Tämä merkki sijoitetaan kuvaesitysmerkin sisäpuolelle.



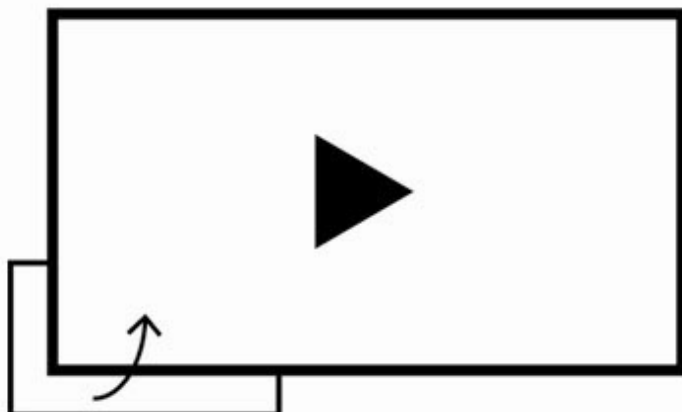
Kuva 24. Merkki, joka kertoo kuvaesityksen kuvien vähimmäis- ja enimmäismäärän.

8.5 Video

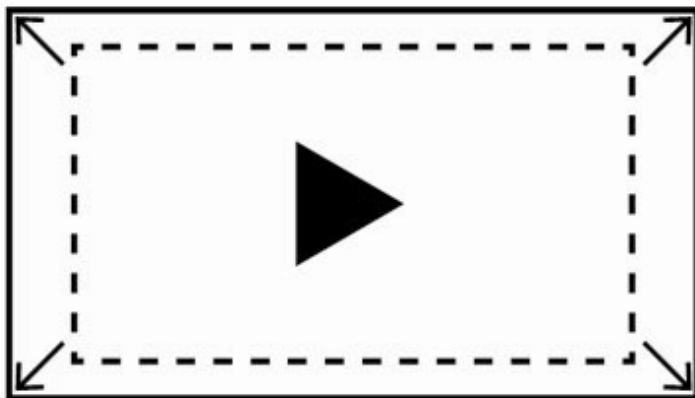
Videon merkin kuvasuhde on 16:9, joka tulee laajakuvatelevision kuvasuhteesta. Merkin sisällä on play-merkki, jota on käytetty jo pitkään videon symbolina (kuva 25). Videolla on myös erilaisia toiminnallisuksia. Video voi olla sen kokoinen, millaiseksi tekijä on sen määrittänyt, eli käyttäjä ei pysty suurentamaan tai pienentämään sitä ruudulla, eli videon koko on vakio. Videon voi suunnitella avautuvan ponnahdusikkunassa, jolloin videon merkki näyttää kuvan 26 näköiseltä. Jos suunnittelija haluaa, että videon saa suurennettua, merkitään se kuvan 27 tapaan ja koko ruudulle levittyvä video kuvan 28 tapaan.



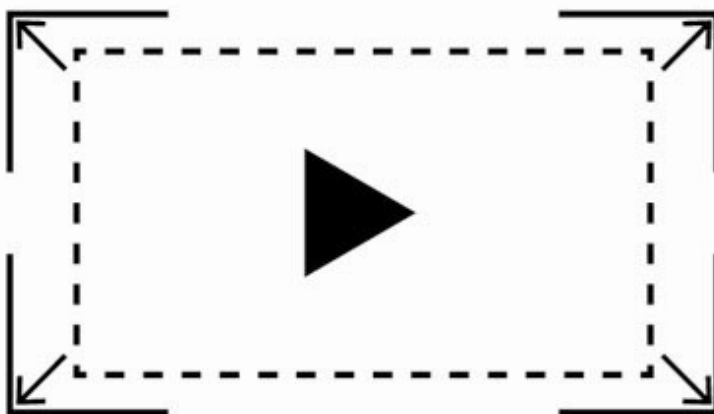
Kuva 25. Video.



Kuva 26. Video, joka avautuu ponnahdusikkunaan.



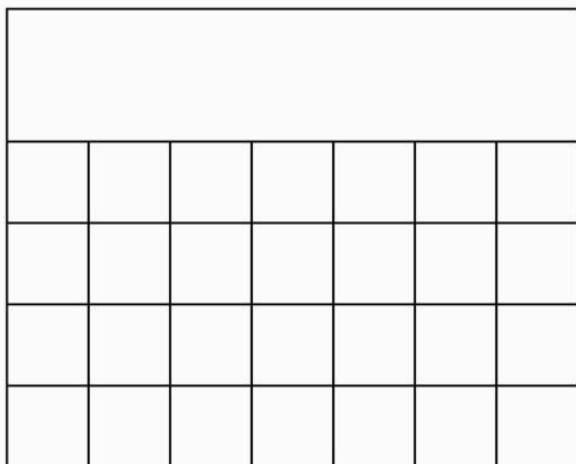
Kuva 27. Video, jonka saa suurennettua ruudulla.



Kuva 28. Video, jonka saa suurennettua koko ruudulle.

8.6 Kalenteri

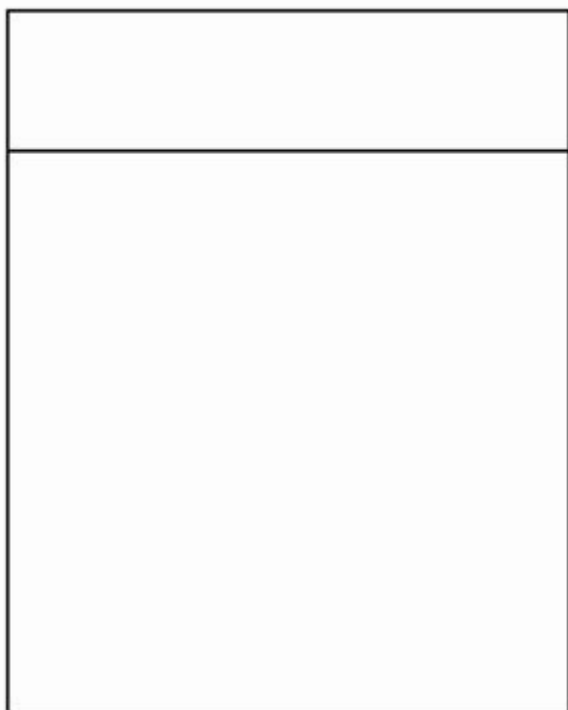
Kun verkkopalveluissa esiintyy kalenteri, on kyseessä useimmiten jonkinlainen menokalenteri. Näitä näkee erilaisten yhdistysten, verkkolehtien ja yritysten sivuilla. Kalenterina toimii tavallista seinäkalenteria muistuttava merkki, jossa on päiviä symboloivia ruutuja (kuva 29). Kalenteriin oli aluksi merkitty kirjaimet d, m ja y, jotka tarkoittivat päivää (day), kuukautta (month) ja vuotta (year), mutta päätin ottaa ne pois, sillä sen muoto on jo tarpeeksi kalenteria muistuttava, joten tarvetta kirjaimille ei ollut.



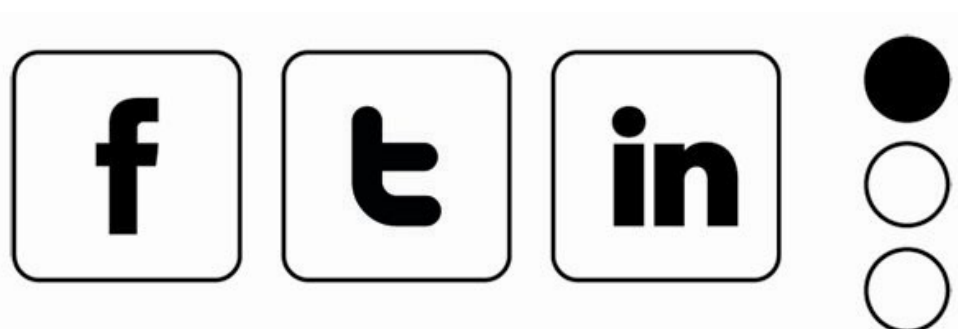
Kuva 29. Kalenteri.

8.7 Moduulialue

Moduulilla tarkoitetaan tietokoneohjelman itsenäistä osaa, jolla on syöttötiedot, tulostiedot ja oma toiminnallinen tehtävä (Suomi sanakirja.fi 2012). Moduulialueen merkki on suorakulmio, jonka yläosaa rajaa vaakaviiva (kuva 30). Vaakaviivan alapuolelle merkitään moduulin tarkempi tieto, joka voi olla esimerkiksi Facebook, Twitter, LinkedIn tai kysely, jolle kehitin myös omat merkkinsä (kuva 31). Kyselyn merkinä toimii kolme palloa (tässä kyselyllä tarkoitetaan sellaista kyselyä, jossa käyttäjä valitsee mieleisensä annetuista vaihtoehdoista), jotka ovat allekkain ja näistä palloista ylin on musta ja muut valkoisia. Tämä kuvaa sitä, että käyttäjä on valinnut jonkin kohdan vaihtoehdoista. Sosiaalisen median käyttö on hyvin yleistä, joten valitsin kolme yleisintä verkkoviestintäympäristöä, joille kehitin omat merkit. Nämä olivat Facebook, Twitter ja LinkedIn. Niiden merkit muodostuvat pyöreäreunaisista neliöistä, joiden sisälle on sijoitettu kullekin sosiaaliselle medialle tunnusomainen kirjain. Facebookilla kyseinen kirjain on f, Twitterillä t ja LinkedInillä kirjaimet i ja n.



Kuva 30. Moduulialue.



Kuva 31. Facebookin, Twitterin ja LinkedInin merkki sekä monivalintakysymystä kuvaava merkki.

8.8 Kirjoituskenttä ja välilehti

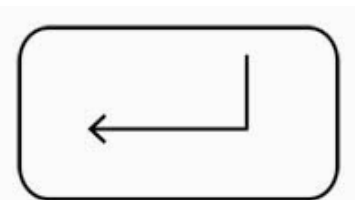
Kirjoituskenttiä löytyy verkkopalveluista monenlaisiin eri tarkoituksiin, kuten esimerkiksi palautteen antoon, kommentointiin, kirjautumiseen ja keskusteluihin. Kirjoituskenttä muodostuu laatikosta, jonka sisään on laitettu pystyviiva, joka kuvaa kursoria (kuva 32). Jos merkissä on pelkästään kursoria kuvaava merkki, käyttäjä pystyy kirjoittamaan kenttään mitä itse haluaa. Mikäli verkkopalveluun halutaan laittaa tekstikenttä, johon käyttäjä valitsee listasta kenttään tulevan, valmiin tekstin, merkitään se kuvan 33 tavoin alaspäin osoittavalla nuolella. Yleensä kirjoituskenttiin laitettu teksti lähetetään jonnekin, joten tähän toimintoon kuuluu myös Lähetä-painike, joka muistuttaa enter-näppäintä (kuva 34).



Kuva 32. Kirjoituskenttä.



Kuva 33. Tekstikenttä, johon teksti valitaan alasetolaatikosta.



Kuva 34. Lähetä-painike.



Kuva 35. Välilehti (kolme välilehteä).

Välilehtien avulla on helppo säästää tilaa. Välilehtiä kuvaava merkki muodostuu välilehtien yleisestä tavasta kuvata niitä. Kuvassa 35 välilehtiä on kolme kappaletta, mutta suunnittelija voi laittaa välilehtiä niin paljon kuin näkee olevan tarpeellista.

9 Pohdinta

Oli mielenkiintoista lähteä kehittämään jotain täysin uutta, vaikka siinä oli omat haasteensa. Elementeillä on hyvin paljon erilaisia toiminnallisuuksia, joten kaikkia en pystynyt tähän opinnäytetyöhön ottamaan mukaan. Rajausta oli tehtävä paljon. Merkkejä tehdessäni mietin, miten niistä saisi tehtyä sekä yksinkertaisia että ymmärrettäviä. Käytin merkeissä paljon niitä merkitsemistapoja, jotka olivat tulleet tutuiksi jo kolmantena opiskeluvuonna erikoistuttuani verkkomediaan.

Tässä opinnäytetyössä en pystynyt tutkimaan, miten kulttuurierot voisivat vaikuttaa merkkien ymmärrettävyyteen, joten vielä ei pysty sanomaan, voisivatko nämä merkit toimia muussa maassa kuin Suomessa. Tämä vaatisi muihin kulttuureihin syvemmin paneutumista, testaamista ja haastatteluja, joihin ei tällä hetkellä ollut aikaa. Tarkoitukseni oli kuitenkin tällä hetkellä kehittää alustava tapa kuvata valitsemiani elementtejä visuaalisesti ja antaa nämä merkit Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun verkkomedian opetukseen testattavaksi ja kehitettäväksi. Verkkomedian opiskelijoille tekemäni testi auttoi suuresti merkkien kehittämisessä. Tällä hetkellä on tärkeintä, että juuri he kokivat merkit hyödyllisiksi verkkosuunnittelun kannalta, sillä merkit ovat juuri heidän käyttöönsä ensisijaisesti tarkoitettuja.

Lähteet

- Berg, M. & Kojo, I. 2011. Informaation visualisointi. Teoksessa: Oulasvirta, A. (toim.) Ihmisen ja tietokoneen vuorovaikutus. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Fogg, B. J., Soohoo, C., Danielson, D. R., Marable, L., Stanford, J. & Tauber, E. R. 2002. How Do People Evaluate a Web Site's Credibility?: a study with over 2,500 participants. Stanford University, Stanford, CA.
- Garrett, J. J. 2003. The elements of User Experience. New York: American Institute of Graphic Arts.
- Harju, P. 2006. Teknisen piirtämisen perusteet.
http://www.penantieto-opus.fi/files/tekninenpiirustus_lvipiirustus.pdf.
 3.5.2012.
- Hatva, A. 1993. Kuvittaminen. Helsinki: Rakennustaito.
- Helsingin Yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta. 2004. TVT-opetus.
<http://www.valt.helsinki.fi/blogs/web/s2004/luento3.htm>. 1.3.2012.
- Iljin, J. 2006. Mitä on konseptisuunnittelu.
http://mlab.taik.fi/~apaterso/projects/eee/pori/iljin_konseptisuunnittelu_2006.pdf. 5.5.2012.
- Jussila, M. & Leino, A. 1999. Net.: verkkoviestinnän käsikirja. Hämeenlinna: Inforviestintä Oy.
- Kauhanen-Simanainen, A. 2003. Informaatioarkkitehtuuri. Helsinki: CIM Kustannus.
- Korhonen, M. 1993. Ulla-Maija Kulonen (toim.). Kielen synty. Porvoo; Helsinki; Juva: WSOY.
- Kress, G & van Leeuwen, T. 2006. Given and new: the information value of left and right. Teoksessa: G. Kress & T. van Leeuwen. Reading Images. The Grammar of Visual Design. New York: Routledge.
- Laitsaari M. 2012. Juttutyypit ja jutun tekeminen.
<http://materiaalit.internetix.fi/fi/opintojaksot/8kieletkirjallisuus/aidinkieli/journalistiikka/juttutyypit>. 28.2.2012.
- Lennartz, S. 2008. Footers In Modern Web Design: Creative Examples and Ideas. <http://www.smashingmagazine.com/2008/04/08/footers-in-modern-web-design-creative-examples-and-ideas/>. 1.3.2012.
- Lynch, P. & Horton, S. 2009. The Web Style Guide.
<http://www.webstyleguide.com/index.html>. 17.1.2012
- Microsoft. 2012.
<http://office.microsoft.com/fi-fi/sharepoint-online-enterprise-help/julkisen-verkkosivuston-ylatunnisteen-mukauttaminen-HA101836349.aspx>. 18.1.2012.
- Peirce, C. S. 1955. Philosophical writings of Peirce. Ed. by Justus Buchler. Dover. New York.
- Pere, A. 1997. Teknisen piirustuksen perusteet: Oppi- ja harjoituskirja ammatitietopetukseen. Espoo: Kirpe Oy.
- Pere, A. 2007. Koneenpiirustus 1 & 2. 1. Tekniset piirustukset ja standardit. Espoo: Kirpe Oy.
- Poikolainen, L. (toim.) 1994. Design management – Yrityskuvasta kilpailuvaltti. Helsinki: Otava.

- Robins, D. & Holmes, J. 2008. Aesthetics and credibility in web site design.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ipm.2007.02.003>. 5.2.2012
- Suomi sanakirja.fi 2012 <http://suomisanakirja.fi/moduuli#axzz1qJ0dUe7i>.
27.3.2012.
- Tampereen teknillisen yliopiston Hypermedialaboratorio. 2011.
<http://hlab.ee.tut.fi/hmopetus/vpsist-oppimateriaali/3-suunnittelutyo>.
29.2.2012.
- Tietotekniikan liitto ry:n sanastotoimikunta. 1999. ATK-sanakirja. Helsinki:
Suomen Atk-kustannus Oy.
- Tervakari & Silius 2005. 2. luento: Erilaisia verkkopalvelutyyppejä, ideointimene-
telmiä ja synopsis. Tampereen teknillisen yliopiston Hypermediala-
laboratorio.
[http://matwww.ee.tut.fi/hmopetus/sistuot/luennot/luento2/SisTuotLu-
ento2.pdf](http://matwww.ee.tut.fi/hmopetus/sistuot/luennot/luento2/SisTuotLu-
ento2.pdf). 15.4.2012
- Tufte, E. R. 1983. The visual display of quantitative information. Graphics
Press.
- Viestinnän verkkolehti Viive. 2011.
<http://media.ncp.fi/viive/>. 6.3.2012.

Testi opiskelijoille

Mies Nainen Syntymävuosi _____

Missä verkkomedian roolissa toimit?

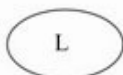
Admin
 Graafikko
 Suunnittelija

Mitä verkkopalvelun elementtiä merkki mielestäsi kuvaa? / Mitä toiminnallisuutta merkki mielestäsi kuvaa (esim. kuva avautuu ponnahdusikkunaan)? Vastaa kuvan viereen.

1.



2.



3.



4.



5.



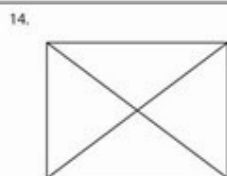
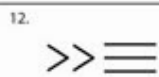
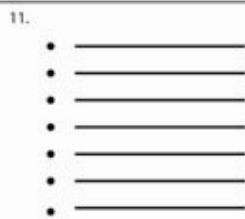
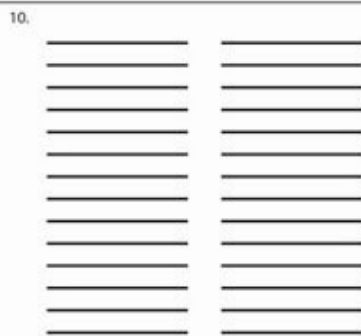
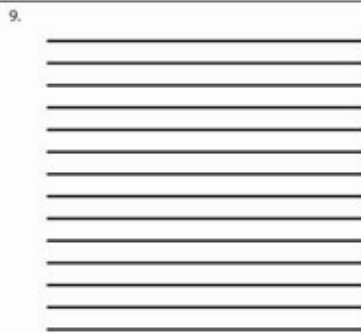
6.



7.

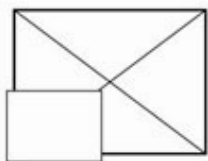


Testi opiskelijoille

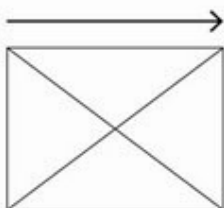


Testi opiskelijoille

15.



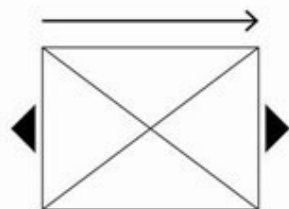
16.



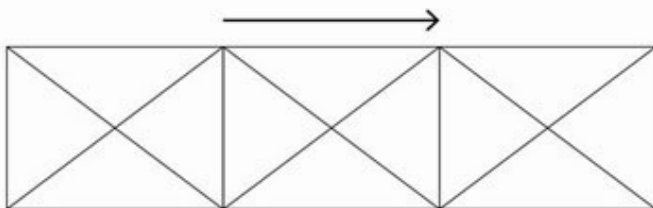
17.



18.



19.

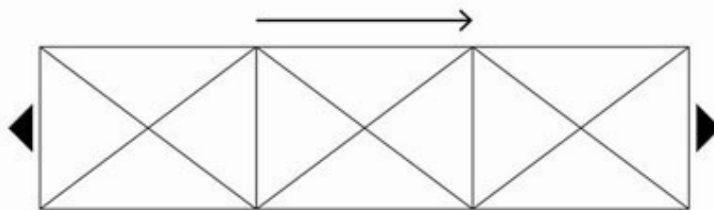


20.



Testi opiskelijoille

21.



22.



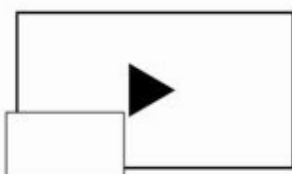
23.



24.



25.



26.



Testi opiskelijoille

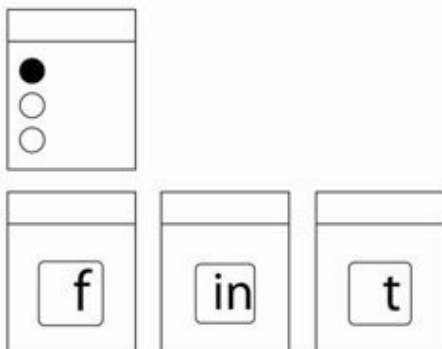
27.



28.

d/m/y							

29.



30.



31.







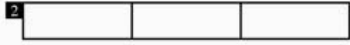

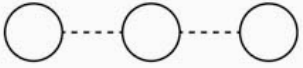
32.






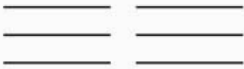

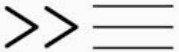

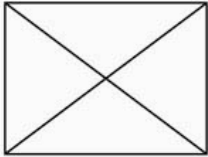
33.



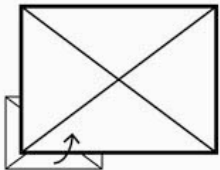
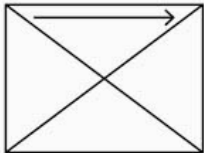
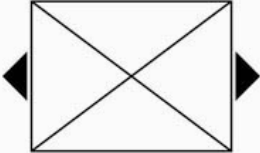
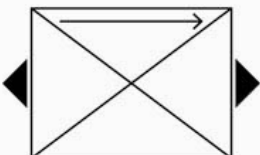


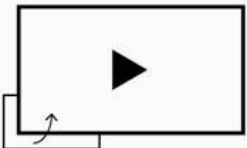

Lista merkeistä

1.		Ylätunniste
2.		Alatunniste
3.		Sisältökenttä
4.	Logo	Logo
5.		Päänavigaatio
6.		2. navigaatio
7.		Navigation alaspöytävalikko
8.		Leivänmurupolku


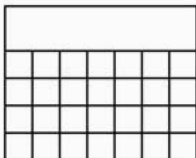






Lista merkeistä

9.		Haku-kenttä
10.		Otsikko
11.		Teksti - Yksi palsta
12.		Teksti - Kaksi palstaa
13.		Luettelo
14.		Lue lisää-painike
15.		Linkki
16.		Kuva


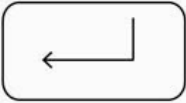
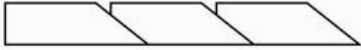
Lista merkeistä

17.		Kuva - Avautuu ponnahdusikkunaan
18.		Kuvaesitys - Automaattinen kuvanvaihto
19.		Kuvaesitys - Selattava kuvanvaihto
20.		Kuvaesitys - Automaattinen ja selattava kuvanvaihto
21.		Kuvien määrä kuvaesityksessä - Vähimmäis- ja enimmäismäärä Tässä esimerkissä: Kuvaesityksessä oltava vähintään 6 kuvaa, mutta enintään 12 kuvaa. Jos kuvia on vain tietty määrä (esimerkiksi 6), merkitään se pelkällä numerolla
22.		Video
23.		Video - Avautuu ponnahdusikkunaan
24.		Video - Suurenee (ei koko ruudulle)

Lista merkeistä

25.		Video - Suurenee koko ruudulle
26.		Kalenteri
27.		Moduulialue
28.		Sosiaaliset mediat - Facebook
29.		Sosiaaliset mediat - Twitter
30.		Sosiaaliset mediat - LinkedIn
31.		Kysely - Monivalinta
32.		Kirjoituskenttä

Lista merkeistä

33.		Tekstikenttä -Teksti valitaan listasta, joka saadaan näkyviin nuolta klikkaamalla
34.		Hyväksymis-painike Esimerkiksi "Lähetä"
35.		Välilehti Esimerkissä välilehtiä on kolme kappaletta

Testin tulokset

Sukupuoli	N	N	N	N	N	M	M
Syntymävuosi	1987	1988	1984	1990	1989	1988	1982
Rooli *	G	S	S	A	G, A	G, A	A
Ryhmä	2.	1.	2.	2.	3.	3.	1.
x = arvasi elementin merkityksen oikein							
Kuva 1. Ylä- ja alatunniste, sisältökenttä	x	x	x		x	x	x
Kuva 2. Logo			x				
Kuva 3. Päänavigaatio	x	x	x		x		
Kuva 4. 2. Navigaatio	x	x	x				
Kuva 5. Navigaatiossa alasetovavalkoita	x	x	x		x		
Kuva 6. Leivänmurupolku		x					x
Kuva 7. Haku-kenttä	x	x	x	x	x	x	x
Kuva 8. Otsikko			x				
Kuva 9. Teksti	x	x	x	x	x	x	x
Kuva 10. Teksti, kaksi palstaa	x	x	x	x	x	x	x
Kuva 11. Luettelo	x	x	x	x	x	x	x
Kuva 12. Lue lisää							x
Kuva 13. Linkki	x	x		x			x
Kuva 14. Kuva	x	x	x	x	x	x	x
Kuva 15. Kuva, ponnahdusikkuna				x	x		
Kuva 16. Kuvaesitys, automaattinen	x				x	x	x
Kuva 17. Kuvaesitys, käyttäjä	x	x	x	x	x	x	x
Kuva 18. Kuvaesitys, autom./ käyttäjä	x		x		x		
Kuva 19. Kuvaesitys, kolme kuvaa, autom.					x		x
Kuva 20. Kuvaesitys, kolme kuvaa, käyttäjä	x	x	x	x	x		x
Kuva 21. Kuvaesitys, kolme kuvaa, molemmat					x		
Kuva 22. min 6 max 9						x	
Kuva 23. min 6						x	
Kuva 24. Video	x	x	x	x	x	x	x
Kuva 25. Video, ponnahdusikkuna				x	x		
Kuva 26. Video, laajenee	x	x				x	
Kuva 27. Video, koko ruutu					x		
Kuva 28. Kalenteri	x	x	x	x	x	x	x
Kuva 29. Moduulialue, sisällöt	x	x	x	x	x	x	x
Kuva 30. Kirjoituskenttä		x	x			x	x
Kuva 31. Kirjoituskenttä, monivalinta			x			x	
Kuva 32. Lähetä -painike						x	x
Kuva 33. Välilehti						x	