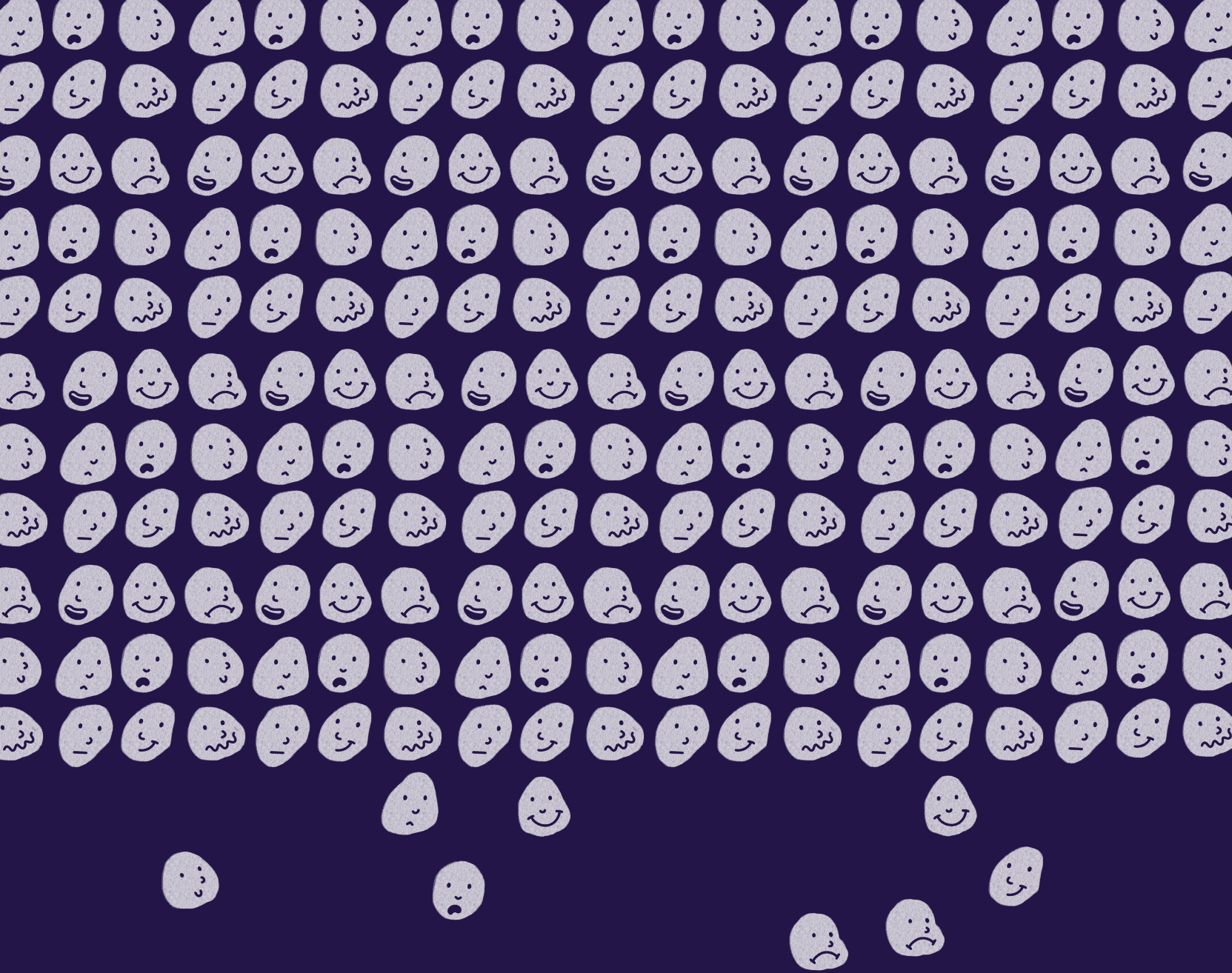




Saavutettavat tunteet

Asiakaslähtöisten suunnitteluprojektien toteutus
saavutettavuuden näkökulmasta

Sara Brax



Sara Brax

*Saavutettavat tunteet – Asiakaslähtöisen suunnitteluprojektin
toteutus saavutettavuuden näkökulmasta*

Pro gradu -tutkielma

Graafisen suunnittelun koulutusohjelma

Kevät 2025



**LAPIN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF LAPLAND**

Lapin yliopisto, Taiteiden tiedekunta

Työn nimi: Saavutettavat tunteet – Asiakaslähtöisten suunnitteluprojektien toteutus saavutettavuuden näkökulmasta

Tekijä: Sara Brax

Koulutusohjelma: Graafinen suunnittelu

Työn laji: Pro gradu -tutkielma

Sivumäärä: 72

Vuosi: 2025

TIIVISTELMÄ

Tutkimus tarkastelee, kuinka graafinen suunnittelija voi ottaa saavutettavuuden huomioon asiakaslähtöisissä suunnitteluprojekteissa. Tutkimuksen keskiössä on viittomakielen tulkkauspalveluja tarjoavalle yritykselle, Trilog Oy:lle, suunnittelutyönä toteutettu pakka tunnekortteja. Erityisessä tarkastelussa tutkimuksessa ovat asiakkaan asettamien tavoitteiden haasteet suhteessa toiveeseen saavutettavasta artefaktista. Trilogille toteutettu projekti toimii taiteellisena produktiona ja tutkimusaineistona tutkimuksessa, jossa projektia analysoidaan saavutettavuuden ja tekemisperusteisen tutkimuksen näkökulmista.

Tutkimuksen tutkimusongelma kuuluu: *Miten graafinen suunnittelija voi ottaa saavutettavuuden huomioon asiakaslähtöisissä suunnitteluprojekteissa?*

Tutkimusongelma jakautuu seuraaviin alakysymyksiin: *Miten saavutettavuus otetaan huomioon graafisen suunnittelun prosesseissa? Miten asiakkaan toiveet ja tarpeet voivat vaikuttaa tavoitteeseen saavutettavasta lopputuotteesta? Millaisia suunnitteluratkaisuja graafinen suunnittelija voi tehdä pyrkiessään sekä miellyttämään asiakasta että toteuttamaan työn tavalla, joka palvelee mahdollisimman montaa erilaista loppukäyttäjää? Miten graafinen suunnittelija onnistuu suunnitteluratkaisuissaan tavalla, joka toteuttaa saavutettavuuden lisäksi myös suunnittelijan omia esteettisiä toiveita ja tavoitteita?*

Tutkimuksen tulosten perusteella graafinen suunnittelija voi pyrkiä saavutettavampaan lopputuotteeseen tekemällä tarkkaan pohdittuja valintoja oman päätösvaltansa ra-

joissa. Mitä tietoisempi graafinen suunnittelija on niistä keinoista, joilla saavutettavuutta voidaan erinäisissä töissä edistää, sitä todennäköisemmin hän pystyy myös keskustelemalla asiakkaan kanssa päätyään saavutettavampiin ratkaisuihin. Tutkimus argumentoi sen puolesta, ettei täydellistä saavutettavuutta todellisuudessa ole olemassa. Saavutettaviin sisältöihin on kuitenkin mahdollista ja tärkeää pyrkiä soveltamalla saavutettavuuden kannalta haasteellisia visuaalisia ilmeitä tavoilla, jotka sallivat lopputuotteen olevan silti tunnistettavissa tietyn yrityksen tuotteeksi.

Tutkimuksella on pyritty tuottamaan tietoa graafisen suunnittelijan saavutettavuuteen liittyvistä työkaluista ja niistä työosista, joihin jokaisen suunnittelijan olisi syytä kiinnittää huomiota, olipa saavutettavuutta mainittu erikseen työnannossa tai ei. Lisäksi tutkimuksella osallistutaan ajankohtaiseen keskusteluun saavutettavuuden korostamisesta digitalisoituneessa yhteiskunnassa ja sen vaikutuksesta graafisten suunnittelijoiden työnkuvaan.

Avainsanat:

saavutettavuus, inklusiivisuus, reflektiivisyys, taiteellinen produktio, tekemisperusteinen tutkimus, asiakaslähtöisyys

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO	7
1.1 Harvoilta kaikille	8
1.2 Toimeksiannosta tutkielmaksi – pro gradun lähtökohdat	8
1.3 Tutkimuskysymys ja tavoitteet	9
1.4 Tutkielman rakenne	9
2 TOIMEKSIANNON JA TUTKIMUKSEN TEORETTISET LÄHTÖKOHDAT	11
2.1 Tekemisperusteinen tutkimus	12
2.2 Saavutettavuus	13
2.3 Inklusiivisuus	15
2.4 Muotojen synnyttämät mielikuvat	16
2.5 Tunteet ja niiden ymmärtäminen	20
3 SAAVUTETTAVUUS SUUNNITTELIJAN NÄKÖKULMASTA	22
3.1 Saavutettavuuden alkulähteillä: Kaikille sopiva suunnittelu	23
3.2 Informaation pelkistäminen kuvaksi	25
3.2.1 Teksti kuvassa	27
3.2.2 Värit kuvassa	31
3.3 Saavutettava kuvitus	34
3.4 Suunnittelijan omat tavoitteet	37
4 REFLECTION-IN-ACTION: TUNNEKORTIT TUKIVIITTOMAOPETUKSEEN	39
4.1 Korttien muotokieli ja kuvitustyylin valitseminen	40
4.2 Silmät sielun peilinä	45
4.3 Symboliikka työkaluna tunteiden visualisoinnissa	47
4.4 Värien haasteet suhteessa saavutettavuuteen ja suunnittelijan ratkaisut	53
4.5 Valmiit tunnekortit	55

5 REFLECTION-ON-ACTION: JOHTOPÄÄTÖKSET JA TUNNEKORTTIEN ANALYSOINTI SAAVUTETTAVUUDEN KONTEKSTISSA	66
5.1 Yhteenveto	67
5.2 Tunnekortit saavutettavuuden kontekstissa	69
5.3 Pohdinta	69
LÄHTEET	72

1 Johdanto

1.1 HARVOILTA KAIKILLE

Saavutettavuus on kiinnostanut minua opintojeni alusta saakka. Pitkäaikaissairaana nuorena huomaan kiinnittäväni päivittäin erityistä huomiota tilanteisiin ja materiaaleihin, joiden saavutettavuudessa ja esteettömyydessä olisi parantamisen varaa. Kenties juuri omat kokemukseni arjen ajoittaisesta haasteellisuudesta ovat ohjanneet minua pohtimaan graafisen suunnittelijan vastuuta saavutettavuuden edistäjänä visuaalisten materiaalien maailmassa.

Saavutettavuus on useimmille itsensänselvyyttä. Perusterveen ihmisen on vaikea asettaa itseään sellaisen ihmisen asemaan, jolle liikkuminen tai puheen tuottaminen on haaste. Siksi pidän äärimmäisen tärkeänä sitä, että saavutettavuudesta ja sen edistämisestä puhutaan, ja sen toteutumiseen liittyvistä ongelmista pidetään meteliä. Graafisilla suunnittelijoilla on erityinen rooli tiedon välittäjinä ja visualisoijina, sillä suunnittelijan tekemillä valinnoilla on suora vaikutus siihen, kuinka monen tieto tavoittaa.

Koen, että minua suunnittelijana painaa vastuu, jonka painon kannan mielelläni. Vastuu siitä, etten sulje ketään ulkopuolelle. Vastuu niiden ihmisten huomioon ottamisesta, jotka ovat jääneet aivan liian pitkäksi aikaa huomiotta. Vastuu paremman ja vastuullisemman kulttuurin edistämisestä omalla alallani. Tekstin koon tai värien kontrastisuhteen tarkistaminen on minulle pieni asia, jonka voin tehdä madaltaakseni kynnystä käyttää suunnittelemaani tuotetta.

Yksikään suunnittelija ei ole täydellinen – kuten tässäkin tutkimuksessa huomataan – mutta jokaiselle tekee hyvää tiedostaa, mitkä

osat prosessissa saattavat olla suunnitellun tuotteen kohderyhmälle niitä ratkaisevia seikkoja, joiden vuoksi tuote jätetään hyllyyn tai verkkosivu suljetaan. Kiinnittämällä huomiota saavutettavuuteen ja inklusiivisuuteen menettämme suunnittelijoina korkeintaan hieman aikaa, tehden samalla jonkun toisen arjesta hieman helpompaa.

1.2 TOIMEKSIANNOSTA TUTKIELMAKSI – PRO GRADUN LÄHTÖKOHDAT

Syksyllä 2023 sain sähköpostiini ilmoituksen, jossa etsittiin graafista suunnittelijaa toteuttamaan tunnekortit viittomakielen kommunikaatio-opetuksen työvälineiksi yhteistyössä Diakonia-ammattikorkeakoulun viittomakielen tulkkiopiskelijoiden kanssa. Ilmoituksessa kerrottiin kommunikaatio-opetuksen luonteesta seuraavaa: ”Kommunikaatio-opetusta tarjotaan puhevammaisen henkilön lähiomaisille, jotta puhevammaiselle henkilölle ja hänen läheisilleen muodostuu yhteinen kieli. Puhetta tukevia ja korvaavia kommunikointimenetelmiä on useita, esimerkkinä tukiviittomat. Tukiviittomat toimivat puheen ymmärtämisen ja kielen kehityksen tukena, ja niitä käytettäessä puheesta viitotaan ainoastaan avainsanat.”

Projektin varsinaisena tilaajana esiteltiin viittomakielen tulkkaus- ja opetuspalveluja tarjoava yritys, Trilog Oy, jonka toimitusjohtajana toimii Kirsi-Marja Mäki. Tunnekorttien kerrottiin olevan olennainen osa tukiviittomaopetusta, ja ensisijaiseksi kohderyhmäksi määriteltiin alakouluikäiset lapset. Projektin osallistuvat tulkkiopiskelijat, Iina Uusitalo ja Outi Ståhlberg, olivat kehittäneet niitä varten konseptin

hahmosta nimeltä Logi. Login tarkoitus on esiintyä jokaisessa kortissa tunteita kuvaavana entiteettinä, jonka muoto on johdettu Trilogin logon O-kirjaimesta, jota yritys käyttää myös merkinä. Korttien etupuoli rakentuu kuvitusta kuvasta ja tunteesta kirjoitetussa muodossa, ja korttien kääntöpuolella on QR-koodi, jonka takaa pääsee katsomaan tunteeseen liittyvän lorun tukiviitottuna. Loru löytyy myös kääntöpuolelta kirjoitetussa muodossa.

Pidin erityisen tärkeänä keskustella heti projektin alkuun siitä, miten olennaista – ja toisaalta oletusarvoista – korttien saavutettavuus ja inklusiivisuus on, kun ne toteutetaan yritykselle, jonka slogan on *Saavutettavuuden asiantuntija*. Toimeksiannossa määriteltiin, että korttien tulee olla yrityksen visuaalisen identiteetin mukaisia, mikä osoittautui kuvitustyötä aloittaessani yhdeksi niistä haasteista, joita tavoite mahdollisimman saavutettavasta tuotteesta asetti projektin toteutukselle.

Toinen haasteista oli itse Logi-hahmon muoto ja sen muokkaaminen käyttötarkoitukseen sopivaksi, pitäen samalla saavutettavuusmielessä. Tutkiessani saavutettavuuteen vaikuttavia tekijöitä ja dokumentoidessani projektin edistymistä, totesin, että projektista ja sen aiheesta olisi ainesta tutkielmaksi saakka. Tällöin päätin alkaa tallentamaan projektin välivaiheita ja dokumentoimaan ajatuksiani ja saavutettavuuteen liittyviä löydöksiä erilliseen tiedostoon.

1.3 TUTKIMUSKYSYMYS JA TAVOITTEET

Opinnäytetyön ensisijaisena tavoitteena on lisätä tietoa saavutettavuuden huomioon otavasta graafisesta suunnittelusta erityisesti

asiakaslähtöisten suunnitteluprojektien kontekstissa. Tutkimuksen avulla toivon tarjoavani graafisille suunnittelijoille uusia näkökulmia saavutettavuuden suhteen, sekä erilaisia keinoja saavutettavuuden ja inklusiivisuuden edistämiseksi asiakaslähtöisissä projekteissa.

Pro gradu –tutkielmani tutkimuskysymys on: *Miten graafinen suunnittelija voi ottaa saavutettavuuden huomioon asiakaslähtöisissä suunnitteluprojekteissa?* Tutkimuskysymys jakautuu seuraaviin alakysymyksiin: *Miten saavutettavuus otetaan huomioon graafisen suunnittelun prosesseissa? Miten asiakkaan toiveet ja tarpeet voivat vaikuttaa tavoitteeseen saavutettavasta lopputuotteesta? Millaisia suunnitteluratkaisuja graafinen suunnittelija voi tehdä pyrkiessään sekä miellyttämään asiakasta että toteuttamaan työn tavalla, joka palvelee mahdollisimman montaa erilaista loppukäyttäjää? Miten graafinen suunnittelija onnistuu suunnitteluratkaisuissaan tavalla, joka toteuttaa saavutettavuuden lisäksi myös suunnittelijan omia esteettisiä toiveita ja tavoitteita?*

Tutkimuskysymystä valottaakseni tarkastelen tutkielmaa varten toteutettua taiteellista produktiota, suunnitteluprojektia Trilogille, hyödyntäen analyysimenetelmänä tekemisperusteista tutkimusta, johon sisältyvään reflektiivisyyteen ja reflektiiviseen toimintaan kiinnitän erityistä huomiota.

1.4 TUTKIMUKSEN RAKENNE

Tutkimuksen alussa kerron, miksi päätin lähteä kirjoittamaan pro gradu –tutkielmaani saavutettavuuden ympärille. Työelämääni suunnittelejana, joka on ollut lapsesta saakka kroonisesti sairas, ymmärrän kenties

hieman omakohtaisemmin, miten valtava merkitys saavutettavuuden huomioon ottamisella on yhteiskunnassa, jossa kaikilla ei ole yhtäläisiä lähtökohtia tai mahdollisuuksia toimia.

Kerron toisessa luvussa tutkimukseen olennaisesti liittyvistä teoreettisista näkökulmista, sekä avaan käsitteitä, joiden ymmärtäminen on olennaista tutkimuksen ymmärtämisen kannalta. Molly Bangin teos muotojen ja väriyhdistelmien synnyttämistä mielikuvista toimii eräänlaisena ponnahtauslautana sekä taiteelliselle produktiolle että tutkimustyön aiheen valitsemiselle. Ennen teoksen lukemista en ollut tullut ajatelleeksi, miten valtavan paljon ihmisen primitiivisillä uskomuksilla ja reaktioilla on merkitystä, kun halutaan luoda tunteita herättäviä kuvia ja kuvituksia. Toisessa luvussa kerron myös, mitä tarkoitamme puhuessamme tunteista, ja avaan lasten tunteiden tunnistamiskykyyn liittyvää tutkimusta.

Kolmannessa luvussa käsittelen saavutettavuutta graafisen suunnittelijan näkökulmasta ja vastaan tutkimuskysymyksiin: *Miten saavutettavuus otetaan huomioon graafisen suunnittelun prosesseissa?* ja: *Miten graafinen suunnittelija onnistuu suunnitteluratkaisuisaan tavalla, joka toteuttaa saavutettavuuden lisäksi myös suunnittelijan omia esteettisiä toiveita ja tavoitteita?*

Universaali design ja sen käytännöt liittyvät olennaisesti siihen, millaiseksi ilmiöksi saavutettavuus ja sen tavoittelu ovat muodostuneet modernissa yhteiskunnassa, minkä vuoksi pidän tärkeänä kertoa tässä luvussa liikkeestä ja sen alkutekijöistä. Kerron WCAG-ohjeistukseen nojaten, miten graafinen suunnittelija voi edistää saavutettavuutta toisinaan kiinnittämällä erityistä huomiota tekstiin

ja väreihin kuvissa. Käytännön ohjeistusten lisäksi pohdin luvussa saavutettavan kuvituksen verraten tuoretta ja vielä tarkasti määrittelemätöntä käsitettä, sekä suunnittelijan omien tavoitteiden toteutumista suhteessa tavoitteeseen saavutettavasta lopputuotteesta.

Neljännessä luvussa siirryn käsittelemään itse taiteellista produktiota. Kartoitan työskentelyprosessiin liittyneitä ajatuksiani ja erityisesti saavutettavuuteen liittyneitä haasteita. Kerron prosessin alusta ja kuvitustyylin valitsemiseen liittyneestä tarkasta harkinnasta suhteessa toiveeseen saavutettavasta lopputuotteesta. Kerron muotoseikoista, jotka nojaavat vahvasti Molly Bangin teokseen ja avaan tapoja, joilla olen hyödyntänyt symboliikkaa tunteiden kaltaisten melko abstraktien asioiden kuvittamiseen. Huomaan tutkimuksessani, että symboliikalla on valtava merkitys pelkistäessämme monimutkaisia ilmiöitä kuvan muotoon. Luvussa vastaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin: *Miten asiakkaan toiveet ja tarpeet voivat vaikuttaa tavoitteeseen saavutettavasta lopputuotteesta? Millaisia suunnitteluratkaisuja graafinen suunnittelija voi tehdä pyrkiessään sekä miellyttämään asiakasta että toteuttamaan työn tavalla, joka palvelee mahdollisimman montaa erilaista loppukäyttäjää?*

Viidennen luvun aloitan yhteenvedolla, jossa tarkastelen kootusti tutkimuksen tuloksia ja siihen liittyneitä oivalluksia, minkä jälkeen tarkastelen tunnekortteja vielä kertaalleen saavutettavuuden kontekstissa kuukausien kuluttua työn loppuun saattamisesta, ns. uusin silmin. Tutkielman päättää luku 5.3, joka sisältää pohdintaa itse tutkielmasta sekä potentiaalisen jatkotutkimuksen toteuttamisesta.

2 Toimeksiannon ja tutkimuksen teoreettiset lähtökohdat

2.1 TEKEMISPERUSTEINEN TUTKIMUS

Käytän tutkimuksen analyysimenetelmänä tekemisperusteista tutkimusta eli tekemällä tutkimista. Tekemisperusteinen tutkimus soveltuu analyysimenetelmäksi tutkimuksiin, joissa menetelmän valintaa määrittelevinä avainsanoina toimivat esimerkiksi prosessin kuvaaminen ja tutkiminen, produkti, mallit ja mallinnukset, reflektio, projektit ja kokemuksellisuus (Anttila, 2006, s. 423). Koska tutkimukseeni sisältyy taiteellinen produktio Trilogille toteutettujen tunnekorttien muodossa, näen tekemisperusteisen tutkimuksen luonnollisena valintana tutkimukseeni analyysimenetelmäksi.

Tekemisperusteisen tutkimuksen kaltaisessa subjektiivisesti orientoituneessa taiteellisen prosessin tutkimuksessa keskeisinä käsitteinä voidaan pitää kolmea vuorovaikutuksessa olevaa tekijää. *Tekijä* on itse luovan teon toteuttava persoona. *Luova teko* on toimintaa, johon sisältyvät teon välineet, teon suunnittelu ja teon toteuttamisen prosessi. Lopullinen tuote, eli teon tulos, on nimeltään *artefakti*. Artefaktina voidaan pitää käytännössä mitä tahansa luovan teon seurauksena syntynyttä tuotosta, esimerkiksi rakennusta, maalausta, käyttöesineitä tai palvelua. (Anttila, 2006, s. 101.) Tässä tutkimuksessa tekijänä toimin minä itse, luovana tekona tunnekorttien suunnitteluprosessi ja artefaktina valmiit tunnekortit.

Aktiivinen dokumentaatio on tekemisperusteisen tutkimuksen elinehto. Sen avulla saadaan näkyväksi luovan prosessin aikana esiin nousseet muutokset ja haasteet, sekä opitaan ymmärtämään tekemisen luonnetta. Dokumentaation ja jatkuvan tekemisen

luonteen tietoisien tarkastelun ansiosta esille kohonneet ongelmat voidaan pyrkiä ratkaisemaan jo projektin varhaisessa kehitysvaiheessa. Aktiivisen dokumentoinnin tuloksena tulisi olla tekstillinen ja kuvallinen aineisto, joka tukee kriittistä arviointia ja antaa mahdollisuuden keskustella aiheesta muiden asiantuntijoiden ja tutkimusaineistojen kanssa. (Anttila, 2006, s. 426.)

Tekemisperusteisen tutkimuksen teorian keskiössä ovat reflektiivisyys ja reflektiivinen toiminta. Reflektiivisyydellä viitataan jonkin tilanteen havaitsemiseen sosiaalisesti tapahtumaksi niin, että siinä tapahtuu ihmisten välistä vuorovaikutusta (Anttila, 1996). Toisin sanoen reflektiivisyydellä tarkoitetaan kaikkia tilanteita, joita käytännössä tapahtuu, sekä sellaista mielen toimintaa, joka kääntyy tavalla tai toisella ihmisen sisimpään. Anttila (2006, s. 77–78) pitää tärkeänä huomauttaa, ettei mieli toisaalta voi koskaan täydellisesti havainnoida omaa toimintaansa, minkä vuoksi todellinen käsitys omista ajatuksista edellyttää aina jonkinlaista epäsuoraa havainnointia.

Yhtä tärkeää kuin oman itsensä ja ajatustensa täydellisen tarkastelun vaikeuden huomioon ottaminen on vetää selkeä ero reflektiivisyyden ja reflektion välille. Siinä missä reflektiivisyydellä viitataan usein tilanteisiin, joissa ihmiset eivät välttämättä tiedosta toteuttavansa reflektiivistä toimintaa, reflektiolla viitataan tarkoituksenmukaiseen itsen ja toiminnan tarkasteluun. Merriam-Webster-sanakirjassa "reflektio" määritellään "aiheasian, idean tai tarkoituksen huomioon ottamisena", sekä "mielipiteen tai huomion muodostamisena huolellisen harkinnan jäl-

keen” (Merriam-Webster Dictionary, 2024). Reflektioon sisältyy siis olennaisena osana tarkoituksellinen toiminta, jonka kautta etsitään tietoa tai muodostetaan huomioita ja mielipiteitä.

Reflektiivistä toimintaa puolestaan voi tarkastella kahdella tapaa: tiukasti jäsenyneenä ongelmanratkaisuna tai vapaana luovan toiminnan prosessina. Se voi olla ryhmän kanssa tapahtuvaa tai henkilökohtaista, jolloin kyse on itsereflektiosta, itseymmärryksestä. (Anttila, 2006, s. 78.)

Tekemisperusteisen tutkimuksen teoriassa erotetaan toisistaan luovan prosessin sisältä ja ulkoa tapahtuva reflektointi. *Reflection-in-action* viittaa prosessin luovan tekijän omaan reflektointiin. *Reflection-on-action* puolestaan viittaa prosessin reflektointiin sen kontekstissa. *Reflection-in-action* pitää sisällään toiminnan, näkyviin nousseen hiljaisen tiedon, tehtyjen muutoksien ja muuttuneiden toimintamallien ja mielikuvien reflektoinnin prosessin aikana. *Reflection-on-action* puolestaan harjoitetaan silloin, kun pohditaan luovaa prosessia ja sen lopputulosta suhteessa siihen kontekstiin, jossa se on toteutettu. Tällöin pohditaan tekemisen merkitystä projektiin kokonaisuudessaan, sekä sen merkitystä ja seuraamuksia tulevaisuudessa. (Emt., s. 424–425.)

Donald Schönin reflektiivisen toiminnan teoria (1983) painottaa ongelman asettamista ja sen ratkaisua erilaisin reflektiivisin menetelmin. Teorian ydinajatuksena voidaan pitää ideaa siitä, että toiminta pyrkii muovaamaan tilanetta tarkoituksen mukaan, ei koettelemaan tekijänsä ymmärrystä (ks. Anttila, 2006, s. 424).

Siinä, missä normiksi muodostunut tapaa tehdä tutkimusta, ns. tekninen rationaalisuus (engl. *technical rationality*), on muodos-

taa tutkimuskysymys ja etsiä vastaus siihen olemassa olevasta tieteellisestä tutkimustiedosta, reflektiivinen toiminta hakee ratkaisuja tilanteisiin kokeilemalla ja suorittamalla. Teoria painottaa myös tutkijan itsensä hiljaista tietoa vetoamalla siihen, ettemme usein osaa selittää syytä sille, miksi tiedämme jonkin asian olevan tietyllä tavalla. Tietomme voidaan katsoa olevan sisäänrakennettu toimintaamme. Tästä Schön käyttää nimitystä *knowing-in-action*, joka voitaisiin suomentaa toimintaan sisältyvänä tekijän hiljaisena tietona. (Schön, 1983, s. 21–54.)

Schön (1983, s. 49) painottaa, että tekemisperusteinen tutkimus ja siihen liittyvä reflektiivinen toiminta avaavat tutkijoille mahdollisuuksia uudelleenlaisiin johtopäätöksiin ja tuloksiin, jotka eivät ole saavutettavissa yksin teknisen rationaalisuuden keinoin. Reflektiivisellä tekemisperusteisella tutkimuksella on mahdollista saavuttaa *reflection-in-action* ja *knowing-in-action* taiteellisten ja intuitiivisten prosessien, kuten graafisen suunnittelun, takana.

2.2 SAAVUTETTAVUUS

Nyky-yhteiskunnassa työtään tekevän graafisen suunnittelijan tulee olla selvillä saavutettavan suunnittelun periaatteista. Saavutettavuuden ja inklusiivisuuden tärkeyttä korostetaan erityisesti verkkoympäristöissä, mutta yhtä tärkeää on suunnitella painotuotteita, jotka soveltuvat mahdollisimman monelle käyttäjälle.

Saavutettavuus sekoitetaan usein esteettömyyteen. Vaikka molemmilla on sama tavoite, eli edistää monimuotoisuutta ja mahdollistaa palveluiden käytettävyys mahdolli-

simman monelle, esteettömyydellä viitataan fyysisten paikkojen, kuten kirjastojen, suunnitteluun niin, että kuka tahansa pystyy kulkemaan rakennuksessa riippumatta esimerkiksi pyörätuolin käytöstä (THL, 2023). Toisin sanoen tiloissa liikkumisen ja tilojen sisältämien palveluiden hyödyntämisen täytyy olla esteetöntä.

Saavutettavuudella puolestaan viitataan usein pääasiassa digitaalisiin ympäristöihin, mutta myös painettujen medioiden ymmärrettävyyteen. Terveystieteiden ja Hyvinvoinnin Laitos määrittelee saavutettavuuden tarkoittavan esimerkiksi nettisivuston käytettävyyden huomioiden siten, että kaikki pystyvät yhtäläisesti käyttämään sitä arjessaan sekä ymmärtämään sen sisällön (THL, 2023). Aluehallinto puolestaan esittää saavutettavuuden sisältävän teknisen saavutettavuuden, helppokäyttöisyyden ja sisällön ymmärrettävyyden (Aluehallinto, n.d.).

Saavutettavuuteen kiinnitetään 2020-luvulla enemmän huomiota kuin koskaan aikaisemmin. Aiheesta voi lukea niin lehdistä kuin korkeakoulujen pääsykoetehtävistä, mutta julkisessa keskustelussa korostuvat valittavan usein saavutettavuusvaatimukseen liittyvät ongelmat, joita ne aiheuttavat eri toimijoille.

Hyvänä esimerkkinä voidaan pitää Helsingin Sanomien juttua *Digipalvelulaki velvoittaa tekstittämään videot, viranomaiset kokevat sen työlääksi – ”Kun kyse on koronasta, niin tekstityksellä varustettu informaatio tulisi saada mahdollisimman pian”* (2021). Juttu käsittelee uuden digipalvelulain suhdetta viranomaisstahojen viitseliäisyyteen. Artikkelin mukaan vuonna 2019 voimaan tullut laki velvoittaa tekstittämään viranomaisstahojen videot, mutta hallinnoissa tekstittäminen koetaan turhan työlääksi. Laissa määritellään, että vi-

deiden tekstittäminen on suoritettava kahden viikon sisällä julkaisuajankohdasta, joten osa toimijoista pyrkii kiertämään lakia poistamalla julkaistut sisällöt julkisesta jakelusta ennen kahden viikon määräajan täyttymistä.

Toisessa vaakakupissa painaa siis helpous, toisessa viranomaistiedon saavutettavuus. Edellä mainitun artikkelin mukaan n. 750 000 suomalaisella on jonkinasteinen kuulonalenema, joten kyse on valtavasta joukosta ihmisiä, jotka eivät viranomaisten viitseliäisyyden vuoksi pääse saman tiedon äärelle, jonka saavuttaminen on valtaosalle kansasta itsensänselvyyttä. Saavutettavuuden ajamisessa kyse on nimenomaan palvelujen tuomisesta lähelle niitä ihmisiä, jotka on liian pitkäksi aikaa jätetty tiedon ulkopuolelle – siksi on häpeällistä, että laillista veloitetta tehdä sisällöistä saavutettavampia kierretään helppouden nimissä.

Kansainvälisemmällä tasolla saavutettavuutta verkkoympäristöissä varmistaa mm. vuonna 2016 voimaan astunut Euroopan Unionin saavutettavuusdirektiivi, joka koskee julkisen sektorin elinten verkkosivustojen ja mobiilisovellusten saavutettavuutta (Euroopan Unionin virallinen lehti, 2016). Direktiivin tarpeellisuutta perustellaan pääasiassa digitaalisen yhteiskunnan kehittymisellä ja näin ollen tarpeella kehittää digitaalisten tuotteiden ja palvelujen saavutettavuutta. Suomessa voimassa oleva digipalvelulaki perustuu pitkälti Euroopan Unionin direktiiviin saavutettavuudesta.

Suunnittelijan näkökulmasta saavutettavuutta voidaan edistää monella tavalla. Suunnittelijalla on ensisijainen vastuu siitä, että esimerkiksi mainoksen värit, kuvat ja sanoma tulevat esille tavalla, joka mahdollistaa lopputuloksen ymmärtämisen mahdollisimman monelle. On

totta, että graafinen suunnittelija harvemmin toteuttaa kokonaisia projekteja yksin, jolloin myös asiakkaan ja mahdollisen esihenkilön toiveet on otettava huomioon. Tällöin suunnittelijalta vaaditaan erityistä tietoa saavutettavuudesta ja sen edistämisestä, jotta lopullinen tuote vastaa mahdollisimman moneen saavutettavuutta koskevaan tavoitteeseen. Tavoitteet vaihtelevat usein tuotetun työn kohderyhmän mukaan – mikäli kohderyhmään kuuluu esimerkiksi lukihäiriöistä kärsiviä ihmisiä, tulee sällön olla mahdollisimman selkeää, ytimekästä ja yksinkertaista (Aluehallinto, n.d.).

Saavutettavuus liittyy keskeisesti universaalin designin periaatteeseen, jota käsitellään tarkemmin luvussa 3.1. Tiivistetysti ilmaistuna universaalin designin periaatteessa on kyse erilaisten käyttäjien huomioimisesta jo suunnitteluprosessin alusta asti (Aluehallintovirasto, n.d.).

2.3 INKLUSIIVISUUS

Inklusiivisuudella viitataan ajatukseen ihmisten yhdenvertaisuudesta, mukaan kuulumisesta ja osallistamisesta yhteiskunnassa (Sitra, n.d.). Inklusiivinen suunnittelu ottaa huomioon ihmiset, jotka saattaisivat muuten jäädä ulkopuolelle tai tulla marginalisoiduiksi, eli kulttuurista ja yhteiskunnasta vieraannetuiksi. Hyvänä esimerkkinä tästä voidaan pitää mainoskampanjaa varten toteutettua kuvitusta, jossa esiintyy eritoutuisia, eri uskontokuntiin kuuluvia, erinäköisiä ja erilaisia vammoja omaavia ihmisiä. Tällaista mainosta voidaan pitää inklusiivisena.

Puhuttaessa inklusiivisesta suunnittelusta on otettava huomioon, ettei kyse ole

muuttumattomista kriteereistä, vaan jatkuvasti kehittyvästä filosofiasta. Jotta mahdollisimman monelle sopivia ympäristöjä, palveluja ja tuotteita voidaan suunnitella, suunnittelu-
prosessien täytyy olla jatkuvassa muutoksen ja vastaanottavuuden tilassa tiedon ja monikulttuurisuuden lisääntyessä. Toisin sanoen esimerkiksi kymmenen vuotta sitten kirjoitetut ohjeistukset saavutettavuuden ja inklusiivisuuden huomioon ottamisesta eivät välttämättä päde enää. (Persson ym., 2014, s.5.)

Tunnekorttien suunnitteluprosessissa Trilogin edustajat painottivat inklusiivisuuden ja tietynlaisen neutraaliuden tärkeyttä korttien visuaalisessa muotoilussa. Yritys ei halunnut karkottaa lapsia ja nuoria materiaalin ääreltä liian voimakkaasti sukupuolittuneella tai rodullistetulla kuvituksella. Toisin sanoen tavoitteena oli saavutettavuuden lisäksi mahdollisimman inklusiivinen muotoilu.

Inklusiivista lopputulosta tavoiteltiin korttien muotoiluprosessissa mm. päättämällä, että korteissa esiintyvä päähahmo, Logi, olisi muodoltaan ns. epäihmismäinen olento, joka kuitenkin pystyisi ilmentämään tunteita kasvoillaan ja kehollaan. Kokonaan uudenlainen olento ei voisi sulkea ketään ulkopuolelle – päinvastoin hahmon erikoisen muodon ajateltiin olevan omiaan herättämään erityisesti pienimpien lasten mielenkiinto kortteja kohtaan. Login erilainen muoto edesauttoi myös saavutettavuutta siinä määrin, että hahmo oli helppo erottaa ja tunnistaa muista korteissa esiintyvistä hahmoista.

Pyrin ottamaan inklusiivisuuden huomioon myös korttien taustahahmoina esiintyvien ihmislasten kuvittamisessa tekemällä jokaisesta lapsesta erinäköisen. Vaihtelin ih-

mishahmojen ulkonäköä – ihonväriä, hiuksia ja kokoa – pyrkimyksenäni säilyttää samalla korttien yhtenäinen ilme. Kriittisyyden ja läpinäkyvyyden tähden on huomioitava jälkepäin, että inklusiivisuutta olisi lisännyt esimerkiksi erilaisiin uskontokuntiin kuuluvien tai erilaisia vammoja omaavien ihmisten kuvaaminen korteissa. Toisaalta voidaan pohdita sitä, olisiko tämä johtanut ajatukseen siitä, miksi vain tietyt uskontokunnat tai vammat ovat edustettuina korteissa – kuten Persson, Åhman, Yngling ja Gulliksen (2014, s.18–20) toteavat tutkimuksessaan, hyvän saavutettavuuden tai inklusiivisuuden toteutumiseksi ei ole olemassa tarkkaan määriteltyä yksittäistä vaatimusta.

2.4 MUOTOJEN SYNNYTTÄMÄT MIELIKUVAT

Molly Bang kirjoittaa teoksensa *Picture This: How Pictures Work* (2016, s. xiii–3) ensiaukeamalla siitä, miten kuvan ja yksittäisten muotojen emotionaalinen tulkinta riippuu aina kontekstista, jossa kuvaa tai muotoja tulkitaan. Teoksessaan Bang käy läpi kuvan muodostamisen prosessia, sekä tunteita ja ajatuksia, joita tietynlaiset muodot herättävät. Teoksen sisältämä teoria on ollut merkittävässä roolissa Logi-hahmon muodon suunnitteluprosessissa.

Bangin mukaan pyöreät ja pehmeät muodot koetaan kutsuvina ja lohdullisina (2016, s. 3–9). Mitä terävämpi ja suurempi muoto puolestaan on, sen uhkaavampi ja pelottavampi on tulkinta kuvasta (emt, s. 26). Lapsille ja nuorille suunnatuissa kuvituksissa kannattaa siis jo tästä syystä pitäytyä pehmeämmissä muodoissa ja viivoissa, jotta

kuvan tunnelma ja kokemus kuvasta on mahdollisimman positiivinen.

Runsaasti erilaisia elementtejä sisältäviä kuvia katsoessamme miellämme usein samat muodot kuuluvaksi samaan ryhmään: sama pätee myös elämään kuvien ulkopuolella. Aivomme yhdistävät asiat toisiinsa, koska niiden samankaltainen muoto saa meissä aikaan *tunteen* niiden yhteenkuuluvuudesta. (Emt., s. 14.)

Alkaessani suunnittelemaan tunnekorttien ilmettä, pohdin aluksi, voisiko Trilogin merkin muoto toistua Logi-hahmon pään lisäksi myös hahmon taustalla erilaisina elementteinä. Ajattelin, että merkki voisi toimia tunteesta ja kuvituksesta riippuen esimerkiksi tuolina, maan pinnan muotona tai pilvenä. Luettuani Bangin teoksen tulin kuitenkin siihen tulokseen, ettei merkin käyttäminen muissa yhteyksissä ollut kannattavaa – sen lisäksi, että valinta olisi heikentänyt Login tunnistettavuutta korttien päähahmona, se olisi saattanut lähettää myös ristiriitaisia viestejä Login ja taustaelementtien yhteenkuuluvuudesta. Samalla olisin tarkoituksettomasti nostanut taustaelementtien merkitystä suhteessa muihin kuvituselementteihin.

Myös muotojen kokosuhteilla voidaan vaikuttaa merkittävästi kuvan tunnelmaan ja tulkintaan kuvasta. Mikäli muut elementit kuvassa ovat huomattavasti kuvan päähahmoa suurempia, muut elementit tulkitaan uhkavina suhteessa päähahmoon. Syy tulkintaan on varsin alkukantainen pelko, joka perustuu ihmisen omaan arvioon selviytymisestä kookasta uhkaa vastaan. Syntyy tunne ahdistuksesta, stressistä ja voimattomuudesta: kuvan päähahmon pienentyessä katsoja voi kokea pienentyvänsä itse. Vastaavasti päähahmon

ollessa suurempi suhteessa muihin kuvan elementteihin, emme pelkää sen puolesta vaan tulkitsemme sen olevan niin sanotusti tilanteen päällä. (Bang, 2016, s. 18–20.)

Mikäli kuvan tulkinnan kannalta on toivottavaa, että tulkitsija samaistuu tiettyyn hahmoon, kannattaa se tuoda lähemmäs tulkitsijaa. Toisin sanoen hahmoa ei tällöin kannata piirtää metsäiseen kuvaan puiden taakse tai kauas horisonttiin, vaan etualalle. Etualalla olevaa hahmoa kohtaan katsoja tuntee yhteenkuuluvuutta ja lämpöä. Kaukana oleva hahmo puolestaan tuntuu yhdentekevältä ja kylmältä, osalta taustahälinää. (Emt., s. 22.)

Bang jakaa kuvan muodostamisen kahdeentoista periaatteeseen, joista neljä ensimmäistä liittyy painovoimaan ja kaikkien asioiden luonnollisiin tiloihin ja vuorovaikutuksiin. Ensimmäisen periaatteen mukaan tasaiset, horisontaaliset muodot herättävät mielikuvia rauhasta ja tasapainosta – muodot, jotka makaavat vaakatasossa eivät uhkaa kaatua päälle. Toisen periaatteen mukaan vertikaaliset muodot ovat jännittävämpiä, aktiivisempia ja ns. maan painovoimaa vastaan pullikoivia. Ne viestivät energiasta ja ylös kurkottamisesta, tahdonvoimasta ja suuruudesta. (Bang, 2016, s. 52–57.)

Kolmas periaate esittää diagonaaliset muodot dynaamisina, koska ne viittaavat liikkeeseen tai liikettä edeltävään jännitykseen, kuten luonnossakin. Näemme diagonaaliset muodot usein putoavina tai kaatuvina, jonain sellaisena, joka uhkaa muuttaa asioita. Muutokseen voi liittää positiivisia tai negatiivisia tunteita riippuen siitä, millainen kuvan katsojan sen hetkinen olotila ja maailmankuva on. (Emt., s. 58–68.)

Neljännisen periaatteen mukaan kuvan ylempi puolisko on rauhalle, onnellisuudelle

ja voimalle pyhitetty tila, minkä vuoksi henkisyttä ilmentävissä kuvissa objektit sommitellaan usein ylös. Inhimillisestä näkökulmasta ollessamme ylempänä, olemme parhaassa taktisessa asemassa mahdollisiin uhkiin nähden. Vastaavasti kuvan alaosa tuntuu uhkavammalta, painavammalta, surullisemmalta ja rajoittuneemmalta yläosaan nähden. Toisaalta alaosassa olevat objektit voidaan yhdistää maanläheisyyteen. Myös useat tutut sanonnat, kuten ”olla maassa” vahvistavat osaltaan kulttuurista kokemusta alhaalla olemisen huonommuudesta. (Emt., s. 69–73.)

Näitä edellä mainittua neljää periaatetta käytetään kuvan muodostamisessa aina yhdessä, ja kuten kaikkeen muuhunkin, myös niihin liittyy konteksti. Jokainen periaate on itsessään melko yksinkertainen, mutta kun niitä yhdistellään kuvaa muodostaessa, olemmekin yhtäkkiä huomattavasti vaikeammin tulkittavan kokonaisuuden edessä. Jokainen kuvassa oleva elementti vaikuttaa muihin elementteihin muokaten toisinaan niiden herättämiä mielikuvia dramaattisillakin tavoilla. Tästä syystä vahvasti painovoiman vaikutukseen nojaavien periaatteiden lisäksi teoksessa esitellään myös kahdeksan muuta periaatetta, jotka liittyvät kuvaan sen omana maailmana. (Emt., s. 73–76.)

Viidennen periaatteen mukaan sivun keskiosa on paikka kuvan vaikuttavimmille elementeille, sillä keskiosa on voimakkaimmin katsettamme janoava kohta kuvassa. Bangin mukaan kuvan keskellä oleva elementti voi olla kuinka merkityksetön tai merkityksellinen tahansa, mutta fakta on siitä huolimatta se, että ihmisen on vaikea olla katsomatta kuvan keskipistettä ja pitämättä sitä erityisen tärkeänä tarinalle. Periaatteen paikkansapitävyyden Bang todistaa teoksessaan esittämällä, miten

kuvan koko tunnelma muuttuu, kun aiemmin sen keskellä ollut huomiota herättävä punainen kolmio siirretään yhteen kuvan reunoista. Muutos punaisen kolmion sijainnissa saa uuden kuvan vaikuttamaan dynaamisemmalta, ikään kuin kolmio olisi liikkeessä, kenties matkalla kohti kuvan keskustaa. Bang painottaa emotionaalista responsia kuvaan, ja esittää, että kuvan keskellä olevat elementit vaikuttavat tunteisiimme eniten. (2016, s. 76–78.)

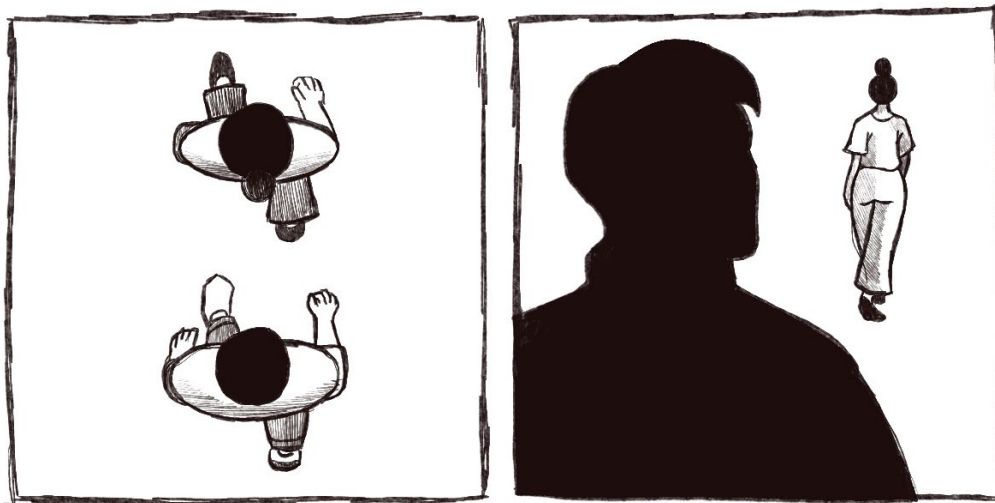
Vastaavasti kuvan reunat ja kulmat ovat ns. kuvamaailman reunoja kulmia: mitä lähempänä elementit ovat kuvan reunoja, sitä suurempi jännitys (engl. *tension*) niihin liitetään. Bang huomauttaa, että jännityksen ja erilaisten reunojen liiton voi nähdä kuvamaailman lisäksi kielessämme, joka sisältää runsaasti nämä kaksi asiaa toisiinsa liittäviä ilmaisuja, kuten ”seisoa reunalla” tai ”mennä nurkkaan häpeämään”. (2016, s. 80.)

Kuvittele esimerkiksi tilanne, jossa yksin pimeällä kadulla kävelevän naisen perässä hiippailee tummiin vaatteisiin pukeutunut epämääräisen oloinen mieshahmo. Saat eteesi kaksi tilannetta esittävää valokuvaa, joista toisessa sekä mies että nainen on kuvattu kes-

kellä kuvaa lintuperspektiivistä niin, että näet heidän päälakensa ja kävelyn rytmiin liikkuvat raajat. Toisessa kuvassa nainen on kuvattu pienempänä hahmona oikeassa yläreunassa, kun taas miehestä on näkyvissä vasemmassa alareunassa takaraivo ja hartiat, jotka piirtyvät kuvaan tummana siluettina. Toisessa valokuvassa jännitys on kasvanut suunnattomasti suhteessa ensimmäiseen valokuvaan, koska molemmat hahmot on kuvattu kuvan vastakkaisissa reunoissa, minkä lisäksi kokosuhteilla ja miehen asettamisella uhkaavampana pidettyyn kuvan alareunaan on saatu aikaan pahaenteinen tunnelma (kuva 1).

Kuudennen periaatteen mukaan valkoinen tai vaalea tausta on rauhallisempi vaihtoehto tummalle taustalle. Vaalean taustan miellyttävyys perustuu Bangin mukaan näköaistillemme ja sille, että näemme paremmin valoisaan päiväsaikaan, jolloin olemme myös vähemmän vaarassa tulla pimeydessä vaanivien uhkien hyökkäysten kohteeksi. Poikkeuksena voidaan pitää tilanteita, joissa pimeys suojaa meitä nähdyksi tulemiselta. (Bang, 2016, s. 84.)

Seitsemäs periaate esittää, että tunnemme enemmän pelkoa katsoessamme ku-



Kuva 1: Mies seuraamassa naista kuvattuna kahdesta perspektiivistä.

vaa, joka sisältää teräviä muotoja. Pehmeät muodot puolestaan saavat meidät tuntemaan seesteisyyttä ja lohdullisuutta. Bang perustaa muotojen synnyttämät tunnereaktiot halulle suojella kehoa, jonka iho on pehmeää ja pyöreäreunaista, ja jonka terävät objektit saattavat lävistää. Teräviä ovat veitset, kynnet, hampaat, raketit, ohjukset, sakset ja ampiaisten piikit. Pehmeitä ovat tyyny, viltit, äidin rinta, kumppanin halaus, lemmikin turkki ja mukavat vaatteet. Näiden inhimillisten assosiaatioiden vuoksi koemme terävät elementit kuvassa pelottavampina ja uhkaavampina kuin pehmeät kurvit. (Bang, 2016, s. 89.)

Kahdeksannessa periaatteessa pohditaan kokosuhteiden vaikutusta tunnereaktioiden syntyyn kuvasta. Mitä suurempana elementti kuvassa esitetään, sitä voimakkaammalta se näyttää ja tuntuu, johtuen arvattavasti suurempien luontokappaleiden voimasta suhteessa pienempiin luontokappaleisiin. Bang esittääkin, että yksi helpoimmista tavoista saada kuvan hahmo näyttämään uhkaavalta on tehdä siitä iso suhteessa muihin hahmoihin ja ympäristöön. (Emt., s. 90.)

Kokosuhteilla on vaikutusta myös siihen, miten tärkeänä pidämme kuvassa olevia elementtejä. Kuten valokuvaesimerkissä (kuva 1) totesimme, epäilyttävän miehen esittäminen suurempana sivun alalaidassa saa meidät kiinnittämään huomiota siihen, miten pieneltä ja heiveröiseltä kauempana juokseva nainen vaikuttaa suhteessa mieheen. Kiinnitämme katseemme ensimmäisenä suureen mieheen kuvassa, koska kokosuhte kertoo meille hahmon olevan tärkeä kuvan tulkinnan kannalta. Meidän on tärkeää tulkita kuva niin, että miehen sijainti naisen takana on uhkaava, ja uhkaavan saamme miehestä tekemällä hänestä suuren. Jos mies vastaavasti esitetään hieman pienempänä kuvan etualalla, kuvassa on yhä uhan tuntu, mutta uhka on miehen koosta johtuen pienentynyt jonkin verran (kuva 2).

Kahdeksanteen periaatteeseen sisältyy myös värien vaikutus ihmisten tunteisiin. Kuten aiemmin todettua, tulkintamme väreistä liittyy osittain siihen, millaisiin asioihin yhdistämme värit luonnossa: punainen yhdistyy tuleen ja vereen, sininen taivaaseen, vihreä kasveihin ja keltainen aurinkoon. Bang



Kuva 2: Mies seuraamassa naista kuvattuna kahdelta etäisyydeltä.

huomauttaa kuitenkin, että tämä näennäinen värien symbolismi vaikuttaa kykyymme tulkita asioita suurilta osin valheellisesti. Aivan kuten oletamme kaikkien terävien objektien olevan vaarallisia, oletamme myös tietynväristen objektien ja elementtien omaavan samat ominaisuudet kuin jotkin toiset samanväriset elementit. (Bang, 2016, s. 95.)

Väri on yksi vaikuttavimmista kuvan ominaisuuksista (emt. s. 95). Yhdeksäs periaate kertoo, että assosioimme samaa väriä olevat objektit herkemmin samaan ryhmään kuuluviksi kuin samaa muotoa olevat. Assosiaatio voi olla positiivinen tai negatiivinen: se voi auttaa erottamaan jalkapallo-ottelussa tiimit toisistaan pelivaatteiden värin perusteella, tai se voi edesauttaa ihmisten jakamista ns. meihin ja heihin. (Emt., s. 97.)

Kymmenennen periaatteen mukaan säännöllisyyden ja epäsäännöllisyyden yhdistäminen on voimakas tapa kuvata nk. harmonista kaaosta, joka miellyttää silmää enemmän kuin täydellinen harmonia tai täydellinen kaaos. Täydellistä säännöllisyyttä ei esiinny luonnossa, joten epäsäännöllisyyden yhdistäminen täydelliseen harmoniaan saa kuvan tuntumaan helpommin lähestyttävältä ja lämpimältä. Kumpikin ääripää – täydellinen harmonia ja täydellinen kaaos – aiheuttaa pelkoa ja ahdistusta, koska ne ovat vieraita. Molemmat uhkaavat jotain sellaista, jonka tiedostamme todeksi itsessämme ja maailmassa ympärillämme. (Emt., s. 98.)

Yhdestoista ja kahdestoista periaate yhdistelevät aiemmissa periaatteissa todeksi huomattuja asioita ja ovat Bangin mukaan kenties yksinkertaisimpia kaikista. Yhdennentoista periaatteen mukaan kontrasti suo meille näke-

misen lahjan ollen täten kaikkien kuvien perusta. Viimeisen eli kahdennentoista periaatteen mukaan tyhjä tila objektien ympärillä vaikuttaa kuvan merkityksellisyyteen ja tulkintaan yhtä paljon kuin objektit itse. (Emt., s. 100–112.)

Bangin kuvanmuodostamisen teoria on kulkenut mukanani tämän tutkimuksen taiteellisen produktion toteuttamisen eri vaiheissa. Olen pyrkinyt tarttumaan neuvoihin, joita *Picture This: How Pictures Work* -teoksessa esitetään, siinä määrin kuin se on ollut asiakkaan toiveiden raameissa mahdollista. Saavutettavuuden näkökulmasta koen, että kuvittajan on hyvä olla tietoinen kuvien tulkinnan takana piilevästä psykologiasta, jotta lopullinen artefakti on mahdollisimman helpolukuinen ja tulkittavissa oikein.

2.5 TUNTEET JA NIIDEN TULKINTA

Tunteella tai tuntemuksella viitataan ulkoisten asioiden aiheuttamiin mielentuntemuksiin. Tunteen voidaan ajatella muodostuvan sen toiminnallisesta affektiivisesta osasta – *minua itkettää, rintaa puristaa, hymyilyttää* – ja arvioivasta kognitiivisesta osasta, joka kytkee affektiivisen osan johonkin tapahtumaan tai muuhun ulkoiseen asiaan, antaen affektiiviselle osalle tulkinnan tunteesta. (Anttila, 2006, s. 87.)

Tunteiden huomioon ottaminen on tärkeä osa luovan prosessin tutkimusta. Jokaiseen luovaan suunnittelutyöhön liittyy niin asiakkaan kuin suunnittelijankin siihen kohdistamia tunteita ja odotuksia.

Hämmäntävät kuvat ovat omiaan hämmäntämään meissä suuttumusta, koska on ihmisluonnolle tyypillistä vastata hämmennykseen vihalla. Hämmäntävät kuvat suuttuttavat

meitä, koska meistä tuntuu, että meidän pitäisi ymmärtää, mitä kuvassa tapahtuu, mutta emme kerta kaikkiaan saa jutun juonesta kiinni. Tämä puolestaan saattaa johtaa ulkopuolisuuden ja hylätyksi tulemisen tunteisiin. (Bang, 2016, s. 30.)

Tunnekorttien ensisijaisen kohderyhmän ollessa alakouluikäiset lapset, on tärkeää ottaa huomioon lasten tapa tulkita tunteita. Lasten minäkuva on vielä rakentumisvaiheessa, joten on luonnollista, että he reagoivat epäonnistumisen kokemuksiin aikuisia voimakkaammin – muun muassa tässä syystä on ensiarvoisen tärkeää, että opetuskäyttöön tulevat kuvat välittävät viestinsä mahdollisimman selkeästi, ottaen huomioon lapsen tavan ymmärtää tunteita.

Tutkimusten mukaan vähäistä kykyä tunnistaa tunteet esiintyy jo 2-vuotiailla lapsilla, mutta 10 ikävuoteen mennessä kyky on kasvanut merkittävästi, vastaten jo aikuisen tunteiden tunnistuskykyä (Widen & Russell, 2008). Suunniteltaessa alakouluikäisille lapsille ei siis niinkään tarvitse pohtia sitä, kykenevätkö lapset tunnistamaan tunteita, vaan millaiset tilanteet, ihmiset ja symbolit kuvissa auttavat lasta tunnistamaan tunteen helpommin samaistumisen kautta. Näin ollen esimerkiksi kateutta ei kannata visualisoida kuvaamalla kahta ihmistä, joista toisella on paremmin maksava työpaikka ja toinen hahmoista näyttää apealta – todennäköisesti lapsi tulkitsisi tällaisen kuvan niin, että toinen on surullinen ja toinen iloinen.

Kun kateuden kaltainen ns. vaikeampi tunne täytyy saada esitettyä visuaalisessa muodossa lapselle, on nähdäkseni kannattavaa pohtia sitä, missä tilanteissa lapset tuntevat kateutta. Siinä missä aikuiset saattavat tun-

tea kateutta esim. toisen ulkonäön, työpaikan tai kumppanin vuoksi, lapset tuntevat kateutta toisen lapsen leikkiessä hienommilla leluilla tai saadessa suuremman annoksen jälkiruokaa.

Kuudesta perustunteesta – ilo, suru, pelko, inho, hämmästyks ja viha – poikkeavat, lapselle vaikeammin avautuvat tunteet, on suunnittelutyössä pyrittävä esittämään lapselle edullisella tavalla niin, että niiden tunnistaminen on mahdollisimman helppoa. Tässä apuna voin käyttää esimerkiksi mainitsemaani lapsen asemaan asettumista niin, että keskityn pohtimaan, millaisissa tilanteissa lapset itse tuntevat kyseistä tunnetta. Toinen tapa helpottaa vaikeiden tunteiden tunnistamista kuvasta on symboliikan hyödyntäminen, josta kerron lisää luvussa: *4.2.1. Symboliikka työkaluna monimutkaisten tunteiden visualisoinnissa.*

3 Saavutettavuus graafisen suunnittelijan näkökulmasta

3.1 SAAVUTETTAVUUDEN ALKU- LÄHTEILLÄ: KAIKILLE SOPIVA SUUNNITTELU

Universaalin designin eli *kaikille sopivan suunnittelun* käsite syntyi tiettävästi Yhdysvalloissa toisen maailmansodan jälkeen arkkitehti Ronald Macen ryhdyttyä käyttämään sitä saavutettavien asumisratkaisujen yhteydessä. Mace haastoi ajattelullaan asuntojen rakentamiseen liittyvät säännöt ja standardit Yhdysvalloissa, minkä seurauksena kaikille sopivan suunnittelun käsitteen pohjalta muotoutui inklusiivinen filosofia, jonka päätaivoitteena on tuottaa sellaisia suunnittelutöitä, jotka ovat jokaisen saavutettavissa ja käytävissä. (CEUD, n.d.)

Keskeinen käytäntö kaikille sopivassa suunnittelussa on lopullisen suunniteltavan tuotteen käyttäjien konsultointi konseptivaiheesta viimeisiin designin implementointeihin. Erinomaisena esimerkkinä kaikille sopivan suunnittelun toteutuksesta voidaan pitää Englantilaisesta Selwyn Goldsmithiä, joka oli mukana kehittämässä ajatusta madalletuista katukiveyksistä, jotka otettiin käyttöön 1960-luvulla. Goldsmith käytti itse pyörätuolia liikkumiseen, ja haastateltuaan muita pyörätuolien käyttäjiä, hän ymmärsi, että madalletut kiveykset tekisivät liikkumisesta helpompaa ja turvallisempaa niin pyörätuolien käyttäjille kuin muillekin kulkijoille. Goldsmith harjoitti kaikille sopivan suunnittelun filosofiaa ottamalla huomioon universaalisti kaikki ihmiset, jotka kulkevat kävelyteillä tavalla tai toisella. Yleistetympi saavutettavan designin konsepti muotoutui 1970-luvulla, ja kannatti saavutettavien ratkaisujen sisällyttämistä yleisiin tuote-, palvelu- ja ympäristösuunnittelun käytäntöihin. (Emt., n.d.)

Kaikille sopivan suunnittelun filosofia käsittää seitsemän käytäntöä. Käytännöt kehitti vuonna 1997 joukko arkkitehtejä, tuotesuunnittelijoita, insinöörejä ja ympäristösuunnittelun tutkijoita, joiden johdossa toimi jo edesmennyt Ronald Mace Pohjois-Carolinan osavaltion yliopistossa. Käytäntöjen tarkoituksena on ohjeistaa suunnitteluprosessissa niin, että suunnittelun tuloksena saavutettu artefakti vastaa kaikille sopivan suunnittelun ja saavutettavuuden vaatimuksia. Käytäntöjä voidaan hyödyntää olemassa olevien designien arviointiin, tekeillä olevien tuotteiden prosessien ohjaamiseen, sekä suunnittelijoiden ja kuluttajien valistamiseen aiheesta. (CEUD, n.d.)

Jokainen seitsemästä käytännöstä sisältää ohjeet, joilla niitä voidaan toteuttaa käytännössä. Koska näen ohjeet erinomaisen hyödyllisenä lähtökohtana saavutettavalle suunnittelulle, olen päättänyt suomentaa käytännöt ja niiden sisältämät ohjeet. Käytäntöjä tutkimalla meistä jokainen voi ymmärtää paremmin, millaisia ovat ne ominaispiirteet, jotka tekevät tuotteista, palveluista ja ympäristöistä saavutettavampia kaikille. Lähteenä suomennoksille toimii CEUD:n verkkosivusto.

Käytäntö 1: Oikeudenmukainen käytettävyys

Design on käytännöllinen ja markkinoitavissa erilaisia abilitetteja omaaville ihmisille.

Käytännön 1 ohjeet:

1a. Tarjoa samat käyttötarkoitukset kaikille käyttäjille: identtiset, kun mahdollista; vastaavat, kun ei

mahdollista.

1b. Vältä käyttäjien eriyttämistä ja stigmatisointia.

1c. Yksityisyyden, varmuuden ja turvallisuuden sopimusehdot tulee olla yhtäläisesti kaikkien käyttäjien saatavilla.

1d. Tee designista kaikkia käyttäjiä houkuttelevaa.

Käytäntö 2: Käytettävyyden joustavuus

Design ottaa huomioon laajan skaalan yksilöllisiä mieltymyksiä ja abilitetteja.

Käytännön 2 ohjeet:

2a. Tarjoa vaihtoehtoisia käyttötapoja.

2b. Ota huomioon oikea- ja vasenkätinen saatavuus ja käytettävyys.

2c. Pyri helpottamaan käyttäjän käytön tarkkuutta ja täsmällisyyttä.

2d. Tarjoa käyttäjän tahtiin ja liikkeeseen sopivaa mukautuvuutta.

Käytäntö 3: Yksinkertainen ja intuitiivinen käytettävyys

Designin käyttötarkoitus on helppo ymmärtää riippumatta käyttäjän aiemmista kokemuksista, tiedosta, kielitaidosta tai käytön hetkisestä keskittymiskyvystä.

Käytännön 3 ohjeet:

3a. Eliminoi turha monimutkaisuus.

3b. Harjoita johdonmukaisuutta käyttäjien odotusten ja intuition suhteen.

3c. Sisällytä designiin laaja skaala kirjallisia ja kielellisiä taitoja.

3d. Järjestä tieto johdonmukaisesti sen tärkeyden mukaan.

3e. Tarjoa tehokasta neuvontaa ja mahdollisuus palautteen antamiselle

tehtävän suorittamisen aikana ja sen jälkeen.

Käytäntö 4: Havaittavissa oleva tieto

Design kommunikoi tarpeellisen tiedon tehokkaasti käyttäjälleen, riippumatta ympäröivistä olosuhteista tai käyttäjän aistillisista kyvyistä.

Käytännön 4 ohjeet:

4a. Käytä erilaisia moodeja (kuvallisia, sanallisia, käsinkosketeltavia) olennaisen tiedon representaatioissa.

4b. Tarjoa riittävä kontrasti oleellisen tiedon ja muun informaation välille.

4c. Maksimoi oleellisen tiedon luettavuus.

4d. Erottele elementit tavoilla, joita voidaan kuvata (ts. tee esimerkiksi ohjeiden antaminen helpoksi)

4e. Tarjoa yhteensopivuutta erilaisten tekniikoiden ja laitteiden kanssa, joita ihmiset, joilla on aistillisia rajoitteita, käyttävät arjessaan.

Käytäntö 5: Virheiden sietokyky

Design minimoi vaaratilanteet sekä tarkoituksettomien ja vahingollisten käyttötapojen haitalliset vaikutukset.

Käytännön 5 ohjeet:

5a. Järjestä elementit tavalla, joka minimoi vaaratilanteet ja virheet: eniten käytetyt elementit ovat saavutettavimpia; vaaralliset elementit eliminoidaan, eristetään tai suojataan.

5b. Sisällytä designiin varoitukset vaaroista ja virheistä.

5c. Sisällytä designiin vikaturvallisia ominaisuuksia.

5d. Älä kehota tarkkuutta vaativien tehtävien huolimattomaan tekoon.

Käytäntö 6: Vähäinen fyysinen ponnistelu

Designia voidaan käyttää tehokkaasti ja käyttäjälle mukavalla tavalla, joka minimoi uupumisen.

Käytännön 6 ohjeet:

6a. Salli käyttäjän säilyttää neutraali kehon asento käytön ajan.

6b. Käytä hyvin perusteltuja operatiivisia voimia.

6c. Minimoi toistuvat toiminnot.

6d. Minimoi jatkuva fyysinen ponnistelu.

Käytäntö 7: Koon ja tilan suhde lähestymistapaan ja käytettävyyteen

Tarpeellinen koko ja tila tarjotaan designin lähestymistä, saavutettavuutta, manipulaatiota ja käytettävyyttä ajatellen, riippumatta käyttäjän kehon koosta, ryhdistä tai liikkuvuudesta.

Käytännön 7 ohjeet:

7a. Varmista esteetön näköyhteys tärkeisiin elementteihin kaikille istuville tai seisovalle käyttäjille.

7b. Tee kaikkien komponenttien saavuttamisesta miellyttävä kokemus jokaiselle istuvalle tai seisovalle käyttäjälle.

7c. Tarjoa käden ja otteen kokoon liittyviä vaihtoehtoja.

7d. Tarjoa riittävästi tilaa apulaitteille ja henkilökohtaisille avustajille.

Euroopan neuvoston ministerikomitea esitteli kaikille sopivan suunnittelun käsitteen ensimmäisen kerran vuonna 2001 julkaistussa päätöksessä, jota seurasi jäsenmaille kohdistettu suositus osallistua kaikille sopivan suunnittelun edistämiseen vuonna 2009. 2010-lukua kohti siirryttäessä sosiaaliset liikkeet ja uudet lait, jotka edistivät sosiaalista inklusiota ja ehkäisivät syrjintää, asettivat huomattavasti painetta design-alalle. Alalla syntyi tarve vastata saavutettavuuteen liittyviin uusiin vaatimuksiin, joiden avulla pyrittiin luomaan mahdollisimman helposti saatavilla olevia ja käytettäviä tuotteita, palveluja ja ympäristöjä. (CEUD, n.d.)

3.2 INFORMAATION PELKISTÄMINEN KUVAKSI

Puhuttaessa asioiden ja ilmiöiden pelkistämisestä kuvaksi, keskustelussa nousee usein esiin termi *selkokuva*. Selkokuvan tehtävä on tukea ja helpottaa tekstin ymmärtämistä, sekä auttaa orientoitumaan tekstin aiheeseen ennen lukemista. Kuvalla voidaan usein selittää asioita, joita saattaisi olla vaikea kuvata sanoin – kuten tunteita. Lisäksi selkokuvat tekstin yhteydessä auttavat muistamaan tekstin sisällön paremmin. (Selkokeskus, 2024.)

Selkokeskus määrittelee sivuillaan selkokuvan kriteerit, jotka koskevat nimenomaan informoivia kuvia. Kuvan aiheen tulee liittyä suoraan tekstiin ja tukea sitä, eikä kuvan tunneviesti saa poiketa tekstin pääviestistä. Kuvan pääkohteen tulee erottua selkeästi, joten kuvan ja taustan välinen tummuuskontrasti täytyy tarkistaa, sekä ääriviivojen käyttöä harkita. Erikoisia kuvakulmia, symboliikkaa ja turhia yksityiskohtia tulee välttää. Kuvien suhdetta toisiinsa täytyy tarkkailla, minkä lisäksi

kuvissa on oltava selittävä kuvateksti, jona voi toimia myös otsikko, jos kuva liittyy kiinteästi otsikkoon. (Selkokeskus, 2024.)

Trilogille toteutetut tunnekortit vastaavat kriteerien mukaan selkokuvan käsitettä, lukuun ottamatta symboliikkaa, jota on korttien tarinallisuuden ja tunteiden monimutkaisen ja abstraktihkon luonteen vuoksi lisätty osaan korteista. Toisaalta Selkokeskus (2024) ohjeistaa symbolien käytön kohdalla pohtimaan, ovatko käytetyt symbolit yleisesti tunnettuja, mikä viittaa nähdäkseni siihen, että myös symbolien käyttö on selkokuvalla sallittua, kunhan se on hyvin perusteltua. Symboliikan hyödyntämistä tunnekorttien kuvituksissa avataan tarkemmin luvussa *4.3 Symboliikka työkaluna tunteiden visualisoinnissa*.

Seuraavissa kappaleissa sekä luvuissa 3.2.1, 3.2.2 ja 3.2.3 pyrin vastaamaan tutkimuskysymyksen alakysymykseen: *Miten saavutettavuus otetaan huomioon graafisen suunnittelun prosesseissa?*

Kun suunnittelijalta pyydetään kuvitusta tekstimuotoisen informaation tueksi, on tärkeää muistaa, että kuvitus tai valokuva on hyvin rajattu pelkistys aiheesta, jota se esittää. Kaikkea aiheeseen liittyvää ei siis ole mahdollista sisällyttää yhteen sitä representoivaan visuaaliseen kuvaukseen. Suunnittelijan tehtävänä onkin päättää, mitkä osat tai osa-alueet aiheesta ovat olennaisimpia viestin välittämisen näkökulmasta.

Saavutettavat kuvat vastaavat hyvin myös moniin selkokuvan kriteereihin: niiden tulee olla selkeitä niin, että kuvasta on helposi erotettavissa kaikki sen elementit. Noiden elementtien puolestaan tulee olla mahdollisimman helposti ymmärrettävissä ja tulkittavissa. Tässä kohtaa on kiinnitettävä erityistä

huomiota myös selkokuvan kriteereissä mainittuihin tummuuskontrasteihin, väreihin, aseteltuun ja kuvasuhteisiin. Parhaimmillaan kuvat ovat saavutettavia myös niille, joiden näkökyky tai värinäkö on heikko (Julkaise kaille, 2024).

Puhuttaessa saavutettavista kuvista ei voida ohittaa vaihtoehdoisen tekstin eli *alt-tekstin* roolia saavutettavuuden edistäjänä. Vaihtoehtoinen teksti on kuville asetettava tekstikuvaus, jolla ns. selitetään auki kuvan visuaalinen sisältö kirjallisessa muodossa. Siinä missä kuvatekstin tehtävä on nostaa tekstistä esiin keskeisesti kuvaan liittyvät asiat, täydentää tietoa, joka ei avaudu kuvasta sen tulkitsijalle riittävän yksiselitteisesti, ja helpottaa tekstin sisällön silmäilyä, vaihtoehtoinen teksti kuvailee kuvaa jonkin visuaalisena representaationa (Selkokeskus, 2024). Verkossa käytettävissä sisällöissä vaihtoehtoinen teksti on koodattu kuvan yhteyteen niin, että näytönlukijoita käyttävät ihmiset, joilla on näköaistiin liittyviä haasteita, vastaanottavat laitteeseensa tiedon siitä, mitä kuva esittää. Vaihtoehtoinen teksti ei siis yleensä näy ihmisille, jotka selailevat verkkosisältöjä tavalliseen tapaan ilman avustavaa teknologiaa.

Se, millaisen vaihtoehdoisen tekstin kuva tarvitsee, riippuu kuvan tyypistä. Puhtaasti koristearvolliset kuvat, joilla ei ole informatiivista arvoa, eivät kaipaa vaihtoehtoista tekstiä. Tällöin näytönlukijoita pyydetään ohittamaan sisältö merkitsemällä se ns. dekoratiiviseksi artefaktiksi. Yksinkertaiset ja vähän informaatiota sisältävät kuvat tarvitsevat yksinkertaisen vaihtoehdoisen tekstin – pääasia on, että siinä avataan kuvan konteksti ja funktio. Funktionaaliset kuvat, joita klikkaamalla käynnistyy tapahtuma, kuten tiedoston lataus koneelle,

tarvitsevat vaihtoehtoisen tekstin, josta käy ilmi, mitä käyttäjä saavuttaa klikkaamalla kuvaa. Monimutkaiset kuvat ja infograafit vaativat pidemmän vaihtoehtoisen tekstin, joka on kuitenkin tarpeeksi ytimekäs välittääkseen viestin mahdollisimman ymmärrettävällä tavalla. (Visser, Trichter & Shrivastava, 2024.)

Verkkosisältöjä varten on määritelty Verkkosisällön saavutettavuusohjeet eli WCAG-ohjeet (*Web Content Accessibility Guidelines*), jotka sisältävät myös kuvia koskevat saavutettavuusvaatimukset. Vaatimukset koskevat erityisesti kuvia, jotka visualisoivat tietoa, eikä niitä voi soveltaa valokuviiin (Selkokeskus, 2024). Vaikka WCAG-ohjeet on suunnattu erityisesti verkkoon julkaistavien kuvasisältöjen tarkasteluun saavutettavuuden näkökulmasta, voidaan samoja ohjeita soveltaa myös painotuotteiden saavutettavuuden arviointiin.

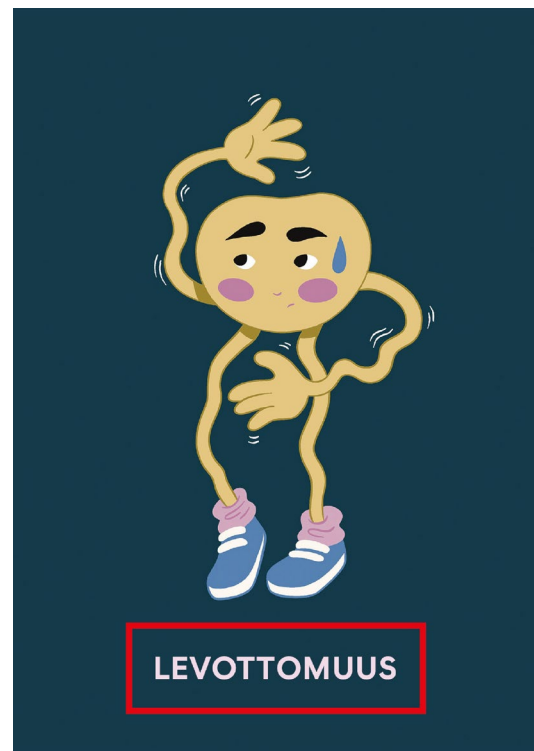
3.2.1 TEKSTI KUVASSA

WCAG-ohjeiden mukaan tekstin erottuvuuden kuvissa täytyy kiinnittää erityistä huomiota. Tekstiä sisältävien kuvien kohdalla on tärkeää varmistaa, että tummuuskontrasti tekstin ja taustan välillä on riittävän suuri. Suurin mahdollinen kontrastiero on mustan ja valkoisen välillä, 21:1. Pienin sallittu kontrastisuhte normaalin tai pienen tekstin välillä on 4,5:1. Suuren tekstin eli vähintään 18 pisteen kokoisen tekstin tai lihavoituna 14 pisteen kokoisen tekstin ja taustan välillä kontrastisuhteen on oltava vähintään 3:1. (Selkokeskus, 2024.)

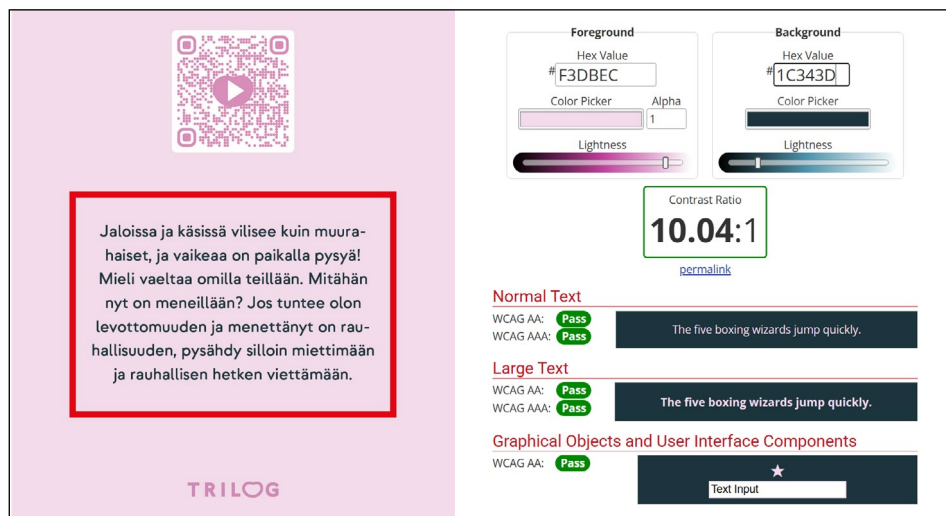
Vaikka taiteellisena produktiona suunnitellut tunnekortit onkin toteutettu nimenomaan painoon, myös niiden kohdalla on tärkeää ottaa huomioon, että kontrastisuhte

de tekstin ja taustan välillä on riittävä. Painoprojekteja varten suunnittelija voi hyvin hyödyntää WCAG-ohjeiden kontrastikriteerejä ja tarkistaa verkosta löytyvien työkalujen avulla kontrastisuhteen tekstin ja taustavärien välillä. Kun tekstin taustalla on tasainen väripinta, kontrastisuhteen voi selvittää esimerkiksi Contrast Checkerin avulla (www.webaim.org/resources/contrastchecker).

Tunnekorttien etupuolella tunteen nimi on kirjoitettu lihavoidulla vaaleanpunaisen värisellä tekstillä petroolinsiniselle taustalle (kuva 3). Kääntöpuolen teksti on puolestaan kirjoitettu petroolinsinisellä värillä vaaleanpunaiselle taustalle (kuva 4). Contrast Checkerin avulla tarkistettu kontrastisuhte on molemmilla puolilla 10.04:1, siis riittävä (kuva 5).



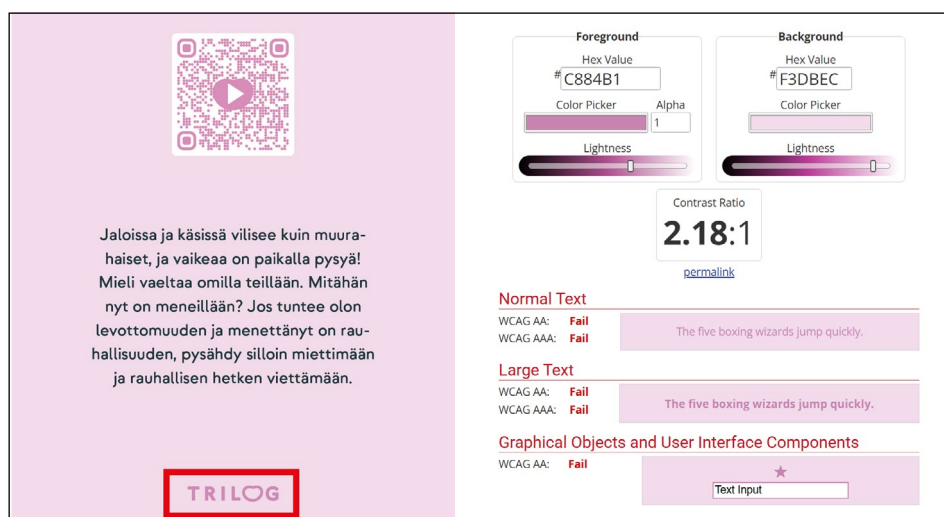
Kuva 3: *Levottomuus*-kortti



Kuva 4: Vasemmalla levottomuus-kortin kääntöpuoli, huomio kiinnittyy ruunaan. Oikealla ruutukaappaus Contrast Checker -sivustolta, jossa kuvattuna Trilogin vaaleanpunaisen ja petrolinsinisen välinen kontrastisuhte.

Korttien takapuolen logossa esiintyvän tummemman pinkin kontrastisuhte vaaleanpunaisen taustan kanssa on huomattavasti pienempi, 2.18:1 (kuvat 5 ja 6). Vaikka logo ei ole yhtä merkittävässä informatiivisessa roolissa muun tekstin kanssa, sen ja taustan väliseen

kontrastisuhteeseen olisi voinut jälkeen päin tarkasteltuna kiinnittää tarkempaa huomiota. Logo ja sen suhde taustaan täyttävät siitä huolimatta WCAG-ohjeistuksen kriteerit, sillä niiden mukaan logojen ja muiden yritysmerkkien ei tarvitse noudattaa kriteerejä (W3C, 2023.)



Kuva 5: Vasemmalla levottomuus-kortin kääntöpuoli, huomio kiinnittyy ruunaan. Oikealla ruutukaappaus Contrast Checker -sivustolta, jossa kuvattuna Trilogin vaaleanpunaisen ja petrolinsinisen välinen kontrastisuhte.

Tekemisperusteisen tutkimuksen hienous piilee tutkijan näkökulmasta siinä, että prosessin kuvaamisen ja dokumentoinnin aikana tutkijan on kokeilemalla mahdollista saada selville asioita tutkittavasta aiheesta, jotka olisivat saattaneet ilman tekemistä ja kokeilemistä jäädä pimentoon. Tekemisperusteisen tutkimuksen onnistumisen kannalta onkin ensisijaisen tärkeää, että tutkija pystyy olemaan rehellinen itselleen ja tarkastelemaan omaa työtään täydellisen läpinäkyvyyden ja tarkan kriittisyyden kautta.

Vaikka logojen ei WCAG-ohjeistuksen mukaan tarvitse täyttää värejä koskevia kriteerejä, minulla olisi ollut mahdollisuus käyttää myös esimerkiksi petroolinsinistä versiota logosta, jolloin myös se olisi – vaatimuksen puutteesta huolimatta – ollut paremmin saavutettavissa myös niille ihmisille, joilla on selkäläisiä värinäön poikkeamia, jotka vaikeuttavat saman värin sävyjen erottamista toisistaan.

Kriittinen reflektio omaa työtä kohtaan on arvokas työkalu, joka auttaa sekä tutkijaa että suunnittelijaa tekemään parempia valintoja saavutettavuuden kannalta tulevaisuudessa. Valitessani Trilogin logon väriä, olen tehnyt ensisijaisesti esteettisen valinnan, vaikka toisenlainen valinta olisi johtanut kenties saavutettavampaan lopputulokseen.

Tekstin saavutettavuudessa on syytä kiinnittää huomiota myös kirjaintyyppiin ja sen muotokieleen. Saavutettavuuteen vaikut-

tavia muotokielellisiä seikkoja ovat mm. tekstin koko, kirjainvälistys, riviväli, tekstirivin pituus ja itse kirjaintyyppin muoto (Jackson, 2014, s.155). Lisäksi nykyisin on saatavilla erityisesti verkkokäyttöön sopivia lukihäiriöisille optimoituja kirjaintyyppejä.

Kenties selkein kirjaintyyppin luettavuuteen vaikuttava tekijä on tekstin koko. Sopivalla koolla varmistetaan, että myös ihmiset, joilla on erilaisia näön tarkkuuteen liittyviä häiriöitä, pystyvät lukemaan tekstiä vaivatta. Erityistä huomiota tekstin kokoon kannattaakin kiinnittää erilaisista näön vammoista kärsiville suunnatuissa tuotteissa, palveluissa ja ympäristöissä. Hyvänä esimerkkinä voidaan pitää Näkövammaisten Liiton verkkosivuja, joilla tekstin koko on huomattavasti suurempi kuin muilla vastaavilla sivustoilla. Tavallisin leipätekstin koko on 9–12 pistettä (Itkonen, 2019, s. 91).

Kirjainvälistyksellä voidaan myös helpottaa tekstin luettavuutta. Tässä tapauksessa käytän esimerkkinä Trilogin Strawford-kirjainperhettä. Koska kirjainperheen versaaleissa eli isoissa I-kirjaimissa on pitkähäköt päätteet, ne sulautuvat turhan helposti versaaleihin T-kirjaimiin. Esimerkiksi kiitollisuus-sana tunnetta kuvaavan kortin etupuolella uhkaa muuttua vaikealukuiseksi kirjainperheen oletusvälistyksellä (kuva 7). Jo 10 pisteen lisävälistykseen helpottaa luettavuutta huomattavasti (kuva 8).



Kuva 6: Kiitollisuus-kortin etupuolen teksti, automaattinen välistys (arvo 0).



Kuva 7: Kiitollisuus-kortin etupuolen teksti, välistys 10 pt.

Tutkimuksessa etsin vastausta kysymykseen: *Millaisia suunnitteluratkaisuja graafinen suunnittelija voi tehdä pyrkiessään sekä miellyttämään asiakasta että toteuttamaan työn tavalla, joka palvelee mahdollisimman montaa erilaista käyttäjää?* Kirjainvälistyksen huomioiminen on yksi niistä monista pienistä tavoista, joilla graafinen suunnittelija voi sekä säilyttää asiakkaan toivoman ilmeen, että vaikuttaa positiivisesti lopputuotteen saavutettavuuteen. 10 pisteen lisäys välistykseen muuttaa tekstin huomattavasti helppolukuisemmaksi, mutta kirjaintyyppin tunnistaa yhä Trilogin käyttämäksi Strawfordiksi.

Kirjainvälistyksen lisäksi myös rivivälillä ja –pituudella on merkitystä. Liian pieni riviväli saa tekstirivit sulautumaan toisiinsa, heikentäen luettavuutta huomattavasti. Puolestaan rivipituuden suhteen on huomattu, että lukihäiriöistä kärsivät ihmiset kokevat mobiililaitteilla lukemisen helpommaksi rivien lyhyen pituuden sekä tekstinäkymän muokattavuuden ansiosta (Jackson, s. 156). Luettaessa silmä pystyy hahmottamaan kerrallaan keskimäärin 5–10 kirjainta, minkä vuoksi liian pitkät rivipituudet aiheuttavat turhan pitkiä katkoksia lukemiseen ja saavat näin lukukokemuksen tuntumaan vaivalloiselta. Vastaavasti liian lyhyet rivipituudet katkaisevat lukemista turhan tiuhaan. Ihanteelliseksi rivipituudeksi on määritelty 55–60 merkkiä. (Itkonen, 2019, s. 92.)

Myös itse kirjaintyyppin muoto vaikuttaa olennaisesti sen luettavuuteen ja siten saavutettavuuteen. Yksi pisimpään voimassa olleista typografisista suosituksista lukihäiriöistä kärsiville on sans serif –kirjaintyyppien hyödyntäminen serif-kirjaintyyppien sijaan (Jackson, s. 159). Sans serif -kirjaintyypeillä tarkoitetaan groteskeihin kuuluvia

päätteettömiä kirjaintyyppijä, serif-kirjaintyypeillä puolestaan antiikvoja eli päätteellisiä kirjaintyyppijä (Itkonen, 2019, s. 12). Sans serif –kirjaintyyppien helpompi luettavuus perustuu niiden ehkäisemään lateraaliseen naamiointiin (engl. *lateral masking*), jolla tarkoitetaan kirjainten toisiinsa sulautumista ja ns. naapureina toimivien kirjainten häirintää toisiinsa nähden. Sans serif –kirjaintyyppien roman- ja monospaced-leikkausten on todettu olevan helpommin luettavia suhteessa italic- ja bold-leikkauksiin.

Strawford-kirjainperhe on siinä mielessä hieman erikoinen tapaus, että vaikka sen voisi suurilta osin luokitella geometriseksi sans-kirjaintyyppiksi, sen versaaleissa eli isoissa i-kirjaimissa on päätteet, jotka muistuttavat slab-kirjaintyyppille ominaisia tasapaksuja, laatikkomaisia päätteitä. Kirjainperheen suunnitellut Atipo Foundry on tehnyt mielenkiintoisen valinnan hakiessaan geometrisella muodolla parempaa luettavuutta, mutta valitessaan kuitenkin lisätä ainoastaan i-kirjaimen päätteet, jotka uhkaavat oletusvälistyksellä sulautua muihin versaalikirjaimiin. Toisaalta voisi argumentoida, että yksittäisen kirjaimen päätteet lisäävät muutoin hyvin tavanomaiseen sans-kirjainperheeseen luonnetta ja tunnistettavuutta.

Yleinen konsensus on, että geometriset groteskit, eli kirjaintyyppit, jotka muodostuvat yksinkertaisista geometrisista muodoista, ovat parhaita luettavuudeltaan, kun puhutaan verkossa esiintyvistä tekstistä. Strawford-kirjainperhe toimii mielestäni erinomaisesti myös painetuilla materiaaleilla, joten pidin sen mielelläni tunnekorttien typografisena valintana i-kirjaimen päätteistä huolimatta, etenkin, kun toiveena oli lisätä Trilogin brändin tunnettuutta.

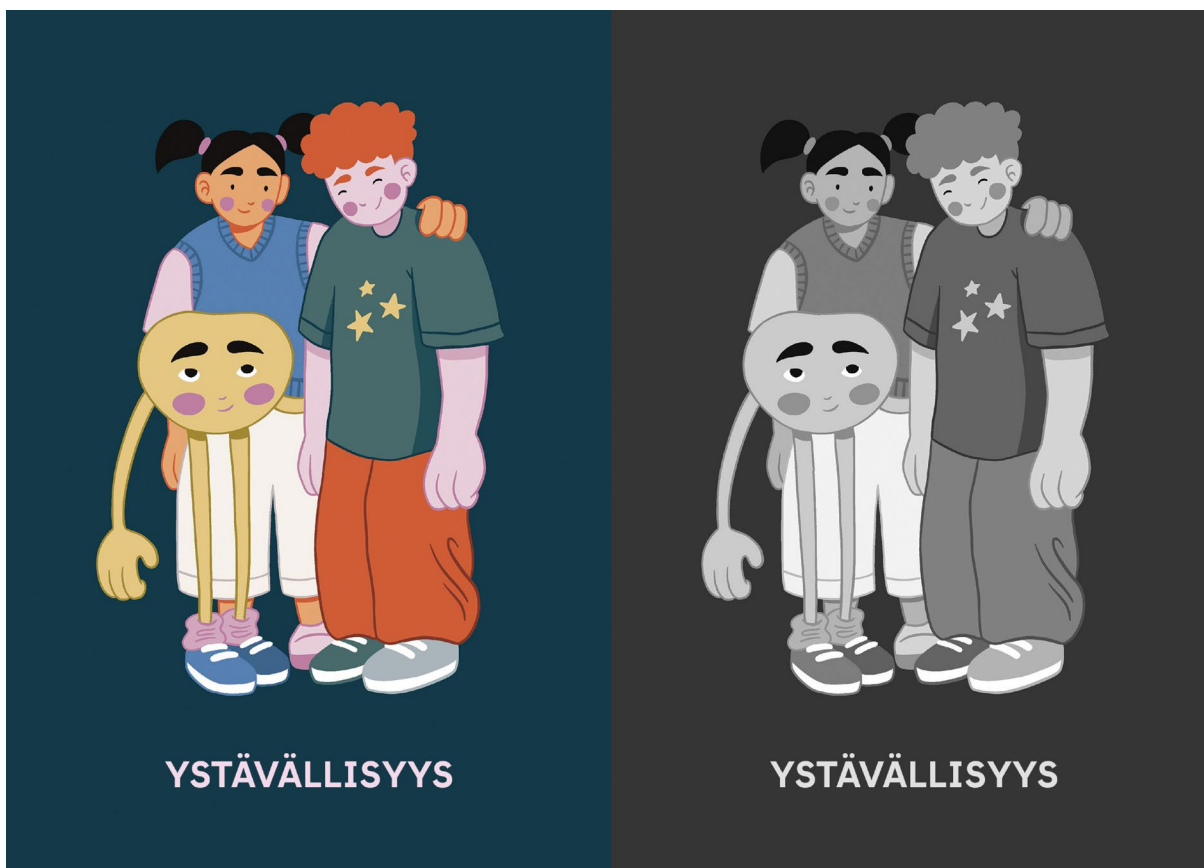
3.2.2 VÄRIT KUVASSA

WCAG-ohjeiden mukaan väri ei saa olla ainoa keinoa välittää tietoa. Jos näin on, värisekeuden erilaisista muodoista kärsivät ihmiset jäävät kokonaan tiedon ulkopuolelle, eikä lopputulos näin ollen ole erityisen saavutettava. Nopein ja yksinkertaisin tapa testata värien merkitystä kuvan ymmärrettävyydessä on muuttaa kuva harmaasävyiseksi. Jos kuva on edelleen ymmärrettävissä, tietoa ei välitetä kuvassa ainoastaan värien avulla (kuva 8). (Selkokeskus, 2024.)

WCAG-ohjeet keskittyvät värin kanalta ohjeistamaan lähinnä infografiikan, kuten pylväsdiagrammien, värien käytössä. Niistä voidaan silti poimia vinkkejä myös

painotuotteiden värien saavutettavuuden varmistamiseen.

Edellä mainittu värisekeus ja värinäön heikkoudet on hyvä ottaa huomioon myös painotuotteiden värien kohdalla. Yleisimmät värinäön häiriöt ovat periytyvät puna-viher- ja viher-punaheikkoudet, joita esiintyy 8 % miehistä ja 0,5 % naisista (Terveyskirjasto, 2021). Muut värisekeustyyppit ovat huomattavasti harvinaisempia. Tämän vuoksi on syytä tarkistaa ainakin, ettei punaisia tai vihreitä värejä esiinny kuvassa vierekkäin niin, että kuva saattaa muuttua vaikeaselkoiseksi ihmisille, joiden on vaikea erottaa värejä toisistaan tai nähdä niitä ollenkaan.



Kuva 8: Ystävällisyys-kortti väri- ja mustavalkoversiona.

Verkossa on saatavilla värisokeuden eri muotoja simuloivia ohjelmia, johon kuvia voi syöttää, ja katsoa sitten, ovatko ne yhä ymmärrettäviä värinäön heikkouksia tai sokeutta simuloivien efektien lisäämisen jälkeen. Ohjelmien käytössä tulee kuitenkin harjoittaa tervettä skeptisyyttä, sillä värisokeuden muodot ovat aina yksilöllisiä (Selkokeskus, 2024).

Esimerkiksi verkosta löytyvää Coblis-värisokeussimulaattoria (www.color-blindness.com/coblis-color-blindness-simulator) hyödyntämällä voidaan tehdä suuntaa antava arvio siitä, miten hyvin tunnekorttien luettavuus säilyy, kun niitä tarkastellaan erilaisten värinäön heikkouksia ja sokeuksia simuloivien efektien läpi.



Kuva 9: Punaheikkous värinäössä.



Kuva 10: Viherheikkous värinäössä.



Kuva 11: Punasoikeus värinäössä.



Kuva 12: Vihersoikeus värinäössä.

Kuten luvussa 3.1 mainittiin, kuvan selkeyden edistämiseksi kannattaa harkita myös ääri viivojen lisäämistä kuvaan, mikäli herää epäily siitä, että värit saattavat sekoittua toisiinsa osalla kuvaa katsovista. Saavutettavuutta edistääkseni päätin lisätä ääri viivoja myös tunnekorttien kuvituksiin (kuva 13).

Kiinnittämällä huomiota kuvan väreihin ja muotokieleen graafinen suunnittelija pystyy pyrkimään kuvatuotteeseen, joka palvelee mahdollisimman montaa erilaista käyttäjää. Mikäli asiakkaan visuaalinen ilme ei esimerkiksi kiellä tiukasti ääri viivallisten kuvitusten käyttämistä osana visuaalisen ilmeen sovel-

luksia, kannattaa niitä ainakin ehdottaa asiakkaalle – mikäli kuvitus noudattaa muuten väreiltään ja muotokieleltään asiakkaan visuaalista ilmettä, on se tummista ääri viivoista huolimatta todennäköisesti tunnistettavissa asiakkaan tuotteeksi. Toisin sanoen pyrkiesään sekä miellyttämään asiakasta että saavuttamaan mahdollisimman saavutettavan lopputuotteen, graafisen suunnittelijan kannattaa soveltaa asiakkaan visuaalista ilmettä siinä määrin kuin se on mahdollista, ellei se ennestään sovellu sellaisenaan saavutettavien sisältöjen luomiseen.



Kuva 13: Tunnekortin kuvitus ilman ääri viivoja ja ääri viivojen kanssa.

3.3 SAAVUTETTAVA KUVITUS

Kun väri suljetaan ulkopuolelle, kuvitukseen jää tulkittavaksi lukemattomia muita osia, joiden suhteen kuvittaja on tehnyt tietoisia päätöksiä. Näitä ovat mm. muotojen ja ääriviivojen luonne, kokosuhteet ja perspektiivi. Miksi siis puhuttaessa saavutettavista kuvituksista keskitytään usein yksinomaan väreihin ja niiden suhteisiin?

Käsite *saavutettava kuvitus* ei ole ottanut vielä 2020-luvulla juurikaan tuulta alleen. Jos käsitteen kirjoittaa hakukoneeseen ja etsii siihen liittyviä artikkeleita, tuloksena on lähinnä kuvituksia, joissa esiintyy ihmisiä pyörätuoleissa. Vaikka ajattelen mahdollisimman inklusiivisen esitystavan olevan valtava ja tärkeä osa saavutettavan kuvituksen konseptia, se ei kuitenkaan yksinään vastaa kysymykseen siitä, miten kuvittajat voisivat ottaa saavutettavuuden kokonaisvaltaisemmin huomioon töissään. Koen, että on esimerkiksi itsestään selvää, että erikoisista perspektiiveistä kuvattut kuvat ovat vähemmän saavutettavia kuin suoraan edestä kuvattut kuvat, sillä erikoiset perspektiivit vaativat tulkinnallisesti enemmän ja saattavat myös piilottaa oikean tulkinnan tekemisen kannalta tärkeitä osia. Silti perspektiivistä ei kuule puhuttavan saavutettavien kuvien ja kuvitusten yhteydessä.

Miksi kuvitusten saavutettavuuteen tulisi sitten kiinnittää huomiota?

Kuvat ja grafiikka tekevät sisällöistä miellyttävämpiä ja helpommin ymmärrettäviä jokaiselle, mutta erityisesti niille, joilla on kognitiiviseen suorituskykyyn tai oppimiseen liittyviä ongelmia (W3C, 2022). Sen lisäksi, että kuvia on helpompi tunnistaa ja prosessoida

kuin tekstiä, ne jäävät myös helpommin mieleen. Tämä johtuu aivojen tavasta siirtää informaatiota: sanat siirtyvät pitkäaikaismuistiin ainoastaan verbaalisena koodina siinä missä kuvat siirtyvät sekä verbaalisena että visuaalisena koodina, jotka säilötään erillisiin osiin aivoissa. Tämä nk. tuplakoodaaminen (engl. *dual-coding*) antaa ihmiselle mahdollisuuden päästä käsiksi visuaalisiin muistoihin kahden eri polun kautta, lisäten näin informaation muistamisen mahdollisuutta. Huomioimisen arvoista kuitenkin on, etteivät kaikki kuvat ole samanarvoisia, mitä tulee niiden sisältämän informaation muistamiseen – tutkimukset ovat osoittaneet, että puhtaasti koristearvolisia kuvia on vaikeampi muistaa kuin selkeän informatiivisia kuvia. (ks. Dewan, 2015, s. 2.)

Lähtökohtaisesti voitaneen todeta, että se versio kuvituksesta, jonka tulkitseminen on helpointa, on saavutettavin. Kuvan tulkitsemista voidaan helpottaa monella tavalla, joista tärkeimpänä pidän ylimääräisen ja toissijaisen informaation poissulkemista. Jos kuvituksessa ei välttämättä esimerkiksi tarvitse olla taivaalla porottavaa aurinkoa – eli jos auringolla ei ole informatiivista funktiota kuvituksessa eikä se helpota kokonaiskuvan tulkintaa – voi sen jättää kuvituksesta pois. Myös kuvitustyylin valinnalla voidaan vaikuttaa merkittävästi kuvan selkeyteen. Luonnosmaisella kuvitustyylillä, jossa viivanjälki on lennokasta ja usein voimakkaan ekspressiivistä, luodaan huomattavasti vaikeammin tulkittavissa olevia kuvituksia kuin selkeän pragmaattisella kuvitustyylillä, jossa viivanpaksuus on vakio ja muodoilla on selkeä alku ja loppu.

Mikäli asiakkaan visuaalinen identiteetti ei tarkkaan määrittele kuvitustyyliä, jota asiakkaan tuotteiden yhteydessä käytetään, on vastuu saavutettavan kuvituksen luomisesta graafisen suunnittelijan harteilla. Tietenkään kaiken kuvituksen ei tarvitse olla saavutettavaa – esimerkiksi pääasiassa koristukselliset elementit, joilla ei ole informatiivista arvoa, voi mielestäni suunnitella kuten asiakkaalle sopii. Mikäli kuvituksella kuitenkin on selkeää informaatioarvoa, täytyisi se pyrkiä toteuttamaan tavalla, joka tekee siitä mahdollisimman helposti ymmärrettävän mahdollisimman monenlaisille vastaanottajille.

Creative Bloom –verkkójulkaisualusta haastatteli vuonna 2023 turkkilaista suunnittelijaa ja kuvittajaa, Hatiye Garipia, joka on tullut tunnetuksi saavutettavista kuvituksistaan (kuva 14). Kun Garipilta kysyttiin, mitä saavutetta-

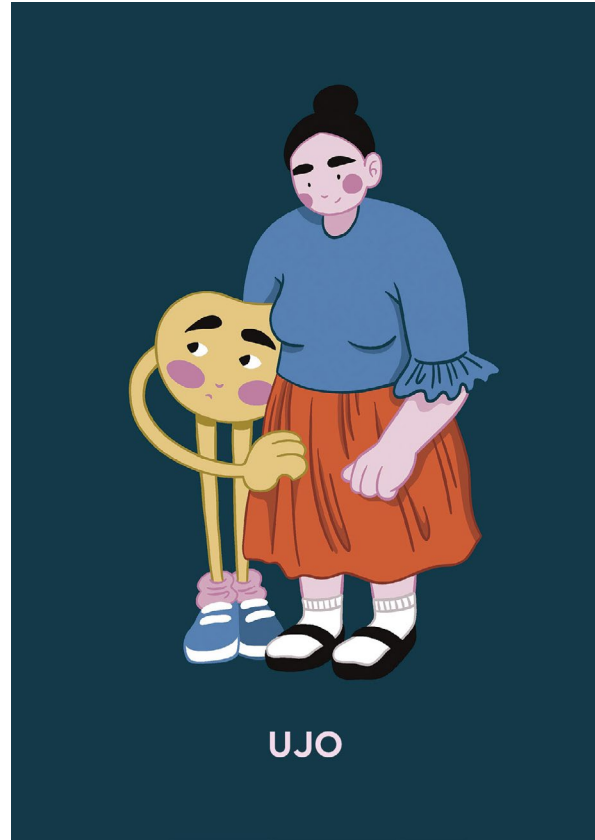
va kuvitus on, hän vastasi, ettei ole aivan varma siitä, onko termille olemassa määritelmää. Ymmärrämme saavutettavuuden yhtäläisten mahdollisuuksien luomisena mahdollisimman monille ihmisille, joten Garip itse määrittelee saavutettavan kuvituksen olevan kuvitusta, jonka kohderyhmänä on jokainen ja joka sopii jokaiselle. Garipin töissä saavutettavuus näkyy monin tavoin riippuen projektin luonteesta. Saavutettavuutta hän edistää kuvituksissaan esimerkiksi hyödyntämällä lukihäiriöisille optimoituja kirjaintyyppejä, suunnittelemalla kuvituksista tarpeeksi yksinkertaisia, jotta myös ihmiset, joilla on heikko näkö, saavat niistä selvää, kirjoittamalla vaihtoehtoisia tekstikuvauksia verkossa julkaistaville kuvituksille, sekä testaamalla kokeellisia keinoja helpottaa kuvan ymmärtämistä, kuten ääniefektien yhdistämistä kuvituksiin. (Creative Bloom, 2023.)



Kuva 14: Aukeama Hatiye Garipin saavutettavasta sarjakuvateoksesta "The Land of Uncertainty".

Uskon, että lähitulevaisuudessa saavutettavan kuvituksen käsite leviää laajemmalle ja saa selkeämmän määritelmän. Oman kokemukseni ja tietoni pohjalta listaisin kuvitusten saavutettavuuteen vaikuttaviksi tekijöiksi vähintäänkin representaation, ääriviivojen luonteen, varjostustekniikan, pintojen tekstuurin, perspektiivin ja riittävän resoluution. Trilogille toteutettujen tunnekorttien kohdalla pohdin paljolti esimerkiksi sitä, helpottavatko vai vaikeuttavatko varjostukset korttien kuvitusten tulkintaa, ja lopulta päädyin lisäämään kuvitukseen tasapintaisia ja selkeäreunaisia varjoja syvyytsvaikutelman luomiseksi. Syvyytsvaikutelman selkeyttämistä pidin tärkeänä esimerkiksi ujo-kortin suhteen, jota varten olin saanut erillisen pyynnön toteuttaa kuvitus Logi-hahmosta piileskelemässä äidin hameen helman takana (kuva 15).

Pintojen tekstuurilla viitataan esimerkiksi graafisten suunnittelijoiden suosimaan noise-efektiin, joka tuo kuviin trendikästä rakeisuutta. Taiteellisesti vapaammissa produktioissa tekstuurien kanssa leikittelyminen on kannustettavaa, mutta mikäli halutaan tavoitella mahdollisimman selkeästi tulkittavissa olevaa lopputulosta, kannattaa rouheimmat pintakuviot luultavasti sysätä syrjään.



Kuva 15: Ujo-kortti.

3.4 SUUNNITTELIJAN OMAT TAVOITTEET

Saavutettavat lopputuotteet valmistuvat aina tekijän eli graafisen suunnittelijan työn päätteeksi ja sen ansiosta. Siksi jokainen saavutettavaksi tehty suunnittelutyö sisältää myös tekijänsä toiveet, tavoitteet ja esteettiset mielilymykset. On selvää, että mikäli graafisen suunnittelijan oma tyyli on hyvin rönsyilevä ja dekoratiivinen, voi olla haasteellista sovittaa se saavutettavuuden kontekstiin.

Tutkimuskysymyksen alakysymys *Miten graafinen suunnittelija onnistuu suunnitteluratkaisuissaan tavalla, joka toteuttaa saavutettavuuden lisäksi myös suunnittelijan omia esteettisiä toiveita ja tavoitteita?* pukee sanoiksi sen, mitä moni suunnittelija joutuu punnitsemaan tehdessään sisältöjä, joille on asetettu saavutettavuusvaatimukset. Kenties suurimmat muutokset liittyvät usein väriihin ja niiden muokkaamiseen esteettisesti silmää miellyttävistä karkeampiin ja voimakaskontrastisempiin sävyihin. Erityisesti infograafisten sisältöjen suhteen joudutaan usein nostamaan tekstin pistekoko huomattavasti suhteessa suunnittelijan alkuperäiseen ehdotukseen, ja verkkosivujen painikkeille suunniteltu monimutkainen hover-animaatio saateen joutua poistamaan kokonaan.

Miten graafinen suunnittelija pystyy siis olemaan tyytyväinen lopputulokseen, jonka muotoa ovat prosessin aikana säädelleet monenlaiset saavutettavuuskriteerit?

Siinä missä saavutettavuusvaatimukset täyttävä sisällöntuotanto on tärkeää inklusiivisuuden ja yhtäläisten toimintamahdollisuuksien kannalta, pidän yhtä tärkeänä kykyä erottautua massasta esteettisesti kauniin ja huomiota herättävän graafisen suunnitte-

lun keinoin. Vaikka saavutettavuusvaatimukset saattavatkin toisinaan tuntua suunnittelijasta kohtuuttomilta, niiden noudattaminen ei loppujen lopuksi ole rakettitiedettä.

Tärkeintä saavutettavan ja esteettisesti miellyttävän sisällön luomisessa on yksinkertaisuus ja yksinkertaiset mutta näyttävät ratkaisut. Kun suunnittelutyötä lähdetään rakentamaan saavutettavuus mielessä pala kerrallaan, on esteettisesti kauniin lopputuloksen saavuttaminen huomattavasti vaivattomampaa verrattuna yksityiskohtaisen suunnittelutyön muokkaamiseen saavutettavaksi jälkeenpäin. Avainsanat, jotka suunnittelijan olisi hyvä pitää mielessä suunnitteluprosessin aikana ovat: värit, tekstin pistekoko, alt-teksti, yksinkertaisuuden pohjalle rakennettu grafiikka ja selkeä hierarkia.

Värien suhteen on nykyään saatavilla monia erilaisia verkkotyökaluja, jotka helpottavat saavutettavien väriyhdistelmien löytämistä. Työkaluja hyödyntämällä esteettisesti miellyttävien väripalettien luominen on suhteellisen helppoa. Esimerkiksi verkossa käytettävä Tanaguru Contrast Finder (www.contrast-finder.tanaguru.com) ehdottaa suunnittelijan valitsemille värisävyille saavutettavia vaihtoehtoja, jotka ovat mahdollisimman lähellä alkuperäisiä värejä. Työkalusta on valittavissa myös vaihtoehto, joka hakee mahdollisimman samankaltaisten värien lisäksi muita saavutettavia väri vaihtoehtoja.

Kuten luvussa 3.2.1 mainittiin, tekstin erottuvuuteen täytyy kiinnittää erityistä huomiota saavutettavissa sisällöissä. Yleisenä nyrkkisääntönä voidaan pitää kontrastisuhdetta 4,5:1. Käytännössä niin kauan kuin

kaikki tekstit sisällössä ylittävät kontrastisuhteen 4,5:1, teksti sisällössä on saavutettavaa. On totta, että joissakin yhteyksissä pienempi tekstikoko miellyttää silmää enemmän, mutta saavutettavuuden yhteydessä graafisen suunnittelijan täytyy nöyrtyä tekstin edessä ja suunnata esteettiset toiveensa ja tavoitteensa muualle.

Alt-tekstin eli vaihtoehdoisen tekstin tärkeyttä saavutettavuudelle korostettiin luvussa 3.2. Vaihtoehtoinen teksti ei varsinaisesti liity suunnittelun esteettisyyteen, mutta on äärimmäisen tärkeä asia muistaa.

Kun lähdetään toteuttamaan suunnitteluprojektia, jolle on määritelty saavutettavuuden suuri merkittävyys, on sekä suunnittelijan että asiakkaan kannalta parasta ottaa se huomioon aivan alkumetreiltä saakka. Saavutettavaa taittotyötä suunniteltaessa tämä voi tarkoittaa esimerkiksi tekstikokojen tarkistamista jo alkuun, jotta koko tekstin uudelleen taittamiselta vältytään, sekä saavutettavien väriarvojen määrittämistä ennen taiton muotokielen suunnittelua. Ottamalla saavutettavuusvaatimukset huomioon projektin alusta saakka, graafinen suunnittelija välttyy merkittävilta muutoksilta projektin myöhemässä vaiheessa.

Yksi merkittävimmistä saavutettavuuden vaikuttavista suunnitteluvalinnoista on selkeän hierarkian noudattaminen. Sekalainen ja hämmentävä sisältö on omiaan ohjaamaan käyttäjän pois sisällön ääreltä, minkä vuoksi selkeiden rakenteiden, kuten leipätekstin, alaotsikoiden ja otsikoiden määrittely on ehdottoman merkittävässä roolissa saavutettavien sisältöjen toteutuksessa. Tekstin selkeän hierarkian lisäksi valkoisen eli tyhjän

tilan hyödyntäminen auttaa käyttäjää suuntaamaan huomionsa sisältöön sen oikeassa järjestyksessä. Toisiinsa liittyvien elementtien olisi hyvä sijaita samalla alueella, jotta silmä erottaa ne kuuluviksi samaan ryhmään, ja sisällön rytmittäminen yhtenäisellä tavalla auttaa seuraamaan sisältöä ja liikkumaan elementtien välillä. (Hecks, 2025.)

Yksinkertaisuudessaan vastaus kysymykseen: *Miten graafinen suunnittelija onnistuu suunnitteluratkaisuissaan tavalla, joka toteuttaa saavutettavuuden lisäksi myös suunnittelijan omia esteettisiä toiveita ja tavoitteita?* on siis suunnittelijan tieto. Tiedostaessamme kaikki ne tavat, joilla kauniista sisällöistä luodaan kauniiden lisäksi mahdollisimman saavutettavia, toteutamme suunnittelijoina sisältöjä, jotka hurmaavat estetiikallaan ja ovat samanaikaisesti saavutettavissa mahdollisimman monelle.

4 Reflection-in-action: tunnekortit tukiviittomaopetukseen

4.1 KORTTIEN MUOTOKIELI JA KUVITUSTYYLIN VALITSEMINEN

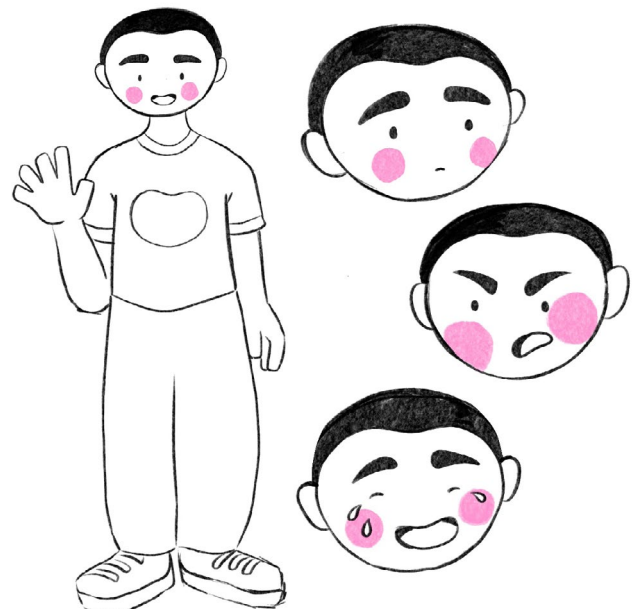
Luvun neljä alaluvuissa pyrin tunnekorttien toteutusprosessin kautta vastaamaan kysymykseen: *Miten asiakkaan toiveet ja tarpeet voivat vaikuttaa tavoitteeseen saavutettavasta lopputuotteesta?* Avaan luvuissa prosessia alusta alkaen ja pohdin sitä, miten tiivis yhteistyö asiakkaan kanssa vaikutti tunnekorttien lopulliseen muotoon ja saavutettavuuteen.

Trilogille toteutetut tunnekortit ovat kaksipuoleisia. Jokaisen kortin etupuoli koostuu kuvitetusta kuvasta, jossa Logi-niminen hahmo esittää yksin tai yhdessä ihmisystävien kanssa tunnetta kuvan keinoin, sekä tunteesta sen kirjoitetussa muodossa. Korttien kääntöpuolella on tunteeseen liittyvä loru ja QR-koodi, jonka kautta pääsee katsomaan lorun tukiviitottuna.

Trilogin toimitusjohtajan Kirsi-Marja Mäen ja viittomakielistä tulkkausta opiskelevien Outi Ståhlbergin ja Iina Uusitalon toive yhteisen projektimme alussa oli, että Logi-hahmon muoto johdettaisiin Trilogin logon O-kirjaimesta, jota yritys käyttää visuaalisen ilmeensä mukaisesti myös erillisenä merkinä (kuva 16). Pidin heti luonnollisena ratkaisuna hyödyntää O-merkkiä hahmon pään muotona, sillä pään paikalla se kiinnittäisi eniten huomiota, minkä lisäksi merkki muistutti mielestäni jo itsessään hieman leveää päätä. Tein ensimmäisen luonnoksen ihmismäisestä hahmosta, jonka ulkoisen ilmeen pyrin tässä vaiheessa pitämään hyvin neutraalina (kuva 17).



Kuva 16: Trilog Oy:n tunnus ja merkki.



Kuva 17: Ensimmäinen luonnos tunnekorttien päähahmosta, Logista.

Ensimmäisen luonnoksen jälkeen kokoustin säännöllisesti Ståhlbergin ja Uusitalon kanssa Teams-työpöytäsovelluksen välityksellä. Ensimmäisessä kokouksessa keskustelimme ihmismäiseen hahmoon liittyvistä ongelmista, joita olivat hahmon rodullistaminen ja sukupuolitaminen, jotka väistämättä sulkisivat osan lapsista ulkopuolelle. Trilog halusi tehdä hahmosta mahdollisimman hauskan ja omanlaisensa ilman, että siihen olisi liitettävissä ihmisen ulkonäköön liittyviä seikkoja, jotka saattavat estää meitä samaistumasta hahmoon. Lisäksi hahmon värinä toivottiin käytettävän yhtä Trilogin kolmesta pääväristä, jotka ovat petroolinsininen, pinkki ja keltainen (kuva 18).

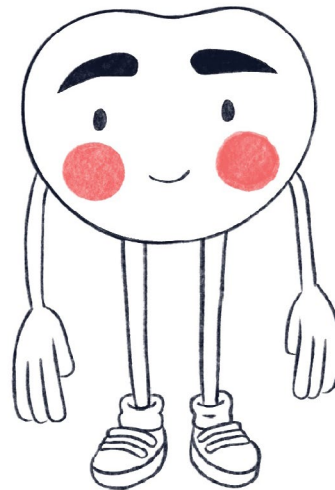
Pohdin sitä, miten jokaiseen väriin liittyi oma ongelmansa. Petroolinsininen väri oli aivan liian tumma, jotta ilmeet olisivat erottuneet kasvoista tarpeeksi selkeästi. Pinkki väri puolestaan esti punaisten poskien hyödyntä-



Kuva 18: Trilog Oy:n brändivärit.

misen, joiden ajattelin olevan tärkeä yksityiskohta esimerkiksi häpeän kaltaisten tunteiden visualisoinnissa. Keltainen oli vaihtoehdoista paras, muttei ongelmaton. Mikäli olisimme päätyneet ihmismäiseen hahmoon tummilla hiuksilla ja keltaisella iholla, vaarana olisi ollut, että kuvitus on tulkittavissa väärin rassistiseksi kuvaukseksi aasialaissyntyisestä ihmisestä. Tälle mahdollisuudelle emme halunneet antaa tilaa.

Kun olimme päättäneet, ettemme etene ihmishahmon kanssa, ryhdyimme pohtimaan muita vaihtoehtoja. Uusitalo ja Ståhlberg olivat ehdineet viettää projektin suunnittelun parissa pidemmän aikaa, ja heidän mielissään oli ehtinyt kehkeytyä kuva pallopäisestä hahmosta, jolla ei ollut lainkaan torsoa. Ajatuksena oli, että hahmo olisi niin ikään Trilogin O-merkki raajojen kera. Alkuun hieman ajatusta vierastettua ni tein luonnoksen hahmon kehosta (kuva 19).

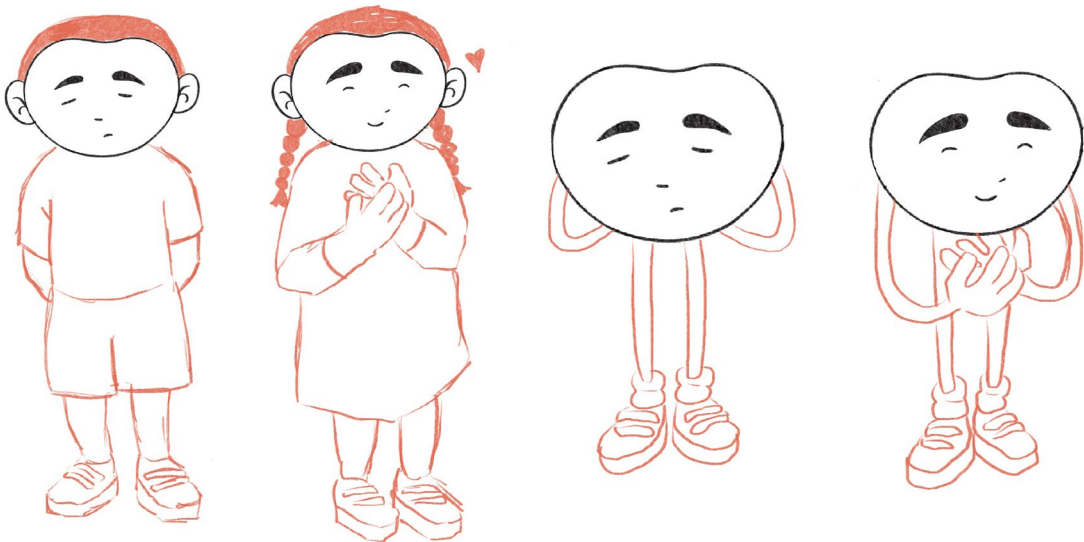


Kuva 19: Ensimmäinen luonnos torsottomasta hahmosta.

Syy varovaiselle suhtautumiselleni liittyi tunteiden ilmaisun kehollisuuteen. Pelkäsin, että kiitollisuuden ja syyllisyyden kaltaisia tunteita olisi vaikea kuvata kuvituksen keinoin, mikäli hahmolla ei olisi keskivartaloa. Tätä pyrin havainnollistamaan projektin tiimille tekemällä luonnoksen, jossa vertailin näiden kahden tunteen kuvaamista torsollisella ja torsottomalla hahmolla (kuva 20).

Keskusteltuamme aiheesta tulimme kuitenkin siihen tulokseen, että pallopää-hah-

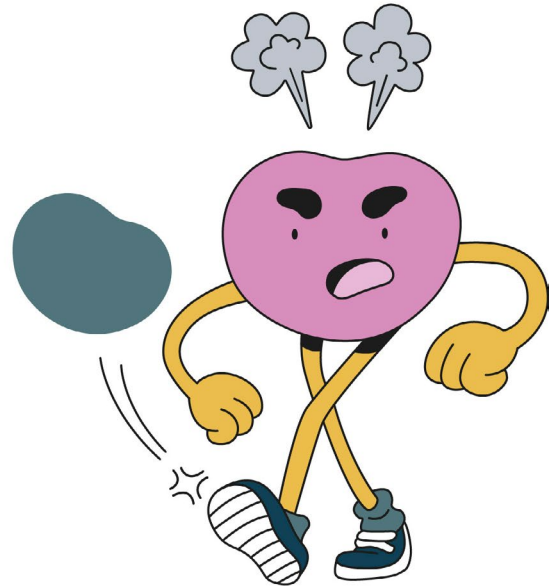
mon kanssa voidaan edetä, sillä se, mitä tunnetta kukin tunnekortti kuvaa, ei jää yksin kuvan varaan, vaan kuvituksen alle tulee myös tunne kirjoitetussa muodossaan. Mikäli tunnetta olisi kuvattu pelkällä kuvituksella kortin etupuolella, olisin pitänyt hanakammin kiinni ihmishahmosta ja tunteiden esittämisen kehollisuudesta. Toisaalta on myös totta, että pallopäinen hahmo korostaa ja tuo paremmin esiin yrityksen merkin käytön sen muodon toteutuksessa.



Kuva 20: Havainnollistava luonnos tunteiden esittämisen kehollisuudesta, vertailussa torsollinen ja torsoton piirretty hahmo.

Kuvitustyylillä miettiessäni tuntui luonnolliselta lähteä toteuttamaan kuvituksia info-grafiikkamaiseen tyyliin vektorikuvituksina – selkeät, tarkat linjat ja viivat ovat omiaan edistämään saavutettavuutta, sillä vektorigrifiikkana toteutetun kuvituksen jälki on usein yksinkertaisuudessaan kaunista ja helppolukuista. Ajattelin, että viivan jatkuva tasapaksuus tekee kuvituksista mahdollisimman helposti tulkittavia.

Tein muutaman version korttien kuvituksista vektorigrifiikkana Adobe Illustrator -ohjelmistoa hyödyntäen (kuvat 21). Nämä versiot saivat projektin tiimiltä positiivisen, joskin hieman vaisun vastaanoton. Olin itse jumissa kuvitusten kanssa tässä kohtaa, sillä vektorigrifiikan hyödyntäminen kuvitusten toteutustapana kävi järkeen päässäni, mutta jostain syystä kuvituksista tuntui puuttuvan jotain.



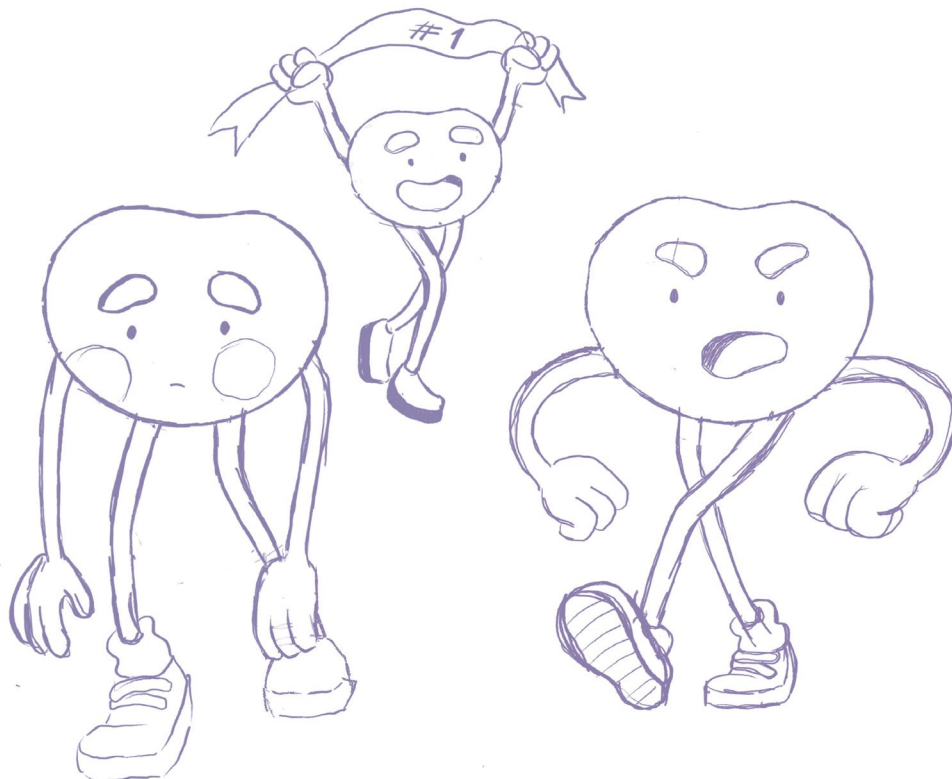
Kuva 21: Vektorigrifiikalla toteutettuja kuvituksia Logista.

Vasta, kun kokoustimme seuraavan kerran tiimin kanssa, sain vastauksen sille, miksi aiempi kuvitusten vastaanotto oli tuntunut jokseenkin nihkeältä. Ståhlberg ja Uusitalo kertoivat tapaamisessa, että olivat ihastuneet minussa nimenomaan kuvitusjälkeeni, joka oli täynnä pehmeää sielukkuutta, ja olivat toivoneet alusta saakka, että käyttäisin omaa piirrosmaista tyyliäni kuvitusten toteuttamisessa. Tässä kohtaa kävi siis ilmi, että välillämme oli sattunut jonkinlainen kommunikaatiokatkos – olin itse ajatellut, että opetuskäyttöön tulevien korttien tulee heijastella opetusmaailman teknisyyttä, kun taas muu tiimi oli olettanut minun rönsyilevän reippaasti omalla tyyllilläni.

Valehtelisin, jos väittäisin, etten tuntenut tässä kohtaa valtavaa helpotusta. Vaikka

vektorigrafiikan hyödyntäminen on erinomainen vaihtoehto sekin, kenties minua vaivasi Illustratorilla luotujen kuvitusten kohdalla hahmon kylmyys. Minusta tuntui, etten pääse mekaanisen vektorikuvituksen keinoin käsiin hahmon lempeyteen ja vekkulimaisuuteen.

Seuraavaksi vaihdoin siis Adobe Illustratorin Procreate-ohjelmaan, jota olen tottunut hyödyntämään kuvittaessani piirrosmaisesti Apple Pencil -kynän kanssa. Jokin tuntui kohtaavan kohdilleen alkaessani piirtämään kynän kanssa hahmon pitkiä, kaarevia raajoja. Testailin aiemmin Illustratorilla toteuttamieni kuvituskokeilujen toteuttamista piirrosmaisempaan tyyliin (kuva 22).



Kuva 22: Ensimmäisiä Apple Pencil -kynällä piirrettyjä luonnoksia piirrosmaisesta Logi-hahmosta.

Päädyin aloittamaan hahmon toimivuuden testaamisen ns. vaikeammin kuvattavissa olevista tunteista. Koen, että on helppoa kuvata minkä tahansa muotoista hahmoa iloisena tai surullisena, mutta vaikeammin visuaalisesti esitettäviä tunteita, kuten kateutta tai pettymystä, voi olla vaikea erottaa surun ja vihan tunteista hahmon ollessa liian ilmeeton. Hahmon täytyi siis olla muodoltaan tarpeeksi muokattavissa ilmeiden ja asentojen suhteen, jotta sillä pystyisi kuvaamaan laajaa skaalaa erilaisia tunnetiloja.

Keskusteltuamme Uusitalon ja Ståhlbergin kanssa, tulimme siihen tulokseen, että koska Logilla on korteissa erilainen ja merkittävä rooli, muut korteissa esiintyvät hahmot voisivat olla ihmisiä. Näin osaltaan korostettaisiin Login roolia päähenkilönä, mutta myös muusta massasta erottuvana erikoisena ja sympaattisena otuksena, johon katsojan on helppo samaistua. Erilaisesta muodostaan huolimatta Logi on kuitenkin lähes samankokoinen suhteessa ihmisystäviinsä – pois lukien ujoutta esittävä kortti, jossa Logia kuvataan äidin helman takana piileskelevänä lapsena. Tekemällä Logista huomattavasti pienemmän olisin tahtomattani ohjannut huomiota pois Logista ja kohti tämän ystäviä. Sitä vastoin tekemällä Logista valtavan kokoisuuden suhteessa muihin hahmoihin, olisin luonut vääränlaista mielikuvaa valta-asemasta tai jopa tehnyt Logista pelottavan näköisen hirviön.

4.2 SILMÄT SIELUN PEILINÄ

Uusitalo ja Ståhlberg olivat valinneet tunnekortteja varten 20 tunnetta: ilo, suru, viha, pelko, inho, levottomuus, häpeä, ujous, kiitollisuus,

rohkeus, ylpeys, ahdistus, ystävällisyys, yksinäisyys, pettymys, kateus, turvallisuus, ikävä, syllisyys ja väsymys. Alun perin tunteita oli listattuna peräti 40 kappaletta, mutta tulimme melko varhaisessa vaiheessa projektia siihen tulokseen, että 40 tunteen skaala on aivan liian laaja alakouluikäisen oppimisen kannalta. Ståhlberg ja Uusitalo karsivat siis tunteiden määrän puoleen sillä perusteella, mitä tunteita kuvaamme useimmiten arkisessa kanssakäymisessä.

Luonnostellessani Logi-hahmoa kuvaamassa tunteita, huomasin melko pian, miten valtavassa roolissa silmät ovat tunteiden välittäjinä. Olin alustavasti valinnut hahmolle sympaattiset nappisilmät, mutta niiden ilmeikkyyden ei riittänyt kuvaamaan ahdistuksen kaltaisia tunteita, jotka saavat silmät puristumaan tiukasti kiinni, tai syllisyyden kaltaisia tunteita, jotka laskevat katseen painavana maata kohti.

Vuonna 2017 julkaistun tutkimuksen mukaan (Anderson & Lee) tulkitsemme toisten ihmisten tunnetiloja tarkkailemalla silmien ilmaisua. Tutkimuksessaan Anderson ja Lee selittävät syyn silmien tarkkailulle johtuvan silmien asemasta ensisijaisina vastaanottajina näköaistille. Tunteiden ilmaisuun liittyvät muutokset silmien asennossa vaikuttavat näköaistiimme, minkä seurauksena kommunikoidemme toisinaan tahattomastikin, mitä mieltä olemme asioista. Tutkimuksessa huomattiin esimerkiksi, että ihmiset assosioivat kavennetut silmät negatiivisiin tunteisiin, kuten inhoon ja epäluuloon. Kaventaessamme katsettamme menetämme osan silmiin haikutuvasta valosta ja pystymme näin ollen keskittämään katseemme paremmin. Sitä vastoin suuret, avoimet silmät yhdistettiin herkkyyteen liittyviin tunteisiin, kuten pelkoon ja

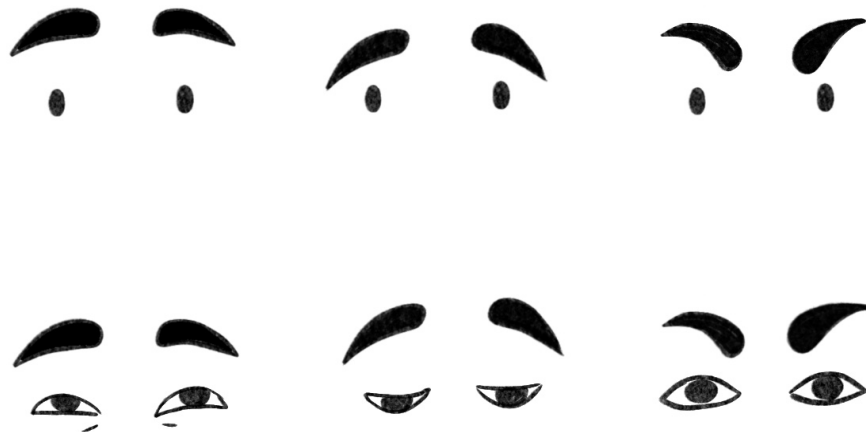
hämmästykseen. Avaamalla silmämme mahdollisimman suuriksi laajennamme näkökenttäämme, mikä on hyödyllistä esimerkiksi pelottavissa tilanteissa, joissa meidän täytyy olla erityisen tietoisia ympäristöstämme.

Anderson esitti tutkimuksessaan kirjoittajakumppaninsa Daniel H. Leen kanssa tutkittavien ryhmälle kuvia silmäpareista esittämässä kuutta perustunnetta. Tutkittavat saivat lisäksi kuvan yhteyteen yhden sanan viidestäkymmenestä, jolla kuvattiin tiettyä mielentilaa, kuten kiinnostusta tai tylsistyneisyyttä. Tutkittavien täytyi kertoa, missä määrin heidän näkemänsä silmäparit kuvastivat kyseistä mielentilaa. Jokainen tutkittavista suoritti tällä menetelmällä 600 testiä, jonka lopputuloksena havaittiin, että tutkittavat tunnistivat kuusi perustunnetta oikein pelkästään silmiä katsomalla. Testien perusteella Anderson vahvisti jo olemassa ollutta Darwinin teoriaa tunnemekanismien synnystä, joka esitti

kasvojen ilmeiden syntyneen sensorisen funktion pohjalta, ei niinkään sosiaalista kommunikointia varten.

Samassa tutkimuksessa selvisi myös, että tutkimukseen osallistuneet pystyivät luokemaan tunteita parhaiten kasvojen alueelta nimenomaan tarkkailemalla silmiä. Silmät tarjosivat siis tarkkailijalleen vahvemman indikaation siitä, mikä tunne oli kyseessä, kuin muut alueet kasvoissa.

Nappisilmillä on helppoa kuvata muutamaa tunnetta, mutta kun on kyse 20 tunteen skaalasta, täytyy tunnetta pystyä mielestäni kuvaamaan myös silmin. Niinpä päätin, että Logilla täytyy olla silmät, joista on selkeästi erotettavissa iiris – näin saan kuvattua katseen suuntaan, sekä silmien kaventumista ja laajentumista (kuva 23). Uusien silmien myötä hahmoon saatiin lisättyä ilmeikkyyttä, mikä osaltaan edistää samaistuttavuutta ei-ihmismäiseen olentoon.



Kuva 23: Nappisilmät verrattuna silmiin, joissa on selkeästi erotettava iiris. Vertailussa erilaisten kuvitettujen silmien kyky välittää tunteita.

4.3 SYMBOLIIKKA TYÖKALUNA TUNTEIDEN VISUALISOINNISSA

Symbolilla viitataan tavallisimmin Charles Peircen määritelmän mukaisesti merkkeihin, jotka representoivat viittauskohdettaan tai objektia suhteen kautta, joka perustuu vakiintuneeseen tapaan, sääntöön, tottumukseen tai sopimukseen (Johansen & Larsen, 2002, s. 220). Esimerkiksi kyyhkynen tunnustetaan kansainvälisesti rauhan symbolina, ts. sitä kuvaavana merkinä.

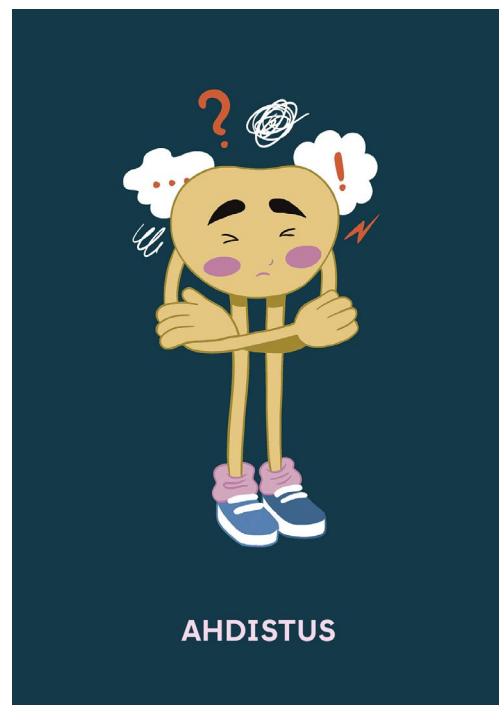
Symboliikalla puolestaan viitataan laajempaan kokonaisuuteen, symbolien ja ilmiöiden suhteiden olemassaoloon teoksessa tai tuotannossa (emt., s. 221). Symboliikan tutkijan tehtävä on selvittää sekä symbolien sisältöä että tarkoitusta. Tässä luvussa reflektoin symboliikan hyödyntämistä monimutkaisten tunteiden kuvaamisen työkaluna.

Symboliikan hyödyttäminen opetus kontekstissa voi auttaa kaikkia oppilaita, mutta erityisesti niitä, joilla on puheeseen, kieleen tai kommunikaatioon liittyviä erityistarpeita, kuten Trilogin asiakkailla. Opetustilanteissa kuvia ja kuvituksia käytetään usein elävöittämään tarinoita ja teoriaa, mutta lapset, joilla on kirjoitetun ja puhutun kielen ymmärtämiseen liittyviä haasteita, hyötyvät kuvista myös muilla tavoin. Opetustilanteissa symboleja voidaan hyödyntää avainsanojen ja -aihealueiden erottamiseksi muusta tietomassasta, mikä antaa kieleen ja kommunikaatioon liittyvistä haasteista kärsiville lapsille mahdollisuuden tarttua johonkin konkreettiseen. Kun itse sana unohtuu, muistissa saattaa kuitenkin pysyä kuva, jonka kautta sana pystytään palauttamaan mieleen. (Ryves & Thompson, 2023.)

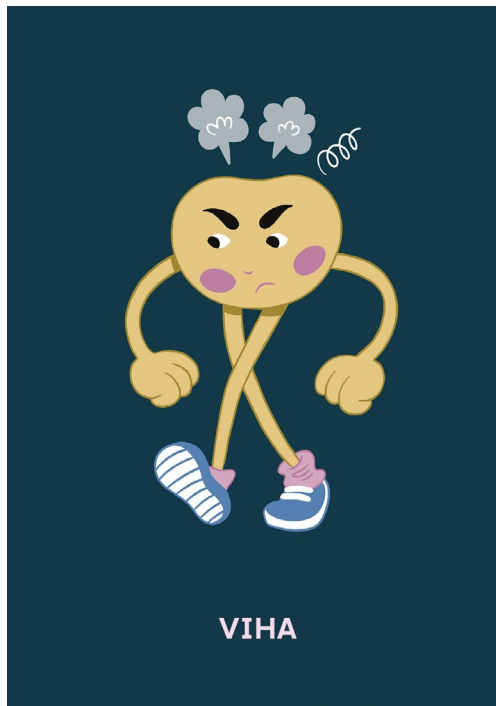
Kun opetustilanteessa esitetään piirrettyjä symboleja puheen tukena, verbaalinen oppiminen muuttuu multisensoriseksi kokemuk-

seksi, joka rohkaisee prosessoimaan tietoa eri tavoin. Pienten symbolien avulla voidaan tuoda valtavan suurta apua niille, joille pelkkä puheen kuuleminen tai tekstin lukeminen on haasteellista. Samalla autetaan kaikkia muitakin muistamaan tieto paremmin. (Emt., 2020.)

Lähes jokainen Trilogille suunnitellun korttipakan korteista hyödyntää symboliikka kuvituksissaan. Kenties räikeintä symbolismia esiintyy ahdistusta kuvaavassa kortissa, jossa hahmon pään yläpuolella leijailee erilaisia välimerkkejä, piirrostuhruja ja puhekuplia (kuva 24). Samankaltaisia symboleja käytetään myös vihaa kuvaavan kortin kuvituksessa (kuva 25). Mutta miksi juuri myrskyisät harmaat pilvet, erilaiset välimerkit ja piirretyt sekalaiset sykeröt toimivat symboleina ahdistuksen ja vihan kaltaisille tunteille?



Kuva 24: Ahdistus-kortti. Ahdistusta symboloivat kortissa erilaiset välimerkit, piirrostuhrut ja puhekuplat.



Kuva 25: Viha-kortti. Vihaa symboloivat kortissa myrskypilvet ja pyörremäiset piirrosäljet.

Vastausta voidaan etsiä semiotiikasta, merkkejä ja niiden suhteita ympäröivään maailmaan tutkivasta tieteenalasta. Johansenin ja Larsenin teoksessa *Signs in Use: An Introduction to Semiotics* (2002) avataan Charles Peircen merkkitheoriaan pohjaten sitä, miten erilaiset symboliset merkit rakentavat ympärilleen toissijaisia tapoja tulkita niitä niiden kirjaimellisen tarkoituksen ulkopuolella.

Peirce jakaa merkit kolmeen kategoriaan: ikonisiin, indeksisiin ja symbolisiin merkkeihin (emt., s. 32). Siinä missä ikoniset merkit kuvaavat kohteitaan niiden piirteiden mukaisesti ja indeksisillä merkeillä on luonnollinen suhde asiaan, jota ne kuvaavat, symboliset merkit ovat luonteeltaan umpimähkäisiä ja motivoitumattomia, eli ne eivät kuvaa suoraan merkitystään tai omaa luonnollista suhdetta siihen (emt., s. 43).

Symboliset merkit eli symbolit kuvaavat asioita, joita niiden on ns. sovittu kuvaavan. Aiemmin esimerkkinä esitellystä kyyhkösestä muodostui modernin ajan virallinen rauhan symboli vuonna 1949, kun Pablo Picasson piirros kyyhkösestä, joka kantaa nokassaan oliivinokkaa, valittiin edustamaan Maailman rauhanneuvostoa (The History Press, 2018).

Syy sille, miksi Picasso valitsi kuvata rauhaa hyödyntämällä kyseistä kahta elementtiä, piilee tuhansien vuosien takana historiassa. Muinaisen Kreikan mytologiassa kyyhkynen symboloi rakkautta ja elämän uudistumista, siinä missä muinaisessa Japanissa kyyhkynen, joka kantaa miekkaa, symboloi sodan päättymistä. Varhaiset kristityt kuvasivat kastetilaisuutta kyyhkynen avulla, minkä lisäksi Raamatussa kuvataan, miten Nooa lähetti tulvavesien laskettua matkaan kyyhkynen, joka palasi kantaen oliivinokkaa, mikä todisti elämän palanneen maapallolle. Muinaisessa Kreikassa oliivinoksat symboloivat runsautta, ajoivat pois pahoja henkiä ja toimivat rauhan jumalattaren Eirenen määreinä. (The History Press, 2018.)

Symbolien merkitykset muodostuvat siis ajan saatossa, muovautuen kulttuurien sisällä ja ulkopuolella. Useinkaan symboleja ja symboliikkaa hyödyntäessämme emme keskity miettimään sitä, miten käyttämämme symbolit ovat saaneet merkityksensä, vaan miten ne helpottavat vaikeiden ja abstraktien asioiden ja käsitteiden kuvaamista kuvan keinoin. Aivan kuten en itse pohtinut sen tarkemmin, miksi välimerkit, harmaat pilvet ja piirretyt pyörremyrskyä muistuttavat viivat sopivat symboloimaan ahdistuksen ja vihan kaltaisia tunteita. Tieto oli minuun sisäänrakennettua,

nk. *knowing-in-actionia*. Olin nähnyt, miten samankaltaisia merkkejä käytetään kuvaamaan ahdistusta, ärtymystä ja vihaa sarjakuvissa ja muissa sellaisissa konteksteissa, joissa esiintyy kuvitettuja hahmoja. Niinpä tiesin käyttää kyseisiä merkkejä kuvaamaan näitä tunteita myös tunnekorttien kuvituksissa.

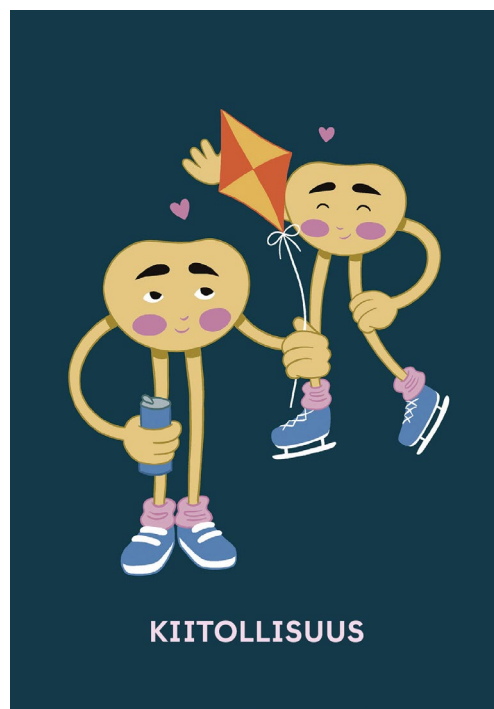
Jos pohditaan esimerkiksi harmaiden pilvien hyödyntämistä vihaa ja ärtymystä kuvaavina symboleina, syitä symbolisen merkityksen muodostumiselle ei tarvitse hakea kaukaa: kielemme on täynnä ilmaisia, jotka tukevat myrskypilvien ja vihan symbolista suhdetta, kuten "olla kuin myrskyn merkki" tai "sisälläni myrskyää". Myrskyjen aikaansaamat voimakkaat sääilmiöt, kuten ukkosen jyrynä ja salamointi, ovat omiaan johtamaan myrskyn personifikaatioon, eli elottoman asian ihmillistämiseen jonkinlaiseksi vihaiseksi hahmoksi tai voimaksi. Monille uskontojen parissa kasvaneelle on varmasti tuttu myös ilmaisu "sään jumalat ovat vihaisia", jolla viitataan säättä kontrolloivien jumalhahmojen aiheuttavan myrskyjä ollessaan pahalla tuulella.

Erilaisten välimerkkien käyttö ns. negatiivisten tunteiden kuvaamisen keinona puolestaan perustuu niiden käyttötarkoitukseen. Pelkkien huutomerkkien avulla on pitkään sarjakuvataiteessa kuvattu hahmon järkytystä, yllättymistä tai pelästymistä. Vastaavasti hahmojen päiden yllä riippuvat kysymysmerkit kielivät hämmennyksestä.

Muita korteissa esiintyviä symboleita ovat sydän, kruunu, etana, käärme, perhonen ja tähti. Kiitollisuus-kortissa (kuva 26) sydämet symboloivat itse kiitollisuutta ja kiintymystä rakkaita muistoja kohtaan. Turvallisuus-kor-

tissa esiintyvä yksittäinen sydän puolestaan symboloi lempeää turvan tunnetta ja rakkautta turvan tuojaa kohtaan.

Jo muinaisessa Kreikassa lyyrinen runous liitti sydämen metaforisiin kuvauksiin rakkaudesta. Varhaisimpien tunnettujen esimerkkien joukossa on kreikkalaisen runoilijan Sapphon kuvaus "hullusta sydäimestä, joka värisee rakkauden voimasta". Sapphon runot sijoittuvat 700-luvulle eaa. Modernina aikana laajalti tunnettu sydämen symmetrinen symboli on tietävästi esiintynyt ensimmäisen kerran vuonna 1344 ilmestyneessä kuvakirjassa nimeltä *Alexanderin romanssi* (engl. *The Romance of Alexander*). (Yalom, 2019.)

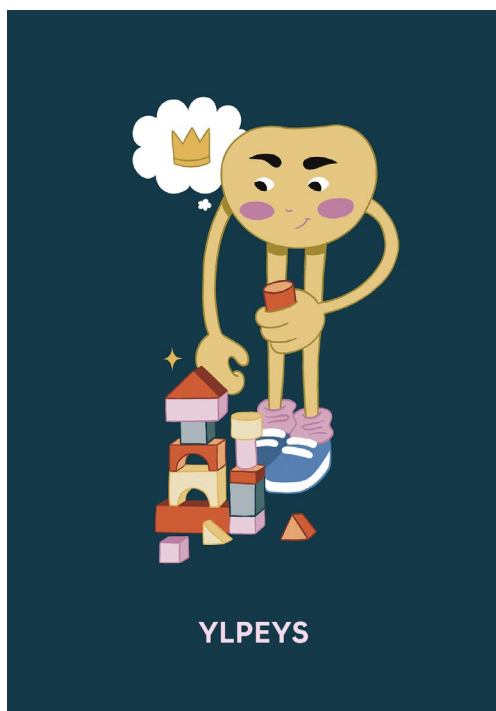


Kuva 26: Kiitollisuus-kortti. Kortissa kiitollisuuden tunnetta symboloivat sydämet.

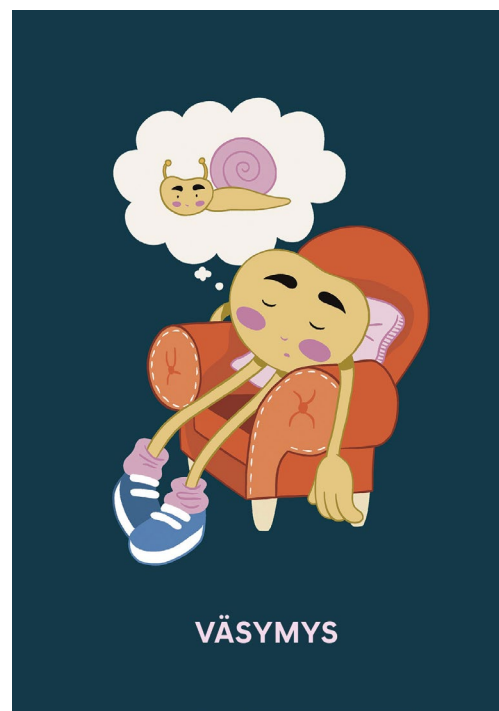
Ylpeys-kortissa Login yläpuolella on keltaisen kruunun sisältävä ajatuskupla (kuva 27). Kruunun merkitys kortissa on symboloida Login saavutuksen tunnetta ja itseen kohdistuvaa ylpeyttä. Kruunu edusti voittoa ja saavuttamista jo antiikin aikoina, jolloin voitokkaita urheilijoita, runoilijoita ja taistelijoita kruunattiin erilaisin sepelein ja kranssein (Britannica, n.d.). Myöhemmin sepeleet muuttuivat kuninkaallisten käsissä kultaisiksi, helmin ja jalokivin koristelluiksi kruunuiksi, jollaisina tunnistamme kruunun tänä päivänä.

Väsymys-kortissa Login yläpuolella esiintyy ajatuskupla, jonka sisällä on etana

(kuva 28). Etana symboloi kortissa itse väsymystä ja hitautta. Etanat ovat tunnetusti yksiä maailman hitaimmista eläimistä, ja myös kielemme on pesiytynyt niiden hitauteen perustuvia ilmaisuja, kuten "hidas kuin etana" ja "liikkuu kuin etana". Usein ollessamme väsyneitä käytämme ilmaisua "olo on kuin etanalla" viitatessamme siihen, miten sekä ajatuksemme että fyysinen toimintamme hidastuu unenpuutteen vuoksi. Näistä syistä olen päättänyt kuvittaa etanan väsymystä kuvaavaan korttiin.



Kuva 27: Ylpeys-kortti. Ylpeyttä kortissa symboloi kruunu.

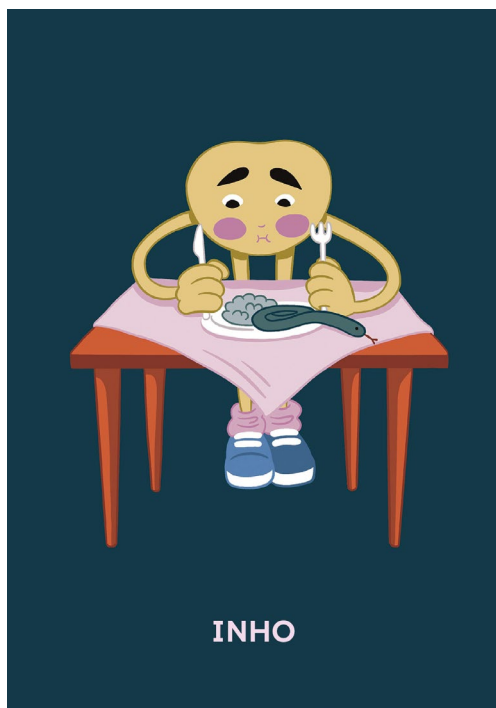


Kuva 28: Väsymys-kortti. Väsymystä kortissa symboloi etana.

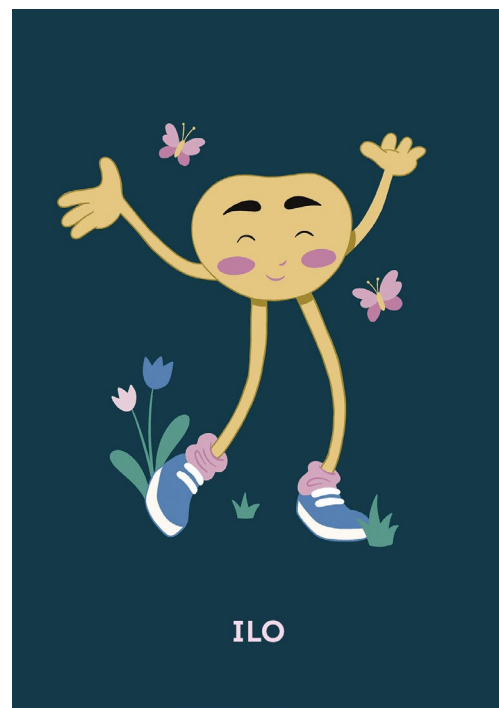
Inho-kortissa Login ruokalautasella on harmaan mössön lisäksi kerälle käpertynyt käärme, jonka kieli on ulkona (kuva 29). Suurin osa ihmisistä tuntee inhoa käärmeitä kohtaan, ja melko hiljattain syyksi löydettiin perimätekijä, joka saa jo vauvaikäisissä aikaa käärmeiden ja hämähäkkien kohtaamiseen liittyvän stressireaktion. Tutkimuksissa huomattiin, että kun vauvoille esitettiin kuvia käärmeistä ja hämähäkeistä kukkien ja muiden eläinten sijaan, niiden pupillit suurenivat huomattavasti. Silmien reaktio merkitsee tutkimuksen päätutkijan mukaan stressistä vastuussa olevan systeemin aktivoitumista aivoissa, mistä voidaan päätellä, että jo vauvaikäiset tuntevat pelkoa ja inhoa käärmeitä ja hämähäkkejä kohtaan. Reaktion arvellaan olevan evolutionaarinen piirre, jonka tehtävä on reagoida potentiaali-

sesti vaarallisiin eläimiin nopeasti nostamalla stressitasoa. Käärme inhon symbolina perustuu siis evoluution muovaamaan sisäiseen hälytyskelloon, joka käskee poistumaan eläimen läheisyydestä mahdollisimman nopeasti. (Max Planck Institute for Human Cognitive and Brain Sciences, 2017.)

Ilo-kortin kuvituksessa Logi hyppelehtii vehreällä niityllä ympärillään perhosia (kuva 30). Perhosen kyky muuttua koteloitumisprosessin myötä toukasta siivekkääksi, vapaana liihottavaksi kauniiksi olennoiksi on tehnyt siitä muutoksen, pelastuksen ja sielun symbolin. Perhonen merkitsee myös iloa ja kauneutta. Japanissa yksittäinen perhonen symboloi geishaa, kun taas kaksi perhosta yhdessä symboloi onnellista avioliittoa. (Wilkinson ym., 2008, s. 72.)



Kuva 29: Inho-kortti. Inhoa kortissa symboloi käärme.



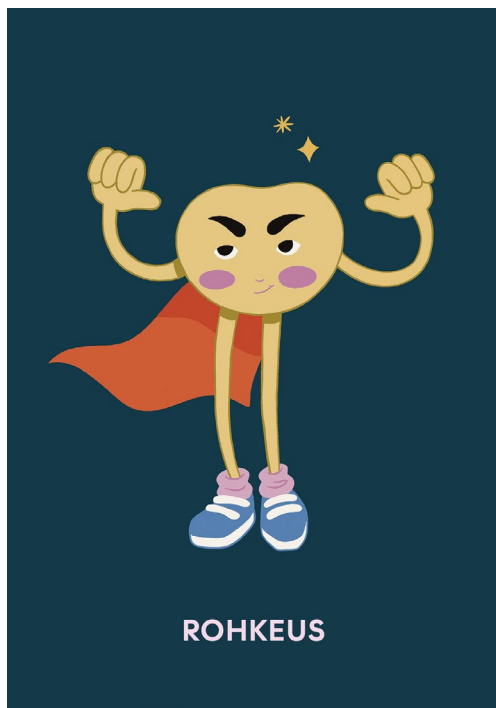
Kuva 30: Ilo-kortti. Iloa kortissa symboloivat perhoset.

Rohkeus-kortissa esiintyy kaksi kimaltavaa tähteä (kuva 31). Sähköiset tähdet symboloivat mm. taivaallista johdatusta, suojelusta ja toivoa. Amerikan alkuperäisasukkaat uskoivat, että tähdet olivat esi-isien taivaalle sytyttämiä nuotioita, ja muissa kulttuureissa tähdet on nähty ovina Taivaan valtakuntaan tai taivaallisina viesteinä jumalilta. Heraldikan oppien mukaan tähti on ritarillisen arvon merkittäjä. (Emt, s. 22.)

Modernin ajan ihmiset ovat tottuneet arvostelemaan asioita ja palveluja tähdin. Viiden tähden ravintola on ensiluokkainen, yhden tähden elokuva surkea ja niin edelleen.

Länsimaisessa kulttuurissa opettajat saattavat palkita nk. tähtioppilaitaan tähden muotoisilla tarroilla, joita oppilaat keräävät merkkinä hyvästä käytöksestä.

Rohkeus-kortissa tähtien merkitys on kuvastaa edellä mainittuihin esimerkkeihin pohjaten onnistumisen ja arvon tunteita. Kun jokin kiiltää ja kimaltaa, tulkitsemme sen arvokkaaksi – kenties sen vuoksi myös supersankareita kuvataan kiiltävissä haarniskoissa ja kimaltavissa ihonmyötäisissä asuissa.



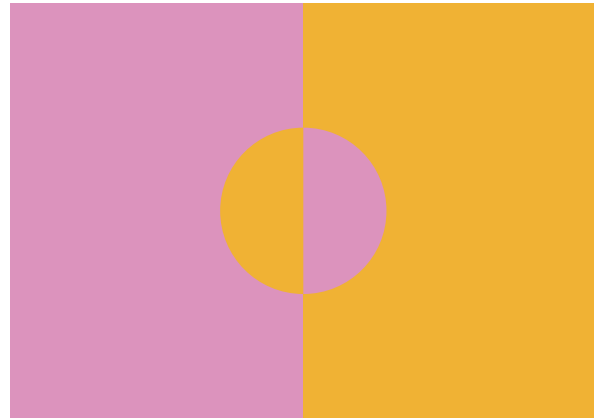
Kuva 31: Rohkeus-kortti. Rohkeutta kortissa symboloivat tähdet.

4.4 VÄRIEN HAASTEET SUHTEESSA SAAVUTETTAVUUTEEN JA SUUNNITTELIJAN RATKAISUT

Trilogin puolelta toivottiin jo projektin alussa, että tunnekortit mukailisivat yrityksen visuaalista identiteettiä, joka on uudistettu vuonna 2022 Studio KU:n toimesta. Logi-hahmon toivottiin rakentuvan tavalla tai toisella Trilogin logon O-kirjaimesta, minkä lisäksi korteissa haluttiin käytettävän Trilogin ilmeen kolmea pääväriä ja niiden tinttejä eli värisävyjä. Typografiasta ei ollut erillistä mainintaa, mutta ilmoitin jo alussa käyttäväni yrityksen ilmeen mukaisesti Strawford-kirjainperhettä, jotta varmistaisimme johdonmukaisen visuaalisen ilmeen hyödyntämisen ja vahvistaisimme tuotemerkin tunnettuutta.

Suunniteltuani Logi-hahmon ja aloitetuani kuvitusprosessin, huomasin, etteivät yrityksen visuaalisen ilmeen värit olleet erityisen saavutettavia yhdessä käytettynä. Keltaisen ja pinkin värien tummuuskontrastiero oli niin pieni, ettei niitä voinut käyttää tasaisina pintoina toisiaan vasten ilman, että värit sekoittuivat toisiinsa (kuva 32).

Koska Login pääväriksi oli suunnittelu- vaiheessa valikoitunut keltainen, pidin luonnollisena ratkaisuna käyttää tummaa petroolinsinistä väriä taustaväriin, jotta vaalea keltainen erottuisi paremmin edukseen. Pelkän kolmen värisävyin käyttäminen aiheutti kuitenkin vaikeuksia. Petroolinsinistä oli vaikea käyttää kuvitusten sisällä ilman, että taustan väriin vuoksi näytti siltä, kuin hahmoissa olisi ollut reikiä, ja pinkkiä ja keltaista oli vaikea käyttää vierekkäin ilman, että ne sulautuivat silmissä yhdeksi.



Kuva 32: *Trilogin pinkki ja keltainen vierekkäin. Pienen kontrastieron vuoksi väriyhdistelmä ei ole saavutettava.*

Lukuisten kokeilujen jälkeen tulin siihen tulokseen, etteivät yksityiskohtaiset kuvitukset onnistuneet kolmella värillä, joista yksi toimi taustaväriinä. Kompromissina ehdotin Trilogin edustajille kahden värin lisäämistä yrityksen palettiin. Ehdotuksessani alleviivasin, että keltainen, pinkki ja petroolinsininen säilyisivät yhä pääväreinä ja veisivät suurimman osan huomiosta, mutta saavutettavuuden tähden meidän pitäisi lisätä palettiin kylmempi sininen ja oranssi, josta saisin taitettua tarvittaessa myös hieman ruskeamman sävyn (kuva 33). Yrityksen edustajat olivat samaa mieltä kanssani, ja ehdotukseni myötä pääsin etenemään kuvitusprosessissa.

Kuvituksia selkeytti entisestään päätökseni turvautua ääriviivojen voimaan. Alkuperäinen ajatukseni oli, että kuvittaisin hahmot väripintoja hyödyntäen ilman ääriviivoja, mutta kuvitusprosessin aikana kävi ilmi, miten suuri merkitys viivoilla oli kuvituksissa, joiden tarkoitus oli olla mahdollisimman selkeitä ja helposti ymmärrettäviä. Pitäydyin kuitenkin

käyttämästä musta viivaa, sillä koin sen liian karkeaksi suhteessa pehmeisiin värisävyihin ja Trilogin pirteään ilmeeseen. Mustan viivan sijaan kehystin väripinnat hieman niitä tummemmilla viivoilla, turvautuen välillä myös taustan tummaan petroolinsiniseen.



Kuva 33: Trilogin brändivärit sekä kaksi palettiin lisättyä väriä, joiden avulla kuvitusprosessi helpottui huomattavasti.

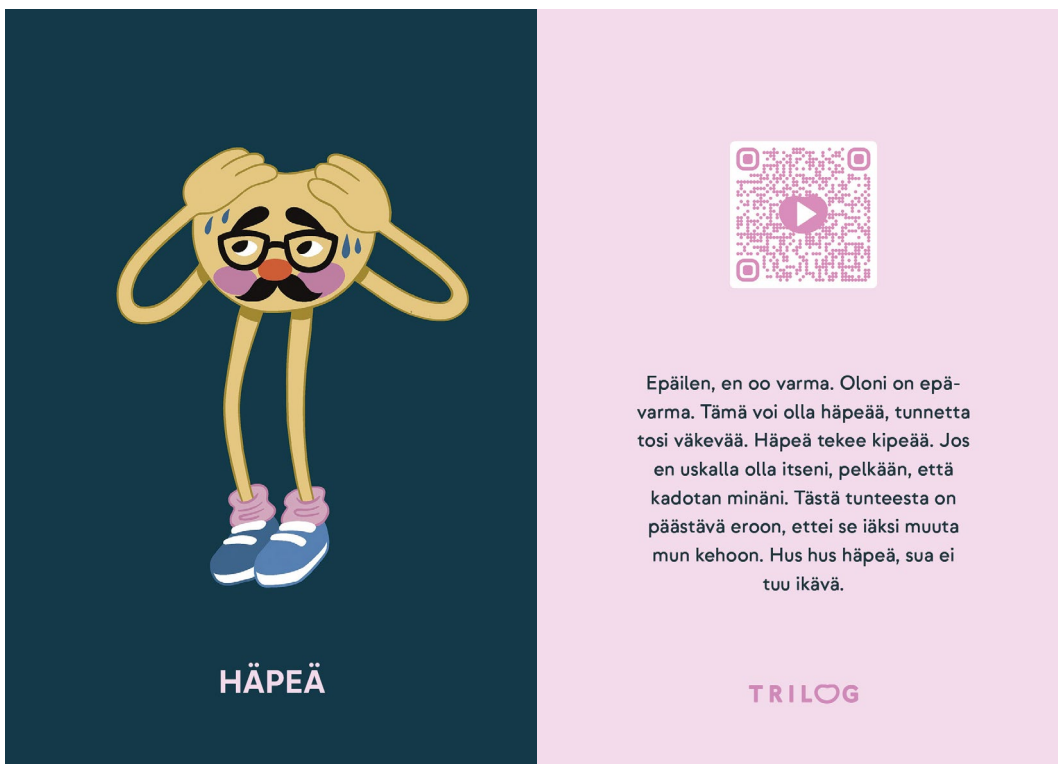
4.5 VALMIIT TUNNEKORTIT

Tunnekortteja valmistui yhteensä sovitut 20 kappaletta. Jokainen kortti kuvastaa määrättyä tunnetta Login, korttien päähahmon, näkökulmasta. Kuvitukset pohjautuvat sekä itse tunteeseen ja sen visuaaliseen esittämiseen että tunnekortin taustapuolella olevaan runoon. Toiset korteista pohjaavat runoihin enemmän kuin toiset – esimerkiksi ujous-kortin suhteen sain suoran pyynnön viittomakielen tulkkio-

kelijoilta toteuttaa kuvitus niin, että siinä Logi piileskelee äitinsä hameen helman takana. Toisena esimerkkinä enemmän runoon pohjautuvasta kortista toimii inho-kortti, jonka kuvitus perustui myös pyyntöön, tällä kertaa Logista istumassa pöydän ääressä ”jotain etovaa lautasella”. Muutoin sain pitkälti itse tehdä tulkin parhaasta kortin kuvitustavasta.



Kuva 34: Ahdistus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 35: Häpeä-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 36: Ikävä-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 37: Ilo-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 38: Inho-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 39: Kateus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



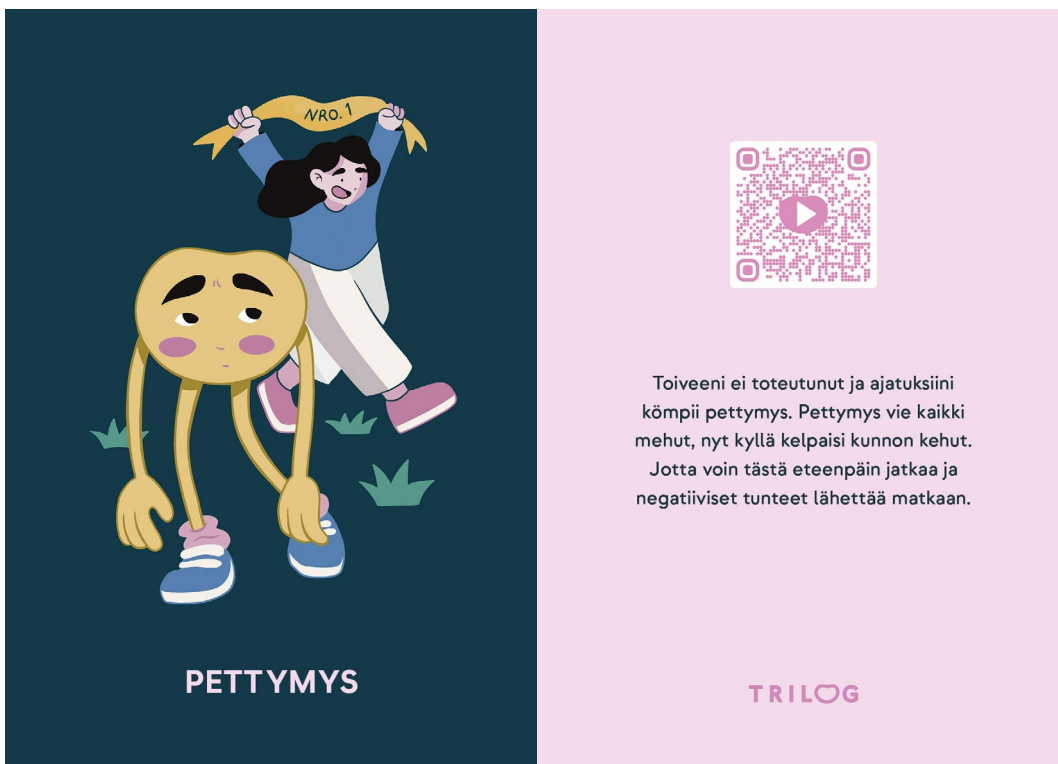
Kuva 40: Kiitollisuus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 41: Levottomuus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 42: Pelko-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



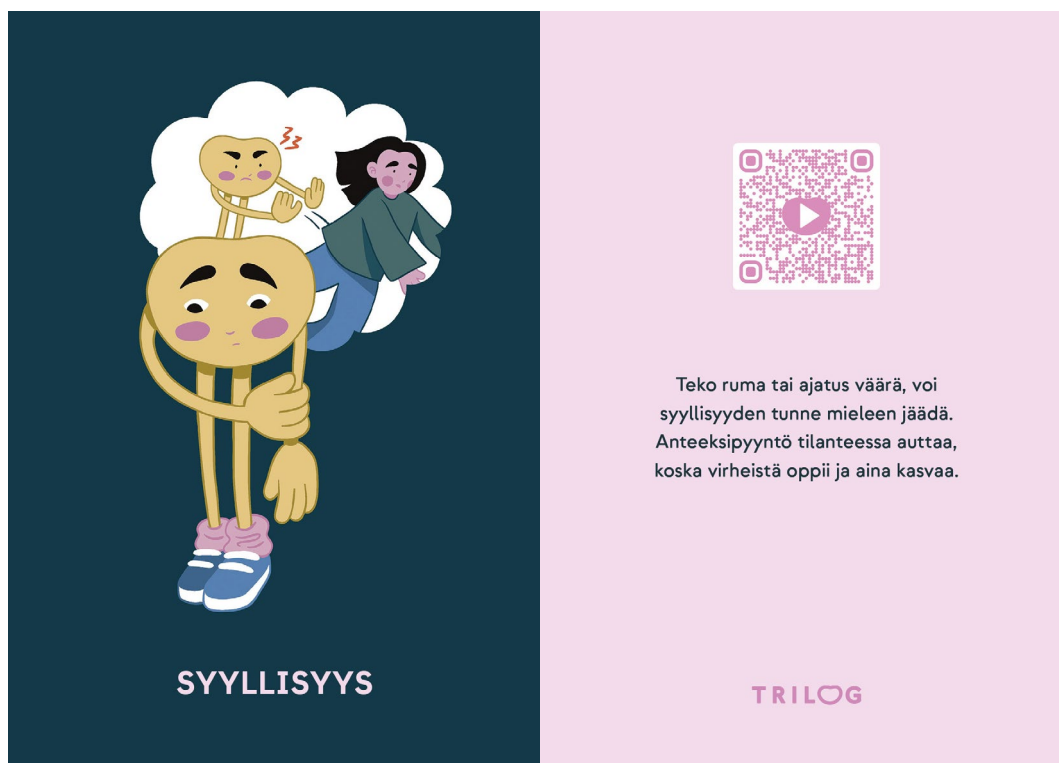
Kuva 43: Pettymys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 44: Rohkeus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 45: Suru-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 46: Syyllisyys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 47: Turvallisuus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 48: Ujo-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



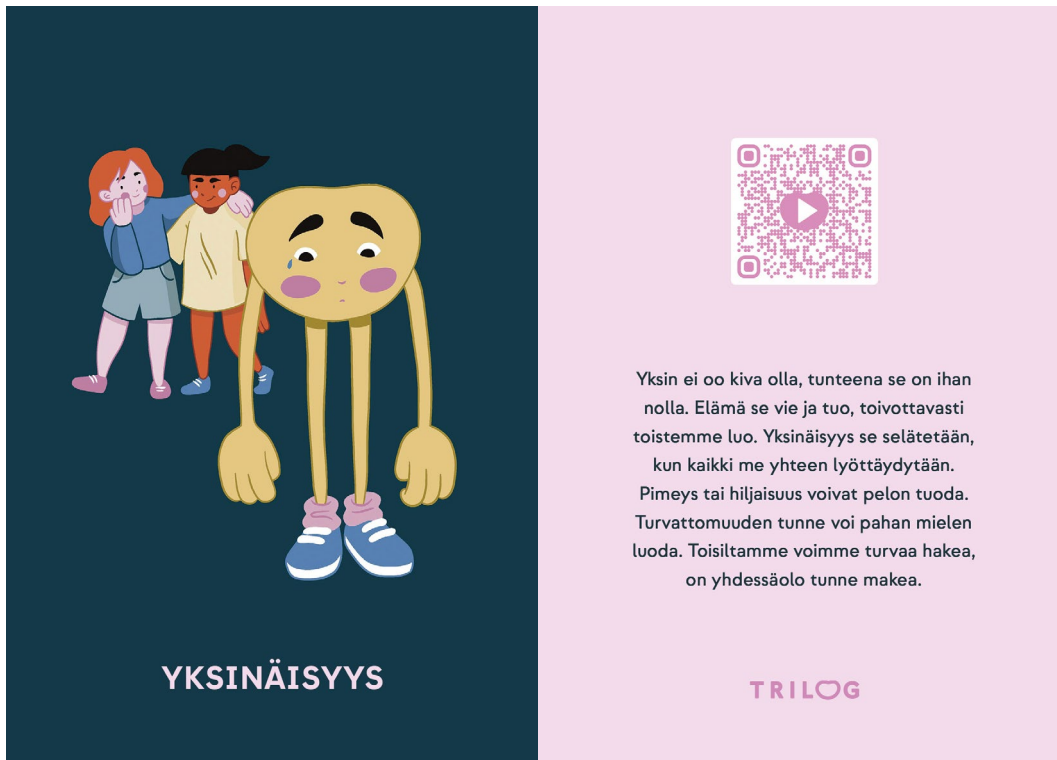
Kuva 49: Viha-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 50: Ystävällisyys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 51: Väsymys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 52: Yksinäisyys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.



Kuva 53: Ylpeys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli.

5 Reflection-on-action: Johtopäätökset ja tunnekorttien analysointi saavutettavuuden kontekstissa

5.1 YHTEENVETO

Tutkimukseni tavoitteena oli selvittää, kuinka graafinen suunnittelija voi ottaa saavutettavuuden huomioon asiakaslähtöisissä suunnitteluprojekteissa. Erityisessä tarkastelussa tutkimuksessa olivat asiakkaan asettamien tavoitteiden haasteet suhteessa toiveeseen saavutettavasta lopputuotteesta. Viittomakielien tulkkaukspalveluja tarjoavalle Trilog Oy:lle suunnittelutyönä toteutettu pakka tunnekortteja toimi tutkimuksen taiteellisena produktiona, jota tarkasteltiin tutkimuksessa saavutettavuuden ja tekemisperusteisen tutkimuksen näkökulmista.

Tutkimuskysymykseen hain vastausta seuraavien alakysymysten kautta: *Miten saavutettavuus otetaan huomioon graafisen suunnittelun prosesseissa? Miten asiakkaan toiveet ja tarpeet voivat vaikuttaa tavoitteeseen saavutettavasta lopputuotteesta? Millaisia suunnitteluratkaisuja graafinen suunnittelija voi tehdä pyrkiessään sekä miellyttämään asiakasta että toteuttamaan työn tavalla, joka palvelee mahdollisimman montaa erilaista loppukäyttäjää?* ja: *Miten graafinen suunnittelija onnistuu suunnitteluratkaisuissaan tavalla, joka toteuttaa saavutettavuuden lisäksi myös suunnittelijan omia esteettisiä toiveita ja tavoitteita?*

Käsittelin kysymyksiä tutkimuksessa sekä teoreettisesta näkökulmasta että suhteessa taiteelliseen produktioon, tunnekortteihin.

Tutkimuksen perusteella graafinen suunnittelija voi vaikuttaa asiakaslähtöisten projektien saavutettavuuteen monin eri tavoin, kuitenkin niin, että avainasemassa on kommunikaatio asiakkaan kanssa. Saavutettavampaan lopputuotteeseen voidaan pyrkiä esimerkiksi tarkistamalla, että tuote vas-

taa WCAG-ohjeistusta, mutta myös tekemällä tuotteen perusmuotoon vaikuttavia muutoksia, jotka tekevät tuotteesta helpommin ymmärrettävän ja sitä kautta saavutettavamman. Mikäli lopputuotteeseen sisältyy kuvituksia tai kuvia, graafinen suunnittelija voi pyrkiä saavutettavampaan tulokseen pitämällä värien saavutettavuuden lisäksi huolta inklusiivisesta representaatiosta. On syytä myös kiinnittää huomiota syrjivien, yleistävien ja muilla tapaa radikaalien esitysmuotojen minimoimiseen varmistamalla, että jokainen kuvaus ihmisryhmästä on totuuteen perustuva ja mahdollisimman neutraali.

Graafinen suunnittelija voi edesauttaa lopputuotteen saavutettavuutta tekemällä tekstin muotoon ja väreihin liittyviä valintoja. Saavutettavuuteen tarkemmin perehtynyt graafinen suunnittelija on tietoinen erilaisista saavutettavuustyökaluista, kuten värikkönsä tarkistukseen suunnitelluista ohjelmistoista, joita hyödyntämällä suunnittelijan työ helpottuu. Rakentamalla avoimen keskusteluyhteyden asiakkaaseen suunnittelijan on mahdollista käydä keskustelua myös asiakkaan visuaalisen ilmeen soveltamisesta tavoilla, jotka palvelevat sekä saavutettavuutta että asiakasta itseään häivyttämättä brändin tunnistettavuutta liikaa. Mikäli asiakkaan visuaaliseen ilmeeseen ei ole esimerkiksi tarkkaan määritelty kuvitustyyliä, voidaan tämä aspekti pyrkiä suunnittelemaan mahdollisimman saavutettavaksi.

Tutkimus osoittaa, että mitä enemmän tietoa suunnittelijalla itsellään on saavutettavuudesta, sitä parempia ja valistuneempia ratkaisuja hän voi esittää asiakkaalleen. Tieto

on olennaisessa roolissa myös suunnittelijan tavoitellessa esteettisesti kaunista saavutettavaa lopputuotetta. Sisällön saavutettavuuteen vaikuttavista tekijöistä tietoinen graafinen suunnittelija ottaa saavutettavuuden vaatimuksen osaksi suunnitteluprojektia sen alkumetreiltä alkaen, välttyen näin uhraamasta tavoitteitaan lopputuotteen esteettisyyden suhteen. Saavutettavuuden kriteereistä tietoinen suunnittelija tarkistaa mm. väripaletinsa kontrastisuhteet, tekstin koon, vaihtoehtoisten tekstikuvausten saatavuuden ja selkeään hierarkian toteutumisen suunnittelun aikana ja sen päätteeksi.

Graafinen suunnittelija, joka on oppinut hyödyntämään verkon saavutettavuusvälineitä, säästää aikaa ja välttyy suuremmilta muutostöiltä kesken suunnitteluprojektin. Taitava graafinen suunnittelija tietää myös, miten estetiikka edellä suunnitellusta ilmeestä saadaan saavutettavuusvaatimuksia vastaava projektin päätteeksi, mutta ennakoiva suunnittelija ei lähde estetiikka edellä projektiin, ainakaan ennen kuin on selvittänyt, millaiset tekijät vaikuttavat projektin saavutettavuuteen. Saavutettavuuden suhteen valmistunut graafinen suunnittelija on siis huomattavasti tehokkaampi työntekijä verrattuna suunnittelijaan, joka toteuttaa ensin ja selvittää jälkeen päin, miten projekti saataisiin puristettua saavutettavaksi.

Tutkimus argumentoi sen puolesta, että kuvitettaessa tunteiden kaltaisia abstrakteja ilmiöitä apuna kannattaa hyödyntää yleisesti tunnistettavaa symboliikkaa. Tunnetiloja kuvatessa kannattaa kiinnittää huomiota myös hahmojen kokosuhteisiin, väreihin,

kuvan perspektiiviin ja erityisesti hahmojen ilmeisiin ja kasvojen piirteiden inhimillistämiseen. Kuvittajaa selkeiden kuvien luomisessa helpottaa muotoihin ja väreihin liittyvään teoreettiseen tietoon tutustuminen. Erityisesti aineettomien asioiden ja ilmiöiden kuvaamisessa kuvittaja hyötyy tiedosta, millaiset psykologiset tekijät vaikuttavat kuvan tunnelman ja sen tapahtumien tulkintaan.

Tutkimus osoittaa, miten suuri merkitys silmillä ja niiden muodolla on, kun abstrakteja ilmiöitä kuvataan inhimillisen hahmon avulla. Tutkimus argumentoi myös sen puolesta, että vapaammin piirretty kädenjälki sopii myös sellaisiin suunnittelutöihin, joiden tavoitteena on olla mahdollisimman saavutettavia.

Kuten tutkimus osoittaa, asiakkaan ja graafisen suunnittelijan välinen yhteistyö on täynnä kompromisseja. Graafisen suunnittelijan oma tieto alastaan korostuu jälleen, kun on tarpeellista pystyä argumentoimaan tärkeimpien suunnitteluprojektiin liittyvien mielipiteiden ja toiveiden puolesta tai niitä vastaan. Graafinen suunnittelija, joka on aidosti perehtynyt alansa, pystyy tutkimuksen valossa saavuttamaan sekä saavutettavan että esteettisesti miellyttävän lopputuloksen yhteistyössä asiakkaan kanssa.

5.2 TUNNEKORTIT SAAVUTETTAVUUDEN KONTEKSTISSA

Trilogille toteutetut tunnekortit tukiviittoaopetukseen toimivat mielestäni hyvänä esimerkkinä suunnitteluprojektista, jossa saavutettavuus on otettu huomioon mahdollisimman monessa käänteessä ilman, että korttien tunnistettavuus Trilogin tuotteeksi visuaalisen ilmeen hyödyntämisen keinoin kärsii. Saavutettavuutta on pohdittu niin kuvitustyylin, tunteiden visuaalisen esittämisen keinojen, värien kuin tekstinkin suhteen.

Jälkeenpäin tarkasteltuna keksin pari asiaa, jotka olisin voinut toteuttaa vielä entistä paremmin saavutettavuuden kannalta työskennellessäni taiteellisen produktioni parissa. Ensimmäisenä kiinnitän huomiota inklusiivisuuteen ja siihen, ettei mikään estänyt minua kuvittamasta osaa Login ihmisystävistä massasta erottuvampina hahmoina. Jos voisin toteuttaa projektin uudestaan, kuvittaisin esimerkiksi yhden hahmoista pyörätuolissa istuvaksi tai afrotukkaiseksi. Representaatio liittyy erityisen olennaisella tavalla saavutettavuuteen, sillä saavutettavuus liittyy erityisen olennaisella tavalla samaistumisen tunteeseen. Kiinnittäisin siis tarkempaa huomiota omiin ennakkokäsityksiini ja siihen, voisinko poiketa tottumuksistani kuvittaa tietyn näköisiä ihmisiä.

Vaihtaisin Trilogin logon värin korttien taustapuolella petroolinsiniseksi. Vaikka esimerkiksi WCAG-ohjeistus ei velvoita suunnittelijoita kiinnittämään huomiota yritysten logoihin, ajattelen, että nyt logo uhkaa hukkaa vaaleanpunaisuudessaan vaaleanpunaiseen taustaan. Toki voidaan miettiä sitä, mikä merkitys logon tunnistamisella on, kun ottaa huomioon, että

kortteja käytetään ainoastaan Trilogin tiloissa ja Trilogin työntekijöiden toimesta, jolloin voidaan olettaa, että asiakkaat ymmärtävät korttien olevan Trilogin omaisuutta. Siitä huolimatta ajattelen, että olisin voinut tehdä vielä paremman valinnan logon värin suhteen.

Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen työpäivänokseeni, mitä tulee saavutettavuuden edistämiseen suunnitteluprojektissa. Ajattelen tehneeni parhaani niillä tiedoilla ja taidoilla, jotka taiteellisen produktio toteuttamisen hetkellä omasin.

5.3 POHDINTA

Tästä tutkimuksesta hyötyvät graafiset suunnittelijat, joiden pyrkimyksenä on pystyä asiakaslähtöisissä projekteissa tuottamaan saavutettavia lopputuotteita. Lisäksi tutkimuksesta hyötyvät toimijat, joita saavutettavuuden ja muotoilun yhdistäminen kiinnostaa yleisemmällä tasolla. Ajattelen ja uskon, että jokainen meistä törmää jokapäiväisessä elämässään tuotteisiin ja palveluihin, joiden paremman saavutettavuuden eteen on tehty töitä – ja valitettavasti vielä useammin tuotteisiin ja palveluihin, joihin sisältyy saavutettavuuteen liittyviä ongelmia. Siksi pidän erityisen tärkeänä, että saavutettavuuteen liittyvistä käytänteistä puhutaan myös alakohtaisesti erityisesti niillä aloilla, joilla konkreettisten asioiden saavutettavuuteen voidaan aidosti vaikuttaa.

Tutkimus toimii esimerkkinä siitä, miten suunnittelija voi pyrkiä saavutettavuuteen työssään silloin, kun lakien, ohjeistusten ja kirjoittamattomien sääntöjen lisäksi täytyy ottaa huomioon asiakkaan lopputuotteelle

asettamattomat odotukset, toiveet ja käskyt. Läpi tutkimuksen avaan omaa prosessiani asiakasprojektin parissa, jossa saavutettavuudella oli tärkeä rooli. Kerron lähteistä, joista hain tietoa aiheeseen liittyen, sekä esitän konkreettisten esimerkkien kautta, millaisia muutoksia tein tai olisin voinut tehdä saavuttaakseni tavoitteeni mahdollisimman saavutettavasta lopputuotteesta.

Saavutettavuus on suurimmalle osalle suunnittelijoista ns. pakollinen paha, jonka kanssa joutuu taistelemaan. Uskon, että aiheen ympärillä työskentely tuntuu kuormittavalta ja turhanpäiväiseltä siksi, että suunnittelijat eivät tiedä aiheesta tarpeeksi. Erilaisia ohjeistuksia on kyllä saatavilla verkossa, mutta usein ne sotivat jossain määrin keskenään ikään kuin kukaan ei oikeasti tietäisi varmasti, miten saavutettavuutta edistetään suunnittelun maailmassa niin, että yhteisen hyvän nimissä tehdyt muutokset tekevät materiaaleista aidosti aiempaa saavutettavampia.

Jatkotutkimuksen kannalta olisikin mielenkiintoista paneutua nimenomaan saavutettavuusohjeistusten alkulähteille ja siihen, mihin informaatioon aiheesta suunnittelija voi aidosti luottaa. Koen, että kattavia ja suhteellisen helppolukuisia teoksia aiheesta ei ole riittävästi saatavilla, ja työskentelisin mielelläni jatkotutkimuksen parissa tavoitteenani luoda jokaiselle suunnittelijalle sopiva saavutettavuuden käsikirja, joka kattaisi kaiken typografiasta kuviin, liikkuvaan kuvaan, kuvituksiin, verkko- ja painomateriaaleihin sekä muihin luoviin medioihin, joiden parissa työskennellessään suunnittelija saattaa törmätä saavutettavuuteen ja erilaisiin tarpeisiin siihen liittyen.

Ajattelen, että täydellisen saavutettavuuden

tavoittelu on turhaa siksi, että se on mahdotonta. En usko, että on olemassa projektiä, joiden lopputuote soveltuu jokaiselle ihmiselle terveydentilasta, taustasta ja erilaisista vammoista riippumatta. Maailmassa, johon mahtuu jo yli kahdeksan miljardia ihmistä, ja jossa jokainen noista ihmisistä on yksilö, on yksinkertaisesti suorastaan järjetöntä tavoitella sellaista saavutettavuuden tasoa, joka palvelee jokaista noista kahdeksasta miljardista yksilöstä.

Siitä huolimatta pidän pyrkimystä mahdollisimman saavutettaviin tuotteisiin ja palveluihin ehdottoman tärkeänä. Yhteiskunnassa vaikuttamisen ja toimimisen tulisi olla kaikille mahdollista terveydentilasta riippumatta, ja hieman mahdollisempaa siitä voimme suunnittelijoina tehdä varmistamalla, että suunnittelemaamme artefaktit soveltuvat mahdollisimman monelle käyttäjälle. Vaikka saavutettavuuden huomioiminen saattaa toisinaan tuntua pakkopullalta, täytyy muistaa, että saavutettavuus lisää lopputuotteen käyttäjämäärää, käyttöikä ja siten arvoa.

Markkinoinnin kannalta ajattelen, että on lyhytnäköistä jättää saavutettavuus huomiotta. Maailmanlaajuisesti arviolta 1,3 miljardia ihmistä elää jonkinasteisen vamman tai merkittävällä tavalla toimintakykyyn vaikuttavan heikkouden kanssa. Se tarkoittaa, että peräti 16% maailmasta tarvitsee saavutettaviksi suunniteltuja tuotteita ja palveluja pärjätäkseen arjessa. Tällä hetkellä prosenttiosuus jatkaa kasvuaan johdettujen väestön ikääntymisestä ja elinajanodotteen pidentymisestä. (WHO, n.d.)

Toisin sanoen tarve saavutettaville tuotteille jatkaa kasvuaan. Siksi ajattelen, että tässä ajassa yritysten olisi ehdottoman tärkeää

implementoida saavutettavuus osaksi markkinointisuunnitelmaansa. Saavutettavuudesta ja inklusiivisuudesta puhuminen ei tietenkään riitä, vaan yritysten tulee asettaa saavutettavuus etusijalle markkinoinnissaan ja vastata tarpeeseen saavutettavista tuotteista ja palveluista teoin.

Konkreettisenä esimerkkinä voidaan pitää saavutettavista tuotteista ja palveluista hyötyvän semi-fiktionaalisen persoonan ottamista mukaan asiakassegmentointiin. Asiakassegmentin antaminen vammaiselle käyttäjälle on erinomainen tapa tehdä näkyväksi se, millaisia muutoksia yrityksessä täytyy tehdä, jotta sen tuottamat tuotteet tai palvelut soveltuvat kaikille. Huomionarvoista on, että vammoja on monenlaisia, eikä yhden tai kahden asiakassegmentin toteuttaminen vammaisen ihmisen näkökulmasta riitä ratkaisemaan kaikkia saavutettavuuteen liittyviä ongelmia. Se on kuitenkin erinomainen alku, jonka pohjalta voidaan alkaa sitomaan saavutettavuutta markkinointisuunnitelman ytimeen.

Ehdottoman tärkeää olisi ottaa huomioon myös itse markkinointimateriaalien saavutettavuus. WCAG-ohjeistusten noudattamisen lisäksi materiaalien saavutettavuuteen voidaan vaikuttaa esimerkiksi lisäämällä puhetta sisältäviin videoihin tekstitykset ja tekemällä PDF-tiedostoista saavutettavia niin, että ne soveltuvat näytönlukijoille. Saavutettavuuden voi ottaa huomioon myös sosiaalisen median palveluissa kirjoittamalla kuvamuotoisille markkinointimateriaaleille niin sanotut alt-tekstit eli vaihtoehtoiset kuvaukset, joiden avulla erilaisista näön heikkouksista kärsivät ihmiset saavat tiedon siitä, mitä kuva esittää. Olipa kyseessä yritys, joka toimii maailmanla-

juisesti tai ainoastaan kotimaan markkinoilla, voidaan todeta, että mikäli saavutettavuutta ei oteta huomioon markkinointisuunnitelmas-
sa, jätetään markkinoinnin ulkopuolelle valtava määrä potentiaalisia asiakkaita. Saavutettavuuteen panostaminen on siis erittäin todennäköisesti kannattavaa myös myynnillisestä näkökulmasta.

6 Läheteet

PAINETUT LÄHTEET

Anttila, P. (2006, 2. painos). *Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen*. AKATIIMI Oy.

Anttila, P. (1996). *Tutkimisen taito ja tiedon hankinta*. AKATIIMI Oy. Haettu 20.3.2024 osoitteesta: <https://metodix.fi/2014/05/17/anttila-pirkko-tutkimisen-taito-ja-tiedon-hankinta/>

Bang, M. (2016). *Picture This: How Pictures Work*. Chronicle Books.

Itkonen, M. (2019, 5. painos). *Typografian käsikirja*. Typoteekki.

Johansen, J. D. & Larsen, S. E. (2002) *Signs in Use: An Introduction to Semiotics*. Taylor & Francis Group.

Schön, D.A. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. Basic Books.

Wilkinson, K., Short, V., Dennis-Bryan, K., Hodgson, N., Lockely, N., Lane, T., Spingies, S., Bruce-Mitford, M., Wilkinson, P., Harrison, I., Harrison, J., Regan, S., Southgate, A., Tokeley, A., Dutta, D., Jones, M., Smithies, R., Smithies, S., Elia, M., ... Metcalf, J. (2008). *Signs & Symbols, An Illustrated Guide to Their Origins and Meanings*. Dorling Kindersley Limited.

SÄHKÖISET LÄHTEET

- Aluehallintovirasto. (N.d.). *Yleistä saavutettavuudesta*. Haettu 28.3.2024 osoitteesta: <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/yleista-saavutettavuudesta/>
- Anderson, A.K. & Lee D.H. (2017). *Reading What the Mind Thinks from What the Eye Sees*. Sage Journals. <https://doi.org/10.1177/0956797616687364>
- Britannica. (N.d.). *Crown*. Haettu 25.6.2024 osoitteesta: <https://www.britannica.com/topic/crown-headwear>
- Bureau of Internet Accessibility (BOIA). (17.12.2021). *What's the Difference Between WCAG Level A, Level AA, and Level AAA?* Haettu 2.2.2025 osoitteesta: <https://www.boia.org/blog/whats-the-difference-between-wcag-level-a-level-aa-and-level-aaa>
- Center for Excellence in Universal Design (CEUD). (N.d.). *About Universal Design*. Haettu 30.6.2024 osoitteesta: <https://universaldesign.ie/about-universal-design>
- Creative Bloom. (2023). *Hatiye Garip on Accessible Illustration and How the Creative Industry Can Take Action*. Haettu 12.10 osoitteesta: <https://www.creativeboom.com/features/hatiye-garip/>
- Dewan, P. (2015). *Words Versus Pictures: Leveraging the Research on Visual Communication*. ResearchGate.net. <https://doi.org/10.21083/partnership.v10i1.3137>
- Euroopan Unionin virallinen lehti. (2016). *Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2016/2102, annettu 26 päivänä lokakuuta 2016, julkisen sektorin elinten verkkosivustojen ja mobiilisovellusten saavutettavuudesta (ETA:n kannalta merkityksellinen teksti)*. EUR-Lex. 327/1. Haettu 25.6.2024 osoitteesta: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016L2102&from=FI>
- Jackson, J.E. (2014). *Towards Universally Accessible Typography: A Review of Research on Dyslexia*. The California State University. PDF-dokumentti haettu 4.7.2024 osoitteesta: <http://hdl.handle.net/10211.3/133383>
- Julkaise kaikille. (2024). *Kuvien saavutettavuus*. Haettu 3.6.2024 osoitteesta: <https://julkaise-k kaikille.fi/kuvien-saavutettavuus/>
- Liiten, M. (23.4.2021). *Digipalvelulaki velvoittaa tekstittämään videot, viranomaiset kokevat sen työlääksi – "Kun kyse on koronasta, niin tekstityksellä varustettu informaatio tulisi saada mahdollisimman pian"*. Helsingin Sanomat. Haettu 25.6.2024 osoitteesta: <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000007936021.html>
- Max Planck Institute for Human Cognitive and Brain Sciences. (19.11.2017). *Itsy Bitsy Spider: Fear of Spiders and Snakes is Deeply Embedded in Us*. Haettu 25.6.2024 osoitteesta: <https://www.cbs.mpg.de/Fear-of-spiders-and-snakes-is-deeply-embedded-in-us>

- Merriam-Webster Dictionary. (2024). *Reflection*. Haettu 4.6.2024 osoitteesta: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/reflection>
- Persson H., Åhman H., Yngling A. & Gulliksen J. (2014). *Universal Design, Inclusive Design, Accessible Design, Design for All: Different Concepts – One Goal? On the Concept of Accessibility – Historical, Methodological and Philosophical Aspects*. ResearchGate.net. <http://dx.doi.org/10.1007/s10209-014-0358-z>
- Ryves L., Thompson N. (2023). *The Power of Symbols: Supporting Comprehension in the Classroom*. Headteacher Update. Haettu 18.6.2024 osoitteesta: <https://www.headteacher-update.com/content/best-practice/the-power-of-symbols-supporting-comprehension-in-the-classroom/>
- Selkokeskus. (2024). *Selkokuva*. Haettu 3.6.2024 osoitteesta: <https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkokuva/>
- Sitra. (n.d.) *Tulevaisuussanasto*. Haettu 22.05.2024 osoitteesta: <https://www.sitra.fi/tulevaisuussanasto/>
- Terveyden ja Hyvinvoinnin Laitos THL. (2023). *Esteettömyys ja saavutettavuus*. Haettu 28.3 osoitteesta: <https://thl.fi/julkaisut/kasikirjat/vammaispalvelujen-kasikirja/vammaisuus-yhteiskunnassa/esteettomyys-ja-saavutettavuus>
- Terveyskirjasto. (2021). *Värisokeus ja poikkeava värinäkö*. Haettu 4.6.2023 osoitteesta: <https://www.terveyskirjasto.fi/dlk00347>
- The History Press. (2018) *Peace Symbols Through History*. Haettu 19.6.2024 osoitteesta: <https://thehistorypress.co.uk/article/peace-symbols-through-history/>
- The World Wide Web Consortium (W3C). (2022). *Images Tutorial*. Haettu 12.10 osoitteesta: <https://www.w3.org/WAI/tutorials/images/>
- The World Wide Web Consortium (W3C). (2023). *Understanding Success Criterion 1.4.3: Contrast (Minimum)*. Haettu 21.9.2024 osoitteesta: <https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Understanding/contrast-minimum.html>
- Visser, C., Trichter, D., Shrivastava, R. (2024). *Using Accessible Images to Make Your Website More Inclusive in 2025*. Accessibility Checker. Haettu 4.2.2025 osoitteesta: <https://www.accessibilitychecker.org/blog/accessible-images/>
- Widen C., Russel J. A. (2008). *Children acquire emotion categories gradually*. ScienceDirect. <https://doi.org/10.1016/j.cogdev.2008.01.002>
- World Health Organization. (N.d.) *Disability*. Haettu 30.12.2024 osoitteesta: <https://www.who.int/health-topics/disability>
- Yalom, M. (2019) *How Did the Human Heart Become Associated with Love? And How Did It Turn into the Shape We Know Today?* Ideas.Ted.com. Haettu 20.6.2024 osoitteesta: <https://ideas.ted.com/how-did-the-human-heart-become-associated-with-love-and-how-did-it-turn-into-the-shape-we-know-today/>

KUVALUETTELO

Kuva 1: *Mies seuraamassa naista kuvattuna kahdesta perspektiivistä*, s. 12.

Kuva 2: *Mies seuraamassa naista kuvattuna kahdelta etäisyydeltä*, s.13.

Kuva 3: *Levottomuus-kortti*, s. 21.

Kuva 4: *Vasemmalla levottomuus-kortin kääntöpuoli, huomio kiinnittyy runoon. Oikealla ruutukaappaus Contrast Checker -sivustolta, jossa kuvattuna Trilogin vaaleanpunaisen ja petrolinsinisen välinen kontrasisuhde. S. 22.* Oikeanpuoleinen osa kuvasta on ruutukaappaus Contrast Checker -sivustolta. <https://webaim.org/resources/contrastchecker/>

Kuva 5: *Vasemmalla levottomuus-kortin kääntöpuoli, huomio kiinnittyy runoon. Oikealla ruutukaappaus Contrast Checker -sivustolta, jossa kuvattuna Trilogin vaaleanpunaisen ja petrolinsinisen välinen kontrasisuhde. S. 22.* Oikeanpuoleinen osa kuvasta on ruutukaappaus Contrast Checker-sivustolta. <https://webaim.org/resources/contrastchecker/>

Kuva 6: *Kiitollisuus-kortin etupuolen teksti, automaattinen välistys (arvo 0)*, s. 23.

Kuva 7: *Kiitollisuus-kortin etupuolen teksti, välistys 10 pt*, s. 23.

Kuva 8: *Ystävällisyys-kortti väri- ja mustavalkoversiona*, s. 25.

Kuva 9: *Punaheikkous värinäössä*, s. 26. Ruutukaappaus Coblis-sivustolta. www.color-blindness.com/coblis-color-blindness-simulator

Kuva 10: *Viherheikkous värinäössä*, s. 26. Ruutukaappaus Coblis-sivustolta. www.color-blindness.com/coblis-color-blindness-simulator

Kuva 11: *Punasokeus värinäössä*, s. 26. Ruutukaappaus Coblis-sivustolta. www.color-blindness.com/coblis-color-blindness-simulator

Kuva 12: *Vihersokeus värinäössä*, s. 26. Ruutukaappaus Coblis-sivustolta. www.color-blindness.com/coblis-color-blindness-simulator

Kuva 13: *Tunnekortin kuvitus ilman ääri viivoja ja ääri viivojen kanssa*, s. 27.

Kuva 14: *Aukeama Hatiye Garipin saavutetavasta sarjakuvateoksesta "The Land of Uncertainty"*, s. 29. Ruutukaappaus Garipin verkkosivuilta www.hatiyegarip.com.

Kuva 15: *Ujo-kortti*, s. 30.

Kuva 16: *Trilog Oy:n tunnus ja merkki*, s. 34. Ruutukaappaus Trilogin graafisesta ohjeistosta.

Kuva 17: *Ensimmäinen luonnos tunnekorttien päähahmosta, Logista*, s. 34.

Kuva 18: *Trilog Oy:n brändivärit*, s. 35.

Kuva 19: *Ensimmäinen luonnos torsottomasta hahmosta, s. 35.*

Kuva 20: *Havainnollistava luonnos tunteiden esittämisen kehollisuudesta, vertailussa torsolinen ja torsoton piirretty hahmo, s. 36.*

Kuva 21: *Vektorigrafiikalla toteutettuja kuvituksia Logista, s. 37.*

Kuva 22: *Ensimmäisiä Apple Pencil -kynällä piirrettyjä luonnoksia piirrosmaisesta Logi-hahmosta, s. 38.*

Kuva 22: *Nappisilmät verrattuna silmiin, joissa on selkeästi erotettava iiris. Vertailussa erilaisten kuvitettujen silmien kyky välittää tunteita, s. 40.*

Kuva 24: *Ahdistus-kortti. Ahdistusta symboloivat kortissa erilaiset välimerkit, piirrostuhrut ja puhekuplat, s. 41.*

Kuva 25: *Viha-kortti. Vihaa symboloivat kortissa myrskypilvet ja pyörremäiset piirrosjäljet, s. 42.*

Kuva 26: *Kiitollisuus-kortti. Kortissa kiitollisuuden tunnetta symboloivat sydämet, s. 43.*

Kuva 27: *Ylpeys-kortti. Ylpeyttä kortissa symboloi kruunu, s. 44.*

Kuva 28: *Väsymys-kortti. Väsymystä kortissa symboloi etana, s. 44.*

Kuva 29: *Inho-kortti. Inhoa kortissa symboloi käärme, s. 45.*

Kuva 30: *Ilo-kortti. Iloa kortissa symboloivat perhoset, s. 45.*

Kuva 31: *Rohkeus-kortti. Rohkeutta kortissa symboloivat tähdet, s. 46.*

Kuva 32: *Trilogin pinkki ja keltainen vierekkäin. Pienen kontrastieron vuoksi väriyhdistelmä ei ole saavutettava, s. 47.*

Kuva 33: *Trilogin brändivärit sekä kaksi palettiin lisättyä väriä, joiden avulla kuvitusprosessi helpottui huomattavasti, s. 48.*

Kuva 34: *Ahdistus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 49.*

Kuva 35: *Häpeä-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 50.*

Kuva 36: *Ikävä-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 50.*

Kuva 37: *Ilo-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 51.*

Kuva 38: *Inho-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 51.*

Kuva 39: *Kateus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 52.*

Kuva 40: *Kiitollisuus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 52.*

Kuva 41: *Levottomuus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 53.*

Kuva 42: *Pelko-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 53.*

Kuva 43: *Pettymys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 54.*

Kuva 44: *Rohkeus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 54.*

Kuva 45: *Suru-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 55.*

Kuva 46: *Syyllisyys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli,*
s. 55.

Kuva 47: *Turvallisuus-kortti. Etu- ja kääntöpuoli,*
s. 56.

Kuva 48: *Ujo-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 56.*

Kuva 49: *Viha-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 57.*

Kuva 50: *Ystävällisyys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli,*
s. 57.

Kuva 51: *Väsymys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli,*
s. 58.

Kuva 52: *Yksinäisyys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli,*
s. 58.

Kuva 53: *Ylpeys-kortti. Etu- ja kääntöpuoli, s. 59.*