

Otto Joutsenlahti

RESPONSIIVINEN VERKKOSUUNNITTELU SUUNNITTELUN
NÄKÖKULMASTA

Viestinnän koulutusohjelma
2013

RESPONSIIVINEN WEB DESIGN SUUNNITTELUN NÄKÖKULMASTA

Joutsenlahti, Otto
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelma
Huhtikuu 2014
Ohjaaja: Nurmi-Rantanen, Kirsi
Sivumäärä: 44

Asiasanat: responsiivinen, verkkosuunnittelu, suunnittelu, WWW-sivu, graafinen suunnittelu

Opinnäytetyön aiheena oli suunnitella responsiivinen internetsivu. Raportissa oli lisäksi tavoitteena tutustua viimeaikoina kasvaneen responsiivisen verkkosuunnittelun suosion syihin ja tutkia responsiivisuuden taustalla vaikuttavia uusia suunnitteluperiaatteita ja näiden uudenlaisten periaatteiden vaikutusta suunnittelu- ja työskentelyprosessiin.

Raportin teoreettisessa osiossa tutkittiin responsiivista verkkosuunnittelua erityisesti suunnittelun perspektiivistä. Tavoitteena oli tuoda esille kattavasti erilaisia suunnitteluprosessissa huomioitavia asioita, jotka poikkeavat osin merkittävästikin perinteisten verkkosivujen suunnittelusta. Lisäksi osiossa pohdittiin ratkaisuja ongelmiin, joita mukautuvaisuuteen perustuva responsiivisuus tuo mukanaan suunniteltaessa sivuja perinteisin keinoin. Osuuden teoriasisältö oli pääsääntöisesti hankittu muutamaa kirjallahdettä lukuun ottamatta alan ammattilaisten julkaisemista verkkoartikkeleista.

Raportin jälkimmäinen osio käsittelee varsinaista opinnäytetyötä. Työssä suunniteltiin responsiiviset internetsivut parturi-kampaamo Design By Katja Martineerolle. Raportin työosion tarkoituksena oli myös tutustua graafisen suunnittelijan rooliin ja tehtäviin verkkosivujen tuotantoprosessissa. Työ toteutettiin kesällä 2013 mainostoimisto Panic Marketing Oy:n palveluksessa.

Opinnäytetyön tuloksena saatiin toimiva ja lopulta hyvin tavoitteisiinsa yltävä responsiivinen internetsivu. Raportin teoreettisessa osiossa tultiin johtopäätökseen, jonka mukaan internetsivujen suunnittelussa on tällä hetkellä käynnissä murrosvaihe. Raportin teoriaosuus kiteytyi väittämään siitä, että mainittu murrosvaihe todennäköisesti kehittää sivujen suunnitteluprosessia ja mahdollistaa näin paremman lopputuloksen. Lisäksi raportti ennakoii muutoksien kohdistuvan myös käytettyihin suunnittelutyökaluihin ja suunnittelijan osaamiselle asetettuihin vaatimuksiin.

RESPONSIVE WEB DESIGN FROM THE DESIGNING POINT OF VIEW

Joutsenlahti, Otto

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Media and Communication

April 2014

Supervisor: Nurmi-Rantanen, Kirsi

Number of pages: 44

Keywords: responsive, web design, web site, web page, graphic design

The purpose of this thesis was to design a responsive web site. Additional objectives in the report were to explore the reasons of the recently increased popularity of responsive web design and to examine the design principles behind responsiveness and how these new principles affect the design process and work flow.

In the theoretical section of the report responsive web design was examined from the design point of view in particular. The objective was to extensively present various issues that would needed to be taken into account in the design process. Some of these issues differ considerably from the designing of a traditional web site with fixed width. Additionally, in this section the problems that adaptive responsiveness has introduced when designing using the conventional methods were contemplated along with their solutions. Apart from few books the theoretical content of this section was acquired from online articles published by web design professionals.

The latter section of the report covers the designing of a responsive web site for a barber's shop by the name of Design By Katja Martineero. Furthermore, the purpose of the work section of the report was to explore the role and the tasks of a graphic designer in the web site production process. The web site was produced in the summer of 2013 by an advertising agency called Panic Marketing Ltd.

As the outcome of this thesis a functional responsive web site – that eventually accomplished its objectives – was achieved. In the theoretical section of the report a conclusion was made that web design is currently at a turning point. The theoretical section was encapsulated in a statement according to which the before mentioned turning point will likely improve the web design process and thus enable better end results. Additionally, the report anticipated that the changes would also affect the web design tools in use as well as the requirements placed on the skills of the designer.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TERMIEN SELITYKSIÄ	6
3	RESPONSIIVINEN VERKKOSUUNNITTELU	6
3.1	Mobiilin kasvu.....	6
3.2	Laiteviidakko	7
3.3	Erilaisia ratkaisuja	8
3.4	Responsiivinen verkkosuunnittelu	9
4	RESPONSIIVISUUS SUUNNITTELUN NÄKÖKULMASTA	13
4.1	Asettelussa huomioitavia asioita	13
4.2	Sisällössä huomioitavia asioita.....	17
4.3	Graafisen suunnittelijan uusi rooli	19
4.3.1	Perinteinen työnkulku.....	19
4.3.2	Perinteiset roolit.....	21
4.3.3	Selaimessa suunnittelu.....	22
5	RESPONSIIVISTEN DBKM.FI-VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU	27
5.1	Taustat ja lähtökohdat	27
5.2	Työ.....	28
5.3	Lopputulos.....	38
6	LOPUKSI	40
	LÄHTEET	42

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyöraportti käsittelee responsiivista verkkosuunnittelua graafisen suunnittelijan näkökulmasta. Responsiivinen suunnittelu on ajankohtainen aihe, sillä internetin käyttäminen mobiililaitteilla on yleistynyt räjähdysmäisesti laitekannan kasvun myötä. Tästä syystä on tärkeää, että kaikille käyttäjille kaikilla laitteilla voidaan tarjota aina internetkokemus, joka toimii oikein ja on hyvin suunniteltu.

Opinnäytetyöraporttini jakautuu sisällöllisesti kolmeen pääosaan: lukuihin kolme, neljä ja viisi. Ensimmäinen osa pyrkii määrittelemään responsiivisen verkkosuunnittelun ja selittämään syitä responsiivisten sivujen tarpeelle. Tässä opinnäytetyöraportissa pyritään tietoisesti välttämään liiallista teknistä tekstiä, mutta ilmeisistä syistä on tämä osuus selkeästi eniten teknologiapainotteinen.

Toinen osa pyrkii esittelemään responsiivisten sivujen suunnitteluprosessissa huomioitavia asioita. Tässä osassa esitellään myös erilaisia lähestymistapoja responsiivisten sivujen suunnitteluun ja pohditaan niiden hyviä ja huonoja puolia.

Raportin kolmannessa osassa, luvussa viisi, kerron suunnittelemastani responsiivisesta sivusta ja siihen liittyvistä ratkaisuista. Tämä osuus on lähes puhtaasti suunnittelukeskeinen, sillä en itse vastannut sivun teknisestä toteuttamisesta. Pyrin kertomaan suunnitteluprosessista mainostoimistossa työskentelevän graafisen suunnittelijan näkökulmasta ja ottamaan huomioon asioita, jotka vaikuttavat jokapäiväiseen työskentelemiseen. Varsinaisen suunnittelun lisäksi tällaisia asioita ovat esimerkiksi budjetti ja siinä pysyminen sekä teknisestä toteutuksesta vastaavan henkilön kanssa kommunikointi.

Raportissa mainitsen joidenkin termien yhteydessä myös englanninkielisen nimityksen, sillä näin sana voi olla helpompi yhdistää alalla yleisesti käytettyyn englanninkielestä ammentavaan terminologiaan, jonka suomennokset ovat pääsääntöisesti huonoja. Koin myös tarpeelliseksi koostaa suppean sanaston lukijoille, jotka eivät tiedä tekstissä käytettyjen verkkosivuihin liittyvien perustermien merkitystä.

2 TERMIEN SELITYKSIÄ

HTML-kieli eli Hypertext Markup Language on merkintäkieli, jolla kaikki internet-sivut kirjoitetaan (W3C 2013a).

CSS eli Cascading Style Sheets on tarkoitettu HTML-dokumentin ulkoasuun muotoiluun (W3C 2013b). HTML on siis sisältö, joka saa ulkoasunsa CSS:n avulla.

HTML5 tarkoittaa tämän työn yhteydessä HTML-kielen uutta kehitysvaihetta, joka pitää sisällään useita uudistuksia. (Korpela & Lehdonvirta 2013, 8).

CSS3 on yleisnimitys joukolle uusia CSS-tyylejä, joiden valmiusaste ja W3C:n niistä antamat suositukset vaihtelevat merkittävästi (Korpela & Lehdonvirta 2013, 146).

World Wide Web Consortium eli W3C. W3C on edelleen olemassa oleva organisaatio, jonka tehtävänä on hyväksyä uusia ja toimivia WWW-teknologioita ja tehdä niistä alan standardeja. (W3C 2014.)

Web-kehittäjä (web developer) on henkilö, joka ohjelmoi internetsivuja. Tavallisesti web-kehittäjä keskittyy enemmän internetsivujen toimivuuteen, kuin niiden ulkoasuun. Tämän opinnäytetyöraportin yhteydessä web-kehittäjästä käytetään myös nimitystä kehittäjä. (Kyrnin 2014a.)

3 RESPONSIIVINEN VERKKOSUUNNITTELU

3.1 Mobiilin kasvu

Vuonna 2013 yli 2,7 miljardia ihmistä maailmassa käytti internetiä. Se on 39 prosenttia maailman väestöstä. Tuo määrä on jakautunut hyvin epätasaisesti maapallolle, sillä esimerkiksi Euroopassa, jossa suhdeluku on suurin, 75 prosenttia väestöstä käyttää internetiä, kun taas heikoimman suhdeluvun Afrikassa vain 16 prosentilla on internet käytössään. Mobiililaajakaistan suosio maailmanlaajuisesti kasvaa valtavaa

vauhtia ja vuoden 2013 loppuun mennessä mobiililaajakaistayhteyksiä arvioitiin olevan noin 2,1 miljardia, kun vielä vuonna 2007 yhteyksiä oli 268 miljoonaa. Tämä tarkoittaa keskimääräisen vuotuisen kasvun olevan 40 prosenttiyksikön luokkaa. (ITU 2013, ITU 2014.)

Nopeiden internetyhteyksien yleistymisen hitauteen kehitysmaissa vaikuttavat yhteyksien korkeat hinnat. Kehittyneissä maissa mobiililaajakaistaliittymän hinta on keskimäärin 1,4 prosenttia kuukausittaisesta asukaskohtaisesta bruttokansantuotteesta, kun taas kehitysmaissa tuo luku on 18,8 prosenttia. Kuitenkin mobiililiittymät ovat kehitysmaissa huomattavasti yleisempiä, sillä edellä mainittua mobiililiittymää vastaavan kiinteän laajakaistan hinta olisi jopa 30,1 prosenttia bkt:stä. Hinnasta huolimatta mobiiliyhteyksien määrä on kehitysmaissa huimassa kasvussa. Vuosina 2011–2013 mobiililaajakaistayhteyksien määrä kehitysmaissa kasvoi yli kaksinkertaiseksi ja ohitti vuonna 2013 yli 1,16 miljardilla yhteydellään kehittyneet maat. Esimerkiksi Afrikassa mobiiliyhteyksiä oli vuonna 2010 vain kahdella prosentilla väestöstä, kun taas vuonna 2013 määrä oli jo 11 prosenttia. Maailmanlaajuisesti mobiililla internetillä on huikeat kasvumahdollisuudet: vuonna 2011 45 prosenttia maailman väestöstä oli 3G-yhteyksien piirissä ja vuonna 2013 maailmassa on matkapuhelinliittymiä 6,8 miljardia eli laskennallisesti 96 prosenttia maailman väestöstä omistaa jonkinlaisen matkapuhelimen. (ITU 2011; ITU 2013.)

Näistä luvuista on helppo nähdä syy siihen, miksi yhä useampien internetsivujen halutaan toimivan mobiililaitteilla yhtä hyvin kuin perinteisillä tietokoneilla ja käyttökokemuksen olevan yhtä hiottu kosketusnäytöllä kuin se on hiirellä ja näppäimistölläkin.

3.2 Laiteviidakko

2000-luvun toisella vuosikymmenellä erilaisten päätelaitteiden määrä on valtava. On olemassa monenlaisia tietokoneita, tabletilaitteita, puhelimia ja pelikonsoleita, joilla kaikilla voi tehdä osittain samoja asioita. Jopa raja tietokoneiden ja televisioiden välillä alkaa hiljalleen hämärtyä. Yhdysvaltalaisen BuyVian vuonna 2013 julkaiseman tutkimuksen mukaan kolme suosituinta tableteilla tehtävää aktiviteettiä olivat inter-

netsivujen selailu, sähköpostin käyttö ja pelaaminen. Listan kaksi ensimmäistä toimintoa onnistuvat kaikilta edellä mainituilta internetiä käyttäviltä laitteilta lähtökohdaisesti samalla tavalla. Surffailu ja sähköposti ovat hyvin varmasti myös muidenkin kuin tablettilaitteiden yleisimpiä käyttökohteita. (PRWeb 2013; Korpela & Lehdonvirta 2013, 8.)

Internetsivuja siis katsellaan hyvin erilaisilta ruuduilta. Ero pienimpien ja suurimpien internetiä selaavien laitteiden välillä on suurempi kuin koskaan aikaisemmin (Frain 2012, 7). Laitteiden kirjo antaa käyttäjille vapautta ja mahdollisuuksia, mutta kehittäjille ja suunnittelijoille se tuottaa päänvaivaa. Miten tuottaa sisällöltään samanlainen internetelämys alle kuusi senttimetriä leveälle älypuhelimien näytölle ja yli puolimetriselle tietokoneen näytölle? Ongelman havainnollistamisen vuoksi edellä mainitut mitat ovat laitteiden fyysisiä kokoja varsinaisen pikseleillä mitatun koon eli resoluution ollessa eri asia.

Erikokoisten näyttöjen lisäksi internetsivujen odotetaan toimivan myös monenlaisilla käyttöliittymillä. Tässä tapauksessa käyttöliittymällä tarkoitetaan tapaa käyttää laitetta ja sen ohjelmia. Perinteisen hiiren ja näppäimistön lisäksi sivuston olisi oltava käyttökelpoinen vähintään kosketusnäytöllä, mutta mielellään myös pelikonsolin ohjaimella. Joskus sivustolta saatetaan vaatia käytettävyyttä myös perinteisen matkapuhelimen suuntapainikkeilla. Internetsivuilta vaaditaan toimivuutta kaikissa ympäristöissä samalla kun laitteiden, selainten ja käyttöliittymien määrä jatkaa jyrkän nousujohteista kehitystään. (Marcotte 2010.)

3.3 Erilaisia ratkaisuja

Perinteinen tapa suunnitella internetsivu on suunnitella se työpöytäkokoisena (desktop), jolloin sivu on optimoitu katseltavaksi isonäyttöisellä laitteella, erityisesti kannettavalla ja pöytätietokoneella. Sivua voidaan suunnitella kiinteällä leveydellä (fixed width), joka valitaan siten, että se ei ole liian leveä kannettavan tietokoneen näytölle ja toisaalta isonäyttöisten pöytäkoneiden käyttäjällä sivun sisältö on siististi keskitetty, jolloin reunoille jää tyhjät marginaalit. (Frain 2012, 7.)

Kiinteä leveys on kompromissi erikokoisten isojen näyttöjen kesken. Toinen tapa toteuttaa perinteinen internetsivu on joustava sommittelu (fluid design, liquid design). Joustavasti sommitellussa sivussa on yksinkertainen mukautuva rakenne, jossa palstojen ja elementtien leveydet mukautuvat näytön tai selainikkunan koon mukaan. Tällainen rakenne saavutetaan yleensä määrittämällä palstoille prosentuaaliset osuudet. Joustava sommittelu on melko toimiva ratkaisu, kunhan sivua tarkastellaan tarpeeksi isolta näytöltä. Näyttökoon pienentyessä alkaa ongelmia syntyä palstojen kaiventuessa liikaa. Tällöin tekstipalstat muuttuvat lukukelvottoman kapeiksi ja kuvat leikkautuvat osittain pois. (Korpela & Lehdonvirta 2013, 104-105.)

Kumpikaan perinteinen tapa suunnitella internetsivuja ei toimi erityisen hyvin mobiilikokoluokan näytöillä: joko ne näkyvät huonosti, ovat hankalakäyttöisiä tai vaativat käyttäjältä paljon zoomailua, jotta oikeat asiat näkyisivät. Eräs mobiilikäytön kasvassa yleistynyt tapa pieninäyttöisten laitteiden huomioimiseen on tehdä kokonaan erillinen mobiilisivusto. Erillisen mobiilisivuston tekeminen ja ylläpitäminen on tietenkin kalliimpaa kuin vain yhden sivun, mutta on tilanteita, joissa mobiilisivusto voi olla hyvä vaihtoehto. Mobiilisivustoa kannattaa harkita esimerkiksi, jos halutaan hyödyntää päätelaitteen teknisiä ominaisuuksia, kuten kameraa tai paikannusta, tai jos halutaan saada eri sisältö mobiilisivustolle ja varsinaiselle sivustolle. (Frain 2012, 10.)

Jos erillisen mobiilisivun toteuttaminen ei ole välttämätöntä, mitä se joskus voi olla, ja internetsivut halutaan saada toimimaan hyvin myös mobiililaitteilla, voidaan ongelma ratkaista responsiivisella suunnittelulla.

3.4 Responsiivinen verkkosuunnittelu

Termiä ”responsive web design” käytti ensimmäistä kertaa yhdysvaltalainen Ethan Marcotte vuonna 2010 artikkelissaan Responsive Web Design. Ben Frain (2012, 11) toteaa responsiivisen verkkosuunnittelun perusfilosofian olevan sisällön esittämistä kaikkein helposti lähestyttävimmällä tavalla millä tahansa päätelaitteella, joka sitä tarkastelee. Responsiivinen suunnittelu tarkoittaa siis sisällön ja rakenteen sovittamista käytettävän laitteen näytön koon mukaan niin, että sama sivu on asetelultaan

toimiva kaikilla päätelaitteilla koosta riippumatta. Käytännössä näyttökoon pienentyessä hyvä asetteleminen saavutetaan vähentämällä rinnakkaisten palstojen määrää ja asettelemalla elementtejä allekkain. Pienellä näytöllä responsiivinen sivu on tavallisesti yksipalstainen, jolloin tärkein sisältö on voitu nostaa ensimmäiseksi ja joistain sisällön kannalta merkityksettömistä koriste-elementeistä on saatettu luopua. (Marcotte 2010; Frain 2012, 10; Korpela & Lehdonvirta 2013, 103-104, 109.)

Responsiivisuus ei tarkoiteta tässä yhteydessä vastareaktiota tai vastausta johonkin käyttäjän toimeen, kuten englanninkielinen termi ”response” eli vastaus antaa ymmärtää. Tosin tietynlainen vastaus saadaan aikaan, jos selainikkunan kokoa muutetaan tai mobiililaitte käännetään pystyasennosta vaakaan tai päinvastoin, jolloin näkymän koko muuttuu sivurakenteen muuttuessa myös. Responsiivinen suunnittelu saattaa olla terminä helpompi ymmärtää mukautuvana eli adaptiivisena suunnitteluna, mikä tarkoittaa samaa asiaa. (Korpela & Lehdonvirta 2013, 104.)

Edellisessä luvussa selitetty joustava sommittelu mukautui responsiivisuuden tapaan myös selainikkunan kokoon. Joustava sommittelu on kuitenkin hyvin yksinkertaista mukautuvaisuutta, jossa ainoastaan palstojen leveys mukautuu käytettävissä olevan tilan mukaan. Responsiivisuus mahdollistaa huomattavasti monipuolisemman tavan mukautua selaimen kokoon. Menemättä liikaa teknisiin yksityiskohtiin on tässä vaiheessa kuitenkin avattava muutamaa responsiivisuuden ymmärtämisen kannalta oleellista termiä.

Laitteen näytön koko, selainikkunan koko ja näkymän (viewport) koko ovat kaikki responsiivisuuden kannalta merkityksellisiä termejä, mutta myös hieman eri asioita. Internetsivujen asetteleminen leveys on korkeutta määräävämpi ulottuvuus eri kooista puhuttaessa. Laitteen näytön koolla eli resoluutiolla tarkoitetaan käytännössä näytön pikselien määrää ja se ilmoitetaan vaakapikselien määrä kerrottuna pystypikselien määrällä. Kuvassa 1 tietokoneen näytön koko on merkitty vihreällä värillä. Internetsivun sisällön skaalautumisen kannalta laitteen näytön fyysisellä koolla ei ole merkitystä. Esimerkiksi 42-tuumainen televisio ja 22-tuumainen tietokoneen näyttö, joissa molemmissa on sama täysterävyysresoluutio eli 1920x1080 pikseliä, näyttävät saman sisällön samalla tavalla, toinen vain isommalta ruudulta. Toinen tärkeä koko on selainikkunan koko. Perinteisillä tietokoneilla selaimen koko on käyttäjän

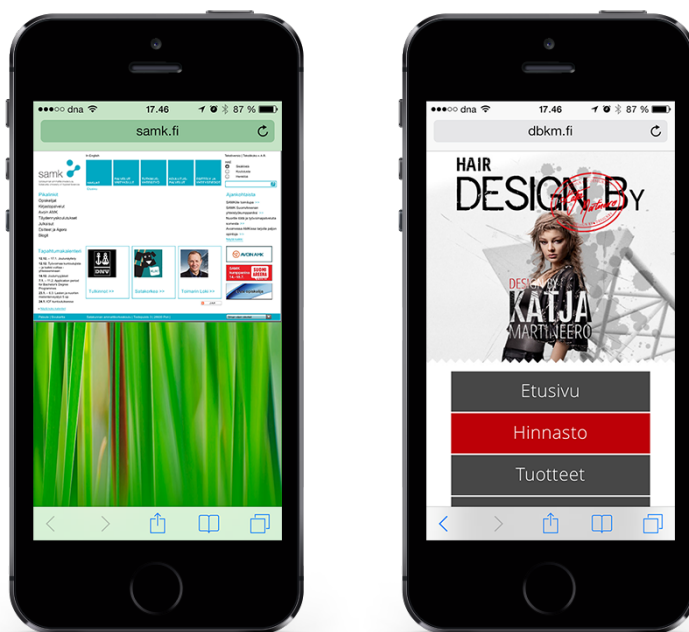
itse säädettävissä, mutta mobiililaitteilla selaimen koko on yleensä sama kuin näytön koko. Näkymä puolestaan on osa selaimen koosta ja tarkoittaa selaimen sisältöaluetta. Näkymään ei lasketa selaimen työkalupalkkia, välilehtiä, vierityspalkkia tai muita ylimääräisiä paneeleita. Näkymä on siis se alue, jolla internetsivu todellisuudessa näkyy. Näkymän koko vaihtelee myös erilaisten selainten mukaan. Kuvassa 1 Safari-selaimen selainikkuna on merkitty sinisellä ja näkymän osuus punaisella värillä. (Frain 2012, 13; Korpela & Lehdonvirta 2013, 110; Roos 2013.)



Kuva 1. Havainnollistus näytön koon, selainikkunan koon ja näkymän koon eroista (DBKM 2014).

Tyypillisesti mobiiliselaimissa näkymä on asetettu suuremmaksi kuin näytön koko. Tämä tarkoittaa sitä, että puhelimen selain ikään kuin teeskentelee olevansa työpöytäkokoinen varmistakseen kaikenlaisten sivujen toimivuuden. Tämä mahdollistaa esimerkiksi sen, että työpöytäkokoon suunniteltu 980 pikselin kiinteällä leveydellä toteutettu internetsivu näkyy paljon tuota leveyttä kapeammalla puhelimen näytöllä oikein. Kuvassa 2 vasemmanpuoleinen samk.fi-sivu on suunniteltu kiinteällä leveydellä työpöytäkokoon, jolloin puhelimen selain skaalaa sen leveydeltään puhelimen näytölle sopivaksi. Visuaalisia ongelmia syntyy pystyskaalauksen suhteen, mutta näin varmistetaan, että mobiilikäyttäjä saa samankaltaisen kokemuksen kuin työpöytäkäyttäjäkin. Sivuja toteutettaessa voidaan mobiiliselaimen näkymän koko pakottaa samaksi kuin laitteen näytön koko ja näin toimitaankin responsiivisia sivuja koodat-

taessa. Tällöin responsiiviset sivut mukautuvat näytön leveyteen ongelmitta, kun selain ei enää uskottele internetsivulle olevansa todellista suurempi. Koska responsiivisista sivuista puhuttaessa näkymällä ja näytön koolla ei yleensä ole käytännön eroa, saatetaan termeistä puhua myöhemmin ristiin. Kuvan 2 oikeanpuoleinen responsiivinen dbkm.fi-sivu näkyy puhelimen näytöllä oikein. Jos selainta ei pakotettaisi muuttamaan käytöstään, näkyisivät responsiiviset sivut puhelimella samanlaisina, kuin ne näkyvät työpöytäkokoisella näytölläkin (kuva 1). (Apple 2013; Korpela & Lehdonvirta 2013, 110.)



Kuva 2. Työpöytäkokoon suunnitellun sivun ja responsiivisen sivun ero mobiiliselaimella (SAMK 2014, DBKM 2014).

Responsiivisuuden kulmakivenä toimivaa teknologiaa kutsutaan mediakyselyiksi (media queries) ja se hyväksyttiin W3C:n standardiksi kesäkuussa 2012, lähes kymmenen vuotta hyväksymisprosessin alkamisen jälkeen. Syy siihen, miksi kohtuullisen yksinkertainen tekniikka on otettu käyttöön vasta nyt, johtuu uusien työkalujen hitaasta kehittämisestä ja erityisesti niiden hitaasta hyväksyttämisestä. Hidas hyväksymisprosessi on tae sille, että W3C ei tule lisänneeksi standardoiduksi suositukseksi käytäntöä, joka ei olisikaan vielä valmis. (Frain 2012, 36; W3C 2013c.)

Mediakyselyt ovat CSS3-moduuli, jolla tiettyihin CSS-tyyleihin pystytään vaikuttamaan erilaisten laitekohtaisten ominaisuuksien mukaan. Tällainen laitekohtainen

ominaisuus voi olla vaikkapa näytön tai selainikkunan leveys tai korkeus. Kohdenettaessa mediakyselyt oikeisiin CSS-tyyleihin, voidaan näkymän kaventuessa muuttaa esimerkiksi tekstin tai otsikoiden kokoa, linkkivalikon rakennetta, kuvien tai muiden koriste-elementtien määrää ja ennen kaikkea sivurakennetta sopimaan mahdollisimman hyvin käytettävissä olevaan tilaan. Mediakyselyillä voidaan myös määrätä internetsivulle päätteetön fontti katseltaessa sivua näytöltä ja päätteellinen fontti tulostettaessa sivua. Mediakyselyillä voidaan siis vaikuttaa sivun jokaiseen CSS-tyyliin erilaisten laitekohtaisten ehtojen täytyessä ja näin saavuttaa optimaalinen katselukokemus näyttökoosta huolimatta. (Frain 2012, 36; W3C 2013d.)

4 RESPONSIIVISUUS SUUNNITTELUN NÄKÖKULMASTA

4.1 Asettelussa huomioitavia asioita

Edellisessä kappaleessa avattiin responsiivisuuden perusajatusta, syitä responsiivisten internetsivujen suunnittelulle ja responsiivisuuden pohjana toimivaa web-teknologiaa. Tekniikan suurpiirteinen ymmärtäminen on tärkeää myös graafisen suunnittelijan kannalta, sillä sisältörakenteeltaan huonosti tai ei ollenkaan mukautuvaksi suunniteltu sivu voi olla hyvin vaikea ja hidas toteuttaa responsiivisena, minkä lisäksi lopputulos voi olla myös hyvin huonosti toimiva.

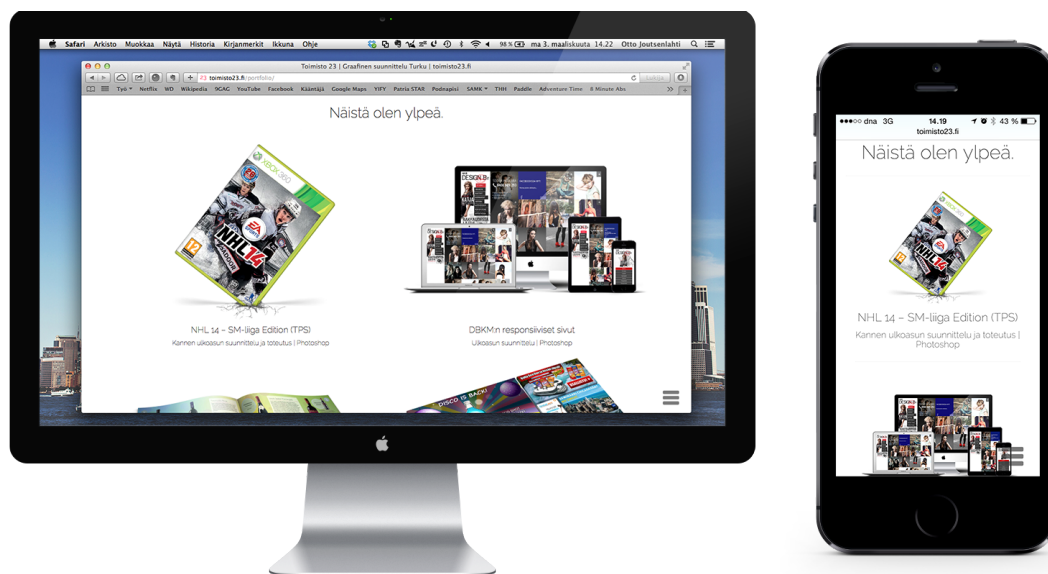
Graafisen suunnittelijan näkökulmasta mediakyselyjen tärkein tehtävä on luoda internetsivulle katkokohdat, jotka tarkoittavat näkymän tai näytön leveyttä pikseleinä. Katkokohta tarkoittaa käytännössä leveyttä, jonka kohdalla sivuston rakenne tai ulkoasu muuttuu uusien CSS-tyylien alkaessa määrittelemään elementtien ulkomuotoa. Laitteviidakon takia katkokohtia ei määritellä jokaiselle erikokoiselle laitteelle erikseen vaan näytöt luokitellaan muutamaan eri kategoriaan, joiden mukaan myös graafinen suunnittelija toimii sivustoa suunnitellessaan. Katkokohtia valittaessa voidaan päätös käytetyistä leveyksistä tehdä kahdella tavalla. Laittekeskeisessä lähestymistavassa valitaan yleensä vähintään kaksi tai kolme eri leveyttä perustuen yleisimpiin näyttökokoluokkiin eri laitekategorioiden. Tällaisia kategorioita ovat esimerkiksi älypuhelin pystyasennossa (portrait), älypuhelin vaaka-asennossa (landscape), pieni tab-

letti pysty- ja vaaka-asennossa, normaalikokoinen tabletti pysty- ja vaaka-asennossa ja työpöytäkoko. Yleensä erilaisista seikoista johtuen, kuten ajan- ja rahanpuutteesta, kaikkiin näihin kategorioihin ei kuitenkaan suunnitella omaa layoutia. Pelkistetyin tapa on suunnitella sivusto vain kahdella eri taitolla ja valita katkokohdaksi esimerkiksi 768 pikseliä, joka on geneerinen tabletin näytön leveys pystyasennossa. Tällöin tuota leveyttä pienemmät näytöt käsitellään pienikokoisina mobiililaitteina, jolloin asettelussa pyritään välttämään useamman palstan rinnakkaista käyttöä. Katkokohta-leveydestä ylöspäin laitteet käsitellään työpöytäkokoisina ja informaatiota voidaan asetella enemmän perinteiseen tapaan. Yleensä kuitenkin sivu suunnitellaan vähintään kolmeen kokoon ja olosuhteiden salliessa vielä useampaan. (Korpela & Lehdonvirta 2013, 106-107, 109.)

Toinen tapa valita katkokohdat on sisältökeskeinen lähestymistapa. Tällöin katkokohdat valitaan siten, että sisältöelementit, kuten tekstipalstat ja kuvat, eivät asetu koskaan liian tiiviisti tai liian väljästi. Selkeänä etuna sisältö ensin -ajattelumallissa on riippumattomuus laiteviidakosta ja siinä tapahtuvista muutoksista. Tällöin olennaisinta eivät ole erilaisten laitteiden näytöt, vaan se, mitä sivuston sisältö vaatii. Tällainen sisältökeskeinen tapa suunnitella toteuttaa myös ideologiaa, jonka mukaan responsiivinen suunnittelu ei ole suunnittelua erilaisille laitteille vaan suunnittelua, joka toimii kaikkialla päätelaitteesta riippumatta. Käytännössä, jos sivun lasketaan kolmipalstaisena vievän leveyttä vähintään 1155 pikseliä, määrätään katkokohta siihen, vaikka se ei olisikaan minkään laitteen leveys. Kapeamman kaksipalstaisen version katkokohta asetetaan puolestaan myös visuaalisesti oikeaan kohtaan ja niin edelleen, kunnes saavutetaan kapein asettelu. (Tsonev 2013; Korpela & Lehdonvirta 2013, 107.)

Sivun sisällön asettelussa voidaan eri näyttökokojen vaatimaa erilaista asettelua lähestyä joko asettamalla tietyt pikselimääräiset katkokohdat koko rakenteen muuttumiselle tai sisältö voidaan suunnitella joustavasti, jolloin se täyttää prosentuaalisesti aina koko käytössä olevan leveyden. Tiettyihin katkokohtiin tiukasti nojaava sivurakenne on yleensä joustavaa rakennetta helpommin suunniteltavissa ja toteutettavissa. Joustava suunnittelu sen sijaan vaatii usein enemmän työtä, mutta toteuttaa myös paremmin responsiivisen suunnittelun ideologiaa. (Korpela & Lehdonvirta 2013, 109.)

Joustavalla rakenteella toteutetun responsiivisen sivun ei tarvitse välttämättä muistuttaa ulkonäöltään perinteistä internetsivua sivupalkkeineen ja muine sivuelementteineen. Sivu voidaan suunnitella siten, että kaikki sisältö esitetään keskitettynä ja sisällöstä riippuen kaiken tai valtaosan leveydestä käyttäen. Tällöin muun muassa fonttikoko pienenee näyttökoon pienentyessä ja lopulta mobiilikoossa ikonit ja muut elementit putoavat allekkain muodostaen yksipalstaisen sivun, kuten kuvassa 3 on nähtävissä. Tämänkaltaista rakennetta kutsutaan usein single page layoutiksi ja se on eräs mahdollinen asettelu responsiivisia sivuja suunniteltaessa. Asettelumallin suosio johtunee osittain ainakin siitä, että tämänkaltaiset sivut ovat jo lähtökohtaisesti yksipalstaisia tai hyvin lähellä sitä. Single page eli yksisivuinen layout tarkoittaa myös sitä, että sivu ei sisällä varsinaisia alasivuja, vaan kaikki navigaatiopalkin linkit ohjaavat käyttäjän eri kohtaan samalla sivulla. Jos sivuston asettelumalli noudattaa tällaista keskitettyä asettelua ei se tietenkään tarkoita, että internetsivun täytyisi olla rakenteeltaan yksisivuinen. Tavallisesti yksisivuisia layouteja näkee portfolioina tai jotain yksittäistä tuotetta esittelevinä sivuina, mutta tällä tavalla on mahdollista toteuttaa laajempiakin kokonaisuuksia. (Dawson 2010.)



Kuva 3. Yksisivuinen responsiivinen sivu työpöytä- ja mobiilikoossa (Toimisto 23 2014).

Kuten aikaisemmin on jo todettu, responsiivinen suunnittelu on ajatuksena uusi ja tästä johtuen monet sitä koskevat suunnitteluperiaatteet ovat vielä keskeneräisiä ja epätäydellisiä. On myös muistettava, että suunnittelun suhteen ei voi oikeastaan koskaan olla täysin oikeita tai täysin vääriä mielipiteitä, joten erilaisia lähtökohtia res-

ponsiiviselle verkkosuunnittelulle on useita. Englanninkieliset termit graceful degradation ja progressive enhancement, jotka vapaasti käännettynä tarkoittavat sulavaa heikentämistä ja etenevää lisäämistä, ovat kaksi yleisintä tapaa lähestyä responsiivista verkkosuunnittelua. Heikentäminen viittaa tapaan suunnitella ensin työpöytäkoinen sivu, josta karsimalla eli heikentämällä saadaan lopulta mobiilikokoinen sivu. Lisääminen on puolestaan heikentämisen vastakohta, jolloin sivun suunnittelu aloitetaan pienimmästä näyttökoosta – eli älypuhelimesta tai joissain tapauksissa tabletista – siihen elementtejä lisäten. Tätä jälkimmäistä ja nykyään usein responsiivisuuden yhteydessä mainittua metodia kutsutaan myös mobiili ensin -periaatteeksi (mobile first). (Johnson 2013.)

Krasimir Tsonev (2013) esittää kirjoituksessaan, että mobiili ensin -periaatetta pitäisi oikeastaan kutsua joko sisältö, fokus tai suorituskyky ensin -periaatteeksi. Näillä kaikilla termeillä hän tarkoittaa samaa asiaa: kun suunnitellaan hyvin rajattuun tilaan, on otettava huomioon ainoastaan tärkein asia, sisältö. Sivun fokus on kohdistettava sisällön tärkeimpiin kohtiin ja asioihin, joiden esittäminen on aivan välttämätöntä. Tällöin suunnittelusta tulee sisältölähtöistä ja taiton muuttuessa väljemmäksi suuremmissa näyttökooissa huomataan, että mobiilikokoon mahdutettu sisältö on tärkeimmässä roolissa myös tällöin.

Sisällön jalostumisen lisäksi toinen syy mobiili ensin -periaatteen hyödyntämiseen on se, että suunnittelijan on monesti henkisesti helpompi lisätä elementtejä sivulle kuin jättää niitä pois (Korpela & Lehdonvirta 2013, 88). Toisaalta puhtaasti graafisen suunnittelijan näkökulmasta mobiilikoosta aloittaminen tuntuu vaikealta ja epämuakavalta ajatukselta. Kaikki ne kikat, joilla sisällöttömistäkin sivuista on aikaisemmin voinut taikoa näyttävän kokemuksen, joutuu nyt jättämään pois. Ei enää valtavia vaihtuvia kuvia, videotaustakuvia tai muita paljon yhteysnopeutta ja näyttötilaa vaativia elementtejä. Tämä onkin juuri mobiili ensin -periaatteen idea, sillä todellisuudessa kaikki mainitunkaltaiset näyttävät hienoudet ovat sisällön kannalta lähes merkityksettömiä.

Mobiili ensin -periaate asettaa suunnittelijalle hyvin rajatut olosuhteet, jolloin usein syntyy myös mielenkiintoisimpia suunnitteluratkaisuja. Esimerkiksi yleensä kaikkein hankalimmin pienelle näytölle mahdutettavissa oleva rakenne-elementti, navigaatio,

on saanut kekseliäitä variaatioita uusien verkkoteknologioiden, uusien käyttöliittymäratkaisujen, kuten eleitä tunnistavan kosketusnäytön, ja innovatiivisten suunnittelijoiden ansiosta. Rajatuissa olosuhteissa mahdollisimman näyttäväksi ja hiotuksi rakennettu sivu yleensä vain muuttuu entistä paremmaksi, kun siirrytään suurempiin näyttöihin ja suunnittelijalle annetaan vapaammat kädet. (Johnson 2013; Tsonev 2013.)

Vastakohtana mobiiliversiosta aloittamiselle on sivun suunnittelu ensin leveimpään työpöytäkokoon, josta mobiiliversio luodaan karsimalla ja kutistamalla. Koska ennen responsiivisia sivuja kaikki sivut suunniteltiin pääsääntöisesti työpöytäkokoon, oli pelkästään luonnollista alkaa suunnittelemaan pienemmille näytöille sopivia sivuja työpöytäkokoon pohjalta. Ongelmia tällaisessa lähestymistavassa syntyy, kun suunnitellaan sivu, joka hyödyntää isoilla näytöillä kehittyneitä ja visuaalisesti edistyksellisiä web-teknologioita ja joiden huomataan kutistettaessa olevan täysin toimimattomia mobiililaitteilla. Tällöin työpöytäkokoon näyttävyys ja pahimmillaan osa oleellisesta sisällöstä karsitaan pois mobiilista. Näin käyttökokemus vesittyy pahasti, jolloin sivuista jää puolivalmis ja viimeistelemätön kuva. (Johnson 2013.)

Kolmas vaihtoehto, jota Korpela & Lehdonvirta (2013, 54) suosittelevat erityisesti HTML5-sovelluksiin, mutta myös tavallisiin internetsivuihin, on suunnitella taitto kaikkiin eri näyttökokoihin rinnakkain ja samanaikaisesti eikä peräkkäin, kuten aikaisemmissa lähestymistavoissa. Tällöin suunnittelun lähtökohtana ovat sivun luonne, tarpeet ja se, miten niihin parhaiten vastataan erilaisissa laiteluokissa ja niiden erilaisilla käyttöliittymillä. Rinnakkainsuunnittelua avataan tarkemmin luvussa 4.3.3.

4.2 Sisällössä huomioitavia asioita

Responsiivisen sivun kokonaisuasettelun muuttuminen suhteessa käytetyn näytön kokoon ja siihen liittyvien vaihtoehtojen ymmärtäminen on koko suunnittelun lähtökohhta ja siten kaikkein tärkeintä. Tärkeää on kuitenkin ottaa huomioon myös muita oleellisia seikkoja, joihin väistämättä suunnitteluprosessissa törmää.

Kuvat tuottavat responsiivisella sivulla ongelmia leveyden muuttuessa, johtuen niiden erityyppisestä käytöksestä suurennettaessa ja pienennettäessä. Valokuvat ja kaaviot muuttuvat pienikokoisina vaikeaselkoisiksi ja vähemmän merkityksellisiksi. Koristekuvat eivät kärsi juurikaan pienentämisestä, kuten eivät myöskään vektorikuvat. Vektorigrafiikka muuntuu mihin kokoon tahansa laadun kärsimättä, mutta grafiikan luonteesta johtuen vektorikuvat ovat yleensä logoja, ikoneita tai vastaavia. Yleensä ainakaan valokuvia ei ole järkevää käyttää täyttämään prosentuaalisesti kokonaan tiettyä osaa sivusta. Pahimmillaan valokuvat ja muut bittikarttagrafiikkaan eli pikseliäihin perustuvat kuvat venyvät isommaksi kuin niiden alkuperäinen resoluutio, jolloin kuva muuttuu epätarkaksi. Tämä voidaan kuitenkin estää asettamalla kuvalle haluttu enimmäisleveys. Toinen ääripää on, jos esimerkiksi 2000 pikseliä leveä yksityiskohtainen kuva skaalataan puhelimen 320 pikseliä leveälle näytölle. Sen lisäksi, että kuva on liian pieni tarkasteltavaksi, kestää sen lataaminen myös kohtuuttoman kauan suhteessa epäonnistuneeseen lopputulokseen. Eräs ratkaisu kuvien skaalaimisongelmaan on käyttää prosenttien sijaan kiinteää pikselimääräistä ja muuttumatonta kuvakokoa ja rakentaa sivun asettelu esimerkiksi siten, että kuvia ryhmitetty vierekkäin niin monta kuin näytön ja rakenteen leveys mahdollistaa. Pienimmässä koossa kuvat ovat allekkain, leveällä näytöllä rinnakkain. (Korpela & Lehdonvirta 2013, 111, 115.)

Näyttökoon muuttuessa tarpeeksi pieneksi voidaan yleensä olettaa päätelaitteen olevan varustettu kosketusnäytöllä. Tällöin on tärkeää huomioida erilaisten painikkeiden, linkkien ja muiden tavallisesti pienten ja hiirellä helposti klikattavien elementtien suurentaminen sopivammaksi sormiohjaukselle. (Korpela & Lehdonvirta 2013, 115.)

Tekstin koko on melko helposti ratkaistavissa pienten laitteiden kohdalla. Käytettäessä sivulla oletusfonttikokoa leipätekstille ollaan yleensä turvallisella alueella, sillä mobiiliselaimissa oletuksena oleva fonttikoko on suunniteltu juuri kyseessä olevalle laitteelle ja on siksi lukukelpoista. Tämä ei tarkoita, että isommilla näytöillä fonttikoon tulisi noudattaa selaimen oletusfonttia, jos siitä ulkonäköseikoista johtuen halutaan poiketa. Muiden tekstiosien, kuten otsikoiden, fonttikoot voidaan määrittää prosentuaalisesti suhteessa oletusfonttikokoon. Fonttivalikoima mobiililaitteilla on monesti hyvin suppea verrattuna perinteisiin tietokoneisiin. Jos sivulla halutaan käyttää

jotain erikoisempaa fonttia, on järkevintä turvautua netin kautta ladattaviin web-fontteihin. Esimerkiksi Google tarjoaa melko laadukkaan valikoiman kaupallisesti ilmaisia web-fontteja. Web-fontti haetaan aina sivun latautuessa palvelimelta, jossa se sijaitsee, joten usean eri web-fontin käyttäminen saattaa hidastaa sivun latautumista varsinkin hitailla yhteyksillä. (Google 2014; Korpela & Lehdonvirta 2013, 110, 115.)

Pienillä näytöillä on internetsivulla mahdollista jättää näyttämättä koristekuvia, taustakuvia ja muita sisällöllisesti vähemmän merkityksellisiä asioita. Tarvittaessa on myös mahdollista pudottaa pois merkityksettömämpää tekstisisältöä tilan käydessä ahtaaksi, mutta yleisesti hyvä tapa on tarjota kuitenkin sama sisältö myös mobiilikäyttäjälle. Tämä voidaan ratkaista esimerkiksi piilottamalla karsittu sisältö jonkin painikkeen tai vastaavan taakse. (Korpela & Lehdonvirta 2013, 115.)

4.3 Graafisen suunnittelijan uusi rooli

4.3.1 Perinteinen työnkulku

Responsiivinen suunnittelu saattaa hankaloittaa graafisen suunnittelijan työtä. Kerron seuraavassa lyhyesti oman karrikoidun näkemykseni perinteisestä internetsivujen työnkulusta eli workflow'sta. Uskoakseni hyvin yleisesti toteutuva suunnitteluprosessi alkaa siten, että graafinen suunnittelija saa vaihtelevantasoisesti valmistellun tehtävänannon uudesta nettisivuprojektista. Saatujen tietojen pohjalta suunnittelija tekee layoutin sivuista käyttäen jotakin kuvankäsittelyohjelmaa, kuten omassa tapuksessani Photoshopia. Tämän jälkeen kuva sivusuunnitelmasta käy läpi muutamia hyväksymiskierroksia asiakkaan ja suunnittelijan välillä. Lopulta, kun pikselit on aseteltu tarkalleen oikeille paikoilleen, otetaan projektiin mukaan web-kehittäjä. Kehittäjä tekee taikansa ja muuttaa aikaisemmin vain elottomista pikseleistä koostuneen suunnitelman selaimessa eläväksi ja toimivaksi internetsivuksi. Kun sivusto on viimein tarkasteltavissa selaimella, huomaa graafikko, että yksikään pikseli ei ole oikealla paikallaan ja alkaa uusi korjauspyöritys. Kun graafikko ja kehittäjä ovat päässeet yhteisymmärrykseen ja saaneet ulkoasun ja toimivuuden tasapainoon, toteaa asiakas,

ettei ymmärtänyt sivun näyttävän tältä selaimella nähtyään aikaisemmin koko sivun vain yhtenä kuvana. Näin prosessi voidaan aloittaa alusta.

On ilmiselvää, että kuvatuolainen prosessi ei ole kustannustehokas. Perinteinen tapa suunnitella internetsivu oli melko toimiva ennen responsiivisuutta, jolloin voitiin suunnitella tietyllä kiinteällä leveydellä toimiva sivu, joka ei koskaan muuttunut. Ongelma syntyy siitä, että Photoshop perustuu muuttumattomiin pikseleihin, kun taas nykyaikaiset internetsivut elävät prosenttien ja muiden suhteellisten mittayksiköiden maailmassa ja ovat luonteeltaan muuttuvia ja mukautuvaisia. (Pettit 2014.)

Vaikka projektin työnkulussa ei olisikaan kitkaa, saattavat käytetyt työkalut asettaa omia rajoituksiaan. Responsiivisten sivujen suunnittelu käyttäen jotakin grafiikan tuottamiseen tarkoitettua ohjelmaa voi pahimmillaan olla hyvin vaivalloista. Otetaan esimerkiksi responsiivisen internetsivu, jonka katkokohdat halutaan määrittää sisällön ehdoilla. Sivulle halutaan sen leveimmässä koossa kolmepalstainen tekstiosuus, koko sivun levyinen kuvagalleria ja ylätunniste (header), jossa on laajan navigaation lisäksi hakupalkki. Tällöin näyttökoon kaventuessa tekstiosuudesta tarvitaan kolme versiota (yksi-, kaksi- ja kolmepalstaiset), ylätunnisteesta luultavasti kolme versiota ja galleriastakin ainakin kaksi (täysimittainen galleria ja esimerkiksi mobiilissa erillisen painikkeen taakse piilotettu galleria). Jos sopivat leveydet määritellään visuaalisesti, on hyvin epätodennäköistä, että yksikään tekstipalstoja varten asetettu katkokohda olisi samassa paikassa kuin ylätunnisteen tai gallerian katkokohdat. Näin ollen perinteisellä tavalla suunniteltuja layouteja täytyisi olla yhtä monta kuin jokaisesta sivuelementistä on versioita yhteensä, eli esimerkin tapauksessa kahdeksan. Asiakkaan halutessa muutoksia tai korjauksia, joutuu suunnittelija tekemään muutokset kaikkiin versioihin. Oman kokemukseni perusteella sivuja ei lähes koskaan suunnitella näin voimakkaasti sisältö edellä, johtuen liiallisesta työmäärästä. Sisältökeskeisesti valittuja katkokohtia saattaa tosin syntyä, jos sivujen kehitysvaiheessa webkehittäjä päättää valita katkokohdan sisältöperusteisesti jollekin elementille, johon layout ei selvästi ota kantaa.

4.3.2 Perinteiset roolit

Ammattikorkeakouluni kautta hankittu koulutus on valmistellut minua pintapuolisesti, mutta myös monipuolisesti, useaan erilaiseen viestinnän alan tehtävään. Monivi-
vahteisesta koulutuksesta huolimatta pidän itseäni erityisesti graafisena suunnittelijana. Mainostoimistossa työnimikkeeni oli graafinen suunnittelija ja tehtäväni oli luoda grafiikkaa monenlaisiin medioihin. Olen tehnyt sekä printtigrafiikka että web-grafiikkaa ja pidän molemmista ja molempien tarjoamista erilaisista haasteista. Vaikka työni ei pidäkään sisällään internetsivujen toteuttamista, olen aina ollut salaisesti kiinnostunut sivujen teknisestä puolestakin. En ole taitava ohjelmointi- tai merkintäkielten kanssa, joten taitoni rajoittuvat melko yksinkertaisten sivujen toteuttamiseen, mutta toistaiseksi toimeentuloni ei ole ollutkaan kiinni koodaustaidoistani. Tämä kertomus omasta työstäni ja toimenkuvastani on varmaankin melko tyypillinen kuvaus mainostoimisto- tai freelance-graafikon taito- ja kiinnostuspaletista. Varsinkin, jos työtehtäviin kuuluu web-sivujen suunnittelua, on melko luonnollista olla edes jokseenkin kiinnostunut niiden teknisestä toteutuksesta.

Graafisen suunnittelijan ja web-kehittäjän, jonka toimenkuva on määritelty kappaleessa kaksi, eräänlaisena välimuotona voidaan pitää web-suunnittelijaa (web designer). Yleensä web-suunnittelija on henkilö, joka internetsivujen suunnittelun lisäksi myös toteuttaa ne. Tähän suunnittelija saattaa käyttää niin sanottua WYSIWYG-ohjelmaa. WYSIWYG tulee englannin kielen sanoista What You See Is What You Get eli vapaasti käännettynä ”saat, mitä näet”. Nimensä mukaisesti tällaiset ohjelmat mahdollistavat sivujen luomisen siten, että sivua rakennetaan graafista käyttöliittymää käyttäen, jopa kokonaan ilman koodinäkymää. Tällöin sivu on näkyvillä ja muokattavissa kaiken aikaa ohjelman omassa selainta jäljittelevässä näkymässä. Ohjelmat tarjoavat monesti myös leikkaa ja liimaa -tyylisiä ominaisuuksia. Näin web-suunnittelija voi luoda sekä sivun teknisen puolen että visuaalisen ulkoasun samanaikaisesti. Verrattuna web-kehittäjän visuaalisesti rajoittuneeseen koodinäkymään tai graafisen suunnittelijan ei-interaktiiviseen grafiikkaohjelmanäkymään, tarjoaa WYSIWYG-ohjelma melko hyvän yhdistelmän edellisistä ja luonnollisen työympäristön sivujen luomiseen. Haittapuolena WYSIWYG-ohjelmat saattavat luoda kömpelöä tai turhaa koodia, joka voi vaatia siistimistä tai korjailua. Web-suunnittelijalta vaaditaan siis esteettistä näkemystä, mutta myös vahvaa teknistä osaamista, sillä

WYSIWYG-editoritkin vaativat graafisesta luonteestaan huolimatta toistuvaa lähdekoodin korjailua. (Rouse 2011; Kyrnin 2014b.)

Terminä web-suunnittelija on sikäli epämääräinen, että sillä saatetaan usein viitata kaikkiin eri henkilöihin, joilla on jotain tekemistä web-sivujen ja niiden tekemisen kanssa (Kyrnin 2014b). On kuitenkin selvää, että suunnittelija, joka on erikoistunut sekä tekniseen toteutukseen että visuaaliseen suunnitteluun, saattaa yksinkertaistaa työnkulkua merkittävästi. Toisaalta on myös mahdollista, että yhden ihmisen erikoistuminen liian laajaan skaalaan tehtäviä on isossa yrityksessä kustannustehotonta. Freelancer-suunnittelijan kannalta voi silti olla hyödyllistä pystyä tarjoamaan asiakkailleen ulkoasun suunnittelun lisäksi myös sivun teknisen toteutuksen.

4.3.3 Selaimessa suunnittelu

Responsiivisuus voi tullessaan muuttaa perinteistä roolijakoa ja perinteisiä työkaluja samoin kuin se on muuttanut monia muita perinteisiä käsityksiä internetsivuista. Luvussa 4.1 mainittu sivun kaikkien versioiden rinnakkainsuunnittelu on hyvin mielenkiintoinen ja kehityskelpoinen idea. Rinnakkainsuunnittelusta puhutaan usein HTML5-sovelluksien yhteydessä, mutta termi on käyttökelpoinen myös verkkosivujen suunnittelussa. Selaimessa suunnittelu (designing in the browser) puolestaan on työskentelytapa, joka samalla sekä palauttaa internetsivujen suunnittelumetodit aivan alkujuurilleen että mahdollistaa sivujen suunnittelun ja keskeneräisenäkin tarkastelun sivuille kaikkein luonnollisimmassa ympäristössä, selaimessa. Selaimessa suunnittelu toteuttaa yhdenlaista rinnakkainsuunnittelua, mutta pitää sisällään myös muita uudenlaisia näkökulmia. Tässä raportissa rinnakkainsuunnittelulla tarkoitetaan selaimessa suunnittelua.

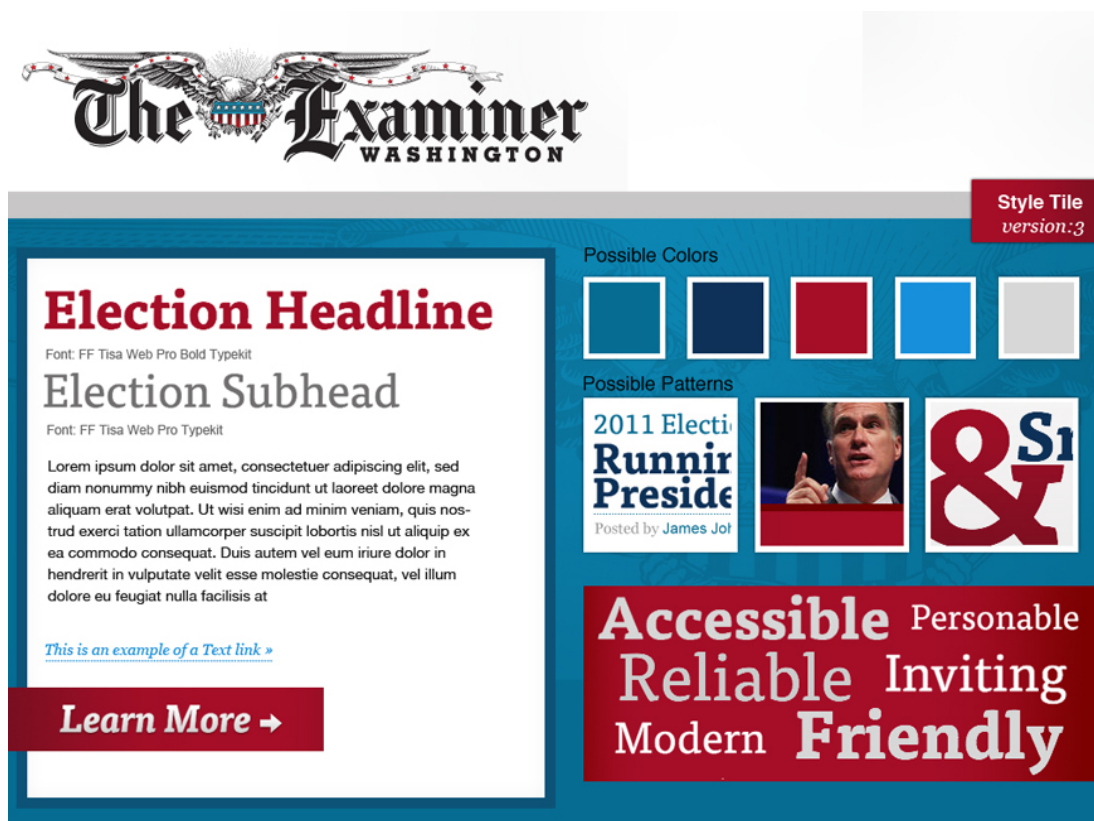
Omalla kohdallani ensimmäisen internetsivuni olen laatinut yläasteella tietotekniikan tunnilla, käyttäen jotakin helppoa tekstieditoria. Tekstiohjelmalla loin HTML-tiedoston, jonka sitten avasin selaimessa ja näin saatoinkin nähdä luomukseni kuin minä tahansa internetsivun. Juuri tästä selaimessa suunnittelussa on kyse. On mielenkiintoista huomata, että uusi responsiivinen tapa tehdä internetsivuja tarvitsee taakseen kaikkein perinteisimmät tavat suunnitella internetsivuja ollakseen tehokkaim-

millaan. Selaimessa suunnittelu tarkoittaa siis yksinkertaistettuna sitä, että sivua ja sen valmistumista tarkastellaan yksinomaan selaimessa. Tällöin prosessista jätetään pois ainakin graafisen suunnittelijan laatima layout eli pikselintarkka kuva valmiista sivusta. Toteutustavat tämänkaltaiselle työskentelylle vaihtelevat. Kun sivun suunnittelu aloitetaan HTML-rungon luomisesta, tarkoittaa se samalla, että suunnittelun lähtökohtana on sisältö. HTML-tiedosto ei näet sellaisenaan sisällä minkäänlaista muotoilua, joten suunnittelijan on keskityttävä tässä vaiheessa sisältöön ja sen loogiseen esittämiseen. (Long 2012.)

Kuten jo sanottu, HTML-tiedosto on pelkkä luuranko. Se sisältää rakenteen ja sisällön. HTML-rankaan voidaan yhdistää mediakyselyitä sisältävä CSS-tiedosto, jolloin rakenteelle saadaan katkokohdat ja sivu muuttuu responsiivisesti toimivaksi, vaikkakaan ei vielä ulkonäöllisesti juurikaan tätä tekstiä kummallisemmaksi. Seuraava työvaihe on CSS-tyyliin luominen, jolloin sivusto saa ulkoasunsa ja alkaa näyttää oikealta ja nykyaikaiselta internetsivulta. Tämä vaihe yksinään on mielestäni eräs tärkeimmistä argumenteista selaimessa suunnittelun puolesta. Vaihtamalla HTML-tiedostoa määrittävä CSS-tiedosto toiseen, voidaan koko sivuston ulkoasu väreineen, fonteineen ja jopa käyttäytymisineen katkokohdissa muuttaa tyystin erilaiseksi. Näin asiakkaalle voidaan pienellä vaivalla – ainakin Photoshop-tiedoston kaikkien osien muuttamiseen verrattuna – tarjota useampi erilainen versio hyväksyttäväksi. (Long 2012.)

Tyylioppaiden luominen on tuttu käytäntö printtimaailmassa eikä kokonaisen valmiin sivun rakentaminen ennen asiakkaalle esittelyä ole pakollista myöskään verkkosivuja suunniteltaessa. Internetsivuja varten voidaan luoda tyyliopas, joka voidaan toteuttaa joko kuvatiedostona esimerkiksi Photoshopilla tai HTML- ja CSS-tiedoston yhdistelmänä selaimessa katseltavaksi. Tämä on työvaihe, jonka myös selaimessa suunnittelun puolestapuhujat suostuvat laskemaan Photoshopin harteille. Kuva 4 on hyvä esimerkki tyylioppaasta, joka pitää sisällään sekä isoja linjoja, kuten halutun väripaletin ja käytetyt fontit eli typografian, mutta myös tarkempia ja yksityiskohtaisempia asioita, kuten tekstilinkkien muotoilun, erilaiset otsikkotyylit, painikkeet ja käytännössä kaiken, mitä sivulle voidaan laittaa. Tyylioppaassa on hyvä kuvata myös erilaiset valikkoelementit, hakulaatikon ja esimerkiksi lomakkeiden ulkoasun. On myös mietittävä sivun toiminnallisuutta, eli sitä, miltä painike tai valikko näyttää,

kun sitä klikataan tai hiiri viedään sen päälle, miten kuvagalleria toimii tai millaista videosoitinta sivulla käytetään. Tyylioppaan yhteyteen voidaan myös liittää koodinpätkiä tai referenssisivuja, joissa ominaisuus on toteutettu halutulla tavalla. Tällainen tyylioppas luo yhtenäisen ulkoasun myös kaikille tuleville alasivuille ja muille samaan sivustoon liittyville sivuille. Ulkoasun yhtenäisyys onnistutaan tyylioppaan avulla säilyttämään myös vaikka alasivut tai vastaavat suunnittelisi ja toteuttaisi eri henkilö kuin alkuperäisen tyylioppaan ja verkkosivun. Tyyliopasta on myös mahdollista jakaa muille projektissa oleville henkilöille, jolloin sitä voidaan kommentoida ja muokata, jolloin työnkulku jälleen muuttuu joustavammaksi. (Fisher 2012.)



Kuva 4. Esimerkki tyylioppaasta (Style Tiles 2014).

Oman kokemuksen perusteella aluksi pelkän tyylioppaan myyminen internetsivut tilanneelle asiakkaalle voi osoittautua mahdottomaksi tehtäväksi. Tyylioppaan luominen tuntuukin hyvältä vaihtoehdolta erityisesti asiakkaille, jotka haluavat rakentaa selkeää brändiä, haluavat uudistaa ilmettään tai brändiään tai joiden sivujen tiedetään olevan niin suuri projekti, että niiden tekemiseen tarvitaan useampia suunnittelijoita ja tekijöitä. Tällöin johdonmukainen tyylioppas varmistaa harmonisen linjan kautta projektin ja hyvännäköisen lopputuloksen.

Jotkut selaimessa suunnittelun puolestapuhujat ovat sitä mieltä, että koska suunnittelu ei enää tapahdu Photoshopin maailmassa, tulisi suunnittelijoiden päivittää osaamistaan muuttuneiden vaatimusten mukaiseksi. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että suunnittelijoiden pitäisi poistua mukavuusalueeltaan ja opetella käyttämään koodia työskentelyvälineenään. Koska kyse on verkkosuunnittelusta, on loogisempaa käyttää suunnitteluun itse verkkoa kuin kuvankäsittelyohjelmaa. Toisaalta keskittyttäessä huippuunsa hiottuun toimivuuteen, ei missään nimessä saa unohtaa visuaalista suunnittelua ja siihen panostamista. Selaimessa suunnittelu onkin siis hyvin paljolti tasapainoilua näiden kahden tekijän välillä. (Long 2012; Lumsden 2013.)

Erilainen lähestymistapa internetsivujen suunnitteluun ei tee Photoshopin kaltaisista ohjelmista tarpeettomia. Se yksinkertaisesti muistuttaa tekijöitä siitä, että kuvankäsittelyohjelmat ovat erinomaisia työkaluja graafisessa suunnittelussa, mutta ne eivät ole verkkosuunnitteluohjelmia eivätkä ole sellaisia koskaan olleetkaan. Erilaiset grafiikkaohjelmat ovat oivallisia työkaluja kehittyneiden graafisten elementtien suunnitteluun ja toteuttamiseen samoin kuin esimerkiksi valokuvien optimoimiseen verkkokäyttöä varten. Photoshopin merkitys verkkosivujen visuaalisuutta määrittävien tyylioppaiden luomisessa korostuneet tulevaisuudessa. Oman kokemukseni mukaan ohjelmat kuten Photoshop ja Illustrator voivat olla hyödyllisiä myös tehtäessä rautalankamallia internetsivusta. Toisaalta myös paperi ja kynä ovat toimivia välineitä rautalankamallia suunniteltaessa. Rautalankamalli on yksinkertainen kaavamainen tai luonnosmainen kuva sivusta, josta käy ilmi elementtien sijoittelu eli käytännössä sivun rakenne ennen graafisen ilmeen ja tyylin luomista. Rautalankamalli on hyödyllinen, sillä sen muokkaaminen on lopullista layoutia huomattavasti helpompaa, joustavampaa ja edullisempaa. (Korpela & Lehdonvirta 2013, 70; Krall 2013.)

Vaikka selaimessa suunnittelun perusidea on HTML:n ja CSS:n ymmärtämisessä ja osaamisessa, ei työkalujen tarvitse välttämättä rajoittua tekstieditoriin ja selaimen. Suunnittelu voi myös tapahtua selaimessa toimivalla suunnitteluohjelmalla tai tietokoneelle asennettavalla ohjelmalla. Oleellista kaikissa toteutustavoissa on se, että valmistuvaa sivua tarkastellaan selaimella, joko oikealla selaimella tai suunnitteluohjelman sisäisellä selainta jäljittelevällä näkymällä.

Perinteisesti suunnitteluohjelmia, jotka perustuvat enemmänkin WYSIWYG-tyyppiseen eli pitkälti graafiseen työskentelyyn, on ollut järkevä käyttää enemmänkin interaktiivisten rautalankamallien ja prototyyppien tekemiseen. Tämä siitä syystä, että kyseisten ohjelmien luoma koodi on ollut monesti huonoa ja mahdollisuudet edistyneempiin teknisiin ominaisuuksiin rajalliset. Jos internetsivujen suunnitteluperiaatteet ovat murroksessa, niin ovat myös niiden suunnitteluun käytetyt työkalut. Responsiiviset internetsivut ja selaimen käyttäminen valmistuvan internetsivun tarkasteluun ovat luoneet tullessaan aivan uudenlaisia web design -työkaluja.

Esimerkkinä uuden polven työkaluista mainitsen Macaw-nimisen lupaavan verkkosuunnitteluohjelman. Macaw sai alkunsa joukkorahoitteisena Kickstarter-projektina ja se julkaistiin vuoden 2014 alussa. Macaw lupaa samanlaiset ominaisuudet ja helppokäyttöisyyden suunnitteluun kuin kuvankäsittelyohjelmakin, mutta samalla se väittää pystyvänsä kirjoittamaan tuotantokelpoista HTML:ää ja CSS:ää. Työskentelyalueen koon joustava muuttaminen sisällön mukautuessa kokomuutoksiin on ratkaisu juuri siihen ongelmaan, jonka Photoshopin muuttumattomat pikselit luovat. Myös mahdollisuus luoda ”piirtoalueelle” katkokohdat rakenteen muuttumista varten on ominaisuus, joka kuvankäsittelyohjelmista yleisesti puuttuu. Näin käyttäjän on mahdollista tehdä sivun kaikki kokoversiot samaan tiedostoon ja muokata niitä rinnakkain ja samanaikaisesti. Lisäksi Macaw mahdollistaa interaktiivisten ja responsiivisten prototyyppien luomisen ilmeisen pienellä vaivalla. Tällaisen interaktiivisen prototyypin jakaminen, kommentointi ja muokkaaminen muiden projektissa mukana olevien kesken on helppoa ja järkevää ja ennen kaikkea kommunikointiin kannustavaa. Koko sivustoa määrittelevien tyylien ja toistuvien elementtien käyttäminen ja luominen on myös tehty yksinkertaiseksi. Macaw ei ole ainoa eikä varmasti viimeinen lajissaan, sillä kasvava tarve parempien työkalujen löytämiseksi luo väistämättä myös uudentyyppisiä ratkaisuja ongelmaan. (Krall 2013; Macaw 2014.)

Kaikki selaimessa suunnittelussa tähtää joustavampaan ja parempaan työskentelyprosessiin. Keveyden ja helpon muokattavuuden ansiosta suuretkin muutokset onnistuvat pienellä vaivalla ja perusteellisen suunnittelun ansiosta – rautalankamallien ja tyylioppaiden muodossa – lopputulos on mahdollisesti paremmin mietitty ja jo ensimmäisellä yrityksellä toimiva ja asiakasta miellyttävä kokonaisuus. Selaimessa suunnittelu on mielestäni ajatuksena sikäli kiehtova, että se pakottaa suunnittelijat ja

kehittäjät muuttamaan tapaansa ajatella sivujen tuotantoprosessia. Suunnittelu selaimessa tuntuu tarkoittavan varsinaisten työskentelymenetelmien lisäksi myös asennemuutosta ja uudenlaista, tehokkaampaa tapaa työskennellä internetsivujen kanssa. Selaimessa suunnitteluun on monia keinoja, tapoja ja ohjelmia, mutta vielä uusia välineitäkin tärkeämpää on muutos tavassa ajatella ja ymmärtää internetsivuja. Kommunikaation merkitykselle ja sivujen sisällölle annetaan viimeinkin niiden ansaitsema huomio tuotantoprosessissa. Muutos työskentelyasenteissa on ensiarvoisen tärkeää, sillä paluuta kiinteällä leveydellä toteutettuihin työpöytäisivuihin ei ole näköpiirissä ja monet aikaisemmin tärkeät ja oikeina pidetyt suunnitteluperiaatteet ovat nyt auttamatta vanhentuneita. Rinnakkainsuunnitteluprosessi muuttaa perinteistä graafikko-kehittäjä-roolijakoa, luo uusia vaatimuksia molemmille ja parhaimmillaan tehostaa työnkulkua merkittävästi. (Thelwell 2013.)

5 RESPONSIIVISTEN DBKM.FI-VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU

5.1 Taustat ja lähtökohdat

Ollessani töissä turkulaisessa mainostoimistossa, Panic Marketing Oy:ssä, saimme asiakkaaksemme niin ikään turkulaisen parturi-kampaamon, Design By Katja Martineeron eli DBKM:n. Asiakkaalle oli myyty responsiiviset internetsivut, joiden ensimmäinen layout oli jo esitelty Katja Martineerolle siinä vaiheessa, kun minut otettiin mukaan projektiin.

Tilanne oli kannaltani hankala sikäli, että asiakkaalle esitelty ensimmäinen layout oli tullut hylättyinä takaisin ja layoutin tehnyt AD oli jäänyt kesälomalle. Nuorelle ja melkoisen kokemattomalle graafiselle suunnittelijalle kasattiin siis heti projektin alkuun kelvollinen määrä vastuuta. Haastavaksi projektin teki myös se, etten tiennyt projektista alun perin yhtään mitään muuta kuin sen, että mielestäni ensimmäinen hylätty layout oli näyttänyt melko hyvältä.

5.2 Työ

Kun aloitin projektin parissa työskentelyn, oli kesälomakausi ja toimistomme oli pahasti alimiehitetty. Myyjä, jolle projekti kuului, oli alkuperäisen AD:n tavoin lomalla, joten toimistomme projektikoordinaattori alkoi hoitaa yhteydenpitoa asiakkaan suuntaan.

Ensimmäinen vaihe työssä oli selvittää tilanne ja syyt siihen, miksi ensimmäinen ehdotus ulkoasusta ei ollut menestys. Tapasimme asiakkaan toimistollamme ja kävimme yhdessä läpi hylättyä ehdotusta. Nopeasti kävi ilmi, että layout oli asiakkaan mielestä liian tavallisen ja perinteisen kampaamon internetsivun näköinen eikä asiakkaan mielestä hänen toiveitaan oltu täytetty lähes ollenkaan. Selitettyäni ja avattuani layoutin ideaa ja sitä, miten se vastasi moniin responsiivisuuden asettamiin haasteisiin rakenteellaan ja ulkoasullaan ja pyrki samalla olemaan nykytrendien mukainen, asiakas ymmärsi paremmin, mistä oli kyse. Tämä ei kuitenkaan merkittävästi vaikuttanut alkuperäiseen mielipiteeseen layoutista.

Asiakas ihmetteli tässä ensimmäisessä tapaamisessamme, miksi hän oli saanut sivusta vain yhden version, kun taas tilatessaan printtimateriaalia toisaalta oli hänelle esitelty useita vaihtoehtoja. Lisäksi huomasin selittäessäni joitain sivustolle ajateltuja interaktiivisia ominaisuuksia auki, että asiakas ei todellakaan ollut ymmärtänyt staattisesta kuvasta, miten ominaisuuksien tulisi toimia. Tässä tulee vastaan juuri internet-sivuja ja varsinkin responsiivisia sivuja koskeva ongelma, johon törmätään usein sivuja suunniteltaessa perinteisin työmenetelmin. Pikselintarkat layoutit ovat monimutkaisia, niiden muuttaminen on hidasta ja useamman version tekeminen on monesti aikataulullisesti täysin mahdotonta. Lisäksi jos asiakkaan tarpeet on ymmärretty alun perin edes osittain väärin, voidaan olla tilanteessa, jossa pelkäsin meidän hiljalleen alkavan olla myös tämän projektin kanssa: sekä aikataulu että budjetti uhkaavat ylittyä jo ennen kuin hyväksytyä työtä on tehty yhdenkään pikselin vertaa. Tämänkaltaiselta tilanteelta voitaisiin internetsivuprojektissa mahdollisesti välttyä, jos asiakkaalle esiteltäisiin hiotun layoutin sijaan tyyliopas ja rautalankamalli. Parhaimmillaan molemmat voisivat olla interaktiivisia, jolloin asiakas voisi itse todeta asioiden toimivuuden tai heikkoudet ja ehdottaa suuriakin muutoksia. Tässä vaiheessa muutokset olisi yksinkertaista toteuttaa ja väärinkäsityksiltä välttyttäisiin. Jos interaktiivi-

suus esittelyvaiheessa on hankala tai muuten epäkäytännöllinen tapa toimia, tulisi layout ainakin esitellä asiakkaalle mainostoimiston edustajien läsnä ollessa ja selittäessä sanoin, miten asiat tulevat lopullisessa versiossa toimimaan.

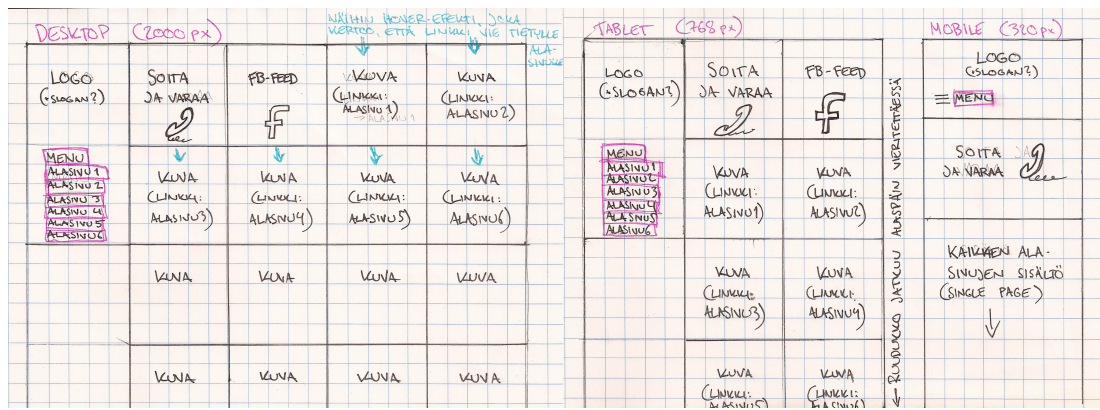
Vaikka tietyllä tapaa tilanteeni oli hankala uuden layoutin kanssa, sillä mielestäni alkuperäinen ehdotus oli ollut hyvä, oli apunani ainakin tieto seikoista, jotka hylätysissä työssä olivat olleet huonosti. Tiesin siis, mitä asioita varoa vanhan perusteella ja ensimmäisen palaverimme perusteella uskoin myös tietäväni, mistä asioista asiakas piti ja mitkä niistä ensimmäisestä versiosta puuttuivat. Palaverin perusteella olin ymmärtänyt, että asiakas halusi sivuilleen paljon kuvia, jotka loisivat vahvoja mielleyhtymiä muihinkin asioihin kuin hiuksiin liittyen. Asiakas oli mieltynyt myös rosoisiin yksityiskohtiin ja antoi esimerkkeinä haluamastaan ilmeestä joitain melko taiteellisia valokuvia. Sivun rakenteella tai teknisellä toteutuksella ei ollut asiakkaan kannalta juurikaan merkitystä. Ainoa rakenteellinen määräys oli, että sivuilla tulee olla julkistamisvaiheessa etusivun lisäksi kuusi tai seitsemän alasivua, riippuen vielä lopullisesta sisällöstä.

Lähdin suunnittelemaan sivua samoin, kuin lähdin yleensä suunnittelemaan mitä tahansa vähänkin suurempaa projektia: etsimällä referenssejä. Tässä tapauksessa etsin sivuja, joissa oli joko tavoiteltu hakemaani tyyliä tai oli käytetty jotakin rakenteellisesti mielenkiintoista ja toimivaa ideaa. Ongelma sivuissa tulisi olemaan kuvien suuri määrä. Se tulisi asettamaan rakenteelle selkeät rajoitukset sekä vaikuttamaan sivuston ulkoasuun mobiilikoossa. Kuvien suuri määrä aiheuttaa yleensä sivun hitaan latautumisen, mikä korostuu erityisesti ladattaessa sivua hitaammilla mobiilidatayhteyksillä. Latausongelmien lisäksi kuvat ovat ongelmallisia myös käytettävyyden kannalta pienellä näytöllä. Kuvien muuttuessa liian pieniksi niiden merkitys tehosteena vesittyy ja jos kuvat ovat koko näytön kokoisia, on sivulla navigointi ja sivun rakenteen hahmottaminen hyvin hankalaa. Suurimpien käytettävyysongelmien takia kuvien määrää tulisi pyrkiä rajoittamaan näkymän pienentyessä tarpeeksi. Päätin jo työskentelyä aloittaessani, että tämän projektin suhteen olisi kuitenkin järkevintä toteuttaa niin sanottu pikselintarkka layout kolmessa eri kokoluokassa. Päätös johtui ennen kaikkea siitä, että sivusta tulisi hyvin luultavasti hieman jotain muuta kuin perinteinen internetsivu ja vieläpä voimakkaasti asiakkaansa näköinen eli tietyllä tapaa brändätty sivu. Lisäksi epäilin, että tässä tapauksessa visuaalisesti valmiin näköinen ja

sanallisesti hyvin pohjustettu esittelytyö voisi olla asiakkaan kannalta mieluisin vaihtoehto. Lisäksi ensimmäiseen esittelyversioon ei saisi käyttää kovinkaan paljon aikaa, mutta lopputuloksen tulisi silti olla niin hyvä, että se menisi varmasti kaupaksi. Vaatimukset olivat siis kohdallaan.

Tarpeeksi inspiraatioita etsiskeltyäni löysin rakenteeltaan tarpeisiini sopivan responsiivisen sivuston, joka ei ollut liian monimutkainen, mutta tarjoili silti näyttävällä tavalla suuren määrän kuvia. Löysin etsiessäni myös toisen sivun, joka hyödynsi sellaisia teknisiä efektejä ja ratkaisuja, joiden uskoin sopivan mainiosti hahmotelmaani DBKM:n tulevista internetsivuista. Tämänkaltainen inspiraatioiden metsästys on luovalla alalla arkipäivää ja vieläpä järkevää, sillä tiukoissa aikatauluissa aika ei yleensä riitä pyörän uudelleen keksimiseen.

Saatuani hahmotelman sivuista rakenneltua mielikuvitukseni lisäksi myös paperille käännyin projektin teknisestä toteutuksesta vastanneen web-kehittäjän puoleen. Kuvassa 5 on varhainen hahmotelmani sivurakenteesta. Tällainen yksinkertainen suunnitelma on nimeltään rautalankamalli. Työpöytä- ja tablettikoossa on ideana, että näytön korkeuden loppuessa kuvaruudukko jatkuu alaspäin ja on käyttäjän vieritettävissä. Tällöin vasemmalla oleva valikko pysyy paikallaan. Tämän uskoin olevan erityisen toimiva ratkaisu tabletilla sivua selattaessa. Mobiilikoossa rakenne muuttuu yksipalstaiseksi, jolloin varsinaisista alasivuista luovutaan ja kaikkien alasivujen sisältö löytyy sivua alaspäin vieritettäessä. Esittelin kehittäjälle asiakkaalta saadun ohjeistuksen ja omat ideani samoin kuin näytin myös löytämäni sivuesimerkit. Tämä on kriittinen vaihe graafisen suunnittelijan ja kehittäjän välisessä yhteistyössä eikä kommunikaatiovirheisiin ole juuri varaa. Vaikka tuotannon teknisestä toteutuksesta vastaavat kehittäjät saavatkin melkein kaiken lopulta toimimaan, on kuitenkin aikatauluissa pysymisen kannalta hyvin oleellista, että suunnitellut asiat toimisivat halutulla tavalla jo mielellään ensimmäisellä kerralla. Pientä hiomista kaikista projekteista löytyy aina, mutta budjetin kannalta olisi kuolettavaa, jos graafikon suuret ideat kuolisivat omaan mahdottomuuteensa vasta siinä vaiheessa, kun niiden visuaalinen ulkoasu olisi jo täysin loppuun asti hiottu. Onneksi niin ei käynyt tämän projektin kanssa, vaan kehittäjän mielestä sivusto olisi toteutuskelpoinen tällaisenaan.



Kuva 5. Ensimmäinen luonnos DBKM.fi-sivusta.

Ennen kuin saatoin aloittaa layoutin toteuttamisen, oli vielä mietittävä tarkasti sivun katkokohdat ja millainen rakenne tulisi olemaan kussakin kokoluokassa. Eniten minua mietityttivät työpöytä- ja tablettikokoissa näkyvä kuvaruudukko, joka muodostaa samalla käytännössä koko etusivun. Minun täytyisi tietää ennen layoutin laatimista maksimikoko, jossa sivu tulisi näkymään, sillä kuvien tulisi näkyä täydessä resoluutiassa tuossa koossa. Pienemmissä kooissa kuvia voisi kutistaa huoletta laadun karsimatta, mutta kuvien suurentaminen selaimessa asettamalla niille vaikkapa kaksi kertaa todellista kokoa suurempi koko tuottaa aina epätarkan ja amatöörimäisen lopputuloksen. Päätimme yhdessä web-kehittäjän kanssa asettaa sivuston maksimileveydeksi 2000 pikseliä, jonka jälkeen leveys lakkaisi kasvamasta ja ylimääräinen tyhjä tila reunoilla tulisi toimimaan ikään kuin marginaaleina. 2000 pikseliä on sikäli hyvin tarkoitukseen sopiva koko, että koska sivusto voidaan ajatella rakenteeltaan viisipalstaisena, on jokaisen palstan leveys maksimissaan 400 pikseliä, jolloin yhden neliönmallisen kuvan maksimikoko tulisi olemaan 400 kertaa 400 pikseliä. Tästä koosta alaspäin kuvia olisi mahdollista skaalata ongelmitta.

Kun sivusto on rakenteeltaan hyvin suunniteltu, on layoutin rakentaminen melko yksinkertaista. Olimme ensimmäisessä palaverissa asiakkaan kanssa jo suunnitelleet sivulle tulevien kuvien aiheamaailmaa ja olin saanut myös tunnukset asiakkaalta erään kampaamotuotteita valmistavan yrityksen kuvapankkiin. Kuvapankista sain käyttööni korkealaatuisia ja hyvännäköisiä mainoskuvia. Päätin asiakkaan toiveesta käyttää tunnelman luomiseen myös muitakin kuin mainoskuvia ja tätä varten suuntasin tutkimaan maksullisia kuvapankkeja. Ongelma maksullisten kuvapankkien käyttämisessä on se, että vielä hyväksymätöntä layoutia laadittaessa on työssä yleensä käytettävä

vesileimoilla varustettuja ja huonolaatuisia kuvapankkien tarjoamia esikatselukuvia. Jotta väärinymmärryksiltä asiakkaan kanssa välttyttäisiin, tämä on yleensä myös eräs selitystä vaativista asioista layoutia esiteltäessä. Myös kaupalliseen käyttöön on olemassa ilmaisia kuvapankkeja. Ilmaisten kuvapankkien kanssa ongelmaksi voi muodostua se, että niistä löytyvät kuvat ovat yleensä hyvin monessa paikassa käytettyjä, mikä saattaa olla joissain projekteissa este kuvien hyödyntämiselle. Tässä projektissa käytin melko tasapuolisesti sekä ilmaisia että maksullisia kuvia, mutta myös asiakkaalta saatua promokuvapankkia. Osa kuvista oli myös asiakkaan itse ottamia. Suurin osa ilmaisista kuvista löytyy alisivuilta. Kuvien asettelu ja rajaaminen ruudukkoon ei ollut enää perusteellisen esityön jälkeen hankalaa.

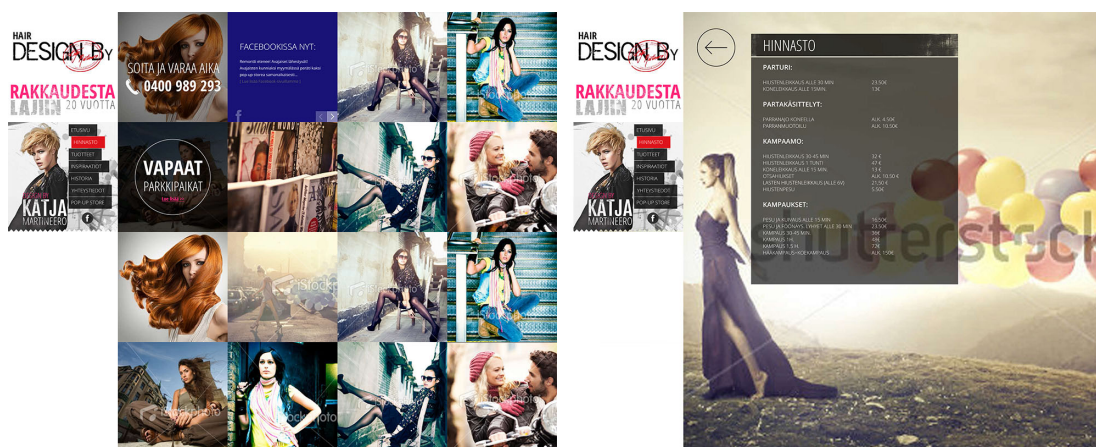
Seuraavaksi valitsin sivulle tulevat fontit ja värimaailman. Värit tulivat pitkälti asiakkaan jo olemassa olevista markkinointimateriaaleista. Käytin mustan ja punaisen lisäksi myös eloisaa vaaleanpunaista väriä, joka myöhemmin muutettiin asiakkaan logossakin käytetyksi punaiseksi. Muut käytetyt värit ovat lähinnä harmaan eri sävyjä. Fontti oli helpohko valinta, sillä käytin tuolloin usein Open Sans -nimistä selkeää ja päätteetöntä ilmaista web-fonttia. Google Fonts on Googlen tarjoama palvelu, johon yritys on kerännyt runsaasti ilmaisia fontteja, jotka ovat vapaasti ladattavissa ja käytettävissä missä tahansa projektissa. Palvelun hienous on se, että sivun layoutissa käytettyä fonttia voidaan käyttää helposti ja ilmaiseksi myös lopullisella sivulla. Tällöin käytetty fontti noudetaan sivun latauksen yhteydessä Googlen palvelimelta. Tämä helpottaa huomattavasti suunnittelua, sillä näin typografialle voidaan vaivattomasti antaa sen vaatima huomio ilman, että oltaisiin sidottuja selaimen omiin oletusfontteihin. (Google 2014.)

Etusivulle halusin tuoda jotain vaihtuvuutta, sillä sivu on muuten melko staattinen kuvakollaasi. Päätin konsultoida projektin aikanaan toteuttavaa web-kehittäjää ja tiedustella, olisiko Facebookin käyttämää ja sivuille helposti liitettävää uutisvirtaa mahdollista muokata enemmän sivun tyyliin sopivaksi. Löysimme jo toteutetun esimerkin tästä ja päätimme hyödyntää sitä. Näin etusivulle saatiin sininen ja tyyliin sopiva Facebook-laatikko, jossa näkyivät asiakkaan tuoreimmat päivitykset.

Alasivujen ulkoasuun hain hieman blogimaista tyyliä. Tähän ratkaisuun päädyin, sillä en tiennyt vielä lainkaan teksti- tai kuvasisällön määrää. Tällaisella alapäin loput-

tomasti jatkettavissa olevalla rakenteella poistin mahdolliset tilaongelmat sisällön määrän ollessa suuri. Tämä on myös sisällön päivittämisen kannalta helpohko rakenne.

Vaikka rakenne kaikkiin kokoluokkiin olikin jo suunniteltu, päätimme kuitenkin turhan työn minimoimiseksi toteuttaa ensin pelkästään etusivun ja yhden esimerkkialasivun ja ainoastaan työpöytäkokoisena (kuva 6). Idea kuvaruudun ensimmäisissä kuvissa oli, että ne toimivat linkkeinä alasivuille. Vihje siitä, mihin linkki johtaa, tulisi esille, kun hiiri vietäisiin kuvan päälle. Kuvassa 6 on nähtävissä yksi alasivulle johtava kuvalinkki sellaisena, miltä se näyttäisi sitä osoitettaessa (”VAPAAT PARKKIPAIKAT”). Muuten kuvaruudukossa olevat kuvat toimittavat lähinnä esimerkin virkaa ja toistuvatkin uudelleen ruudun lopussa. Alasivun layoutin taustakuvassa on hyvin nähtävissä maksullisten kuvapankkien käyttämisen ongelma sivujen laatimisen luonnosvaiheessa. Rakeinen ja vesileimalla varustettu kuva voi olla hyvälaatuista ostettua kuvaa hankalampi myydä, ainakin ilman asian selittämistä. Lähetimme asiakkaalle muutaman runsaasti kommentoidun PDF-tiedoston, joista kävi ilmi muun muassa, miten eri ominaisuuksien oli ajateltu toimivan. Pidimme tämän jälkeen uuden palaverin asiakkaan kanssa, jossa saimme kuulla toivomamme tiedon: asiakas piti hyvin paljon ulkoasuehdotuksestamme.

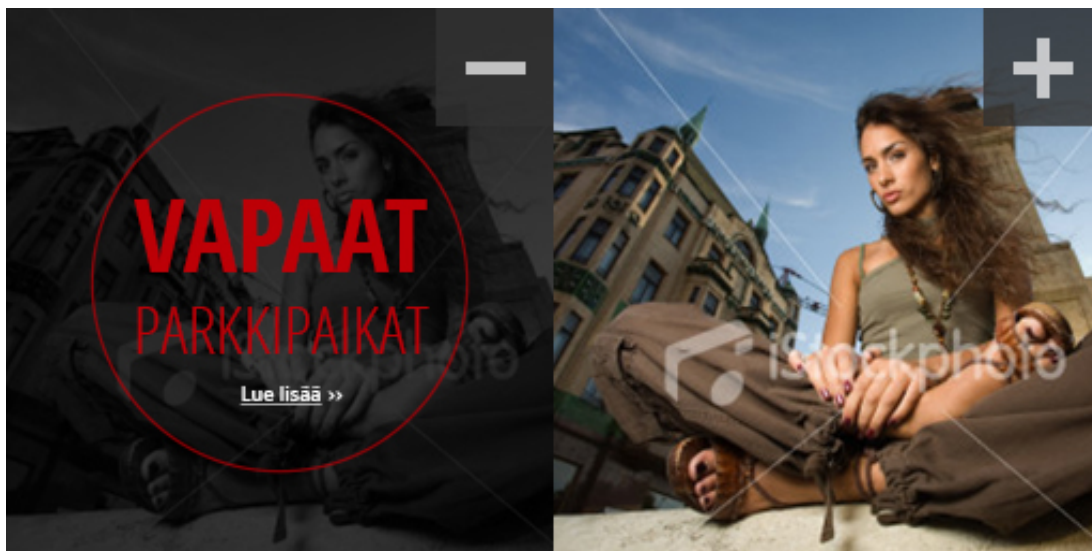


Kuva 6. Ensimmäiset asiakkaalle lähetetyt työpöytäkoon layoutit.

Kävimme asiakkaan kanssa läpi layoutin hyvät ja huonot puolet ja pääsimme näin merkittävästi eteenpäin projektissa. Palaverin perusteella vaihdoin joitakin tehostevä-
rejä enemmän asiakkaan tyyliin sopivaksi ja muutin valikko-osion rakennetta. Aikai-
semmin valikko oli jaettu ikään kuin kahteen laatikkoon muun sivun tapaan. Todelli-

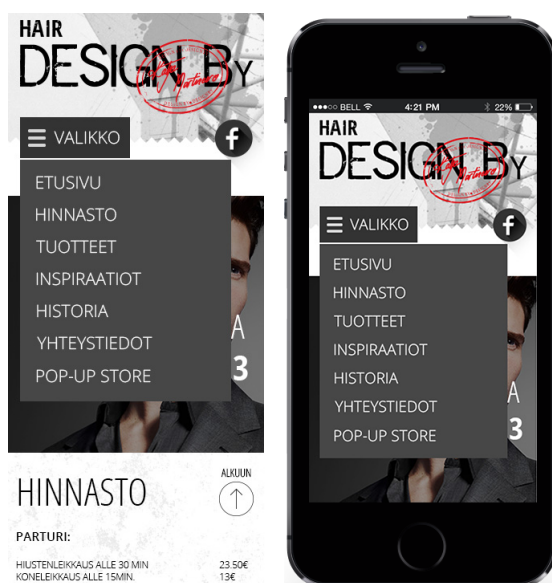
suudessa valikko oli silti vain yksi elementti, joten jaolla ei ollut mitään konkreettista merkitystä. Muuttamalla rakennetta saatoinkin kasvattaa varsinaisten klikattavien linkkien kokoa, jotka olivat aikaisemmin jääneet liian vähäiselle huomiolle. Linkkien koon merkitys korostuisi vielä entisestään käytettäessä sivua kosketusnäytöllisillä laitteilla, jolloin sormen osumatarkkuus ei tulisi olemaan aivan hiiren tasolla. Nämä muutokset jäivät myös lopulliseen sivuun ja ne on nähtävissä luvun 5.3 alussa kuvassa 9.

Vihreää valoa saatuaamme aloin hioa etusivua kommenttien perusteella ja sen jälkeen jatkoin muihin kokoversioihin. Tablettikoon layout olisi käytännössä sama kuin työpöytäkokoisinkin, erona olisi vain rinnakkaisten palstojen määrän muuttuminen viidestä kolmeen. Tässä kohtaa törmäsin ongelmaan, joka oli hyvin tavallinen kosketusnäytöillä: miten saada kursorilla osoitettaessa toimivat hover-efektit toimimaan myös tabletilla? Yleensä olen valmis hyväksymään sen, että osoitusefektit eivät toimi mobiililaitteilla, mutta tässä tapauksessa etusivun kuvalinkkien toiminta rampautuisi pahasti, jos käyttäjä ei saisi mitään informaatiota siitä, mihin kuvaa koskettamalla pääsisi. Koska tietylle alisivulle vievä kuva ei kuvana kerro lainkaan, minne se on linkitetty, ja koska kyseinen tieto saadaan vasta kun kursori viedään kuvan päälle, olisi myös hiirettömille laitteille löydettävä jokin vaihtoehto. Ratkaisin ongelman mielestäni melko yksinkertaisella tavalla, joka on nähtävissä kuvassa 7. Lisäsin linkkeinä toimivien kuvien oikeaan yläreunaan pienen +-ikonin. Kuvaa tai +-ikonia painamalla osoitusefekti aktivoituu ja kuvasta uudelleen klikkaamalla käyttäjä pääsee varsinaiselle alisivulle. Osoitusefektin aktivoituttua plusmerkki muuttuu miinusmerkiksi, jota painamalla voi efektin aktivoitumisen perua ja etusivu on jälleen koskemattoman näköinen. Plusmerkit ovat näkyvissä myös sivua työpöytäkoossa tarkasteltaessa, mutta ne eivät vaikuta sivun käyttämiseen mitenkään.



Kuva 7. Osoitusefektin korvaaminen kosketusnäyttöllisillä laitteilla.

Mobiilikoon päätin suunnitella yksisivuisena, jolloin kaikki alisivujen sisältö olisi näkyvillä sivua alaspäin vieritettäessä ja navigaatiovalikon avulla olisi mahdollisuus siirtyä nopeasti haluamaansa kohtaan sivulla. Kuvassa 8 on näkyvissä valikko avatuna ja pieni pätkä sisältöä sen alapuolella. Valikko ei kuitenkaan pysyisi kiinteästi ruudun mukana sivulla liikuttaessa, kuten monesti on tapana, vaan ruudun oikeassa laidassa näkyisi koko ajan nuoli, jota klikkaamalla pääsisi nopeasti takaisin sivun ylälaitaan ja valikkoon. Valikkoelementti logoineen olisi vienyt niin paljon muutenkin vähäistä näyttötilaa, että päädyin suunnittelussa mieluummin mainitunlaiseen ratkaisuun.



Kuva 8. Sivulle suunnittelemani ulkoasu pienen mobiililaitteen näytöllä.

Kaikkien kokoversioiden ollessa esittelykunnossa, oli taas asiakastapaamisen aika. Kuvat sivuista hyväksyttiin jälleen helposti, joten seuraava vaihe tulisi olemaan kehittäjän vastuulla. Kuten tavallista, huomattavasti suunnitteluvaihetta nopeammin ja huomattavasti vähemmällä turhautuneella huokailulla sivuista valmistui toimiva responsiivinen internetsivu. Tässä vaiheessa törmäsimme käytännössä ensimmäiseen suurempaan vastoinkäymiseen koko oman projektiosuuteni aikana. Syypääksi osoitautui jälleen layoutin väärinymmärtäminen ja se, että kuva kertoi vähemmän kuin oikea internetsivu. Asiakas oli ilmeisesti ymmärtänyt jollain tapaa väärin mobiilikoon layoutin tai ei ollut saanut staattisesta kuvasta irti kaikkea tarvitsemaansa tietoa. Tilanne oli kuitenkin se, että asiakkaan mielestä sivu ei mobiilikooissa toiminut visuaalisesti eikä rakenteellisesti erityisen hyvin. Tulkitsin saadun palautteen siten, että suurin ongelma syntyi kaiken sisällön latomisesta allekkain ja käytetystä taustatekstuurista. Taustalla käytetty sotkuinen, hieman betonia jäljittelevä kuvio sai asiakkaan mielestä puhelimen näytön näyttämään likaiselta.

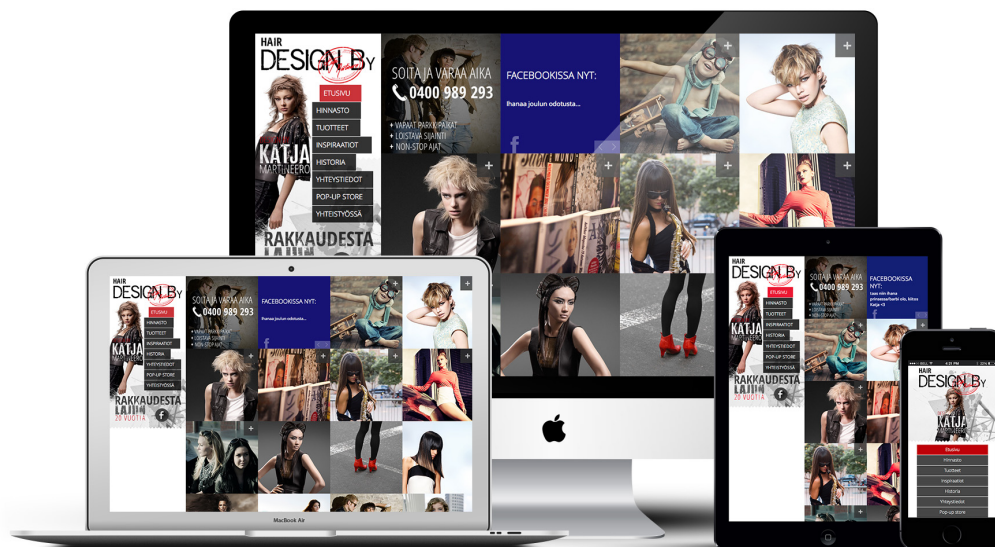
Tilanne ei ollut mitenkään poikkeuksellinen, mutta melko harmillinen muutenkin hankalasti alkaneen projektin kannalta. Tällaisten takaiskujen olisi yleisesti syytä tulla sivun ollessa vielä suunnitteluasteella Photoshopissa. Valmiiksi koodatun sivun koko rakenteen muuttaminen ei ole millään tapaa edullisin vaihtoehto. Keskusteltuaani web-kehittäjän kanssa mahdollisista ratkaisuista ongelmaan, päädyimme melko yksinkertaiseen lopputulokseen. Tein uuden mobiililayoutin, jossa muutin valikon isommaksi ja kaikki alisivut perusnäkyssä piilotetuiksi. Kun jotain valikkolinkeistä painettaisiin, avautuisi ainoastaan kyseinen alisivu valikon alle. Painettaessa jotain toista valikkolinkkiä piilotettaisiin ensimmäinen alisivu ja näytettäisiin uusi. Tällöin ainoastaan yksi alisivu olisi kerrallaan näkyvissä, joten sekava rakenne saataisiin korjattua näin. Poistin myös taustakuvatekstuurin, jolloin visuaalisetkin ongelmat poistuivat. Tällainen toimiva ja nopea korjausratkaisu sopi myös asiakkaalle ja katastrofilta vältyttiin. Kappaleen 5.3 alussa kuvassa 9 on nähtävissä uusi rakenne puhelimen näytöllä. Mielestäni muutoksen ansiosta saimme aikaan loppujen lopuksi käytettävyydeltään paremman lopputuloksen.

Tästä eteenpäin projekti alkoikin olla loppusuoralla ja tulevat muutokset olivat enää sisällöllisiä. Omalla vastuullani puhtaasti sisältöön liittyvistä asioista olivat kuvat.

Koska suuri osa kuvista oli ostettavia kuvia, ostettiin ne vasta siinä vaiheessa kun viimeisimmät layoutit oli hyväksytyt. Kuvien ostamisen ja rajaamisen lisäksi oli kuvien tiedostokoko optimoitava tarkoitukseen sopivaksi sivun latausaikojen lyhentämiseksi. Tämä tarkoittaa, että kuvien laatua heikennettiin niin paljon kuin mahdollista ilman, että ero olisi silmin havaittavissa. Tämänkaltaiseen työskentelyyn Photoshop on kaikesta tässä työssä esitetystä kritiikistä huolimatta lähestulkoon korvaamaton työkalu. Photoshop kykenee pienentämään kuvatiedoston kokoa merkittävästi laadun pysyessä tarkoitukseen sopivissa rajoissa ja eron ollessa käytännössä täysin huomaamattomissa. Kun kuvatiedostoja tallennetaan pelkästään verkkokäyttöä varten, on ohjelmassa juuri tähän tarkoitettu toiminto nimeltään ”Save for Web” tai suomeksi ”Tallenna Webiä varten”. Toiminnon avulla kuvatiedostoja on mahdollista tallentaa muutamassa verkossa paljon käytetyssä tiedostomuodossa ja vaikuttaa monipuolisesti erilaisiin tallennusasetuksiin kuten esimerkiksi kuvan väri- ja pakkausasetuksiin.

Vastoin kaikkia yleisiä suunnitteluperiaatteita sivun tekstisisältö saatiin vasta, kun sivu oli muuten lähes julkaisukelpoinen. Tämä on oman kokemukseni mukaan hyvin yleinen, vaikkakin täysin väärä tapa, suunnitella lähestulkoon mitä tahansa. Silti sama ongelma toistuu kaikenlaisissa projekteissa liian usein. Tällainen väärinpäin suunniteltu työ menettää lähestulkoon kaikki mahdollisuutensa sisältölähtöiseen suunnitteluun ja sisällön järkevään esittämiseen.

5.3 Lopputulos



Kuva 9. Valmis responsiivinen sivu erikokoisilla näytöillä.

Sivu saatiin lopulta julkaistua ja kuvassa 9 nähtävä uusittu mobiilikokokin sai sekini työpöytäkoon tapaan kiitosta osakseen. Asiakkaan kanssa oli jo aluksi sovittu, että osa alisivuista saa varsinaisen sisältönsä vasta myöhemmin. Esimerkiksi pop-up store -alisivulle sisältöä saatiin vasta, kun ensimmäinen pop-up store oli kampaamon tiloihin pystytetty. Näin ollen sivua tultaisiin vielä tulevaisuudessa päivittämään ja sisältöä lisäämään. Sivuja päivitettiin mainostoimiston toimesta hieman yli puoli vuotta, kunnes suurimmat rakenteelliset päivitykset oli tehty. Nykyään asiakkaalle on annettu käyttöliittymä sivuston helppoon omatoimiseen päivittämiseen.

Suunnittelun puolesta uskon, että sivut täyttävät niille asetetut vaatimukset. Ne eivät ole perinteiset parturi-kampaamon internetsivut, ne eivät muutenkaan ole kovin perinteiset internetsivut ja sivuilla on paljon näyttäviä ja ehkä myös ajatuksia herättäviä kuvia. Pyrin ja mielestäni onnistuin aikaansaamaan samalla sekä modernia ja nykyaikaista että rosoista ja vanhaan tehdasmaiseen miljööseen viittaavaa ilmettä sivuille. Vaikka rosoisuus kirjaimellisesti näkyy lähinnä vain valikkopalkin tekstuureissa, niin uskon, että samankaltaisia miellelyhtymiä herää myös joistain etusivulla käytetyistä kuvista. Varoin tietoisesti ylikäyttämästä Photoshopin sivellintyökalua kulumista jäljitteleviä graafisia elementtejä tehdessäni, jotta se ei menettäisi tehostevaikutustaan.

Vaikka lopputuloksena saimmekin tyytyväisen asiakkaan, ei työn välitön taloudellinen vaikutus ollut mainostoimiston kannalta positiivinen. Projektin aikataulu venyi, mikä oli hankalaa sekä meille että asiakkaalle. Edellisestä johtuen myös budjetissa pysymisen kanssa oli hankaluuksia ja työtunteja tehtiin selkeästi enemmän kuin projektiin oli alun perin mitoitettu. Vaikka välitön vaikutus olikin negatiivinen, tapahtui projektin aikana tuotekehitystä ja syntyi tietyn tyyppinen responsiivinen julkaisualusta ja sivurakenne, jota on pystytty myöhemmin kaupallisesti hyödyntämään. Projektista on opittu myös mainostoimiston myyntipuolella, jossa myynnin prosesseja on kehitetty. Jatkossa tullaan kiinnittämään entistä enemmän huomiota asiakkaan kohtaamispisteisiin koko palveluprosessin matkalla.

Ongelmana internetsivuprojekteissa yleensäkin ovat alihintaiset tarjoukset ja yli-realistiset vaatimukset. Osittain uskon tämän johtuvan internetsivujen tekemisen arkipäiväistymisestä ja helppojen ja halpojen puoliautomaattisten kotisivukoneiden yleistymisestä, minkä seurauksena hintataso on vajonnut merkittävästi. Vaikka räätälöidyt ja alusta asti asiakkaalle tehdyt sivut ovatkin täysin eri asia, kuin esimerkiksi valmiin pohjan muokkaaminen, on selkeästi korkeamman hinnan perustelemisen asiakkaalle hankalaa.

Projektin kokemista vaikeuksista huolimatta uskon, että sivut olivat varsinkin asiakkaan kannalta hyvä sijoitus. Kun kaikki haasteet saatiin ratkaistua ja asiakkaan kanssa kommunikointi kuntoon, ymmärsi asiakas saaneensa lopulta jopa enemmän, kuin oli alun perin tilannutkaan. Syntyneet responsiiviset sivut eivät tule tekniseltä toteutukseltaan vanhenemaan kovinkaan nopeasti lähitulevaisuudessa, sillä toisin kuin tiettyihin laitekokoihin sidotut sivurakenteet, responsiiviset sivut mukautuvat aina oikein kaikenkokoisiin laitteisiin, niin nykyisiin kuin vielä julkaisemattomiinkin. Ulkoasullisesti sivut ovat näyttävät, sopivan yksinkertaiset ja muuntautumiskykyiset. Sivuja on tarvittaessa melko helppo piristää uusilla kuvilla ja pienillä visuaalisilla muutoksilla, kuten väreillä.

6 LOPUKSI

Tämän raportin alkupuoliskolla kerroin selaimessa suunnittelusta ja siitä, miten Photoshopin kaltaiset grafiikkaohjelmat eivät ole verkkosuunnitteluohjelmia. Oma mielipiteeni on, että selaimessa suunnittelu saattaa hyvinkin jossain muodossa olla tulevaisuutta. Työkalut siihen eivät ole mielestäni toistaiseksi vielä tarpeeksi hyviä, jotta grafiikkaohjelmilla verkkosivuja suunnittelevat henkilöt voisivat luontevasti muuttaa työskentelytapojaan. Koodin tuntemus on epäilemättä yhä kasvavassa määrin tarpeellisempaa, mutta toisaalta nykyajan trendi vaikuttaa olevan myös yksinkertaistaminen. Kaikkien ei tarvitse osata koodata, vaan sitä parhaiten taitavat jakavat tietonsa ja osaamisensa muille. Tämä voi tapahtua esimerkiksi luomalla ohjelmia, jotka tekevät sen osittain käyttäjän puolesta tai täyttämällä alan internetsivustot ja keskustelupalstat valmiilla ohjeilla ja koodinpätkillä, jotka ovat vapaasti kaikkien käytettävissä.

Olen melko visuaalinen ihminen ja minusta suunnitteleminen on helpompaa, jos pääsen pyörittelemään elementtejä vapaasti ja näen, mitkä asiat toimivat ja mitkä eivät toimi. Oma mielipiteeni on, että kun tietyt asiat ovat tarpeeksi arkipäiväisiä ja osittain samat suunnitteluratkaisut toistuvat jokaisessa nettisivuprojektissa, on tekemistä järkevä tehostaa tekemällä asiat suoraan valmiiksi selaimeen. Kuitenkin koen hyvin vaikeaksi ajatukseksi luoda jotain uutta, jotain mitä en ole aikaisemmin tehnyt, ensin koodinäkyvässä ja sen jälkeen tarkistaa lopputuloksen selainikkunassa. Tällainen suunnittelu vaatii hyvin rutinoituneen ja kokeneen tekijän, mutta itse pelkään, että tällöin vaarana on jäädä helposti paikalleen ja käyttää kaikissa projekteissa samoja efektejä, painikkeita, valikkoja ja fontteja. Ajatus tästä tuntuu omalla kohdallani hyvin vastenmieliseltä.

Työkalut kehittyvät, mutta niin kehittyvät myös päätelaitteet ja loppukäyttäjien tarpeet ja vaatimukset. Tämä asettaa uusia vaatimuksia suunnittelulle. Suunnittelulla tarkoitan suunnittelua ideatasolla, tehtiin se sitten selaimella tai kynällä ja paperilla. Uusia ratkaisuja käytettävyyteen, kuten navigaatio-ongelmiin, tarvitaan, sillä internetiä käyttävien laitteiden kirjo kasvaa ja muuttuu eriskummallisemmaksi päivä päivältä. Tämänkaltaisen perustavanlaatuisen suunnittelun tulee olla lähtökohtana ja pohjana kaikelle tekemiselle, jonka jälkeen tuotantotasolla voidaan vääntää peistä eri koulukuntien välillä siitä, millä metodeilla ja ohjelmilla suunnittelu pitäisi toteuttaa.

Selaimessa suunnittelu koulukuntana painottaa monia erittäin tärkeitä asioita, jotka olisi syytä sisällyttää kaikkiin suunnitteluprojekteihin välineistä ja tuotantotavoista riippumatta. Kommunikaatio tekijöiden välillä, sisällön merkityksen korostaminen, hyvä ja perusteellinen ideointi koko tuotantoryhmän kesken ja kattavat tyylioppaat ovat kaikki erinomaisia apuvälineitä ja hyvin varmasti tae onnistuneelle nykyaikaiselle verkkosivuprojektille.

LÄHTEET

Apple. Viitattu 12.12.2013. Saatavissa

<https://developer.apple.com/library/mac/documentation/AppleApplications/Reference/SafariWebContent/UsingtheViewport/UsingtheViewport.html>.

Dawson, A. 2010. The Science Behind a Single Page Website. Viitattu 23.1.2014.

Saatavissa http://sixrevisions.com/web_design/the-science-behind-a-single-page-website/.

DBKM. Viitattu 19.3.2014. Saatavissa <http://dbkm.fi>.

Fisher, S. 2012. Create a website style guide. Viitattu 17.3.2014. Saatavissa

<http://www.creativebloq.com/design/create-website-style-guide-6123030>.

Frain, B. 2012. Responsive Web Design with HTML5 and CSS3. Packt Publishing Ltd. Saatavissa:

<http://site.ebrary.com.lillukka.samk.fi/lib/samk/docDetail.action?docID=10554432&p00=html5>.

Google. Viitattu 24.1.2014. Saatavissa

<http://www.google.com/fonts#AboutPlace:about>.

ITU 2011. ICT Facts and Figures 2011. Viitattu 19.10.2013. Saatavissa

<http://www.itu.int/ITU-D/ict/facts/2011/material/ICTFactsFigures2011.pdf>.

ITU 2013. ICT Facts and Figures 2013. Viitattu 19.10.2013. Saatavissa

<http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013.pdf>.

ITU 2014. ITU_Key_2005-2013_ICT_data [Excel-tiedosto]. Viitattu 21.1.2014. Saatavissa [http://www.itu.int/en/ITU-](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/statistics/2013/ITU_Key_2005-2013_ICT_data.xls)

[D/Statistics/Documents/statistics/2013/ITU_Key_2005-2013_ICT_data.xls](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/statistics/2013/ITU_Key_2005-2013_ICT_data.xls).

Johnson, J. 2013. Mobile First Design: Why It's Great and Why It Sucks. Viitattu 24.1.2014. Saatavissa <http://designshack.net/articles/css/mobilefirst/>.

Korpela, J. K. & Lehdonvirta, P. 2013. HTML5 sovellusalustana. Vaasa. RPS-yhtiöt.

Krall, B. 2013. What does designing in the browser mean? Viitattu 29.1.2014. Saatavissa <https://medium.com/design-ux/3ccb1dfad980>.

Kyrnin, J. 2014a. Web Developer. Viitattu 29.1.2014. Saatavissa <http://webdesign.about.com/od/jobs/g/web-developer.htm>.

Kyrnin, J. 2014b. Web designer. Viitattu 5.2.2014. Saatavissa <http://webdesign.about.com/od/jobs/g/web-designer.htm>.

Long, J. 2012. Responsive Web Design in the Browser Part 2: The Tools. Viitattu 10.3.2014. Saatavissa <http://blog.teamtreehouse.com/responsive-web-design-in-the-browser-part-1-kill-photoshop>.

Lumsden, A. 2013. Tips for Designing in the Browser. Viitattu 18.3.2014. Saatavissa <http://webdesign.tutsplus.com/articles/tips-for-designing-in-the-browser--webdesign-10340>.

Macaw. Viitattu 17.3.2014. Saatavissa <http://macaw.co>.

Marcotte, E. 2010. Responsive Web Design. Viitattu 10.12.2013. Saatavissa: <http://alistapart.com/article/responsive-web-design>.

Pettit, N. 2014. PSD to HTML is Dead. Viitattu 23.1.2014. Saatavissa <http://blog.teamtreehouse.com/psd-to-html-is-dead>.

PRWeb. Viitattu 10.12.2013. Saatavissa <http://www.prweb.com/releases/2013/5/prweb10707196.htm>.

Roos, D. HowStuffWorks. Viitattu 21.1.2014. Saatavissa

<http://electronics.howstuffworks.com/how-to-tech/how-to-connect-computer-to-tv1.htm>.

Rouse, M. 2011. WYSIWYG (what you see is what you get). Viitattu 5.2.2014. Saa-

tavissa <http://whatis.techtarget.com/definition/WYSIWYG-what-you-see-is-what-you-get>.

SAMK. Viitattu 19.3.2014. Saatavissa <http://www.samk.fi>.

Style Tiles. Viitattu 19.3.2014. Saatavissa <http://styletil.es>.

Thelwell, C. 2013. Design-in-browser, are you ready? Viitattu 7.3.2014. Saatavissa

<https://medium.com/think-big-work-smart/afb0ed7cab4a>.

Toimisto 23. Viitattu 19.3.2014. Saatavissa <http://toimisto23.fi/portfolio/>.

Tsonev, K. 2013. How to Design Responsively. Viitattu 24.1.2014. Saatavissa

<http://davidwalsh.name/design-responsively>.

W3C 2013a. Viitattu 12.12.2013. Saatavissa

http://www.w3.org/community/webed/wiki/HTML/Training/What_is_HTML%3F.

W3C 2013b. Viitattu 12.12.2013. Saatavissa

http://www.w3.org/community/webed/wiki/HTML/Training/Style_Sheet.

W3C 2013c. Viitattu 21.1.2014. Saatavissa

<http://www.w3.org/standards/history/css3-mediaqueries>.

W3C 2013d. Viitattu 12.12.2013. Saatavissa [http://www.w3.org/TR/css3-](http://www.w3.org/TR/css3-mediaqueries/)

[mediaqueries/](http://www.w3.org/TR/css3-mediaqueries/).

W3C 2014. Viitattu 26.3.2014. Saatavissa <http://www.w3.org/Consortium/facts>.