

KÄYTTÄJÄLÄHTÖINEN VISUAALINEN portfolio

www.adakalliomaki.com

Ada Kalliomäki

LAB-ammattikorkeakoulu

Medianomi (AMK)

Visuaalinen viestintä,
mediasisällön suunnittelu

Syksy 2022

Ada Kalliomäki

Opinnäytetyö

47 sivua

LAB-ammattikorkeakoulu

Medianomi (AMK)

Visuaalinen viestintä,
mediasisällön suunnittelu

Tiivistelmä

Opinnäytetyön aihe oli Ada Kalliomäen visuaalisen portfolion suunnittelu ja toteutus. Työssä suunniteltiin portfolion visuaalinen ilme ja toteutettiin portfolioverkkosivusto. Tavoitteena oli toteuttaa mahdollisimman käyttäjälähtöinen verkkosivusto hyödyntäen saavutettavaa verkkosuunnittelua mallina. Työllä ei ollut toimeksiantajaa.

Teoriaosuudessa perehdyttiin verkkomuotoisuuden mahdollisuuksiin ja käsiteltiin miten käytettävyys ja saavutettavuus eroavat. Lisäksi käsiteltiin, mikä tekee visuaalisesta portfolioista haluttavan ja mikä saa käyttäjän viipymään verkkosivustolla.

Avainsanat

Portfolio
Verkkosivu
Käytettävyys
Saavutettavuus

Abstract

The topic of the thesis was designing and realizing Ada Kalliomäki's visual portfolio. The visual look and the portfolio website were created in the making of this thesis. The goal of the thesis was to create a user-oriented website using accessible web design as a guideline. The project did not have a client.

The research covers the potential of website-based portfolios and explains how usability and accessibility differ. The thesis also discusses what makes a visual portfolio desirable as well as what makes a user stay on a website.

Keywords

Portfolio
Website
Usability
Accessibility

Sanasto

Wireframe

Luonnosmainen rautalankamalli verkkosivustosta (Storyboardthat.)

Esteetön

Kaikille sopiva tila, ympäristö tai palvelu (Gustafsson, H. 2015.)

Saavutettava

Kaikille sopiva ja lähestyttävä verkkopalvelu (Celia.)

Käytettävyys

Kuinka helppoa palvelua tai tuotetta on käyttää (Kinnunen, H. 2018.)

Käyttäjälähtöisyys

Suunnittelu perustuu käyttäjän huomioimiselle (Niemelä, A.)

Responsiivisuus / skaalautuvuus

Verkkosivun mukautuminen päätelaitteille kuten tietokoneille ja puhelimille (Tarkiainen, S. 2015.)

Placeholder

Paikanvaraaja, joka korvataan myöhemmin jollain lopullisella (Pietilä, M. 2021.)

Shape divider

Muodonjakaja, eli grafiikka, joka erottaa sivun osat toisistaan (Happy Addons.)

Showreel

Lyhyt video, joka esittelee aiempia töitä (Abrahamov, V. 2022.)

Pop-up / ponnahdusikkuna

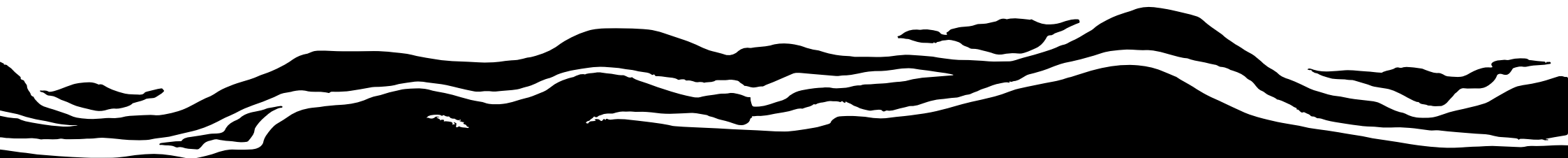
Sivustolle ilmestyvä kehoitusikkuna (Lainas, J.)

Mouse-over / Mouse-hover toiminto

Toiminto, joka tapahtuu, kun käyttäjä pysäyttää hiiren osoittimen tietyn elementin päälle (Bobology.)

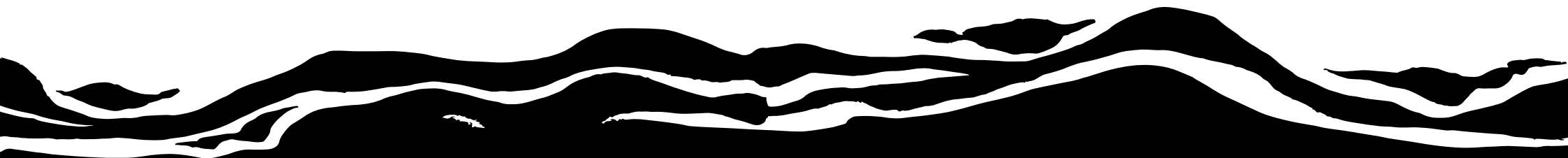
Alt-teksti

Vaihtoehtoinen teksti, joka kertoo kuvan tiedon tekstin muodossa. (Saavutettavasti, 2020)



Sisällysluettelo

1. Johdanto	1	5. Käytettävyys käyttäjän näkökulmasta	19
1.1 Tavoite ja rajaus	2	5.1 Käyttäjän toiminta verkossa	20
1.2 Motiivi	3	5.2 Verkkosivulle jäämiseen vaikuttaminen	22
2. Lähtökohdat	4	6. Visuaalinen suunnittelu	23
2.1 Verkkoportfolion hyödyt	5	6.1 Typografia	24
2.2 Portfolioiden vertailuanalyysi	6	6.3 Graafiset elementit	28
3. Saavutettavuus ja käytettävyys määritteinä	11	7. Käyttöliittymä ja sisältö	31
3.1 Saavutettavuuden ja käytettävyyden ero	12	7.1 Sivuston rakenne	32
3.2 Aistiesteettämyys verkossa	13	7.2 Sivuston sisältö	34
4. Saavutettavuus käytännössä	14	8. Yhteenveto	42
4.1 WCAG-standardi	15	8.1 Lopputulos	43
4.2 Saavutettavuuden aktualisointi	16	8.2 Itsearviointi	44
		Lähteet	46
		Liitteet	48





Johdanto

1.1 Tavoite ja raja

Opinnäytetyö on henkilökohtainen verkkosivustomuotoinen visuaalinen portfolioni. Tavoitteenani oli tuottaa toimiva käyttäjälähtöinen verkkosivusto, joka viestii tehokkaasti taitotasostani ja minusta sekä tekijänä, että henkilönä. Aion käyttää lopputuotetta työhaussa ja ylläpitää sitä päivittämällä työnäytteitä.

Tutkimusosuudessa käsittelen, miten käyttäjälähtöisyyttä lähestytään käytettävyydestä ja saavutettavuudesta mallia ottaen.

Verkkosivustojen saavutettavuutta tukemaan on säädetty erilaisia lakeja ja direktiivejä, jotka koskevat palvelu ja julkihallinnollisia verkkosivuja. Vaikka henkilökohtainen portfolioni ei ole velvoitettu noudattamaan näitä ohjeistuksia, saavutettavuudesta säädettyt lait toimivat erinomaisena ohjenuorana miellyttävälle käyttäjäkokemukselle. Lakien ja direktiivien perusteella on laadittu standardeja, joiden ohjeistuksia noudatan työni eri vaiheissa. Näiden perusteella olen kehittänyt sivustoni saavutettavuutta sekä sivustollisesti, että sisällöllisesti. Kirjallisessa osuudessa kerron projektin suunnittelusta sekä sen työvaiheista, ratkaisuisista ja lopputuloksesta.

1.2 Motiivi

Valitsin opinnäytetyöni aiheeksi henkilökohtaisen portfolioni suunnittelemisen, koska se tarjosi minulle mahdollisuuden sekä luoda omaa brändi-identiteettiäni, että viedä pidemmälle työnhakuprosessiani. Työnhaku on nyt koulutuksen loputtua ajankohtaista ja sitä varten oli tärkeää luoda selvät kategoriat osaamiselleni. Verkkosivun wireframe, eli rautalankamalli on erityisen toimiva suunnitteluratkaisu osaamiseni kategoriointiin. Portfolion rakentaminen verkkosivumuotoon on myös näyttöä suunnitteluosaamistani. Uskon, että paremmin rakennettu ja suunniteltu portfolio on kuin kehys, joka kaunistaa sisältämiään töitä. Saksalainen portfolioguru Tobias Van Schneider (2021) kirjoittaa blogissaan, että portfolioissa vaivannäön taso korreloi tekijän itsevarmuuden tasoa. Hänen mukaansa moni suunnittelija etsii valmispohjan, ujuttaa työnsä siihen ja unohtaa koko sivun olemassaolon. He tietävät, että heidän pitäisi päivittää sivua, mutta uskottelevat itselleen, ettei heidän työnsä ole jakamisen arvoista. Olen itse syyllistynyt samaan. Olen silti yksimielinen Schneiderin kanssa: jos en arvosta työtäni, miksi muiden pitäisi? Siksi tavoitteenani on, että käyttäjän ensiajatus portfoliostani on: ”Jään tutkimaan lisää.” Pyrinkin tekemään portfoliostani huolitellun tuodakseni esiin juuri ammatillista itsevarmuuttani ja ammattitaitoani.

Mielestäni on tärkeää, että portfolioni selaaminen, tuntuu luonnolliselta ja helpolta, mutta parhaimmillaan myös hauskalta. Siksi pyrin siihen, että verkkoportfolioni on hyvä käyttäjäkokemus; sen katselu ja tutkiminen ei ole turhauttavaa ja käyttäjä löytää tarvitsemansa tiedon helposti ja nopeasti.



Lähtökohdat

2.1 Verkkoportfolion hyödyt

Päätin toteuttaa portfolioni verkkosivumuotoisena sen mahdollisuuksien vuoksi. Haluan pystyä muokkaamaan ja päivittämään portfoliotani tuottaessani taidokkaampia työnäytteitä tulevaisuudessa. Kehityn koko ajan ja on tärkeää, että portfolioni on ajan tasalla. Verkkosivustomuotoisen portfolion päivittäminen on huomattavasti nopeampaa verrattuna esimerkiksi painettuun portfolioon. Myös lukijoiden on nopeampi vastaanottaa päivitykset, sillä heidän ei tarvitse tehdä ylimääräistä työtä nähdäkseen ajan tasalla olevan sivuston.

Verkkomuotoinen portfolio on helposti löydettävissä ja verkossa avoimesti saatavilla. Kenen tahansa on siis mahdollista löytää minut verkosta sivustoni perusteella, mikä tarkoittaa minulle lisää näkyvyyttä. Aion käyttää portfoliotani myös työnhakuun, jonka takia on erityisen tärkeää, että itsestäni antama kuva on ammatillainen. Verkkosivustomuotoisuuden ja löydettävyyden ansiosta pystyn näyttämään ajantasaisen osaamiseni. Minun on luontevaa jakaa verkkomuotoista portfolioita hissipuheen lomassa mahdolliselle asiakkaalle, sillä sivu on julkinen. Voin myös lisätä sivun osoitteen käyntikorttiin, mikä helpottaa levitystä entisestään. Minun ei tarvitse miettiä oikeuksien jakamista tai portfolion mukaan ottamista tai painattamista. Sivuston nimi on minun nimeni, joten se on myös helppoa muistaa.

Verkkosivumuotoisuus mahdollistaa myös liikkeen, kuten animaatiot ja videot, mutta myös interaktiivisuuden. Tämä on minulle erityisen tärkeää, sillä osaamiseni keskittyy pitkälti videoon ja liikkeeseen. Ranskalaisen Bourgognen yliopiston vuoden 2013 tutkimuksessa selvitettiin liikkeen vaikutusta muistiin. Kolmessa kokeessa tutkittiin testiryhmien kykyä muistaa liikkuvia ja liikukumattomia sanoja, jotka he olivat nähneet aiemmin. Tutkimus näyttää, että ryhmät muistivat toistuvasti animoidut sanat paremmin. (Bonin, ym. 2013.) Portfolion tärkein ominaisuus on mielestäni muistettavuus. Verkkosivustomuotoisuus tarkoittaa siis minun kohdallani sitä, että käyttäjän on mahdollista tutkia videotani ja on todennäköistä, että käyttäjä muistaa sivuni paremmin videoiden ansiosta.

Verkkosivustomuotoisuuden vahvuus on myös saavutettavuus. Tämä tarkoittaa, että voin tarjota sivustoni suurimmalle mahdolliselle määrälle ihmisiä. Esimerkiksi saavutettavuusvalikon ansiosta näkörajoitteinen käyttäjä voi suurentaa tekstien ja kuvien kokoja käyttökokemuksensa parantamiseksi. Saavutettavuus parantaa siis sivustoni käyttäjien käyttökokemusta. Harva hyödyntää saavutettavuutta portfolioissaan.

2.2 Portfolioiden vertailuanalyysi

Visuaalisia portfolioita on käytännössä rajaton määrä eikä yksikään vastaa täysin edellistä. Jokainen tekijä tuottaa juuri itsensä näköisen ja tuntuksen portfolion heidän itse asettamillaan säännöillä. Visuaalisia portfolioita varten ei ole olemassa täydellisen portfolion opasta tai parhaita käytäntöjä. Moni hyödyntää yleisiä verkkosivujen suunnitteluohjeistuksia, mutta usein nämä ohjeet suunnataan sivuille, jotka saavat mahdollisesti tuhansia käyttäjiä ja joiden ongelmat ovat laaja-alaisempia. Ohjeiden puute avaa portfoliomaailmaan rajattoman luovuuden mahdollisuuden, mutta myös vaikeuttaa etenkin verkkosivumuotoisten portfolioiden käytettävyyttä.

Johdonmukaisuus tarkoittaa kielitoimiston sanakirjan mukaan kauttaaltaan samaa periaatetta noudattelevaa tai loogista (2022). Johdonmukaisuuden laskiessa, myös käytettävyyks laskee. Loogisuuden ajatellaan edistävän käyttäjän mahdollisuutta käyttää aiemmin opittua tietoa systeemistä riippumatta (Nielsen, 2014, 2). Verkon käyttäjä olettaa löytävänsä tiettyjä ominaisuuksia tutuista sijainneista. Esimerkiksi verkkosivujen navigointi löytyy tavallisesti sivun yläreunasta.

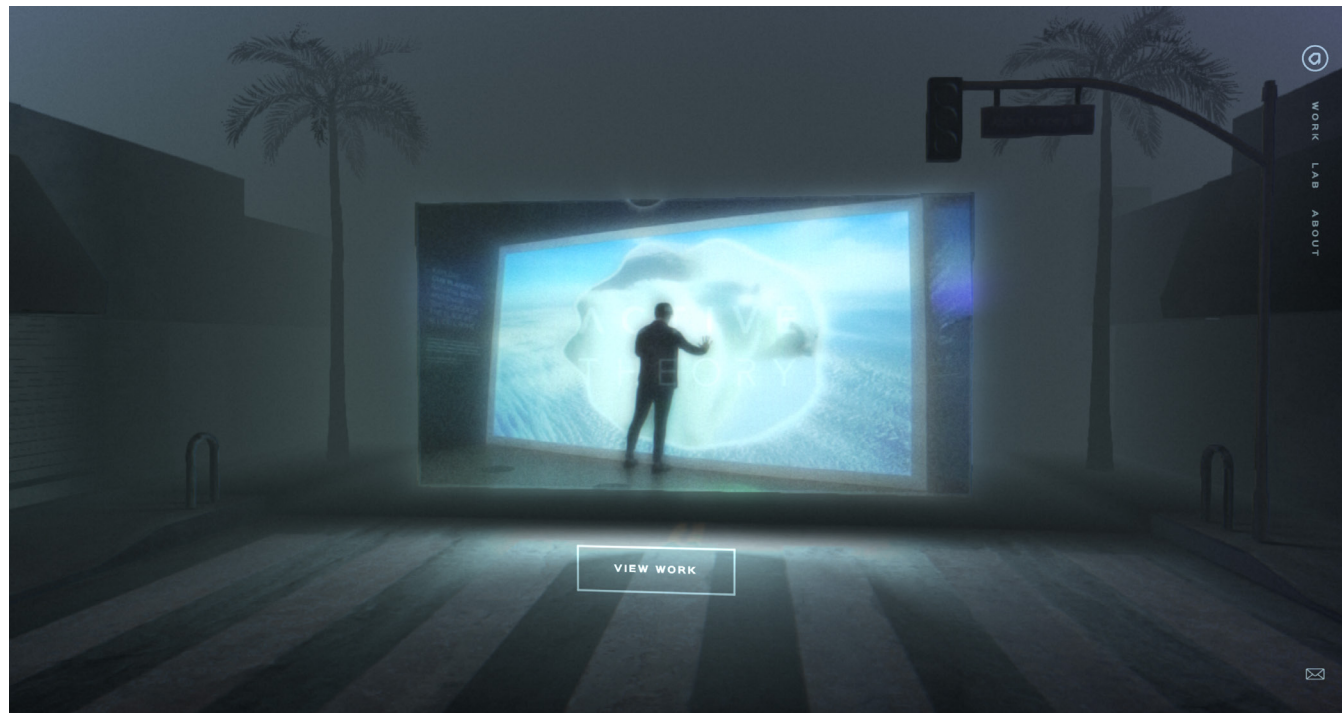
Nielsenin (2014, 4–7.) mukaan johdonmukaisuudessa on myös vaaransa. Variaatiota ei tapahdu verkkosivujen matkiessa toistensa käyttöliittymää. Tämä johtaa siihen, etteivät käyttöliittymät kehity mahdolliseen parempaan suuntaan tai mahdollisesti käytettävämpään ratkaisuun.

Tässä osiossa analysoin kahta mielenkiintoista visuaalista portfolioa, jotka toimivat minulle inspiraationa portfolioa suunnitlessani. Tarkoitukseni on pohtia, mitä ominaisuuksia haluan käyttää mallina ja mitä en. Ensimmäisessä portfolioissa normaalia johdonmukaisuutta on haastettu, kun taas toisessa hyödynnetty.

Active Theory

Active Theory on yritys, joka tuottaa luovia digitaalisia elämyksiä. Active Theoryn verkkosivulta käy heti ilmi tiimin taito interaktiivisten videoiden parissa. Käyttäjä voi luottaa, että hiiren liikutaminen herättää verkkosivuston henkiin ja saa sen liikkumaan jokaiseen suuntaan. Verkkosivusto on digitaalinen elämys, jonka parissa unohtuu leikkimään. Sivuilta käy heti selväksi, millainen Active Theoryn tyyli on – tumma digitaalinen fantasia (Kuva 1).

Haluan, että portfolioni huokuu samalla tavalla persoonaa värin ja tekstuurien avulla. Minulle on myös tärkeää, että jokin osa houkuttelee käyttäjää leikittelemään. Active Theoryn verkkosivu on esimerkillisen hauska ja muistettava. Nämä ovat piirteitä, jotka haluan toteuttaa verkkosivuillani.



Kuva 1. Active Theoryn etusivu (Active Theory)

Toisaalta jatkuva liike ja sivun toteutus eivät ole mielestäni käyttäjäystävällisiä. Liikkuva kuva työntää pienikokoisen tekstin vähempään asemaan. Esimerkiksi valikoissa (Kuva 2) taustalla pyörivä video hankaloittaa lukemista, jonka vuoksi navigaatio ei ole selkeää. Käyttäjänä pelkäsin, etten huomannut jotain linkkiä, josta olisin voinut olla kiinnostunut. Case esittelyiden selittävä leipäteksti on kuvan muodossa, joten informaation saaminen keskeytyy. Käyttäjän ei siis ole mahdollista maalata hiirellä tekstiä helpottaakseen lukemista tai kopioidakseen tekstiä. Näytönlukija ei myöskään ymmärtäisi sitä tekstiksi, mikä on saavutettavuusongelma. Lisäksi sivun jatkuva liike voi aiheuttaa pahoinvointia.

Painotan portfolioissani käyttäjälähtöisyyttä, jonka vuoksi en halua verkkosivuilleni elementtejä, joihin käyttäjä ei voi vaikuttaa. Esimerkiksi sivuni videot eivät ala automaattisesti, vaan käyttäjä voi painaa itse videota aloittaakseen katsomisen milloin haluaa. Mikään teksti ei saa olla kuva ja panostan kaikin puolin tekstin luettavuuteen sekä verkkosivun itse käyttämisen helppouteen. Active Theoryn sivulla oli sisäistä johdonmukaisuutta, eli sivuston omat valikot toimivat toisiinsa verrattuna johdonmukaisesti. Sivuston käyttö vaati minulta kuitenkin opettelua ja löysin minua kiinnostavia asiakasesimerkkejä vasta vieraillessani sivulla kolmatta kertaa.



Kuva 2. Active Theoryn valikot (mukailtu Active Theory)

Roos Beeldt

Roos Beeldt on alankomaalainen visualisti, jonka värikäs portfolio kielii persoonasta (Kuva 3.). Beelt esittelee sivuillaan kuvitustaan ja verkkosuunnittelutöitään, sekä mainostaa logosuunnittelua, animaatioita, painotuotteita ja muita visuaaleja. Kaikki tämä informaatio on esitetty selkeästi ja se on helposti löydettävissä. Sivun navigaatio oli minulle selkeää siitä huolimatta, että koko sivusto on automaattisesti hollanniksi. Sivun saa myös muuttua englanniksi oikean yläkulman painikkeesta.



Kuva 3. Roos Beeldtin portfolion etusivu (Roos Beeldt)

Sivuston käyttö tuntui minulle loogiselta, sillä sen navigaatio toimi yleisen sivun yläreunan navigaatiopalkin avulla. Tavanomaisuus ei kuitenkaan tehnyt sivuston käytöstä tylsää, sillä muut mielenkiintoiset interaktiiviset elementit olivat viihdyttäviä. Kaikki Beeldtin painikkeet indikoivat selkeästi klikattavuutta, kuten kuvan 4. ”meer zien?” -painike.



Kuva 4. Roos Beeldtin portfolion galleria (Roos Beeldt)

Aion tähdätä sivuillani siihen, että esittelen taitoni mahdollisimman monipuolisesti, mutta samalla selkeästi. Pidin erityisesti Beeldtin etusivusta, koska se antoi vain tärkeimmät tiedot Beeldtin töistä sekä suositukset ja yhteystiedot. Sivustolla ei ollut ylimääräisiä ärsykeitä, kuten pop-up-ikkunoita. Liikuin sivulla alaspäin Beeldtin interaktiivisilla nappuloilla leikkien. Sivusto tarjoaa käyttäjälle informaatiota sopivassa tahdissa ja selkeällä tavalla.

Pidin erityisesti siitä, ettei minun tarvinnut oppia käyttämään sivustoa vaan käyttö tuntui minulle alusta alkaen loogiselta. En kuitenkaan kokenut tylsistyväni missään vaiheessa sivua tutkiessani, sivun värikyyden ja interaktiivisuuden ansiosta. Aion hyödyntää näitä elementtejä sivustollani. Haluan, että sivuston ulkonäkö miellyttää käyttäjää ja että käyttäjä jää leikkimään sivustoni elementeillä. Interaktiiviset elementit toimivat käyttäjän pysäyttävinä leikkikaluina. Tämä on hyvä, koska se tarkoittaa, että käyttäjä viipyy sivustolla pidempään. Lisäksi haluan, että käyttäjä voi keskittyä sivustoni käyttöön enkä siksi lisää häiritseviä ponnahdusikkunoita.



**Saavutettavuus ja
käytettävyys määritteinä**

3.1 Saavutettavuuden ja käytettävyyden ero

Käsittelen tässä osiossa, mitä käytettävyys (engl. usability) on sekä mitkä ovat saavutettavuuden (engl. accessibility) ominaispiirteet. Lisäksi käsittelen syitä käyttäjälähtöisyyteen ja saavutettavuuteen pyrkimiseen portfoliosuunnittelussa.

Esteettömyys ja saavutettavuus ovat käsi kädessä kulkevia käsitteitä, jotka ilmenevät useimmiten sanaparina. Esteettömyys ja saavutettavuus tarkoittavat samaa asiaa eri ympäristöissä. Esteettömyydellä tarkoitetaan käyttäjien erilaisuuden huomioon ottamista fyysisessä eli rakennetussa ympäristössä, sen suunnittelussa ja ylläpidossa. Saavutettavuudella taas viitataan yleensä aineettomaan ympäristöön, johon kuuluvat esimerkiksi verkkosivut, tieto ja palvelut. (Invalidiliitto.)

Saavutettavuuden tarkoitus on sama, kuin esteettömyyden: tarjota samat mahdollisuudet kaikille käyttäjille. Digitoimisto Poutapilven mukaan Suomessa on yli miljoona ihmistä, joiden voi olla vaikeaa käyttää digipalveluja, jos niiden saavutettavuuteen ei ole kiinnitetty huomiota. (Digitoimisto Poutapilvi.) Työssäni tämä tarkoittaa, että rajoitan yli miljoonaa ihmistä sivuni käytön suhteen, ellen ota saavutettavuutta huomioon. Näiden ihmisten tarpeiden sivuuttaminen ei ole osa sitä kuvaa, jonka haluan antaa itsestäni.

Käytettävyys tarkoittaa käytettävän asian, kuten verkkosivun, tuolin tai kauppakeskuksen helppokäyttöisyyttä. Mitä parempi

on käytettävyys, sitä parempi yleensä on käyttökokemus. Käytettävyyttä arvioidessa otetaan huomioon eri osa-alueita, kuten opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheet ja tyytyväisyys. Hyvän käytettävyyden saavuttaneen asian käyttö on helppo oppia ja sen käyttäminen on tehokasta. Käyttäjä muistaa miten asiaa käytetään seuraavan kerran sitä käyttäessään ja tehdes- sään virheitä käyttäjä ei jää jumiin. Käyttäminen ei ole turhauttavaa, vaan käyttäjä on tyytyväinen lopetettuaan käytön. Käytettävyys täydentää saavutettavuutta, mutta ne eivät ole sama asia. (Kinnunen, 2018.)

Lakiesityksessä erottelu saavutettavuuden ja käytettävyyden välillä määritellään seuraavasti:

Saavutettavuus liittyy digitaalisen palvelun tekniseen toimivuuteen ja sisällön ymmärrettävyyteen ja käytettävyys digitaalisen palvelun käytön loogisuuteen ja helppouteen. (Lakiesitys HE60/2018.)

Mielestäni lakiesityksessä tarjottu erottelu on hyvä ja selkeä. Saavutettavuus ja käytettävyys saadaan jatkuvasti kuulostamaan vaikeilta ymmärtää ja toteuttaa. Siksi uskon, että monet saavutettavuudesta hyötyvät sivustot eivät ole vielä pyrkineet siihen. Erilaiset standardit, lait ja direktiivit ovat paikallaan, jotta saavutettavuus olisi pakollista. Tämä suojelee niitä, joille saavutettavuus on välttämätöntä jokapäiväisessä elämässä.

3.2 Aistiesteettömyys verkossa

Aistiesteettömyys tarkoittaa esteettömyyttä aisteille. Lyhyesti sillä tarkoitetaan, että aistit otetaan huomioon tavallisesti fyysistä tilaa suunniteltaessa. Aistiesteetön suunnittelu ottaa huomioon sekä aistiherkät, että aistirajoitteiset käyttäjät. Se hyödyntää normaalisti miellyttävää akustiikkaa, selkeitä pohjaratkaisuja, häikäisemätöntä valaistusta sekä miellyttäviä värejä ja materiaaleja. Tarkoituksena on hillitä ympäristöstä tulevien erilaisten ärsykkeiden tulvaa ja luoda samalla tarpeeksi virikkeellinen, mutta mahdollisimman palauttava ja miellyttävä ympäristö. (Hannukainen, ym. 2019.)

Monia visuaalisia elementtejä, joita käytetään tilallisessa aistiesteettömyyden suunnittelussa, voidaan hyödyntää myös digitaalisessa materiaalissa. Tästä hyvä esimerkki on Satakunnan ammattikorkeakoulun Aistiesteettömät asumisratkaisut -julkaisu (Kuva 5). Materiaalissa on hyvä kontrasti, jolloin sitä on miellyttävää lukea. Siinä on paljon vaaleita ilmavia ja neutraaleja rauhoittavia sävyjä, jolloin silmä lepää. Tekstuureja on käytetty luomaan mielenkiintoa, ja kuvitusaiheet ovat hyvin luonnonläheisiä, kuten esimerkiksi viljan korsiä. Kokonaisuudessaan julkaisu on hyvin miellyttävä visuaalinen kokonaisuus.

Verkkosivumuotoisen portfolion suunnittelussa on tärkeää huomioida käyttäjän halu pysyä sivulla ja tutkia sitä. Mitä pidempään kohderyhmän edustaja pysyy sivulla, sitä paremmin tämä muistaa kyseisen portfolion. Kuten Satakunnan ammattikorkeakoulun Aistiesteettömät asumisratkaisut -julkaisu osoittaa, tekee aistiesteettömyyden huomioiminen suunnittelussa sivusta kutsuvamman kokemuksen. Tällöin sillä on suurempi todennäköisyys tavoittaa laajempi yleisö pidempiaikaisesti.



Kuva 5. Aistiesteettömät asumisratkaisut -julkaisun kans

(Hannukainen, ym. 2019.)



Saavutettavuus käytännössä

4.1 WCAG-standardi

Vaikka saavutettavuutta varten on olemassa erilaisia ohjekirjoja, ei tieto ole välttämättä helposti saatavilla. Ohjekirjat ovat usein laajoja ja itselle kohdennettua sisältöä voi olla hankala löytää. Itseäni suunnittelijana kiinnostavat värit ja fontit, mutta kehittäjää saattaa kiinnostaa esimerkiksi se, miten saavutettavuus näkyy koodissa. Tämä tarkoittaa, että kumpikaan ei välttämättä löydä tarvitsemaansa tietoa. Etenkin saavutettavuuden kohdalla virallisissa ohjeistuksissa ja laeissa puhutaan vaikeasti ymmärrettävällä kielellä, jonka takia ohjeistusten noudattaminen vaikeutuu. Ohjeiden lukeminen on raskasta ja niitä on usein epäselkeyden vuoksi vaikeampaa noudattaa. Siksi käsittelen ja avaan seuraavissa kappaleissa erilaisia ohjeistuksia.

Sisällöntuottajille ja kehittäjille on olemassa WCAG-standardi, joka on verkkosaavutettavuuden tarkempi ohjelista. Standardi on pitkälti käytössä verkkosivujen kehityksessä ja saavutettavuusarvioinnissa. WCAG on lyhenne englanninkielisestä nimestä Web Content Accessibility Guidelines. Näitä suosituksia seurattaessa suunnittelija helpottaa sivuston käyttöä sekä näkö-, että kuulovammaisille, mutta myös niille, joilla on käsijäykkyyttä, oppimisvaikeuksia tai muu syy, joka vaikeuttaa verkon selaamista. (W3CAG3.0. 2021.)

WCAG-kriteerit jaetaan kolmeen luokkaan: A-, AA- ja AAA-tasoihin kriteereihin. A-taso on perustaso, joka helpottaa käytettävyyttä joillekin. Esimerkiksi videon tekstitykset kuuluvat A-tason kriteereihin. AA-taso parantaa sivun saavutettavuutta monille. Esimerkiksi Alt-teksti, eli kuvien vaihtoehtoinen teksti on AA-tason kriteeri. Aluehallintoviraston mukaan laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 206/2019 edellyttää A- ja AA-tason kriteerien noudattamista. (W3CAG3.0. 2021.)

Tiukimpien AAA-tason kriteerien noudattaminen mahdollistaa käytön suurimmalle mahdolliselle määrälle ihmisiä. Esimerkiksi viittomakielen sisältäminen kuuluu AAA-tason kriteereihin. Pyrin itse noudattamaan AAA-kriteereitä niin pitkälle, kuin minun on itsenäisesti mahdollista. En aio sisältää sivustollani AAA-tason kriteereihin kuuluvaa viittomakielen tulkkausta tai kirjoita tekstiä selkokielellä. (W3CAG3.0. 2021.)

4.2 Saavutettavuuden aktualisointi

Saavutettavuuden toteutukseen vaikuttavat erilaiset tekijät sekä koodissa, että visuaalisuudessa. Erilaiset ihmiset tarvitsevat eri ominaisuuksia, jotta sivu olisi heille saavutettava. Nämä ominaisuudet eivät kuitenkaan koskaan ole kellekään este käyttäjä sivua. Ominaisuudet ovat aina positiivinen asia. Esimerkiksi alt-teksti, joka mahdollistaa, että näytönlukija kuvailee kuvaa oikein, toimii myös hakukoneoptimointina.

Eri ominaisuuksien tuottaminen vaatii eri taitoja. Tässä listaus saavutettavuudesta, jota etenkin visualisti tai suunnittelija voi käyttää verkkosivua suunnitellessaan. Listassa on saavutettavuuden ohjeita, joita käytin oman verkkosivuston suunnittelussa ja toteutuksessa. Ohjeet perustuvat WCAG-standardin eri kriteereihin, joista valitsin kriteerit, jotka minun on mahdollista kohdata. Suljen siksi käsittelyn ulkopuolelle koodaukseen liittyvät seikat ja keskityn visuaalisuuteen.

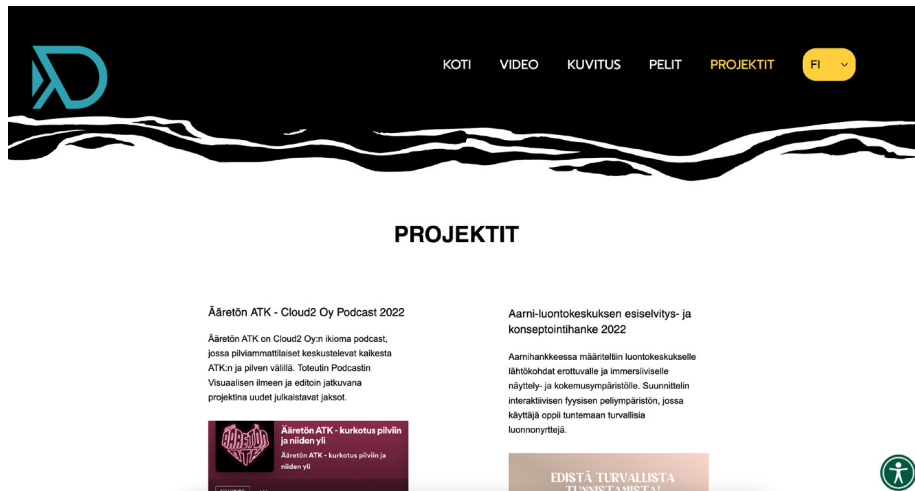
Vastaavan saavutettavuuden listauksen on tehnyt Julian Salas. Sen löytää osoitteesta: <https://webaccessibilitychecklist.com/>

Tässä 20 -osainen saavutettavuuden lista:

1. Sivulla olevien kuvien ja tekstin kontrasti tulee olla vähintään 7:1.
2. Eri sivuilla ja kappaleilla on kuvaavat otsikot.
3. Kuvilla on kuvaavat alt-tekstit.
4. Tieto ei ole ainoastaan visuaalisessa elementissä, kuten kuvassa tai värissä.
5. Linkit ovat visuaalisesti tunnistettavissa klikattaviksi linkeiksi.
6. Linkeistä on selvää, mitä klikatessa tapahtuu.
7. Sisältö, kuten video tai äänet eivät soi automaattisesti.
8. Sisältö, joka soi automaattisesti, on mahdollista pysäyttää.
9. Sivustolla ei ole taustamusiikkia tai taustamusiikki on hiljaista.
10. Portfoliossa on vältetty vilkkuvia elementtejä.
11. Portfolion eri sivuille on useampi tie.
12. Selkeät virhe ilmoitukset, kuten 404 sivu.
13. Portfoliota voi navigoida näppäimistöllä.
14. Portfolio on responsiivinen, eli se muotoutuu käytettävän laitteen mukaan.
15. Sivuston voi lukea näytönlukijalla.
16. Kielen erikoisuudet, kuten epätavalliset sanat, sanonnat, lyhenteet ja ammattisanoista tulee olla selitettynä.
17. Portfolion muuttuminen vaatii käyttäjän käskyn.
18. Portfolio tarjoaa apua ja ohjeistuksia niitä vaativissa tilanteissa.
19. Portfolio ei rajoita käyttäjää, kuten aseta aikarajoja tai uudelleen todentamista.
20. Portfoliossa on verkkosaavutettavuustyökaluja, kuten saavutettavuusvalikko, jolla voidaan määritellä esimerkiksi tekstin koko.

Saavutettavuusvalikko

Saavutettavuusvalikko on yleensä nettisivun alareunassa sijaitseva kirkas ja suhteellisen kookas painike saavutettavuuden symbolilla varustettuna (Kuva 6). Nappia painettaessa avautuu valikko, josta käyttäjän on mahdollista esimerkiksi kasvattaa tekstin kokoa, muuttaa fontti helppolukuisemmaksi ja lisätä sivun kontrastia tai valoisuutta. Saavutettava muotoilu ei tule myöskään esteettisen ulkonäön tielle.



Kuva 6. Saavutettavuusvalikon kuvake

Eri tavoilla näköestyneet ihmiset kaipaavat nettisivuilta eri asioita. Saavutettavuusvalikkoa käyttämällä käyttäjä saa itse määritellä minkälainen kokemus on hänelle paras. Mielestäni hyvä esimerkki saavutettavuusvalikosta löytyy erään amerikkalaisen valmistaikinayrityksen, Partakefoods, sivuilta osoitteesta: www.partakefoods.com. Saavutettavuusvalikko löytyy sivun vasemmasta alareunasta.

Painikkeen lisäksi Partakefoods on panostanut ulkonäköön, luotavuuteen ja informaation selkeään jaotteluun. Tieto löytyy aina tekstinä, eikä pelkästään kuvista ja verkkosivua voi kontrolloida hiirellä tai näppäimistöllä. Nettisivu on myös interaktiivinen ja interaktiivisuus on merkattu kuviin selkeästi.

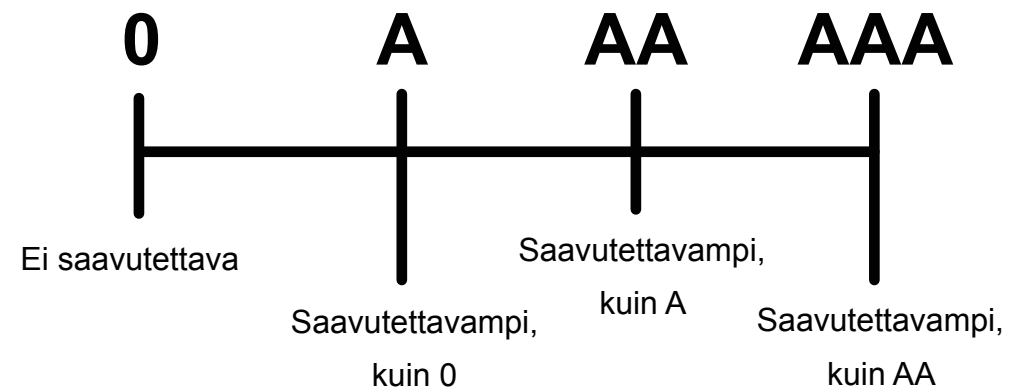


Saavutettavuuden tarpeellisuus

Aiemmin luetelluilla keinoilla on mahdollista luoda helppokäyttöisen ympäristön kelle tahansa mitä hyvänsä nettisivua käytävälle. On tärkeää huomata, että vaikka nämä ”vaatimukset” ovat toiselle ehto nettisivun käyttämiselle, helpottavat ne kaikkien mahdollisuuksia käyttää sivustoa. Samoin kuin fyysisessä ympäristössä, myös nettisaavutettavuudesta hyötyvät kaikki käyttäjät. Kuka tahansa voi helposti käyttää ja ymmärtää saavutettavaa nettisivua. Saavutettava nettisivu on hyvin suunniteltu nettisivu, jolta haettu tieto löytyy helposti. Helppokäyttöisyys ja nettisivujen mukavuus myös vaikuttavat siihen, kuinka kauan käyttäjä viipyy sivulla.

Nettisivujen käyttöliittymän suunnittelussa on tärkeää ottaa huomioon käytettävyys. On tavoiteltavaa, että käyttäjä osaa käyttää palvelua heti tai sivuston opittavuuden tulee olla korkea. Käyttäjä ei saa turhautua etsiessään tietoa, vaan käyttöjärjestelmän tulee tuntua luonnolliselta. Hyvän käyttöjärjestelmän tuntee siitä, että kuka tahansa pystyy käyttämään sitä tuntematta sitä etukäteen. Tämä pätee myös verkkosivuihin.

Saavutettavuus on skaala. Koska saavutettavuudella on eri tasoja, ei voida suoraan sanoa verkkosivuston olevan saavutettava. (Kuvio 1.) Erilaisten saavutettavuustestausten avulla voidaan kuitenkin tutkia saavutettavuuden tasoa. Verkkosivuston saavutettavuuden tasoon vaikuttaa myös sitä arvioiva ryhmä. Saavutettavuutta lisäävä ominaisuus ei nimittäin välttämättä lisää yleistä saavutettavuutta, sillä eri tavoilla rajoittuneille ryhmille on olemassa erilaisia saavutettavia ominaisuuksia. Esimerkiksi kuulorajoitteisen henkilön rajoitteet eroavat näkörajoitteisista henkilöistä. Myös esimerkiksi näkörajoitteisuus on skaala.



Kuvio 1. Saavutettavuus on skaala



**Käytettävyys käyttäjän
näkökulmasta**

5.1 Käyttäjän toiminta verkossa

Saavutettavuus ja käytettävyys käyvät aina käsi kädessä. Niille asettamani ero on, että saavutettavuus on käytettävyyden pohja. Saavutettavuutta on, että kuvalla on tarpeeksi kontrastia, sillä tulee olla alt-teksti ja se ei saa vilkkua. Käytettävyyttä on sitä, että kuva on hyvälaatuinen, mielenkiintoinen ja liittyy sivuston aiheeseen. Nämä vaikuttavat sivuston helppokäyttöisyyteen. Jotta voimme tietää, mikä tuottaa helppokäyttöisyyttä ja parantaa käytettävyyttä, pitää tietää miten käyttäjä käyttää sivustoa.

Suunnittelakseen toimivan verkkosivun, suunnittelijan tulee siis ymmärtää käyttäjää. Ymmärtämistä vaikeuttaa verkkosivun kohdalla se, että käyttäjä voi olla kuka tahansa (Geistler 2013). Vaikka suunnittelija ajattelisi tuntevansa sivustonsa kohderyhmän, käyttäjä on aina uniikki yksilönsä. Portfolion sisältö voidaan kohdentaa tietyn alan tai jopa yrityksen rekrytoijalle. Silti ei voi tarkalleen tietää kuka käyttäjä on tai miten juuri hänen logiikkansa toimii. Koska käyttäjä voi olla kuka tahansa ikään tai tietotekniikkataitoihin katsomatta, on käyttäjän logiikka väijäämättä joka kerralla erilainen (Geistler 2013). Haasteena on siis suunnitella verkkosivu, jota kaikki voivat ymmärtää ja käyttää.

Jakob Nielsenin yritys, Nngroup, teki tutkimuksen käyttäjien verkkokäyttäytymisestä katseenseuranta hyödyntäen. Tutkimus tehtiin ensimmäisen kerran 2006, mutta toistettiin uudelleen samoin tuloksin 2017. 232 käyttäjän silmien liikettä nauhoitettiin,

kun he tutkivat yhteensä tuhansia verkkosivuja. Huomattiin, että käyttäjien lukukäytös oli johdonmukaista ja toistuvaa. Useimmilla verkkosivuilla eniten huomioitua kohtaa muodostavat F-kirjaimen muodon. (Pernice, 2017.)

Alueet, joita katsottiin eniten ovat punaisia, seuraavaksi eniten keltaisia ja loput sinisiä. Vasemmalla olevassa kuvassa on artikkeli, keskimmaisessa verkkokauppa ja viimeisessä googlen hakutuloksia. (Nielsen, 2006.)

Käyttäjä ei lue tekstiä kokonaan, vaan lukeminen on enemmänkin silmäilyä. Kuvat ja otsikot kiinnittävät eniten huomiota ja käyttäjä jaksaa lukea huolella kaksi ensimmäistä kappaletta. Jäljelle jäävä informaatio hukkuu. Käyttäjä toimii näin tilanteessa, jossa hän yrittää olla erityisen tehokas sivun läpikäynnissä tai hänen kiinnostuksensa loppuu kesken (Pernice, 2017).

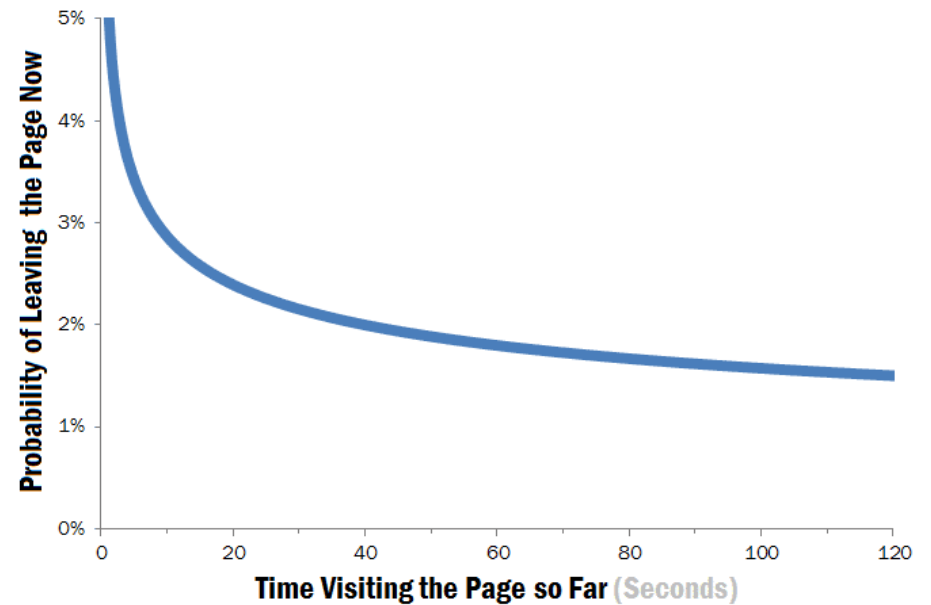


Eyetracking by Nielsen Norman Group nngroup.com NN/g

Kuva 7. F-muotoinen sivun tutkinta (Nngroup. 2006.)

Contentsquaren (2022) digitaalisen datan raportissa nähdään, että käyttäjät viettävät nettisivulla keskimäärin 54 sekuntia. Dataa varten tietoa kerättiin 20 miljardista käyttösessioista ympäri maailman ja tietoa jäljitettiin 10 teollisuuden alalta. Näihin kuuluivat esimerkiksi vaateala, pankit, matkustaminen ja energia. Tutkimus käsittelee aloja, joiden sivuilla on varmasti käyttäjiä, kuten pankit. Tästä huolimatta keskimääräinen sivujen käyttöaika, 54 sekuntia, tuntuu lyhyeltä.

Jakob Nielsenin (2011) mukaan ensimmäiset kymmenen sekuntia sivulla ovat kriittiset. Kaaviosta 2 voi tulkita, että käyttäjän viipyessä sivulla 10 sekuntia, todennäköisyys päättää jäädä pidemmäksi aikaa nousee. Nielsen uskoo trendin johtuvan tottumuksesta verkon selailussa ja huonojen verkkosivujen suuresta määrästä. Ensimmäisen kymmenen sekunnin sisällä käyttäjä päättää, onko kyseisellä verkkosivulla käyttöarvoa. Nielsen ilmaisee karkeasti, että näin käyttäjä määrittää onko sivu hyvä vai huono. (Liu, C., ym. 2010.)



Kuvio 2. Todennäköisyys sivulta lähtemiseen verrattuna sivulla vietettyyn aikaan (Liu, C., ym. 2010.)

5.2 Verkkosivulle jäämiseen vaikuttaminen

Kuten tutkimuksissa on noussut esiin, keskimäärin portfolioa todennäköisesti katsellaan vain muutamia kymmeniä sekunteja, joten on tärkeää pohtia mitä noina ensimmäisinä sekunteina nähdään. Sivuston tulee luonnollisesti olla toimiva ja selkeä, mikä kielii yleensä hyvästä saavutettavuudesta. Informaation ja sisällön on myös pakko olla käyttäjälle kiinnostavaa, kun otetaan huomioon, että käyttäjä todennäköisesti selaa sivun informaatiota F-muotoisesti. Tällöin vähemmän tärkeä informaatio jää saamatta. Siksi on pohdittava, miten tällaista lukukäyttäytymistä voidaan torjua tai hyödyntää.

Kokosin listan ominaisuuksista, jotka lisäävät syitä jäädä sivustolle tai vaikuttavat informaation saamiseen. Lista perustuu aiemmin mainittuun tutkimukseen F-muotoisesta lukemisesta sekä kahden markkinoijan mielipiteisiin siitä, minkälainen sisältö saa käyttäjän jäämään sivustolle. Hyödynsin listan ohjeita oman sivustoni rakentamisessa.

Tässä lista asioista, jotka vaikuttavat käyttäjän sivustolla pysymiseen:

- Tärkein informaatio tiivistyy sivuston kahteen ensimmäiseen kappaleeseen.
- Otsikot, leipäteksti ja listat alkavat aihetta kuvaavilla sanoilla.
- Tiettyyn aiheeseen liittyvät asiat ryhmitetään yhteen.
- Tärkeimmät sanat ovat lihavoituja, etenkin tekstin keskellä.
- Materiaalia ei ole liikaa.

(Pernice, 2017.)

- Sivuston navigaatio on selkeä, jolloin informaatio löytyy helposti.
- Sivusto latautuu nopeasti, mikä minimoi odotusajan.
- Sivustolla on esteettinen ulkonäkö eli ammattimainen ja luotettava ilme.
- Lukukokemus on tehty helpoksi, eli jaottelu on selkeä.
- Sivustolta löytyy tieto siitä mitä voi klikata, eli nappien klikattava muotoilu tai interaktiivisuus hiiren osoittimen ollessa linkin päällä eli mouse over -toiminto.

(Fitzgerald, 2021.)

- Sivuston materiaali on laadukasta, eli kuvat ja videot ovat korkealaatuisia sekä teksti on mielenkiintoista.
- Sivustolla ei ole ylimääräisiä ärsykeitä.
- Sivusto on responsiivinen eli toimii myös esimerkiksi mobiiliissa.

(FATbit Chef)



Visuaalinen suunnittelu

6.1 Typografia

Suurin osa suunnitteluprosessiin kuluneesta ajasta meni toimivan ja mahdollisimman selkeän sivun suunnitteluun ja työnäytteen valikoimiseen. Seuraavaksi suurin osa meni sivun ulkoasun ja henkilöbrändini suunnitteluun. Käsittelen tässä osiossa visuaalista suunnittelua, eli typografiaa, värejä ja muuta visuaalisuutta, joita käytin lopullisessa portfolioissa. Käyn läpi, miten päädyin valintoihini ja miten ne vaikuttavat portfolioni käytettävyyteen ja selkeyteen.

Aloitin suunnittelun perusteellisesta fonttien tutkimisesta. Hyvä verkkotypografia parantaa luettavuutta, joka jälleen ehostaa käyttökokemusta. Fontin valintaan vaikuttaa pääasiassa sen luettavuus. Luettavuuteen vaikuttavat kirjaintyyli ja antiikva, sillä päätteellisiä kirjaintyypppejä pidetään luettavimpina. Tämä johtuu kirjaintyyppin kontrastieroista kirjainmuodoissa, jolloin kirjaimet on helpompi erottaa toisistaan. (Huovila 2006, 65.)

Janne Ahjopalon (2015) artikkelissa Erityispedagogi Veijo Turpeisen mukaan

”Tekstin täytyisi olla selkeää ja ilmavaa, eikä liian kulmikasta tai pyöreämuotoista.”

Turpeinen kertoo suosivansa Arial ja Times New Roman –fontteja, jonka vuoksi valitsin leipätekstifontiksi Arialin. Koska Arial Black erosi mielestäni liikaa ulkonäöllisesti leipätekstin Arialista, valitsin otsikkofontiksi Helvetican. (Kuva 8.)

Ääretön ATK - Cloud2 Oy Podcast 2022

Ääretön ATK on Cloud2 Oy:n ikioma podcast, jossa pilviammattilaiset keskustelevat kaikesta ATK:n ja pilven välillä. Toteutin Podcastin Visuaalisen ilmeen ja editoin jatkuvana projektina uudet julkaistavat jaksot.

Kuva 8. Otsikkofontti Helvetica, leipätekstifontti Arial.

Smashing Magazinen (2011, 28–31) mukaan tärkeimpiä verkkotypografian luettavuuden periaatteita ovat tekstin hierarkia, kontrasti ja välistys. Hierarkia tarkoittaa tekstissä sitä järjestystä, jossa lukijan halutaan lukevan teksti. Se osoittaa lukijalle mistä aloittaa otsikon ja alaotsikon sekä kappalejaon ja tasauksen avulla. Hierarkia mahdollistaa lukijalle sivun nopean silmäilyn. Otsikoiden olemassaolo helpottaa myös näytönlukioiden toimi-

mista. Siksi pyrin siihen, että kaikilla sivuilla ja tekstikappaleilla olisi jonkinlainen otsikko.

WCAG suosituksen 1.4 mukaan sisältöjen tulee erottua selkeästi taustasta hyvällä kontrastilla. Tämä tarkoittaa, että tekstin tulee erottua taustasta vähintään 4.5:1 suhteella. Hyvän AAA -tason saavutettavuuden saavuttamiseksi kontrastin suhde tulisi olla vähintään 7:1. Kontrastin tarkistamiseen on olemassa useita työkaluja, kuten Adobe Color. Koska halusin olla varma mahdollisimman helposta lukukokemuksesta, portfolioissani oleva leipäteksti on aina joko mustaa valkoisella tai valkoista mustalla. Tällöin kontrastisuhde on 21:1.

Välistys (engl. spacing) tarkoittaa tekstin välien säätämistä sekä sanojen, että merkkien kohdalla (Kielitoimiston sanakirja, 2022). Sekä rivivälin, että sanojen ja merkkien välit tulisivat olla tarpeeksi ilmavat mahdollisimman helppoa lukukokemusta tukeakseen (Smashing Magazine, 2011). Omaa lukemistani keventää rivivälin ilmavuus, jonka vuoksi sivullani on normaalia suuremmat rivivälit. Koska toteutin sivuni Wix -editorilla, en tiedä rivivälien tarkkaa pikselikokoa. Rivivälien leveys ei ole ongelma, sillä riviväliä ja leipätekstin kokoa voi muuttaa esteettömyysvalikon avulla. Sieltä käyttäjä voi pienentää rivivälejä tai suurentaa fonttikokoa makunsa mukaan, kuten kuvassa 9.

Ääretön ATK - Cloud2 Oy
Podcast 2022

Ääretön ATK on Cloud2 Oy:n
ikioma podcast, jossa
pilviammattilaiset
keskustelevat kaikesta ATK:n
ja pilven välillä. Toteutin
Podcastin Visuaalisen ilmeen
ja editoin jatkuvana
projektina uudet julkaistavat
jaksot.

Kuva 9. Esteettömyysvalikon avulla tehostettu välistys

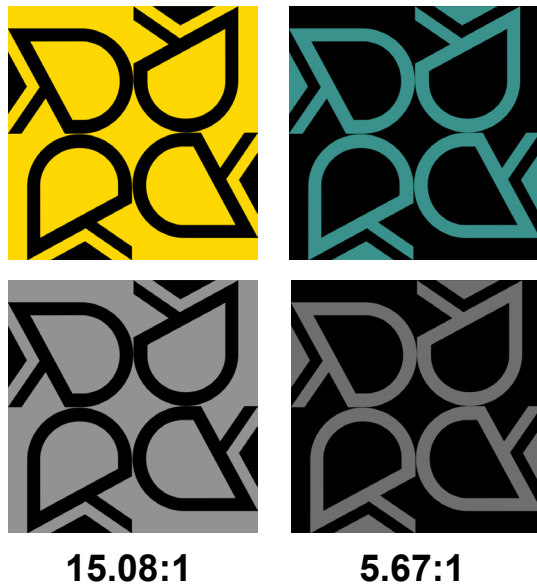
Aiemmin mainittu katseenseurantatutkimus osoitti, että useimmat käyttäjät eivät jaksakaan lukea kovin pitkään. Pyrin siksi tekstin tiiviyteen ja kuvaavuuteen. Tällä tarkoitan, että sivullani oleva teksti ei jaarittele, vaan menee suoraan asiaan ja pysyy asiassa. Pyrin estämään tekstiseiniä ja vähentämään lukemisen rasittavuutta, jotta käyttäjä saisi kaiken oleellisen informaation.

6.2 Värit

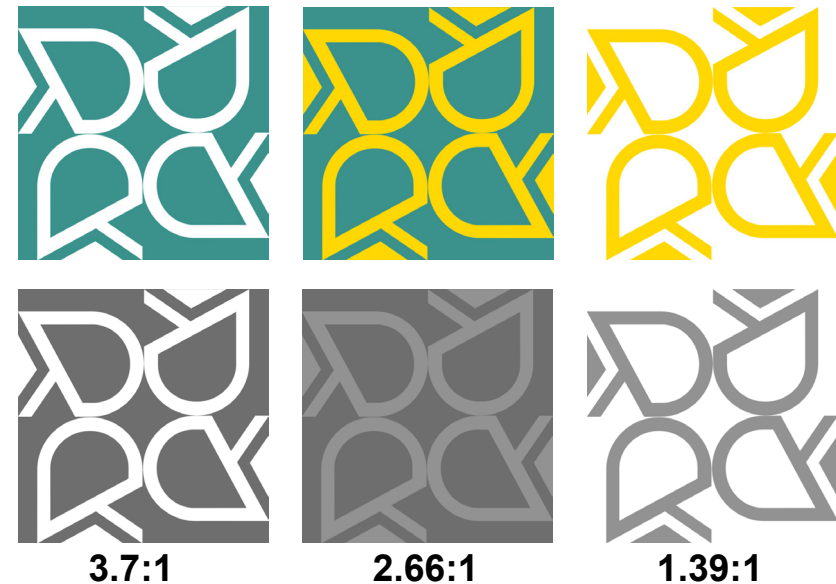
Koin haastavaksi valita värit, jotka kuvaavat minua ihmisenä ja jotka toimivat mielestäni esteettisesti yhteen. Lisäksi sävyjen välillä tuli olla tarpeeksi suuri kontrastiero, jotta tekstit olisivat luettavia. Päätin, että helpoin tapa toteuttaa tarvittava kontrastiero olisi valita tarpeeksi vaalea sävy, jota käyttää mustan kanssa. Päädyin lopulta yhteen keltaisen ja yhteen vihreän sävyyn. Värit välittävät paljon tietoa ja niillä voidaan vaikuttaa katsojaan psykologisesti. (Huovila 2006, 45). Wtfdesignin (2019.) mukaan keltainen on optimistinen iloinen väri, joka on myös katseenkiin-

nittäjä. Vihreä on tasapainoinen ja luonnonmukainen väri, joka rauhoittaa ja vähentää stressiä. Suunnittelin värit yhdessä sivuston taustatekstuurin kanssa, nähdäkseni miten eri sävyt toimivat yhdessä.

Koska tekstin tulee erottua taustasta vähintään 4.5:1 suhteella, voin käyttää valitsemiani vihreän ja keltaisen sävyjä mustan kanssa ja mustaa ja valkoista keskenään. (Kuvio 3.) Muilla väriyhdistelmillä on liian matalat kontrastisuhteet, joten käytän niitä yhdessä vain kuvitustarkoituksessa. (Kuvio 4.)



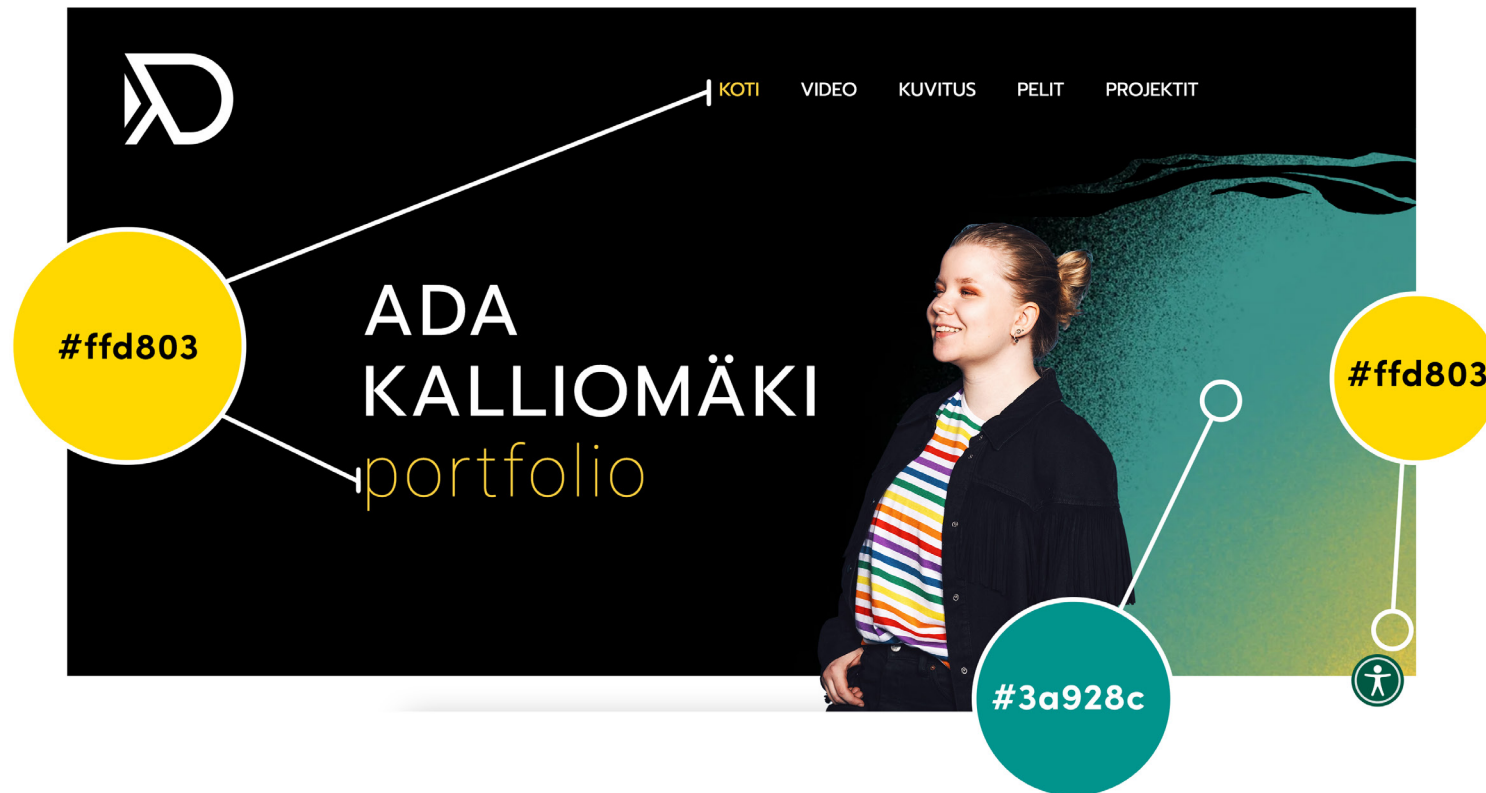
Kuvio 3. Tarpeeksi korkeat kontrastisuhteet



Kuvio 4. Liian matalat kontrastisuhteet

Värit valitessani olin varma, että käyttäisin vihreää ja keltaista enemmän. Myöhemmin huomasin käyttäväni värejä harkiten, jottei teksti menettäisi kontrastia ja jotteivat ne häiritsisi kuvien tutkimista. Niiden tehtäväksi muotoutui lopulta indikoida erilaisia toimintoja, kuten mitä linkkejä voi klikata, minkä voi huomata jo

etusivulla (Kuva 10). Kuvasta huomaa, että keltainen toimii huomiovärinä tekstien osalta ja luomassa syvyyttä vihreään. Vihreä on taustalla rauhoittavana elementtinä. Väreillä on siis omat tehtävänsä käytettävyyden kannalta.



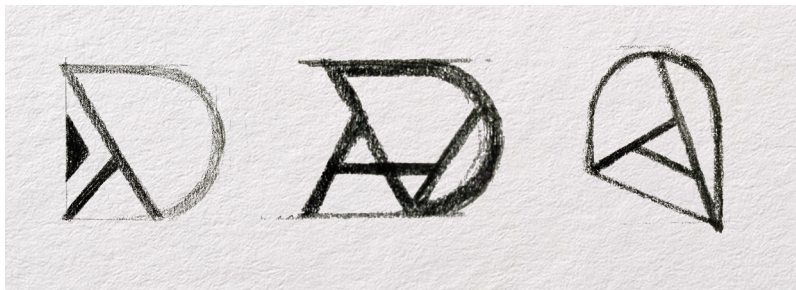
Kuva 10. Etusivun värihierarkia

6.3 Graafiset elementit

Logo

Sivullani on kolme suunnittelemaani graafista pääelementtiä: logo, taustan tekstuuri ja muodonjakaja (engl. shape divider). Nämä luovat värien ja typografian kanssa sivuni visuaalisen ilmeen.

Suunnittelin itselleni logon marraskuussa 2021. En päätenyt käyttämään logoa ja se jäi odottamaan seuraavaa käyttökertaa. Suunnittelin ensin eri versioita logosta, mutta useimmista versioista voi hahmottaa etunimeni ”Ada” ja sukunimeni ensimmäisen kirjaimen ”K”. (Kuva 11). Rajasin suunnitelmat kolmeen ja lopulta valitsin itseäni eniten miellyttävän version. Suunnitellessani päämääräni oli, että logoa voi käyttää miten tahansa päin, jotta sitä voidaan hyödyntää tulevaisuudessa myös kuvituksellisena elementtinä.



Kuva 11. Logosuunnitelmia syksyltä 2021

Nyt logo on sijoitettuna sivustoni vasempaan ylänurkkaan, jossa sen rooli on lisätä mielenkiintoa. Logosta klikkaamalla käyttäjä pääsee takaisin etusivulle, mutta koska tämä toiminto on epäselvä, pääsee kotisivulle myös päänavigaatioista. Logo on näkyvissä samassa kohdassa jokaisessa sivuston näkymässä, mutta logon väri vaihtuu indikaatioksi sivun vaihtumisesta. Kuvassa 12 nähdään vihreä logo, joka on sivustoni kuvitusosiossa.

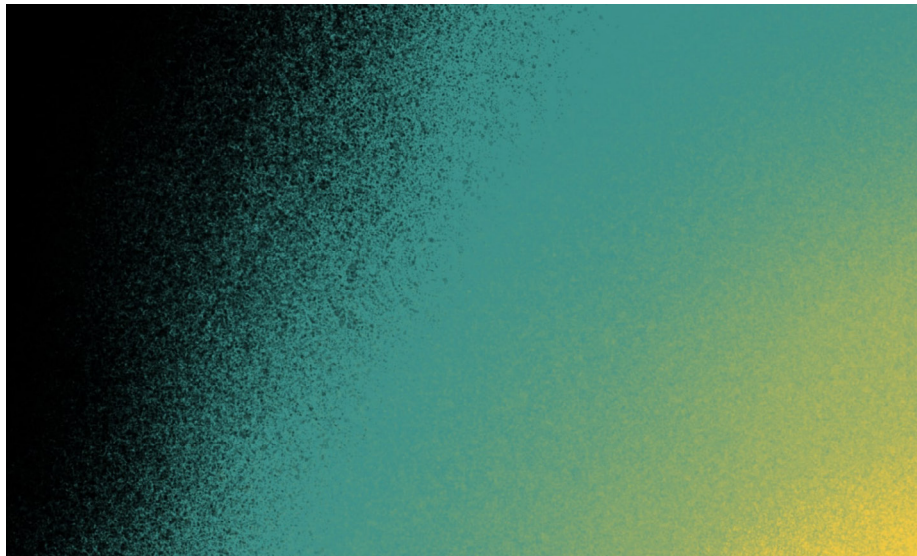
Logosta on olemassa animoitu versio, jossa logo ilmestyy kuin se piirrettäisiin. Tarkoitukseni oli käyttää logoanimaatioita eri sivuilla luomassa mielenkiintoa ja kuvastamassa monipuolisuutta. Käyttäjän liikuttaessa hiiren osoittimen logon päälle animaation oli tarkoitus aktivoitua. Verkkosivualusta Wix ei kuitenkaan vielä tue tällaisia mouse-over-toimintoja ja jouduin luopumaan ideasta.



Kuva 12. Vihreä logo

Tekstuuri

Kuten mainitsin aiemmin, suunnittelin värit yhdessä taustojen tekstuurin kanssa. Olin jo aiemmin päättänyt käyttää väriliukumia tietyissä sivuni taustoissa. En kuitenkaan pitänyt kuvankäsittelyohjelma Photoshopin väriliukumatyökalun tuottaman liukuvärien tasaisuudesta. Testasin värejä päällekkäin Procreate -ohjelman Spraypaint Medium nozzle -sudilla. Ihastuin sudin antamaan tekstuuriin ja päätin tehdä taustojen väriliukumat itse. Kerrostin kokeilemalla värejä päällekkäin, kunnes pidin lopputuloksesta. Taustatekstuuri (Kuva 13) on etusivuni taustalla sekä toistuu sivustoni alaosassa.



Kuva 13. Portfoliossa toistuva taustatekstuuri

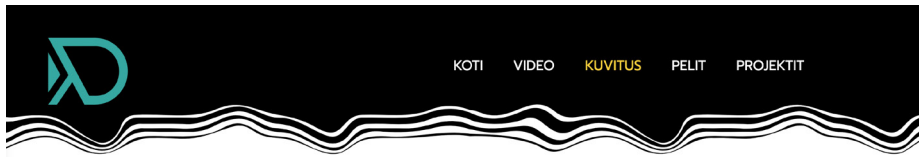
Koska toteutin sivun taustaelementtien tekstuurit tällä sudilla, pystyin hyödyntämään sudin antamaa tekstuuria myös esimerkiksi etusivuni esittelyvideolla (Kuva 14). Tällöin pystyin liittämään esittelyvideon tiukemmin sivustoni ilmeeseen.



Kuva 14. Etusivun esittelyvideon keltaista tekstuuria

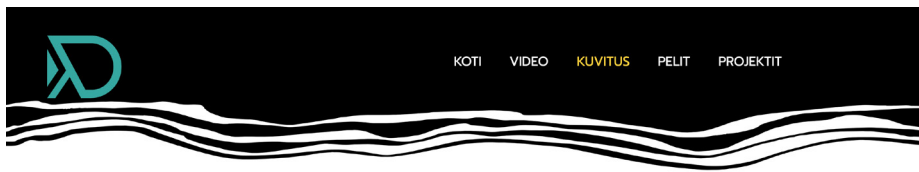
Muodonjakaja

Muodonjakajan suunnitleminen aiheutti minulle eniten päänvaivaa. Opin miten muodonjakaja toimii vasta tämän projektin aikana ja asetin Wix verkkosivualustan esimerkki muodonjakajan ”Dunes” paikanvaraajaksi ensimmäiseen versioon (engl. place holder) (Kuva 15).



Kuva 15. Wixin ”Dunes” -muodonjakaja sivuston versio 1

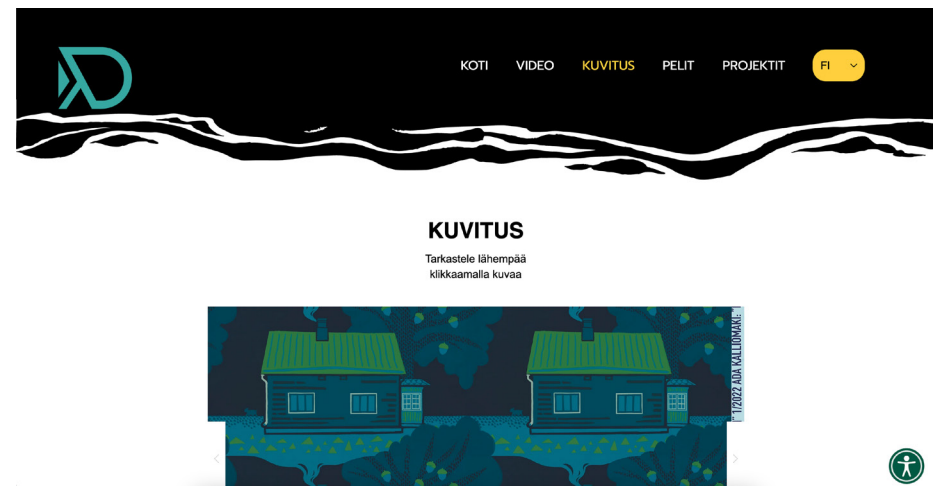
Mitä pidempään katselin Wixin omaa muodonjakajaa, sitä enemmän totuin sen ulkonäköön. Kun tuli aika suunnitella oma muodonjakajani, suunnittelin pitkälti Wixin Dunes -muodonjakajaa muistuttavan ratkaisun (Kuva 16). Molemmissa suunnitelmissa toistuu kolme vierekkäistä aaltoilevaa raitaa. Vain kaarien tiheys ja reunan tasaisuus on erilainen. Minun muotoni on loivempi ja muoto orgaanisempi. Olin tottunut Wixin Dunes -muodonjakajaan ja se tuntui oikealta. Minun oli tällöin vaikeampaa keksiä jotain omaperäisempää.



Kuva 16. Ensimmäinen suunnittelemani muodonjakaja sivuston versio 2

Visuaalinen suunnittelu: 6.3 Graafiset elementit, Muodonjakaja

Jäin kuitenkin miettimään uudelleen suunnittelemaani muodonjakajaa. Jakaja ei ollut minun alkuperäinen tuotteeni, vaan mielestäni liikaa Wixin mallia mukaileva. Päätin, ettei ratkaisu sovi portfolioon, jonka on tarkoitus esitellä töitani suunnittelijana. Siksi suunnittelin jakajasta toisen version (Kuva 17). Pidin muotokielen samankaltaisena, mutta jatkoin ajatusta pidemmälle. Muoto on abstrakti, mutta sen voi hahmottaa aallokkona. Aallokko on sivustolleni sopiva kuva, sillä vesi on alati liikkuva ja muotoutuva elementti. Teema näkyy myös esimerkiksi esittelyvideolla, jolla näytetään, kun istun Tuusulanjärvellä. Muodonjakaja jatkaa sivuston tarinaa monipuolisuudesta ja mukautuvuudesta.



Kuva 17. Toinen suunnittelemani muodonjakaja sivuston versio 3



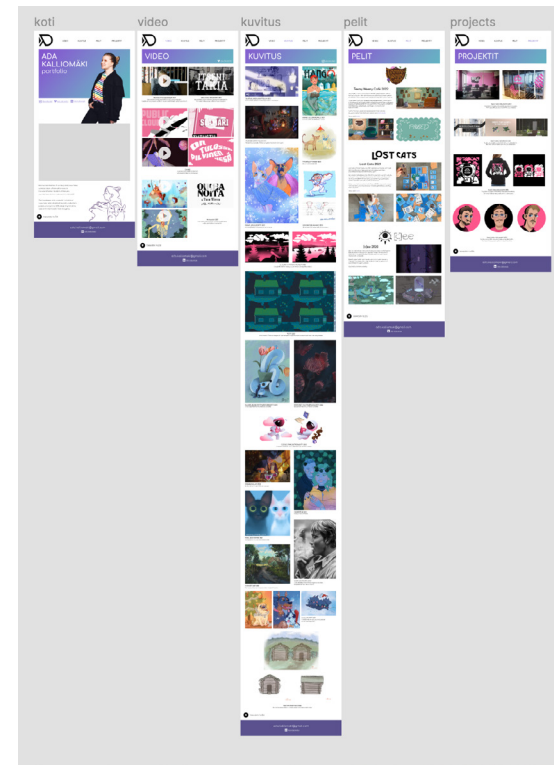
Käyttöliittymä ja sisältö

7.1 Sivuston rakenne

Pohjustaessani työtä huomasin, että portfolioit keskittyvät yleensä yhteen aihealueeseen oli kyseessä mikä tahansa visuaalinen ala. Tällöin portfoliosivut ovat usein yksinkertaisia ja niissä on vain etusivu, jolla kaikki tarvittava informaatio esitellään. Tiesin jo projektin alussa, etten halua näyttää vain yhtä osaamiseni aluetta. Olen monipuolinen tekijä ja minulle on tärkeää, että voin esitellä osaamistani laajemmin.

Kuten mainitsin aiemmin, on tärkeää, ettei materiaalia ole liikaa, vaan kuvia ja tekstiä tulee olla vähän, mutta niiden tulee olla laadukkaita. Tämä vaatimus tarkoitti, että jouduin tekemään rajausta. Pohdin missä olen taitavin, mitä haluan tehdä työkseni ja mikä on mielestäni mielenkiintoisinta. Pohdintani perusteella rajasin osaamiseni neljään kategoriaan: video, kuvitus, pelit ja projektit. Video -kategoria sisältää video-osaamiseni haastatteluista animointiin. Kuvitus -osiosta löytyy paljon eri tyylejä. Pelit -osiossa esittelen sekä video-, että korttipeliprojekteja. Projektit -osiossa käsittelen kaikkea sitä, mikä ei kuulu muihin kategorioihin. Nämä osiot pohjustivat sivuston wireframen.

Rakensin ensimmäisen mallin verkkosivustostani Figma -käyttöliittymäsuunnittelu sovelluksella keväällä 2022 (Kuva 18). Monia mallin elementtejä säilyi lopulliselle sivustolle. Suurin muutos on materiaalin määrä. Vaikka olin rajannut aihealueet, en ollut vielä sisäistänyt, että myös materiaalia tulee olla vähän. Keskimääräinen kuvitus -osio on pitkä muihin verrattuna tämän takia.



Kuva 18. Figmassa toteutettu alkuperäinen suunnitelma

Käyttöliittymä

Käyttöliittymän avulla käyttäjä käyttää sivustoani. Portfolioni kohdalla käyttöliittymään kuuluvat ylätunniste ja sen navigaatiopalkki (Kuva 19.) sekä alatunniste erilaisine navigaatioin (Kuva 20). Ylätunnisteeseen kuuluu myös oikean yläreunan logo, jonka tehtävä on olla tunnistettava ja kertoa mitä sivustoa käyttäjä tutkii. Jotta se olisi parempi tunniste, logossa tulisi lukea myös nimeni. Logoa klikkaamalla pääsee takaisin etusivulle. Navigaatiopalkista löytyvät aiemmin luetellut kategoriat ja ”koti” -painike. Myös tästä painikkeesta pääsee takaisin etusivulle, sillä pelkkä logo ei olisi tarpeeksi selkeä. Viimeisenä ylätunnisteessa on keltainen painike, josta käyttäjä voi vaihtaa kielen halutessaan englanniksi.



Kuva 19. Portfolion ylätunniste

Alatunnisteessa on sama navigaatiopalkki, kuin ylätunnisteessa. Tämä helpottaa navigointia, sillä käyttäjän ei tarvitse siirtyä takaisin sivun alkuun navigoidakseen muille sivuille. Lisäksi alatunnisteessa on ”ylös”-nappi, joka siirtää käyttäjän sivun alkuun. Seuraavaksi sivulla on yhteystietoni, eli sähköpostiosoitteeni, josta sattumalta sivulleni törmännyt käyttäjä voi halutessaan ottaa minuun yhteyttä. En useammasta syytä tehnyt portfoliooni erillistä kenttää, johon käyttäjä syöttää sähköpostinsa ja viestinsä. Käyttäessäni sivustoja työn hakuun, lähetän työhakemuksessani linkin sivustolleni. Tällöin työnantaja on saanut sähköpostiosoitteeni etukäteen, eikä hänen tarvitse etsiä sitä portfolioistani. En ikinä itse syötä sähköpostiani muiden sivujen vastaaviin kenttiin, koska pelkään sivuston lähettävän minulle roskapostia. Jos joskus lisään portfoliooni sähköpostikentän, aion selittää kentän viereen selkeästi, etten varasta tietoja tai lähetä uutiskirjeitä.



Kuva 20. Portfolion alatunniste

7.2 Sivuston sisältö

Etusivu

Etusivu on ensimmäinen asia, jonka käyttäjä näkee ja kuten mainitsin aiemmin, etusivun perusteella hän tekee jo johtopäätöksiä sivustosta. Siksi keskityin ensimmäisenä etusivun rakenteen ja sisällön määrittämiseen. Pohdin, mikä on portfolion päämäärä sekä esitelläänkö portfolioissa ensimmäisenä henkilöä vai taitoa. Päätin, että haluan esitellä etusivulla ensimmäisenä itseni, sillä portfolioni takana olen minä. Halusin, että henkilöbrändi on toteutettu hyvin ja lukija saa minusta kuvan sellaisena kuin olen,

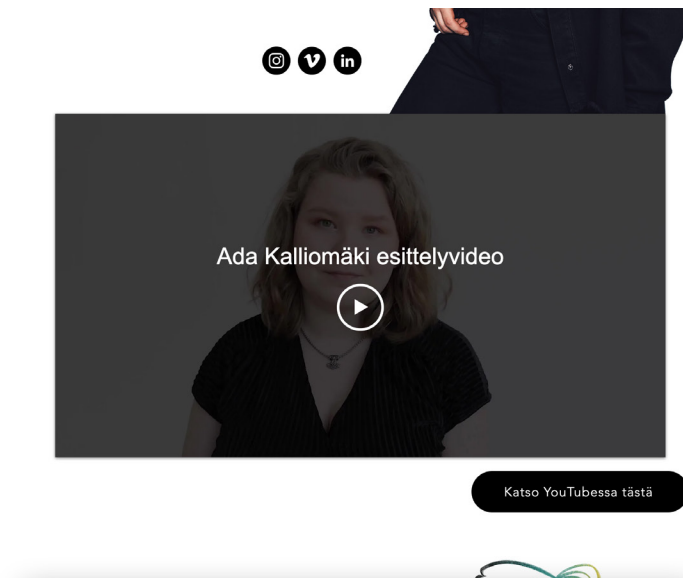


Kuva 21. Portfolion etusivun yläosa

Ensimmäisenä etusivulle saapuessaan käyttäjä näkee nimeni (Kuva 21. Numero 1.) isolla kasvojeni (Kuva 21. Numero 3.) vieressä. Tämä on harkittu päätös, sillä mielestäni nämä ovat tärkeimmät asiat, jotka haluan rekrytoijan muistavan. Tässä vaiheessa käyttäjän on mahdollista huomata myös navigaatiopalkki (Kuva 21. Numero 2.), josta tämä näkee heti mitä osaan: video, kuvitus ja pelit. Tavoitteeni on, että halutessaan rekrytoija näkee kaiken tarvittavan tiedon päästessään etusivulle: kuka olen, miltä näytän ja mitä osaan. Lisäksi näkyvillä on logoni (Kuva 21. Numero 4.) ja saavutettavuusvalikko (Kuva 21. Numero 6.). Kuvani takana oleva tausta loppuu kesken tarkoituksellisesti (Kuva 21. Numero 5.) Tämä indikoi käyttäjälle, että sivu jatkuu ja alempaa löytyy lisää sisältöjä.

Kuvani alta löytyvät linkit sosiaalisen median kanavoihini (Kuva 22. Numero 1.) ja sen jälkeen esittelyvideo (Kuva 22. Numero 2.). Videolla kerron siitä kuka olen ja mitä portfolioni eri kategoriaista löytyy sekä miksi valitsin juuri nuo kategoriat. Videon tarkoitus on sekä nopea esittely, että muistijäljen jättäminen. Lisäksi video esittelee jälkikäsittelytaitojani. Videon päällä lukee, että kyseessä on minusta kertova esittelyvideo.

Lisäksi tekstin alla on pyöreä ”Play” -nappi, joka indikoi visuaalisesti kyseessä olevan video. Video ei ala automaattisesti, vaan käyttäjän määrittelee itse alkamiskohdan klikkaamalla videota. Videon alla on nappi, joka vie käyttäjän katsomaan saman videon YouTubesta (Kuva 22. Numero 3.). Tämä helpottaa videon katselua tilanteessa, jos sivustoni ei lataa videota tarpeeksi nopeasti. Lisäksi tarjoan videon kuvauksessa videon sisällön tekstimuodossa. Seuraavan osuuden kuvitus näkyy jälleen hiukan alareunasta indikoidakseen, että sivu jatkuu. (Kuva 22. Numero 4.)



Kuva 22. Portfolion etusivun keskiosa

On mahdollista, että käyttäjä ohittaa videon täysin. Tähän on useita syitä huonosta netistä kuulokkeiden puutteeseen. Videon jälkeen on tämän takia toinen esittely minusta tekstimuodossa. (Kuva 23. Numero 1.) Sisältö on erilainen ja kuvaa minua henkilökohtaisemmin ihmisenä, jottei toistoa tapahtuisi niille, jotka katsovat videon. Tekstipätkän vieressä on minun itsestäni kuvittama kuva (Kuva 23. Numero 2.), jossa teen töitä kissojeni kanssa. Kuvituksen tarkoitus on luoda mielenkiintoa, mutta myös esitellä kuvitustaitojani.

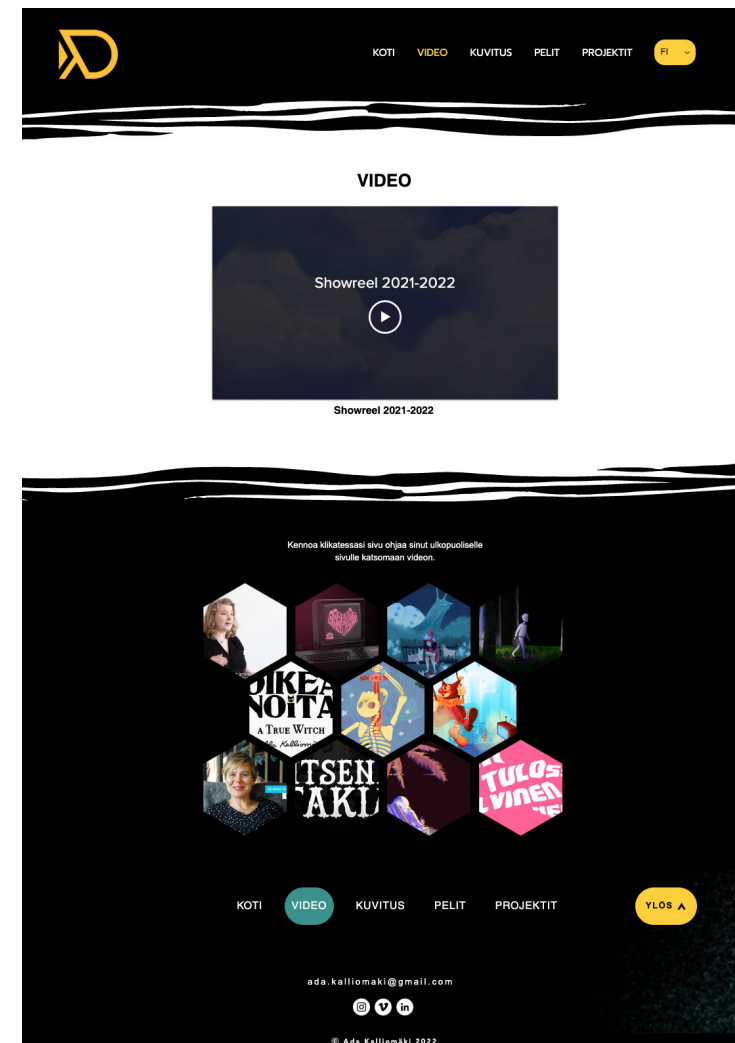
Etusivun loppuun lisäsin suosituksia. (Kuva 23. Numero 3.) Ne näyttävät käyttäjälle, että olen tehnyt töitä ja asiakkaani ovat tyytyväisiä työni jälkeen. Suositusten jälkeen sivun alaosasta löytää saman navigaatiopalkin, joka sijaitsee myös sivun yläreunassa. Tämä helpottaa käyttöä, koska jatkaakseen eteenpäin sivulla, käyttäjän ei tarvitse liikkua takaisin sivun yläreunaan. Halutessaan kuitenkin palata sivun alkuun, löytyy alareunasta myös ”ylös” -nappi, joka siirtää käyttäjän sivun yläreunaan. Viimeisenä sivulta löytyy sähköpostiosoitteeni. Navigaatiot ja sähköposti löytyvät jokaisen sivun alareunasta.



Kuva 23. Portfolion etusivun alaosa

Video -kategoria

Video -kategoriaa (Kuva 24.) varten kasasin 2021–2022 vuosina tekemistäni videotuotannoista showreelin eli lyhyen aiempia töitäni tiivistävän videon. Kuten aiemmin mainitsin, on tärkeää, että sivustolla on nopea lataamisaika. Kaikkien showreelissa esittelemieni videoiden erikseen lisääminen olisi hidastanut sivuston toimintaa huomattavasti. Lisäksi on todennäköistä, ettei käyttäjä katso jokaista esimerkkivideotani. Siksi showreel on toimiva ratkaisu. Showreel, kuten esittelyvideo, ei ala automaattisesti. Kumpikaan videoista ei myöskään toistu automaattisesti. Showreelin alapuolella on videogalleria, josta käyttäjä voi halutessaan käydä katsomassa joitain showreelissä esittelemistäni videoista tarkemmin. Gallerian kuvien muodoksi valitsin mehiläiskennomaisen kuusikulmion, joka viittaa sivustoni keltaisiin väripisteisiin. Kennossa on kuvia eri videoista ja kun osoitin viedään kuvan päälle, muuttuu kuva keltaiseksi indikoiden klikattavuutta. Tämä on myös leikillinen ominaisuus ja käyttäjä voi jäädä pyörittelemään osoitintaan kennon päällä. Sivuhjeistaa, että videota klikatessa, aukeaa video uudella välilehdellä.



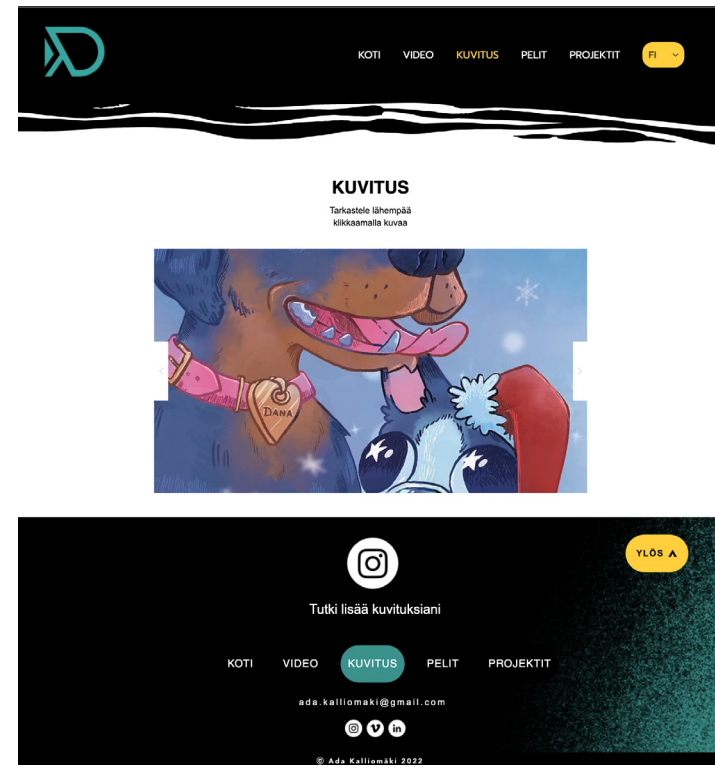
Kuva 24. Videosivu

Kuvitus -kategoria

Kuvitus -osio (Kuva 25.) vaati eniten pohdintaa. Loin ensin kolme kategoriaa, joihin lajittelin kuvitukseni: maalaukselliset, tasaiset ja leikkisät. Valitsin lopulta yhdeksän itseäni miellyttävää kuvitusta, joiden tyylit erosivat eniten toisistaan. Tällä pyrin esittelemään monipuolisuutta.

Alun perin esittelin kuvitukseni lähes samalla tavalla kuin alkupe-
räisessä Figma -mallissa. Tällöin kuvitussivu muistutti valtavaa
sosiaalisen median seinää ja vei huomattavasti tilaa ja sen läpi
käyminen vei aikaa. Lisäksi kuvaseinä ei toiminut hyvin mobiilis-
sa, sillä kuvat muuttuivat liian pieniksi. Päätin laittaa kuvitukseni
galleriaan, jota käyttäjä voi selata.

Galleria toimii diaesityksenä ja pyörittää jokaista kuvaa kahden
sekunnin ajan, jonka jälkeen kuva vaihtuu. Gallerian molemmin
puolin ovat valkoiset laatikot, joiden keskellä sijaitsevat nuolet.
Nämä indikoivat, että käyttäjä voi myös itse määrittää gallerian
tahdin tai palata aiempaan kuvaan. Lisäksi gallerian yläpuolella
on teksti, joka kehottaa klikkaamaan galleriaa käyttäjän halu-
tessa tarkastella kuvaa lähempää. Gallerian alapuolella nostan
vielä esille Instagram -tilini, josta löytyy lisää kuvituksia.

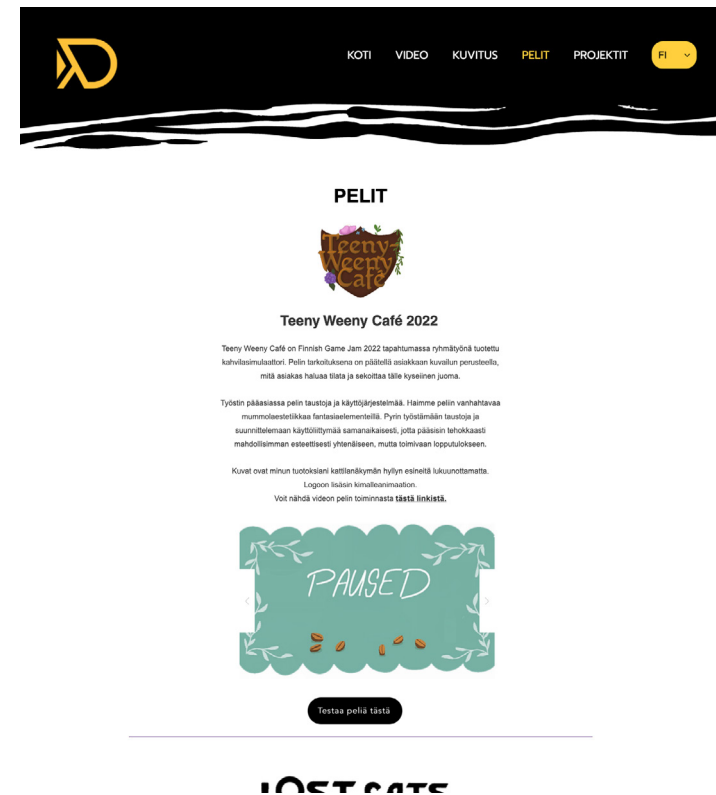


Kuva 25. Kuvitussivu

Pelit -kategoria

Pelit -kategoria (Kuva 26.) on pysynyt sisällöllisesti pitkälti samana verrattuna alkuperäiseen suunnitelmaani. Esittelen peliprojekteja, joista olen eniten ylpeä ja kerron mitä osia niihin suunnitelin. Lisäsin linkit pelien lopulliseen osoitteeseen, joista pelit voi käydä lataamassa itselleen ja kokeilemassa.

Peleistä on myös muutama esittelevä kuva samanlaisessa galieriassa, kuin kuvitusosiosta. Kuten aiemmin mainittu, tämä on toistuvuutta, joka lisää sivun johdonmukaisuutta. Olen suunnitellut peleihin pääasiassa taustoja, jonka takia suurin osa kuvien sisällöistä on tekemääni.

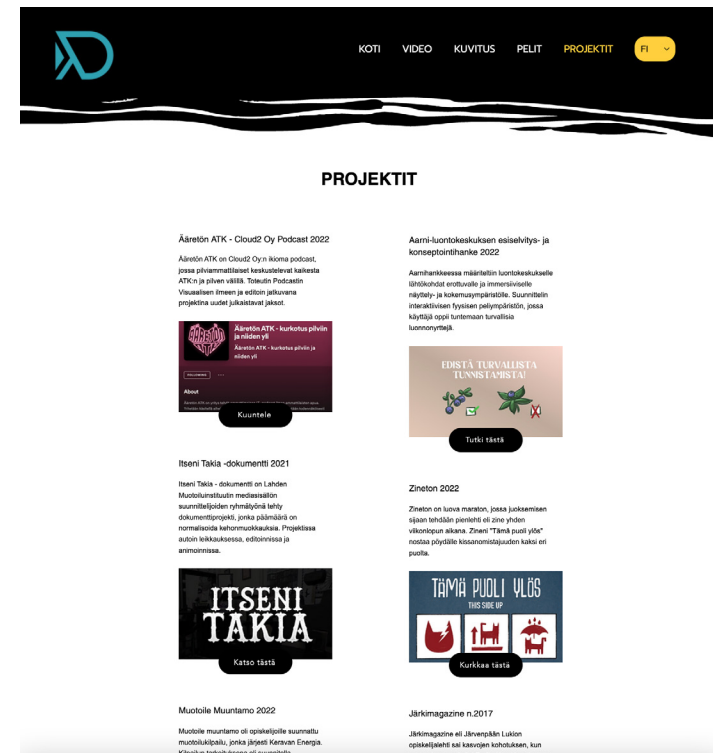


Kuva 26. Pelit -sivu

Projektit -kategoria

Projektit (Kuva 27.) toimivat kategoriana pitkälti samalla logiikalla kuin pelit. Tämä toistuvuus lisää jälleen johdonmukaisuutta. Esittelen erilaisia projekteja, joissa olen ollut mukana tai jotka olen toteuttanut itse. Jokaisen projektin tekstilaatikossa esittelen ensin itse projektin, ja tämän jälkeen kerron mitä olen tehnyt kyseistä projektia varten.

Jokaisen projektin kuva ja kuvan alapuolella oleva nappi ovat linkkejä. Tällöin kumpaa tahansa käyttäjä painaa, hän pääsee tutkimaan projektia tarkemmin. Linkit vievät käyttäjän ulkopuoliseen sivulle tutkimaan kyseistä projektia.



Kuva 27. Projektit -sivu

Testaus

Toteutin epävirallisen käytettävyytestauksen, jossa pyysin noin kymmentä tuttuani testaamaan sivustoani. Ohjeistin testaajiani tutkimaan sivua kuin mitä tahansa sivustoa, mutta sellaisella tarkkuudella, jolla he uskovat rekrytoijan sitä puivan. Ohjeistin testaajia kommunikoimaan minulle ääneen portfolioista herääviä ajatuksia. Seurasin sivusta portfolioni käyttöä liveinä tai näytönjaon kautta. Samalla tein muistiinpanoja testaajieni huomioiden perusteella. Jokaisen testaajan jälkeen tein muistiinpanojeni perusteella muokkauksia ja lisäyksiä sivus-tooni. Näin sivuston käytettävyys parani testaajalta testaajalle.

Testauksen aikana huomasin, kuinka oikeassa Geistler oli siitä, että jokaisen käyttäjän logiikka on erilainen. Jokainen eri testaaja toimi sivustollani eri tavalla. He tutkivat sivustoa eri järjestyksissä ja jättivät välistä eri asioita. Muutama jätti videoiden katselun viimeiseksi. Jotkut kokeilivat mitä tapahtuu, kun logosta klikkaa. Jotkut etsivät sivustolta virheitä ja pyrkivät sivun rikkomiseen onnistuneesti. Suurin osa leikki videosivun videogallerialla. Kukaan ei toiminut sivustolla täysin samalla tavalla.



Yhteenveto

8.1 Lopputulos

Työni lopputulos on henkilökohtainen verkkosivustomuotoinen visuaalinen portfolioni. Sivustolla on yhteensä viisi tyylikästä sivua etusivu mukaan lukien. Portfolio kuvaa minua ihmisenä ja esittelee taitojani. Pyysin noin kymmentä henkilöä testaamaan portfoliotani ja seurasin sivuston käyttöä. Tämän epävirallisen testin perusteella voin sanoa sivustoni olevan käyttäjäystävällinen. Olen tyytyväinen lopputulokseen ja aion työstää ja päivittää portfoliotani myös tulevaisuudessa.

Käsittelin aluksi verkkosivumuodon hyötyjä ja selvitin, että verkkosivujen päivittäminen ja ylläpitäminen on helppoa. Lisäksi verkkosivumuotoisuus mahdollistaa jouhevan levityksen ja parantaa saavutettavuutta. Verkkosivustomuotoisuus on minun kohdallani erityisen hyvä ratkaisu, koska osa töistäni keskittyy videoon. Vertailuanalyysiä hyödyntämällä tutkin muita verkkosivumuotoisia portfolioita. Analyysini ansiosta huomasin, että minua miellyttää käyttäjänä sivustoilla eniten johdonmukaisuus, mutta myös interaktiivisuus ja leikkisyys. Hyödynsin näitä sivustollani. Tämän jälkeen käsittelin mitä käytettävyys ja saavutettavuus ovat, miten ne eroavat toisistaan ja miten saavutettavuus tukee käytettävyyttä. Lisäksi tutkin aistiesteettömyyttä ja sen mahdollisuuksia verkkosivusuunnittelussa ja uppouduin saavutettavuusvalikon hyviin puoliin. Lisäksi käsittelin, mitä WCAG-standardin kriteerejä suunnittelija voi suhteellisella helppoudella noudattaa

ja noudatin niitä oman portfolioni kohdalla.

Koska pyrin mahdollisimman hyvään käytettävyyteen, tutkin käyttäjien verkkokäytöstä. Sain selville, että käyttäjä päättää ensimmäisen kymmenen sekunnin aikana jääkö sivulle vai ei. Selvitin tapoja, jotka vaikuttavat käyttäjän sivulle jäämiseen ja kokosin niistä listan. Sain myös selville, että käyttäjät eivät tutki koko verkkosivustoa alusta loppuun vaan ennemminkin silmäilevät sen läpi. Opin miten tätä F-muotoista selailua voi hyödyntää ja samalla pyrkiä torjumaan.

Aloitin projektin suunnittelun visuaalisten osuuksien tutkimisella. Valitsin itseäni miellyttäviä värejä sekä tekstuureja ja tutkin fonttien luettavuutta. Kasasin käyttöliittymäsuunnitteluun tarkoitettulla Figma -ohjelmalla wireframen, jota hyödynsin pohtiessani käyttöliittymää ja sivuston toimivuutta. Myöhemmin rakensin wireframen perusteella lopullisen sivuston Wix -verkkosivutyökalulla. Pyysin tuttuja testaamaan sivustoani ja korjasin virheitä sekä tekstissä, että käytettävyydessä.

8.2 Itsearviointi

Kohtasin työskentelyssäni suurimman ongelman etsiessäni kultaista keskietä saavutettavuuden ja visuaalisuuden välillä. Koska kyseessä on portfolio, jossa esittelen visuaalisia taitojani, täytyy portfolioni kuvastaa osaamistani. Otin kuitenkin haasteekseni tehdä sivustostani mahdollisimman saavutettavan, koska tämä on minulle tärkeä arvo. Tässä sivustossa saavutettavuus ja visuaalinen suunnittelu siis kohtaavat. Tämä oli haaste, koska saavutettavuus asetti tiettyjä rajoitteita, joita en voinut suunnittelullisesti ylittää. Päädyin tietynlaiseen kompromissiin toteuttaessani saavutettavuusvalikon. Saavutettavuusvalikko kuitenkin kuuluu myös WCAG-standardin AAA-tason kriteereihin.

Pyrin alun perin tuottamaan mahdollisimman saavutettavan portfolion, jota kuka tahansa pystyy käyttämään. Huomasin kuitenkin nopeasti, ettei täysin saavutettava WCAG AAA-taso ole realistinen visuaalista portfoliota varten. Esimerkiksi viittomakielisen käännöksen sisällyttäminen ei olisi ollut kohdallani järkevää.

Huomasin siis jo alkuvaiheessa, ettei ajatukseni ns. täydellisestä saavutettavuudesta ollut erityisen järkevä tai toteutettava. AAA-tason saavutettavuutta ei vaadita edes Suomen julkihallinnon verkkosivuilta.

Toisaalta käytettävässä ja saavutettavassa verkkosuunnittelussa on ominaisuuksia, joista pidän ja jotka ovat hyödyllisiä. Olen sitä mieltä, että useita käytettävyyden ja saavutettavuus-

den periaatteita on järkevää hyödyntää ja että ne hyödyttävät käyttäjien lisäksi usein myös itseäni. Esimerkiksi Alt-teksti, joka kertoo näytönlukijalle mitä kuvassa on, mutta toimii myös yhtenä tärkeimmistä tekijöistä hakukoneoptimoinnissa. Olenkin lopulta sitä mieltä, että saavutettavuuden tavoittelu ei edes visuaalisen portfolion kohdalla ole huono idea. Saavutettavuus on erittäin hyvä malli käyttäjälähtöisyydelle.

”Saavutettavuus ei koskaan tapahdu napin painalluksella, edes niin yksinkertaisella verkkosivustolla, kuin portfolio.”

-Jessica Weeks 2020

Jos tekisin tämän projektin uudestaan, tutkisin paremmin eri verkkokehityspalveluita ennen sivustoni rakentamisen aloittamista. Koska en tutkinut palveluiden mahdollisuuksia lähtiessäni kehittämään sivustoani, en pystynyt toteuttamaan kaikkia haluamiani ominaisuuksia. Olin suunnitellut, että hiiren osoittimen kulkiessa kuvissa olevien linkkien päältä, kuvat reagoisivat erilaisin animaatioin. Wix sivustonrakennuspalvelu ei kuitenkaan tukenut tällaista mouse-over-toimintoa ilman koodia.

Keskityin sivustoa suunnitellessani aluksi pääasiassa sen rakenteeseen. Tämän vuoksi en aluksi rajannut juurikaan materiaalin määrää, vaan ahdoin sivustolle kaiken materiaalin, josta pidin. Rakentaessani sivustoani Wix -palvelussa jouduin muuttamaan sivustoni rakennetta, koska sivujeni pituus lyheni huomattavas-

ti rajatessani materiaalia. Tein siis ylimääräistä työtä. Lisäksi optimoisin materiaalini kokoja jo alkuvaiheessa tai käyttäisin pienempikokoisia esimerkkikuvia. Koska en rajannut materiaalin määrää, enkä optimoinut materiaalin kokoa, kärsin sivustoni hitaudesta työstövaiheessa.

Rakensin etusivulle itsestäni esittelyvideon projektin aikana. Esittelyvideolla esittelen itseni ja selitän, että portfolioni rakenne perustuu taitoihini ja mielenkiinnon kohteisiini. Videon tavoite on, että käyttäjä näkee minut, tutustuu minuun ja muistaa minut. Helpotan tällä myös kiireisen käyttäjän sivuston tutkimista. Suunnitellessani etusivuani päätin, että etusivu käsittelee pääasiassa minua ja siksi suunnitellessani videon, päätin että myös video käsittelee minua. Nyt olen kuitenkin sitä mieltä, että minun olisi kannattanut esitellä samalla videolla lyhyesti myös töitani. Tällöin olisin keventänyt kiireisen käyttäjän tutkimista enemmän.

Toteutin keräämästäni 20 saavutettavuuden periaatteen listasta 19 kriteeriä. En täytä kriteeriä, jonka mukaan ammattisanasto tulee olla selitettynä auki. Sivustollani käytän käsitteitä showreel, Procreate, Photoshop, käyttöliittymä ja ISO216 -standardi, ilman että olen selittänyt niitä. En kokenut näiden termien selittämistä tarpeelliseksi, koska kyseessä on visuaalinen portfolio, jonka avulla haen visuaaliselle alalle. Toteutin 95% itselleni asettamastani tavoitteesta ja olen hyvin tyytyväinen portfoliooni.

Lähteet

Abramov, V. 2022. WHAT IS A SHOWREEL, AND WHAT IS IT FOR? CREATION, CONTENT, AND DURATION. Blogi. Saatavissa: <https://zelios.agency/what-is-show-reel/> [Viitattu 22.11.2022].

Active Theory. Saatavissa: <https://activetheory.net/home> [Viitattu 5.10.2022].

Ahjopalo, J. 2015. Selkeä kirjasintyyppi on lukivaikeudesta kärsivälle avainasia – ”Arial ja Times New Roman parhaat”. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-8175887> [Viitattu 14.11.2022].

Aluehallintovirasto. WCAG 2.1: lain vaatimukset. Saatavissa: <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/wcag-2-1/> [Viitattu 15.11.2022].

Bobology. What is a Mouse Over or Mouse Hover? Saatavissa: <https://www.bobology.com/public/What-is-a-Mouse-Over-or-Mouse-Hover.cfm> [Viitattu 22.11.2022].

Bonin, P., Gelin, M., Bugaiska, A. 2013. Animates are better remembered than inanimates: further evidence from word and picture stimuli. Tutkimus. Saatavissa: http://leaderv.u-bourgogne.fr/files/filemanager/users/margaux-gelin/2014_Bonin_Gelin_Bugaiska.pdf [Viitattu 16.10.2022].

Celia. Saavutettavuus. Artikkel. Saatavissa: <https://www.celia.fi/saavutettavuus/> [Viitattu 22.11.2022].

Contentsquare. 2022. 2022 Digital Experience Benchmark Report. Saatavissa: <https://contentsquare.com/insights/digital-experience-benchmark/> [Viitattu 4.11.2022].

Digitoimisto Poutapilvi. Saavutettavuus verkkopalveluissa on huolellista suunnittelua, selkeää kieltä ja käyttäjien huomiointia. Saatavissa: <https://saavutettavuusdirektiivi.fi/saavutettavuus-verkkopalveluissa/> [Viitattu 18.10.2022].

FATbit Chef. How to make people stay on your website for more than 5 seconds? Saatavissa: <https://www.fatbit.com/fab/make-people-stay-website-5-seconds/#comment-form> [Viitattu 13.10.2022].

Fitzgerald, A. 2021. What Is the Average Time Spent On a Website? [+ How to Improve It]. Saatavissa: <https://blog.hubspot.com/marketing/chartbeat-website-engagement-data-nj> [Viitattu 13.10.2022].

Geistler, C. 2013. Designing for User Engagement on the Web. 10 Basic Principles. Oxfordshire: Routledge Publishing. [Viitattu 10.11.2022].

Gustafsson, H. 2015. Esteettömyys ihmisoikeutena. Saatavissa: <https://www.aspa.fi/tietoa-aspasta/ajankohtaista/esteettomyys-ihmisoikeutena/> [Viitattu 22.11.2022].

Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi digitaalisten palvelujen tarjoamisesta sekä sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa annetun lain muuttamisesta. HE60/2018. Saatavissa: <https://finlex.fi/fi/esitykset/he/2018/20180060> [Viitattu 1.10.2022].

Hannukainen, H., Hellberg, P., Teeri, S., Tupala, R. 2019. Aistiesteettömät asumisratkaisut. Koti, jossa on hyvä olla. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Saatavissa: https://issuu.com/satakunnan_ammattikorkeakoulu/docs/2019_b_13_samk_aistiesteettomat_asumisratkaisut [Viitattu 27.10.2022].

Happy Addons. Happy Shape Divider. Saatavissa: <https://happyaddons.com/happy-shape-divider/> [Viitattu 22.11.2022].

Huovila, T. 2006. ”Look” Visualisoi viestisi. Helsinki: Inforviestintä Oy. [Viitattu 14.11.2022].

Invalidiliitto. B. Saatavissa: <https://www.invalidiliitto.fi/saavutettavuus> [Viitattu 28.9.2022].

Invalidiliitto. A. Saatavissa: <https://www.invalidiliitto.fi/esteettomyys> [28.9.2022].

Kinnunen, H. Arter. 2018. Mikä ihmeen käytettävyys? Blogi. Saatavissa: <https://www.arter.fi/mika-ihmeen-kaytettavyys/> [Viitattu 1.10.2022].

Lainas, J. Pop-upien käyttö verkkosivuilla – parhaat käytänteet. Blogi. Saatavissa: <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/pop-upien-kaytto-verkkosivuilla> [Viitattu 22.11.2022].

Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta. 306/2019. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190306> [Viitattu 20.10.2022].

Liu, C., White, W., Dumais, S. 2010. Understanding web browsing behaviours through Weibull analysis of dwell time. Saatavissa: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1835449.1835513> [Viitattu 4.11.2022].

Nielsen, J. 2014. Coordinating User Interfaces for Consistency. Massachusetts: Morgan Kaufmann Publishers. [Viitattu 6.10.2022].

Niemelä, A. Miten ja miksi käytettävyyttä tutkitaan? Johdanto käytettävyyden ja käyttäjäkemuksen tutkimiseen. Blogi. Saatavissa: <https://www.fraktio.fi/blogi/miten-ja-miksi-kaytettavytta-tutkitaan-johdanto-kaytettavyden-ja-kayttajakokemuksen-tutkimiseen> [Viitattu 22.11.2022].

Nngroup. 2006. F-Shaped Pattern For Reading Web Content (original study). Saatavissa: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/> [Viitattu 15.11.2022].

Partakefoods. Saatavissa: www.partakefoods.com. [Viitattu 5.10.2022].

Pernice, K. 2017. F-Shaped Pattern of Reading on the Web: Misunderstood, But Still Relevant (Even on Mobile). Saatavissa: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/> [Viitattu 15.11.2022].

Pietilä, M. 2021. Anglismeista luopuminen ei ole niin vaikeaa kuin luulisi – mutta yksi yllättävä sivuvaikutus sillä on. Blogi. Saatavissa: <https://www.linkedin.com/pulse/anglismeista-luopuminen-ei-ole-niin-vaikeaa-kuin-luulisi-pietil%C3%A4/> [Viitattu 22.11.2022].

Roos Beeldt. Saatavissa: <https://www.roosbeeldt.com/> [Viitattu 5.10.2022].

Saavutettavasti. 2020. Kuvien vaihtoehtoiset tekstit. Saatavissa: <https://www.saavutettavasti.fi/kuva-ja-aani/kuvat/> [Viitattu 22.11.2022].

Schneider, T. 2021. Why update my portfolio if I don't even like my work? Blogi. Saatavissa: <https://vanschneider.com/blog/portfolio-tips/wait-until-youre-ready-and-youll-never-be-ready/> [Viitattu 8.11.2022].

Smashing Magazine. 2011. Typography. Getting the hang of web typography. E-kirja. PDF Drive. [Viitattu 14.11.2022].

Storyboardthat. Wireframe-mallit. Saatavissa: <https://www.storyboardthat.com/fi/articles/b/rautalanka-malleja-ja-oppaita> [Viitattu 22.11.2022].

Tarkiainen, S. 2015. RESPONSIIVISUUS: TRENDISANA, MUTTA MITÄ SE TARKEITTAA JA MITÄ SILLÄ TEHDÄÄN? Blogi. Saatavissa: <https://groteski.fi/responsiivisuus-trendisana-mutta-mita-se-tarkoittaa-ja-mita-silla-tehdaan/> [Viitattu 22.11.2022].

W3C. Guideline 1.4 Distinguishable. Saatavissa: <https://www.w3.org/TR/WCAG21/#distinguishable> [Viitattu 14.11.2022].

W3CAG3.0. 2021. Saatavissa: <https://www.w3.org/TR/wcag-3.0/> [Viitattu 15.11.2022].

Weeks, J. 2020. Building An Accessible Portfolio Website. Blogi. Saatavissa: <https://uxdesign.cc/building-an-accessible-portfolio-website-25d628cb7e5> [Viitattu 20.11.2022].

Wtfdesign. 2019. Väripsykologiaa brändinäkökulmasta. Saatavissa: <https://www.wtfdesign.fi/blogi/varipsykologiaa-brandinakokulmasta> [Viitattu 14.11.2022].

Kuvalähteet

Kuva 1. ja 2. Active Theory. Saatavissa: <https://activetheory.net/home> [Viitattu 5.10.2022].

Kuva 3. ja 4. Roos Beeldt. Saatavissa: <https://www.roosbeeldt.com/> [Viitattu 5.10.2022].

Kuva 5. Hannukainen, H., Hellberg, P., Teeri, S., Tupala, R. 2019. Aistiesteettömät asumisratkaisut. Koti, jossa on hyvä olla. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Saatavissa: https://issuu.com/satakunnan_ammattikorkeakoulu/docs/2019_b_13_samk_aistiesteettomat_asumisratkaisut [Viitattu 27.10.2022].

Kuva 7. Nngroup. 2006. F-Shaped Pattern For Reading Web Content (original study). Saatavissa: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/> [Viitattu 15.11.2022].

Kuvio 2. Liu, C., White, W., Dumais, S. 2010. Understanding web browsing behaviours through Weibull analysis of dwell time. Saatavissa: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1835449.1835513> [Viitattu 4.11.2022].

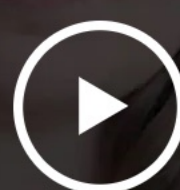
[KOTI](#)[VIDEO](#)[KUVITUS](#)[PELIT](#)[PROJEKTIT](#)[FI](#)

ADA KALLIOMÄKI

portfolio



Ada Kalliomäki esittelyvideo



Katso YouTubessa tästä

Moi! Olen Ada Kalliomäki, 22 -vuotias ja vielä pienen hetken opiskelija Lahden LAB-ammattikorkeakoulun Muotoiluinstituutissa. Opiskelen mediasisällön suunnittelua ja valmistun medianomiksi syksyllä 2022.

Olen täyspäiväinen nörtti ja kissatäti. Harrastuksiini kuuluvat lauta- sekä videopeleistä nautiskelu, salilla hikoilu ja epätoivoinen pyrkimys pitää kasveja hengissä. Vapaa-ajalla toimin myös kissojeni somemanagerina.



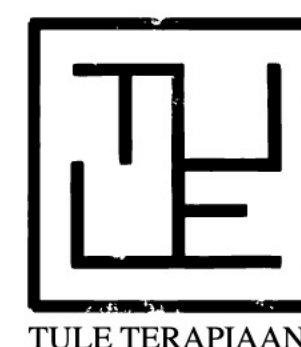
Cloud2 Oy.

"Adan innostus aihetta, kun aihetta kohtaa tekee hänestä pysäyttämättömän moniosaajan alallaan. Suosittelen häntä ehdottomasti sekä graafisiin, että mediasuunnittelutöihin."
-Lotta Näveri



Piggybank Holdings Oy.

"Lopputuloksesta tuli upea. Voin suositella Adaa laaja-alaisesti graafisiin suunnittelutöihin. Poikkeuksellisen innovatiivinen ja lahjakas ammattilainen."
-Pekka Kujala



Tule Terapiaan Oy.

"Ada on tuottanut nettisivuilleni materiaalia. Olen ollut erittäin tyytyväinen työn tulokseen ja sivujen ulkoasuun."
-Tuija Leinonen

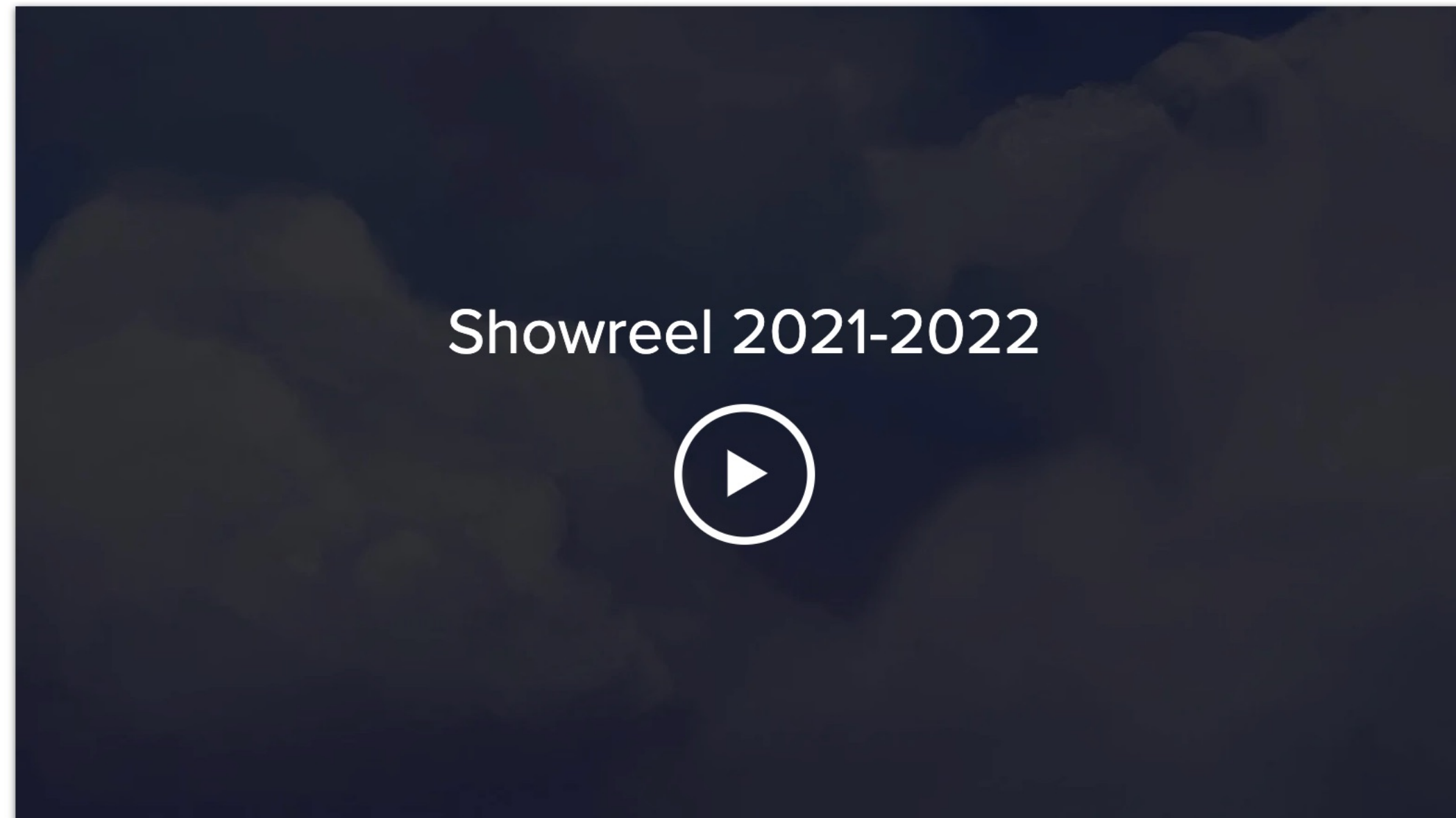
[KOTI](#)[VIDEO](#)[KUVITUS](#)[PELIT](#)[PROJEKTIT](#)[YLÖS](#)

ada.kalliomaki@gmail.com



[KOTI](#)[VIDEO](#)[KUVITUS](#)[PELIT](#)[PROJEKTIT](#)[FI](#)

VIDEO



Showreel 2021-2022

Showreelissa nähtävät videopätkät ovat täysin minun tekemiäni, ellei niitä ole merkattu tähdellä. Tähdellä * merkatut videot on toteutettu yhteistyössä.

Kennoa klikatessasi sivu ohjaa sinut ulkopuoliselle sivulle katsomaan videon.

[KOTI](#)[VIDEO](#)[KUVITUS](#)[PELIT](#)[PROJEKTIT](#)[YLÖS](#)

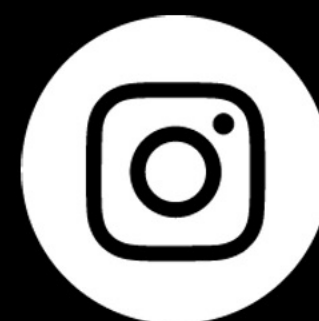
ada.kalliomaki@gmail.com



[KOTI](#)[VIDEO](#)[KUVITUS](#)[PELIT](#)[PROJEKTIT](#)[FI](#) 

KUVITUS

Tarkastele lähempää
klikkaamalla kuvaa



Tutki lisää kuvituksiani

[YLÖS](#) [KOTI](#)[VIDEO](#)[KUVITUS](#)[PELIT](#)[PROJEKTIT](#)

ada.kalliomaki@gmail.com



[KOTI](#)[VIDEO](#)[KUVITUS](#)[PELIT](#)[PROJEKTIT](#)[FI](#)

PELIT



Teeny Weeny Café 2022

Teeny Weeny Café on Finnish Game Jam 2022 tapahtumassa ryhmätyönä tuotettu kahvilasimulaattori. Pelin tarkoituksena on päätellä asiakkaan kuvailun perusteella, mitä asiakas haluaa tilata ja sekoittaa tälle kyseinen juoma.

Työstin pääasiassa pelin taustoja ja käyttöjärjestelmää. Haimme peliin vanhahtavaa mummolaestetiikkaa fantasiaelementeillä. Pysin työstämään taustoja ja suunnittelemaan käyttöliittymää samanaikaisesti, jotta pääsisin tehokkaasti mahdollisimman esteettisesti yhtenäiseen, mutta toimivaan lopputulokseen.

Kuvat ovat minun tuotoksiani kattilanäkymän hyllyn esineitä lukuunottamatta. Logo on lisäsin kimalleanimaation.

Voit nähdä videon pelin toiminnasta [tästä linkistä](#).

[Testaa peliä tästä](#)

LOST CATS

Lost Cats 2021

Lost Cats on Finnish Game Jam 2021 tapahtumassa tuotettu korttipeli. Pelin tarkoitus on kortteja nostamalla etsiä kadonneet kissat. Ensimmäisenä kaikki kissansa löytänyt voittaa pelin.

Peli suunniteltiin yhteistyössä Mika Yösärän kanssa, jonka aivojen tuotosta onkin pelin mekaniikka, sekä korttien kissakuviukset. Lost Cats -pelin ulkonäkö on kuitenkin kätteni töitä. Suunnittelin logon, pelilaudan, korttien ulkonäön sekä sattumakorttien kuvitukset.

Peli on suunniteltu karanteeniystävälliseksi ISO216 -standardin mukaan. Tämä tarkoittaa, että kuka tahansa voi ladata pelitiedoston, tulostaa, leikata ja pelata.

[Testaa peliä tästä](#)

[C]ee 2020

[C]ee on ensimmäinen videopeli, jota olen ollut mukana kehittämässä. [C]ee on pelisuunnittelukurssin lopputyö. Pelaaja liikuttaa pientä hirviöhahmoa ja selvittää erään tieteilijän kartanon salaisuuksia ratkaisemalla tehtäviä.

[C]ee:tä varten kuvitin kaikki taustat sekä kirjoitin pelin tarinan ja mysteerin. Haasteena olikin, että alueita oli useita ja jokainen oli suunniteltava minipelin ympärille.

Ikävä kyllä peli ei ole saatavilla.

[KOTI](#)[VIDEO](#)[KUVITUS](#)[PELIT](#)[PROJEKTIT](#)[YLÖS](#)

ada.kalliomaki@gmail.com

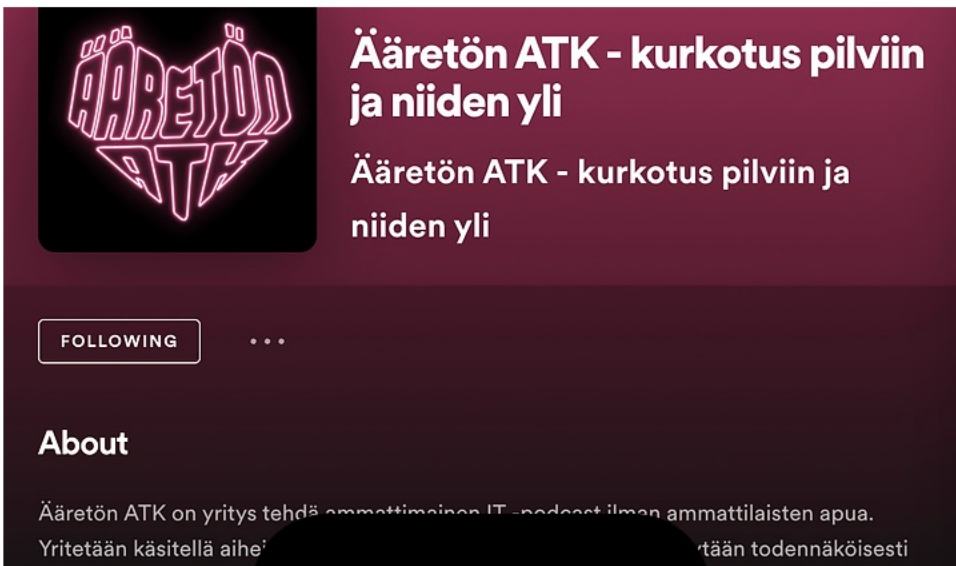


[KOTI](#)[VIDEO](#)[KUVITUS](#)[PELIT](#)[PROJEKTIT](#)[FI](#)

PROJEKTIT

Ääretön ATK - Cloud2 Oy Podcast 2022

Ääretön ATK on Cloud2 Oy:n ikioma podcast, jossa pilviammattilaiset keskustelevat kaikesta ATK:n ja pilven välillä. Toteutin Podcastin Visuaalisen ilmeen ja editoin jatkuvana projektina uudet julkaistavat jaksot.



Itseni Takia -dokumentti 2021

Itseni Takia - dokumentti on Lahden Muotoiluinstituutin mediasisällön suunnittelijoiden ryhmätyönä tehty dokumenttiprojekti, jonka päämäärä on normalisoida kehonmuokkauksia. Projektissa autoin leikkauksessa, editoinnissa ja animoinnissa.



Muotoile Muuntamo 2022

Muotoile muuntamo oli opiskelijoille suunnattu muotoilukilpailu, jonka järjesti Keravan Energia. Kilpailun tarkoituksena oli suunnitella muuntamolle miellyttävä ulkonäöllinen kokonaisuus, joka samalla mainostaa Keravan Energiaa.



Aarni-luontokeskuksen esiselvitys- ja konseptointihanke 2022

Aarnihankkeessa määriteltiin luontokeskukselle lähtökohdat erottuvalle ja immersiiiviselle näyttely- ja kokemusympäristölle. Suunnittelin interaktiivisen fyysisen peliympäristön, jossa käyttäjä oppii tuntemaan turvallisia luonnonyrttejä.



Zineton 2022

Zineton on luova maraton, jossa juoksemisen sijaan tehdään pienlehti eli zine yhden viikonlopun aikana. Zineni "Tämä puoli ylös" nostaa pöydälle kissanomistajuuden kaksi eri puolta.



Järkimagazine n.2017

Järkimagazine eli Järvenpään Lukion opiskelijalehti sai kasvojen kohotuksen, kun nappasimme ysäväni Emilia Karppisen kanssa kiinni nettisivusuunnittelusta. Suunnittelin lehdelle myös useita artikkelikuvia ja piirsin Järkikuvia -sarjakuvasarjaa.

[KOTI](#)[VIDEO](#)[KUVITUS](#)[PELIT](#)[PROJEKTIT](#)[YLÖS](#)ada.kalliomaki@gmail.com