

Alex Martin

**Kerhotoiminnan maskottien graafinen suunnittelu alakouluikäisille**

## **Kerhotoiminnan maskottien graafinen suunnittelu alakouluikäisille**

Alex Martin  
Opinnäytetyö  
Kevät 2022  
Tietojenkäsittelyn tutkinto-ohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Tietojenkäsittelyn tutkinto-ohjelma

---

Tekijä(t): Alex Martin

Opinnäytetyön nimi: Kerhotoiminnan maskottien graafinen suunnittelu alakouluikäisille

Työn ohjaaja(t): Minna Kamula

Työn valmistuslukukausi ja -vuosi: Kevät 2022

Sivumäärä: 28

---

Tämä työ käsittelee erilaisten maskottien ja hahmojen graafista suunnittelua alakoulun kerhotoiminnalle. Olen jo hieman perehtynyt tähän ideaan ollessani harjoittelussa School of Gamingille, joka järjestää pelikerhoja alakoululaisille. Tehtävänäni oli suunnitella hahmoja ja logoja yhtiön kerhotoiminnalle. Työn tarkoituksena olisi luoda ohjekirja graafiselle suunnittelulle, mikä sopisi lapsille mahdollisimman hyvin. Työ on laadullinen ja toiminnallinen.

Lapset kiinnittävät huomiota väreihin. Pojat suosivat räikeän keltaista, sinistä ja punaista sekä vaaleankeltaista, -vihreää ja -violettia. Tytöt sen sijaan pitävät haaleanpunaisesta ja -sinisestä sekä vaaleankeltaisesta, -vihreästä ja -violetista myös. Ruskeat ja harmaat värit ovat kaikkein vähiten suosiossa. Lapset muistavat asioita paremmin, jos käytetään värejä, joista he pitävät [13].

Lapset suosivat eläinhahmoja, jotka ovat hyvin värikkäitä ja tarkoin kuvailtu. Hyvin dynaamiset hahmot ja koomisesti erottuvat kehonosat (esim. korvat, hammas) ovat lapsille mieleen, kun taas värittömät, hitaat hahmot eivät miellytä lapsia [15].

Tutkimuksestani lopulta ilmeni, että teoriapohjani lasten värimieltyyksistä ja muodoista piti suurimmaksi osaksi paikkansa. Tutkimuksen ensimmäisessä osassa osa lapsista käytti kirkkaita värejä, mutta suurin osa jätti värittämättä tai käytti ruskeaa tai harmaata. Toisessa osassa lapset olivat kiinnostuneita yksityiskohdista ja teknologiasta, mikä vaikutti heidän lempimaskottinsa valintaan.

Työn tuloksena on ohjekirja lapsille mieluisan maskotin luonnille hyvän maun rajoissa, mikä olikin tarkoitus.

---

Asiasanat: Maskotti, lapset, markkinointi, värit, muodot

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Information Systems

---

Author(s): Alex Martin

Title of thesis: Graphic design of mascot for elementary school aged club activities

Supervisor(s): Minna Kamula

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2022

Number of pages: 28

---

This thesis is about creating a child-friendly mascot for elementary school children's club activities. I already have some experience during my internship at a company that provides gaming clubs for kids. The point of this thesis is to create a guidebook of sorts for a graphic designer on how to create visual characters that kids like as much as possible.

Children pay attention to colors. Boys prefer bright yellow, blue and red in addition to light yellow, green and purple. Girls on the other hand prefer pale red and blue as well as light yellow, green and purple, like boys. Brown and gray colors are the least popular. Children remember things better, when they're associated with their favorite color [13].

Children prefer animal characters that are very colorful and sharply delineated. They enjoy dynamic characters and comically distinguishable body parts (such as large ears or a large tooth). Colorless, slow characters are unpopular among children [15].

My studies revealed that the research of children's preferred colors is mostly true. In the first part of my study a part of the children used bright colors in their characters, while most of them left their characters uncolored or used brown or gray. In the second part children showed to be interested in details and technology, which affected their choice of favorite mascot. Their favorite animal also had an effect in this choice.

A guidebook about designing a child-friendly mascot while keeping it tasteful was created as a result, which was also the goal here.

---

Keywords: mascot, children, marketing, colors, shapes

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	MASKOTIT .....	7
2.1	Historiaa .....	7
2.2	Maskottityyppejä.....	7
2.2.1	Yhtiömaskotit .....	7
2.2.2	Eläinmaskotit.....	8
2.2.3	Armeijamaskotit .....	8
2.2.4	Urheilumaskotit .....	9
3	LAPSET JA MARKKINOINTI .....	10
4	VÄRIT JA MUODOT .....	12
5	TUTKIMUS LASTEN HAHMOMIELTYMYKSESTÄ.....	16
5.1	Tutkimuksen tavoite ja esivalmistelu .....	16
5.2	Tutkimuksen toteutus .....	18
5.3	Tutkimuksen tulokset.....	19
5.4	Muutokset lasten ehdotusten mukaan.....	21
5.4.1	Pandahahmo.....	22
5.4.2	Jänishahmo.....	23
5.4.3	Kissahahmo .....	24
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA .....	25
8	LÄHTEET .....	27

# 1 JOHDANTO

Olen aikanani nähnyt lapsille tarkoitettuja maskotteja ja hahmoja, jotka eivät toimisi itselleni. Useat hahmot ovat joko liian värittömiä, tekevät levottomaksi tai ovat muuten vain kammottavia. Joskus en ole voinut uskoa, miten joku lastenohjelman hahmo on päätynyt julkisen television signaaleihin.

Tämän opinnäytetyön ideana on kehittää ohjekirja graafikoille, jotka ovat suunnittelemassa lasten silmille sopivaa ja lapsille mahdollisimman kiinnostavaa hahmoa käyttäen värejä, muotoja ja asetelua hyväkseen. Työssä käydään myös läpi lapsille mainostamisen eettisiä arvoja sekä maskottien historiaa ja kuinka maskotit ovat kehittyneet kautta aikain.

Työn teoriapuoli kertoo lasten värimieltyksistä sekä lapsimaisuudesta ja lapsenomaisista kasvonpiirteistä. Myös kolme perusmuotoa, ympyrä, neliö ja kolmio, on otettu analysointiin. Työssä suoritetaan vielä kaksiosainen tutkimus, jossa tutkitaan ensin, miten lapset piirtävät hahmoja ja miten tulokset pätevät teoriapohjaani. Sen jälkeen katsotaan, mitä mieltä lapset ovat minun itse piirtämistä maskoteista ja miten niitä voisi korjata paremmiksi.

## **2 MASKOTIT**

### **2.1 Historiaa**

Sana "maskotti" tulee ranskan kielen sanasta "mascotte", mikä taas tarkoittaa onnentuojaa tai onnenkalua. Sanan popularisoi ooppera nimeltä "La Mascotte", joka esitettiin vuonna 1880 joulukuussa, josta sana siirtyi englannin kieleen vuonna 1881. Aikoinaan maskotilla tarkoitettiin jotain elotonta esinettä, kuten kiveä tai hiusnuppua. Ajan saatossa sanan merkitys muuttui, ja tänä päivänä merkitseekin hyvän onnen hahmoa tai eläintä.

Alkujaan urheilujärjestöt käyttivät eläimiä maskotteina viihdyttääkseen yleisöä. He käyttivät eläviä, usein saalistavia, eläimiä joilla oli symbolisesti tarkoitus pelotella vastustajia. 1960-luvun loppupuolella luodut Muppetit kuitenkin antoivat ideaa luoda fantasiahahmoja, jotka ovat söpöjä ja kosketeltavia. Yritysyhtiöt myöhemmin tajusivat, että maskotteja voidaan käyttää urheilutapahtumien ulkopuolella. Tänä päivänä maskotit ovatkin tärkeitä markkinoinnin työkaluja. [1]

Maskotteja käytetäänkin tänään kaikkialla. Urheiluseurojen lisäksi erilaiset yritykset, brändit, opistot, video pelit ja kaupungit ovat luoneet itselleen maskotin [2]. Hyvinä esimerkkeinä voidaan pitää olympialaisten virallisia maskotteja, varsinkin vuoden 1980 olympialaisten maskottia Misha-karhua, Michelin –autonrenkasvalmistajan Michelin-miestä, Disneyn Mikki Hiirtä sekä Nintendon Super Mariaa.

### **2.2 Maskottityyppejä**

#### **2.2.1 Yhtiömaskotit**

Yhtiöt usein käyttävät maskotteja marketoinnissa ja tuotteiden myynnissä. Vaikka niitä voidaan myös käyttää tapahtumissa, maskotteja löytyy myös tuotteiden kyljistä, esimerkiksi muropakkauksista. Hyvänä esimerkkinä voidaan pitää Kellogg's Frosties –murojen Tony-tiikeriä (kuva 1). [3]



*Kuva 1. Tony-tiikeri. [4]*

### **2.2.2 Eläinmaskotit**

Tony-tiikerin lisäksi on monia muita eläinmaskotteja, jotka ovat hyvin suosittuja eri brändien ja aktiviteettien parissa. Elefanteista kettuihin, lintuihin ja leijoniin, eläimet sopivat hyvin maskottien suunnitteluun. Hyvä esimerkki on Late Lammas (kuva 2), hahmo lastenohjelmasta, jolla on söpö ulkonäkö sekä charmivan kenkku persoonallisuus. [3]



*Kuva 2, Late Lammas. [5]*

### **2.2.3 Armeijamaskotit**

Brittein armeijan useat yksiköt alkoivat käyttää eläinmaskotteja moraalिन nostamiseen 1900-luvun alkupuolella. Useat eläinmaskotit aikanaan olivat kulkureita tai varta vasten yksikölle lahjoitettuja.

Ajan myötä moni maa ryhtyi adoptoimaan omia eläimiä yksiköiden maskoteiksi. Esimerkkinä voidaan pitää Kanadan armeijan virallista maskottia Junoa, antropomorfasta jääkarhua (kuva 3). Toronton eläintarha hankki vuonna 2015 jääkarhun, jonka Kanadan armeija adoptoi omaksi ”eläväksi maskotiksi”. Hän kuvastaa kanadalaisten sotilaiden rohkeutta, sitkeyttä ja voimaa Normandian rannoilla toisen maailmansodan aikaan. [6]



Kuva 3, Kanadan armeijan maskotti Juno. [6]

#### 2.2.4 Urheilumaskotit

Moni urheiluseura käyttää maskotteja otteluiden ja muiden urheilutapahtumien aikana nostamaan yleisön tukea ja energiaa otteluiden ajaksi. Maskotteja käytetään lapsiin saadakseen heidät mukaan katsomaan ottelua. Brittein saarilla tunnetuimpia maskotteja on Liverpool FC:in Mighty Red (kuva 4). [3]



Kuva 4, Liverpool FC:in maskotti Mighty Red. [7]

### 3 LAPSET JA MARKKINOINTI

Yhä nuoremmat lapset ovat internetmaailmassa kuin kotonaan ja usein vanhempiaankin taitavammin. Verkossa kuitenkin altistutaan markkinoinnille ennennäkemättömällä tavalla. Teknisistä taidoista huolimatta lapset eivät iästään ja kokemuksestaan johtuen kykene tunnistamaan markkinointia yhtä hyvin kuin aikuiset, tehden heistä erityisen alttiita kaupalliselle vaikuttamiselle. [8]

Maskotteja suunnitellessa on hyvä myös tietää, miten maskotteja voi käyttää markkinoinnin yhteydessä, jotta ne jäisivät paremmin lasten mieliin. Viisivuotiaat lapset usein osaavat jo kertoa eron lastenohjelman ja televisiomainoksen välillä, ja heti kun lapset ymmärtävät mainostamisen tarkoituksen, voidaan heille mainostaa normaalein keinoin [9].

Suomen lain mukaan alaikäisille suunnattu markkinointi on hyvän maun vastaista, jos siinä käytetään alaikäisen kokemattomuutta tai herkkäuskoisuutta hyväksi, jos se vaikuttaa haitallisesti lapsen tasapainoiseen kehitykseen tai jos siinä pyritään sivuuttamaan vanhempien mahdollisuus toimia lapsensa kasvattajina. Markkinoinnissa ei myöskään saa käyttää hyväkseen lapsen tietynlaista riippuvuutta auktoriteettihenkilöistä tai kiinnostusta sarjakuvahahmoja kohtaan. Esimerkiksi opettajan tai Hämähäkkimiehen valjastaminen markkinointiin on kiellettyä. [10]

Lapsen yksinäisyyttä ei saa käyttää mainonnan keinona. Mainoksessa ei saa antaa esimerkiksi sellaista mielikuvaa, jossa yksinäinen lapsi saisi hakemansa turvan jäätelöbaarista, koska hän tapasi siellä uusia ystäviä. Tuotteen pakkauskaan ei saa olla ratkaisevassa asemassa. Lapsen tulee haluta tuotetta itseään, ei pakettia sen ympärillä, joten jos pakkaus ohittaa tuotteen idean, ollaan menty liian pitkälle. [11]

Useilla lasten nettisivuilla yhdistetään mainontaa, viihdettä sekä toimituksellista aineistoa. Tästä syystä lapsen onkin vaikea erottaa mainontaa muusta viestinnästä. Piilomainonnassa mainostajan omat piirroshahmot on piilotettu muun materiaalin sekaan. Piilomainonta on kiellettyä kaikessa mainonnassa. [12]

Euroopan komission teettämä keväällä 2016 julkaistu tutkimus tarkastelee muun muassa sitä, mitä lasten kulutuskäyttäytymiseen vaikuttavia keinoja käytetään verkkopeleissä ja mobiilisovelluksissa, sekä missä määrin eri-ikäiset lapset ymmärtävät heihin näin kohdistetun markkinoinnin vaikutukset.

Tutkijat toteuttivat kokeen, jossa lapset pelasivat joko peliä, joka mainosti välipaloja tai ruokaan liittymättömiä tuotteita. Puolet lapsista pelasi peliä, jossa ilmoitettiin pelin olevan mainos ja puolet peliä, jossa ei ilmoitusta ollut. Kävi ilmi, että välipaloja mainostanutta peliä pelanneet lapset söivät enemmän välipaloja kuin lapset, jotka pelasivat leluja mainostanutta peliä. Peleihin sisällytetyt mainokset näyttivät alitajuisesti vaikuttavan lasten käyttäytymiseen, vaikka lapset olivat arvioineet, ettei mainonnalla ole heihin vaikutusta. [8]

## 4 VÄRIT JA MUODOT

Väreillä on suuri vaikutus meidän elämäämme. Värit kertovat, herättävät tunteita ja vaikuttavat meidän havaintokykyyn.

Poikalapset suosivat räikeitä värejä kuten keltaista, punaista ja sinistä sekä vaaleankeltaista, -vihreää ja -punaista. Tytölapset sen sijaan pitävät sellaisista väreistä kuten vaaleankeltainen, -vihreä ja -violetti sekä haaleanpunainen ja -sininen. Lapset eivät pidä ruskeasta ja harmaasta. Nämä värit myös näyttäytyvät harvemmin lapsille suunnatussa viestittelyssä, mikä antaa ymmärtää, että värin ja kielellisen syötteen välillä on yhteys. Lapset muistavat paremmin asioita, jotka esitetään heille käyttäen värejä, joihin he suhtautuvat positiivisesti. [13]

Väreillä on myös oma symboliikkansa, joita voidaan käyttää tietyn hahmon tietyn piirteen vahvistamiseen hahmon suunnittelussa. Näin pystytään antamaan lapselle vihje, millainen hahmo saattaa olla kyseessä.

Punainen kuvastaa rakkautta, halua ja intoa, mutta myös negatiivisempia tunteita kuten vaaraa, väkivaltaa ja aggressiota. Oranssista käy ilmi lämpö, energia, tasapaino sekä innostus. Keltainen kuvaa iloa ja onnellisuutta, toivoa ja mielikuvitusta, mutta myös epärehellisyyttä, pelkuruutta ja petturuutta. Vihreä väri antaa kuvan luonnosta, terveydestä, hyvästä onnesta ja nuoruudesta, mutta myös kateudesta ja kokemattomuudesta. Sininen kuvastaa rauhaa, kylmyyttä, totuutta, vakautta ja järjestystä. Purppura on kuninkaallisuuden, aatelisuuden, mysteerisen, viisauden, kunnian, mutta myös julmuuden ja ylimielisyyden väri. Vaaleanpunaisesta irtoaa rakkauden, romanssin ja huolehtivaisuuden kuva. Valkoinen väri kuvastaa puhtautta, yksinkertaisuutta, nöyryyttä, viattomuutta ja tarkkuutta. Harmaasta tulee ilmi älykkyys, turva, luotettavuus, mutta myös surullisuus ja tylsyys. Musta, väreistä negatiivisin, kuvastaa voimaa, pelkoa, pahuutta, epäonnellisuutta, vihaa ja kuolemaa. [14]

On myös hyvä ymmärtää muotoja maskotteja suunnitellessa. Eräässä tutkimuksessa Quebecin esikoululaisille esitettiin kokoelma animaatiohahmoja videolla. Heidän mielipiteensä kerättiin elektronisilla painikkeilla sekä haastatteluilla näytösten jälkeen. Lapset kiintyivät kahteen eläinhahmoon kaikkein eniten. Molemmat olivat hyvin värikkäitä ja terävästi hahmoteltu. Hahmoja kuvailtiin hyvin

aktiivisiksi ja huvittaviksi ja heidät muistettiin koomisesta, erottavasta ominaisuudesta, kuten korvista tai hampaasta. Samalla värittömät, vähemmän animoidut hahmot olivat suurimmassa epäsuosiossa lasten keskuudessa. [15]

Geometrisillä muodoilla, kuten ympyrällä, neliöllä ja kolmiolla, on visuaalista merkitystä. Miten ihminen kokee ja näkee eri muodot tulevat hänen fyysisistä kokemuksista eri muotojen kanssa. Lapsuudessa ihminen kokee ja oppii maailmasta ympärillään koskettelemalla esineitä. Ympyrä koetaan viattomana, nuorena ja energisenä ja vähemmän vaarattomana, sillä siinä ei ole teräviä kulmia, jotka voisivat satuttaa. Neliö taas koetaan kypsänä, vankkana ja itsepäisenä sen tasapitkien sivujen takia. Kolmio taas koetaan aggressiivisena ja voimakkaana sen terävien, mahdollisesti sattuttavien, kulmien takia. [16]

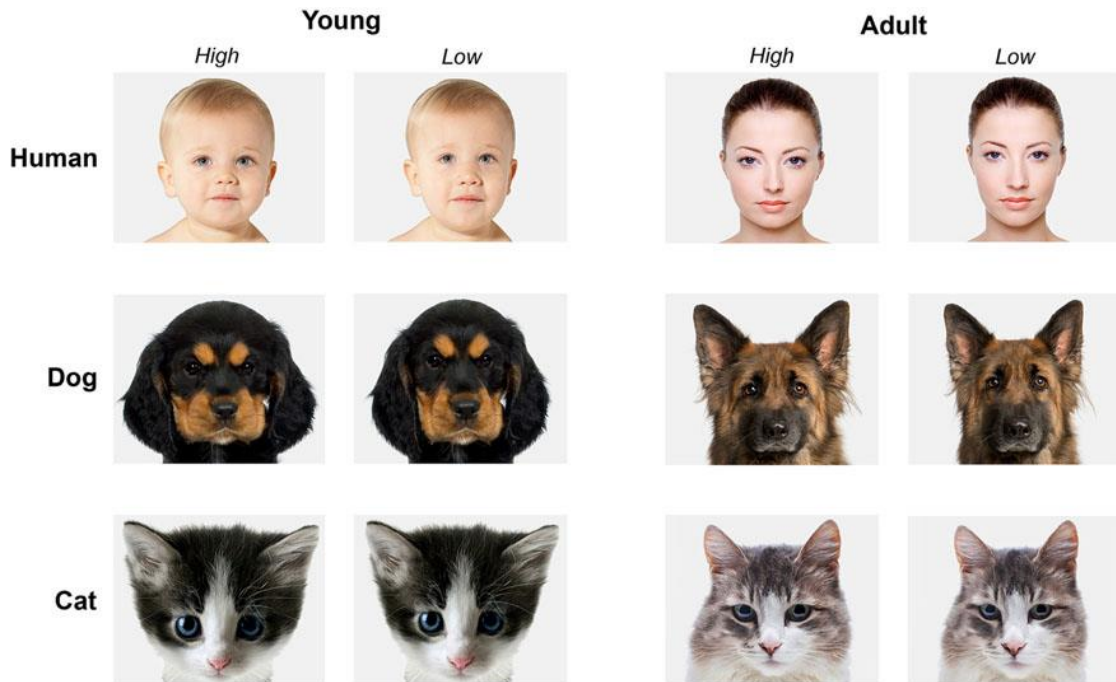


Kuva 5, muodot ja niiden käyttö eri paikoissa. [16]

Tästä kuvasta (kuva 5) näkee hyvin, miten nämä muodot toimivat maailmalla. Ympyrä antaa Disneylle ja kuplavalokkariille lapsimaisen ja vaarattoman kuvan. Neliö taasen antaa pilarirakennukselle ja maasturiautolle vankan, luotettavan ja tasaisen olemuksen. Kolmio antaa thrash metal –bändi Anthraxin logolle musiikkigenrelle tyypillisen aggressiivisen näyn ja Lamborghiniille sporttiset ja äksyt viivat.

Ihmisillä on luonnollinen kiinnostus muita eläinlajeja kohtaan. Tämä näkyy lapsissa siten, että eläinten läheisyydessä lapset ovat tarkkaavaisempia sekä enemmän motivoituneita, mikä näkyy eri eläinlajien käytössä lasten opetuksessa. Myös sosiaalisesti alikehittyneet lapset suosivat eläimiä muiden ihmisten tai esineiden sijaan, mikä näkyy sosiaalisen käyttäytymisen kasvussa eläinten ollessa läsnä. [17]

”Baby schemalla” (vauvaskeema, lapsimaisuus) tarkoitetaan pään ja kasvojen lapsimaista muotoa, tarkalleen ottaen suurta päätä, pyöreitä kasvoja, pitkää otsaa, suuria silmiä ja pientä suuta ja nenää; piirteitä, jotka useimmiten löytyvät ihmislasten ja eläinpentujen kasvoista. Eräässä tutkimuksessa katsottiin, miten 32 lasta (16 poikaa, 16 tyttöä) reagoivat ihmisiin ja eläimiin, joiden kasvoja on manipuloitu kuvanmuokkausohjelmalla lapsimaisemmiksi. Heille näytettiin eri kuvia (kuva 6) kuuden sekunnin ajan, minkä jälkeen lapset kertoivat, oliko viimeisin kuva kuinka söpö. Myös sitä, mihin heidän katseensa keskittyivät, mitattiin ja tutkittiin. Sama tutkimus suoritettiin aikuisillekin.



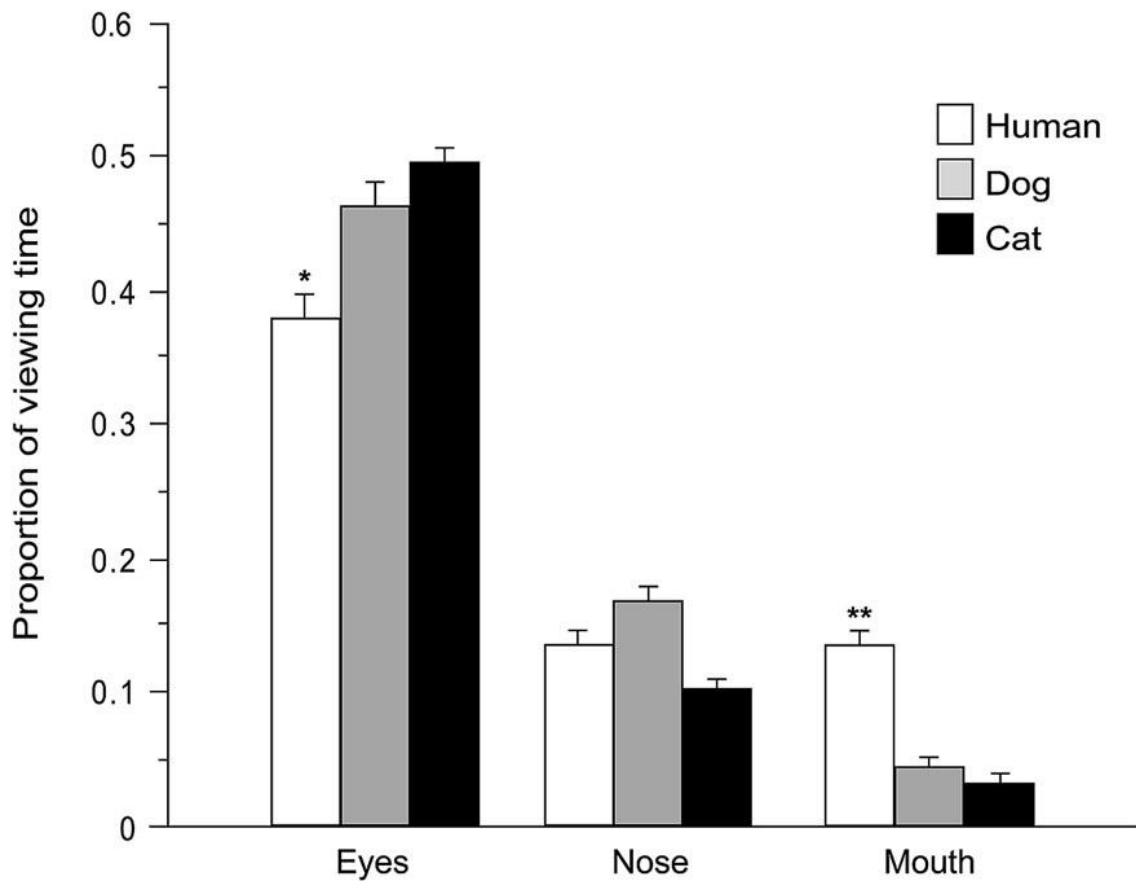
Kuva 6. Tutkimuksessa käytettyjä kuvia. Parien vasen kuva (high) on kuvakäsitelty näyttämään lapsimaisemmalta verrattuna vähemmän lapsimaisempaan kuvaan (low). [17]

Tutkimuksessa kävi ilmi, että lapset pitivät kuvamanipuloituja, lapsimaisempia kuvia söpömpinä (kuva 7). Heidän katseensa kohdistuivat kaikkein eniten silmiin, toiseksi eniten nenään ja vähiten suuhun (kuva 8). [17]

	Human adult		Human infant		Dog		Puppy		Cat		Kitten	
	High	Low	High	Low	High	Low	High	Low	High	Low	High	Low
Children (n = 32)	2.7 (1.3)	2.5 (1.0)	3.5 (1.1)	3.2 (1.2)	3.7 (1.2)	3.7 (1.1)	3.8 (1.1)	3.5 (1.2)	3.6 (1.2)	3.5 (1.1)	3.9 (1.0)	3.6 (1.1)
Adults (n = 58)	2.4 (0.9)	2.2 (0.7)	3.6 (1.1)	3.0 (1.1)	3.6 (0.9)	3.5 (0.9)	4.1 (0.9)	4.0 (0.9)	3.0 (1.0)	2.7 (1.0)	3.8 (0.8)	3.9 (0.9)

Standard deviations are given in parentheses.

Kuva 7, tutkimuksen tulokset. Lapset näkivät lapsimaiset kasvat söpömpinä. [17]



Kuva 8, tutkimuksen tuloksia. Tutkittavien katseet keskittyivät kaikkein eniten silmiin. Suuhun keskityttiin kaikkein vähiten. [17]

Maskottia suunniteltaessa on hyvä myös suunnitella hahmolle taustatarina. Taustatarina kertoo hahmon taustoista, eli mistä hän tulee tai mikä hän on. Se kertoo myös hahmon persoonallisuudesta, kiinnostuksen kohteista ja harrastuksista, miten hahmo vuorovaikuttaa ihmisten kanssa ja mitkä ovat hänen motivaationsa ja tavoitteensa. Se on kuin loisi fiktiivistä hahmoa kirjaa varten. Taustatarinaa kirjoittaessa voidaan käyttää apuna mm. organisaation historiaa ja arvoja. Maskotista voi tehdä samaistuttavan esimerkiksi kertomalla hahmon perheestä, haasteista ja miten hän pääsi niistä yli. Taustatarina on hyvä työkalu markkinointistrategian toteutukseen. Hyvä taustatarina on luova elementti, mikä saa maskotin näyttämään oikealta ja saa maskotin auttamaan brändin mainonnassa paremmin. [18]

## 5 TUTKIMUS LASTEN HAHMOMIELTYMYKSESTÄ

### 5.1 Tutkimuksen tavoite ja esivalmistelu

Tutkimuksessani on kaksi osaa. Ensimmäinen osa käsittelee lasten hahmonsuunnittelua, eli miten he piirtävät omat hahmonsansa, millä väreillä, mitä muotoja käyttäen ja millä kasvonpiirteillä. Kun lapset ovat valmiita piirrosten kanssa, otan lasten piirrokset talteen analysoitavaksi ja selvitän, mitä värejä ja muotoja he käyttivät eniten. Tällä selvitän, pitävätkö teoriaosassani mainitsemat tutkimukset paikkansa lasten piirroksissa.

Toinen osa käsittelee lasten mielipiteitä omista piirroshahmoistani. Piirsin kolme eri hahmoa ja näytän ne lapsille. Näytän lapsille hahmoni ja esitän heille kysymyksiä hahmoista. Otan heidän vastaukset talteen. Näitä vastauksia käyttäen parannan piirroshahmojani lasten ehdotuksien mukaan, jolloin hahmoista saadaan lapsille mieluisempia.

Piirsin hahmoni teoriapohjaani seuraten. Työkalunani toimivat Wacom Intuos Art –piirtoalusta (kuva 9) sekä Clip Studio Paint –piirto-ohjelma (kuva 10). Piirsin ensimmäisen hahmon pitäen mielessäni lapsellisen ja harmittoman ympyrän muodon. Toisessa hahmossa käytin neliöitä, mikä edustaa vankkuutta ja tasapainoa. Kolmannen hahmon muodot ovat kolmion mallisia; terävän, aggressiivisen ja vaarallisen näköisiä. Käytin myös värikkäitä, kirkkaita ja positiiveja värejä, kuten sinistä, välttämättä haaleita ja negatiivisia värejä kuten mustaa tai harmaata. Annoin hahmoille myös lapsenomaisia kasvopiirteitä, kuten suuret silmät ja suuri otsa.

Tutkimusta varten otin yhteyttä Tähtikunnan koulun rehtoriin. Kuvailin hänelle tutkimukseni luonteen ja pyysin häneltä lupaa suorittaa tutkimusta jollekin alakouluikäiselle luokalle. Muutaman päivän kuluttua sain luvan tulla koululle suorittamaan tutkimuksen. Hän myös jätti Tähtikunnan koulun nykyisten kuvaamataidonopettajien yhteystiedot ja pyysi minua olemaan heihin vielä yhteydessä. Otinkin yhteyttä yläasteaikaiselleni opettajalle. Kommunikaatiovirheiden takia vastaus viivästyi hien, mutta lopulta sain sovittua tapaamisajan hänen kanssaan. Tapaamisessa kävi ilmi, että hän ohjaa 5. ja 6. luokkalaisten valinnaista kuvaamataidonryhmää. Tämä sopi minulle hyvin, joten sovimme tarkan päivämäärän ja kellonajan, milloin voin tulla suorittamaan tutkimusta.



Kuva 9. Henkilökohtainen piirtoalustani, Wacom Intuos Art. Oma kuva.



Kuva 10. Clip Studio Paint. Käytän tätä sovellusta hahmojen piirtämiseen. Oma kuva.

## 5.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus suoritettiin 12. huhtikuuta, 2022. Menin koululle tapaamaan opettajan luokassa. Kävikin ilmi, että tunti pidettiin sattuneesta syystä toisessa luokassa. Siirryimme toiseen rakennukseen kantaen eri piirtotarvikkeita. Meillä oli vielä hieman ongelmia luokan kanssa, sillä emme tieneet, mikä luokka oli vapaana tunnin ajaksi. Lapset saapuivat välitunnilta samalla kun saimme tyhjän luokan käyttöömmme, jolloin astuimme peremmälle ja odotimme lapset pulpeteille.

Luokassa oli noin 20 lasta, poikia ja tyttöjä tasaisesti. Opettaja oli myös paikalla apuopettajansa kanssa. He vastasivat työkalujen jaosta ja toiminnallisuudesta. Nimenhuudon aikana kävi ilmi, että osa ryhmästä oli luokkaretkellä, mikä tarkoitti vähemmän piirroksia analysoitavaksi. Tunnin alkuun opettaja esitteli minut, jonka jälkeen esittelin itseni vielä kertaalleen, mutta tarkemmin. Kerroin tarkoitukseni ja tarvitsevani lasten apua työssäni.

Annoin lapsille tehtäväksi piirtää lempieläimensä haaveammattissaan. Tarkoituksena on tarkastella hahmoja yleisesti. Haaveammattilla ei niinkään ole merkitystä, vaan kasvopiirteillä, muodolla, eläimellä ja värillä. Annoin juuri tällaisen tehtävänannon, jotta lapsilla olisi mahdollisimman mukavaa piirtää ja mieluisa olo. Itse kun piirrän jotain, piirrän usein lempieläimiäni, jolloin motivaationi piirtää pysyy myös korkeana. Aikaa oli puolitoista tuntia, eli koko tunnin ajaksi.

Lapset piirsivät iPad –tablettitietokoneilla Autodesk Sketchbook –piirtosovellusta käyttäen. Valitettavasti piirtokyniä tabletteja varten ei löytynyt, joten lapset joutuivat piirtämään hahmonsia sormilla. Piirtämisen aikana osalla lapsilla oli vaikeuksia päästä alkuun. Yritin parhaani mukaan saada lapset alkuun. Eräs lapsi ei tiennyt, mikä hänen haaveammattinsa on, jolloin ehdotin, että hän voisi piirtää lempieläimensä isän tai äidin nykyisessä ammatissa. Jotkut lapset sanoivat, etteivät osaa piirtää. Kerroin heille, että ei haittaa. Kunhan tulee edes jotain jälkeä, olen kiitollinen.

Tunnin jälkeen suoritin vielä kyselyn omista maskoteistani (kuva 11), jossa kysyin heiltä mielipiteitä. Kysyin, mikä maskoteista oli heidän lempimaskottinsa, miksi, mikä muissa maskoteissa oli vikana ja miten niitä voi korjata siten, että maskotit olisivat enemmän heidän mieleen.

### 5.3 Tutkimuksen tulokset

Piirroksia tuli yhteensä 18 digitaalista, joista yksi oli jostain syystä vioittunut eikä täten voitu käyttää. Piirroksista kävi ilmi, että suurin osa lapsista piirsi kissoja tai kissan kaltaisia eläimiä. Mukana oli myös muun muassa käärmeitä, liskoeläimiä ja jäniksiä. Suurimmasta osasta piirroksista jäi väritys pois, mutta niissä, missä sitä oli, käytettiin eläimelle tyypillisiä värejä, esimerkiksi eräs pöllö oli ruskea ja eräs varaani vihreä. Oranssia väriä näkyi kuitenkin piirroksissa kaikkein eniten. Täten tutkimus lasten värimieltymyksistä ei pitänyt kovin paikkansa, vaan suosittiin realistisempia värejä. Suuressa osassa piirroksia eläimillä oli suuret silmät, mikä täsmää sangen hyvin vauvaskeemaa tutkivaan tutkimukseen, jossa todettiin lasten suosivan lapsimaisille kasvonpiirteille tyypillisiä suuria silmiä. Hyvinkin suuri osa lapsista piirsivät hahmonsa pyöreillä ja pehmeillä ääriviivoilla. Harva käytti neliöitä tai kolmioita. Taulukoissa 1, 2 ja 3 on kuvattu tarkemmin mitä ja miten lapset piirsivät.

*Taulukko 1. Eläinten lukumäärä*

<b>Eläin</b>	<b>Lukumäärä</b>
<b>Koira</b>	3
<b>Kissa</b>	7
<b>Käärme</b>	1
<b>Lisko</b>	1
<b>Pöllö</b>	1
<b>Jänis</b>	1
<b>Mustekala</b>	1
<b>Hämähäkki</b>	1
<b>Sika</b>	1

*Taulukko 2. Eläinten värien lukumäärä*

<b>Väri</b>	<b>Lukumäärä</b>
<b>Väritön</b>	6
<b>Vihreä</b>	2
<b>Ruskea</b>	2
<b>Harmaa</b>	1
<b>Oranssi</b>	4
<b>Pinkki</b>	1
<b>Keltainen</b>	1

### Taulukko 3. Eläinten muotojen lukumäärä

Muoto	Lukumäärä
Ympyrä	10
Neliö	3
Kolmio	4



Kuva 11. Omat piirtämäni maskotit, ensimmäiset versiot. Oma kuva.

Tunnin päätteeksi kysyin lapsilta vielä omia mielipiteitä kolmesta maskotista, jotka itse piirsin (kuva 11). Tähän vastasi yhteensä 10 lasta, 8 poikaa ja 2 tyttöä, sillä osa lapsista ehti poistua kotimat-kalle.

Kymmenestä lapsesta viisi, 4 poikaa ja 1 tyttö, valitsi oikeanpuolimmaisena hahmon lempieläimekseen. Tämän hahmon robottimainen ulkonäkö kiinnosti teknologiasta kiinnostuneita lapsia. Erään lapsen mukaan yksityiskohtaisuus oli hänelle mieleen. Korjattavaksi ilmestyi hahmon koko, mikä saisi olla isompi, ja värin vaihto sinisestä punaiseksi.

Toiseksi suosituin oli keskimäinen hahmo, jonka valitsi 4 poikaa. Heille tämä hahmo oli mieleen, koska hän näyttää vahvalta ja on hahmoista isoin. Kaksi lasta valitsivat hänet lempihahmokseen koska "se vain on". Erään tytön mukaan tämän hahmon ilme on ilkkurinen, mikä pitäisi korjata. Toisen pojan mielestä hän on armeijan tyylinen ja saisi olla hieman modernimman näköinen.

Vasemmanpuoleinen hahmo ilmeni vähiten suosituksi, jonka valitsi yksi tyttö. Hänen mielestään hahmon värit ovat hienot. Korjattavaa ilmeni siten, että vaaleanharmaan sijasta pitäisi olla valkoista, pinkin tilalta mustaa, hahmo saisi olla isompi ja hahmossa saisi olla enemmän yksityiskohtia.

#### **5.4 Muutokset lasten ehdotusten mukaan**

Lopputulokseksi tuli eittämättä omaankin silmään mieluisemmat hahmot. Pandahahmosta tehtiin realistisemman värinen ja suurempi. Piirsin hänelle hieman lisää yksityiskohtia. Kissahahmosta tehtiin myös suurempi ja erivärinen. Jänishahmosta tuli ystävällisemmän näköinen, tosin en oikein osannut visioida "modernimpaa" ulkonäköä tälle hahmolle.

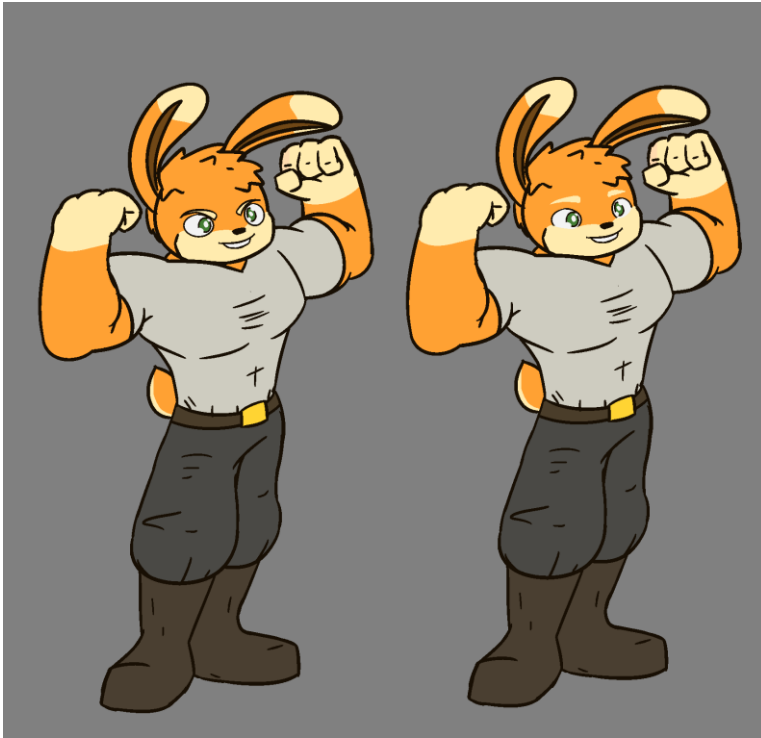
#### 5.4.1 Pandahahmo



*Kuva 12. Pandahahmo, ensimmäinen ja toinen versio. Oma kuva.*

Alkuun pandahahmo oli vaaleanpunainen ja vaaleanharmaa. Tässä oli tarkoituksena piirtää viaton ja vaaraton lapsiystävällinen hahmo ystävällisiä värejä ja muotoja käyttäen. Korjausehdotuksiksi kuitenkin ilmeni hahmon koko ja väri. Eräs lapsi halusi pandasta realistisemmän värisen, eli mustavalkoisen ja toiselle värit kelpasivat jo. Kokeilin kuiteinkin vaihtaa hahmon väriä. Eräs lapsi harmittelee yksityiskohtien puuttumista, joten lisäsin muutaman ilman että niitä tulisi liikaa.

#### 5.4.2 Jänishahmo



*Kuva 13. Jänishahmo, ensimmäinen ja toinen versio. Oma kuva.*

Pandahahmon pyöreiden lisäksi piirsin myös jänishahmon neliön muotoa käyttäen. Väriksi päätin oranssin, sillä se kuvastaa tasapainoa, mikä sopii hyvin neliön tasaisen ja vankan muodon kanssa yhteen. Eräs lapsi ei pitänyt hahmon ilkeästä ilmeestä, mikä korjattiin pikimmiten. Toinen lapsi sanoi, että hahmo on turhan armeijan tyylinen ja että hän saisi olla modernimpi. Valitettavasti en osannut oikein visioida, mitä hän olisi sillä tarkoittanut.

### 5.4.3 Kissahahmo



*Kuva 14. Kissahahmo, ensimmäinen ja toinen versio. Oma kuva.*

Tämä hahmo ilmeni suosituimmaksi. Täydentääkseni kolmikon piirsin tämän hahmon kolmioita käyttäen, antaakseni hänelle aggressiivisemmän ja jopa hieman vaarallisen ulkonäön. Lapsia kiinnosti tämä kaikkein eniten hänen teknologisen ja futuristisen ulkonäön takia. Korjattavaksi kuitenkin kerrottiin hahmon koko ja väri. Tästä hahmosta haluttiin suurempi ja punaisen värinen.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Suurimmaksi osaksi teoriaosuus piti paikkansa tutkimuksissa. Lapset suosivat lapsimaisia piirteitä, kuten suuria silmiä, mikä ilmeni heidän piirroksistaan. Heidän käyttämät värit ovat myös kirkkaita haalean sijasta. Tutkimus lasten värimieltyyksistä tässä osin pitää paikkansa, mutta muuten ei. Suurin osa piirroksista on värittömiä, mikä voi johtua ajan tai motivaation puutteesta. Osa lapsista käytti harmaata ja ruskeaa piirroksissaan, mikä ei täsmää tutkimukseen. Tämäkin on kenties sen takia, koska lapset ehkä halusivat värittää hahmonsia realistisilla väreillä. Leijonanosa lapsista käyttivät pyöreitä tai muutoin kulmattomia muotoja hahmoissaan. Vain harva käytti neliöitä tai kolmioita.

Itseäni kummastutti se, miten niin moni kääntyi kissahahmon suuntaan, joka piirrettiin teräviä kulmia käyttäen. Aikaisemmin sanottiin, että terävät kulmat koetaan vaarallisina ja aggressiivisina. Pandahahmo piirrettiin ympyrät huomioon ottaen, mitkä kuvastavat vaarattomuutta ja lapsimaisuutta, mutta silti hän jäi vähiten suosituimmaksi. Tämän voi selittää sillä, että niin monen lapsen lempieläin on kissa, joten he luonnollisesti valitsivat lempihahmoksen kissahahmon.

Yritin myös välttää mustaa ja punaisen kaltaisia negatiivisia värejä, mutta lapset kuitenkin suosivat realistisimpia ja lämpimämpiä värejä. Kävi myös ilmi, että kuten tutkimuksetkin sen osoittivat, lapset suosivat lapsimaisen suuria silmiä. Silti osa piirsi eläimensä suhteellisen realistisesti suurien silmien lisäksi, esimerkiksi eräällä pöllöllä oli siivet käsivarsien ja siipien sijasta. Eräällä sudella oli jalat ja tassut kuin oikeassa elämässä, mutta hän seisoikin ihminen.

Loppujen lopulta, tämän opinnäytetyön parissa työskentely oli opetus minulle. Tehdessäni taustatutkimusta löysin sellaista tietoa, mitä tulen itse käyttämään jatkossa piirtoharrastuksessani. Opin paljon uutta muodoista ja väreistä. Sain olla myös tekemisissä vanhan kouluni ja oman kuvaamataidonopettajan kanssa, mikä oli mukava muistojen tuulahdus. Piirtävien lasten kanssa työskentely oli kiintoisaa. Minulla oli halu nähdä, minkälaisia piirroksia lapset saivat aikaan. Joillain lapsilla oli myös ongelmia saada piirtäminen alkuun, joten annoin heille muutamia vinkkejä päästäkseni heidät alkuun.

Ongelmia kuitenkin ilmeni heti alkuun, kun sain tietää osan ryhmästä olevan luokkaretkellä, mikä tiesi vähemmän piirroksia analysoitavaksi. Tästä ei opettajakaan ollut tietoinen. Tunnin jälkeinen

kyselykin jäi hieman vajaaksi, kun osa lapsista luonnollisesti kiirehti kotiin päivän päätteeksi. Tarkemmalla ennakkovalmistelulla ja ohjeistuksella tämä oltaisiin voitu välttää.

Tutkimus olisi vielä jatkunut toisella kyselyllä toiselle lapsiryhmälle, jossa olisin kysynyt heidän mielipiteitään alkuperäisistä ja parannetuista maskoteistani. Kevät kuitenkin ehti edetä sen verran pitkälle, että tämä osa tutkimuksesta ei enää onnistunut työn aikataulun ja valmistumisen kannalta.

## 8 LÄHTEET

- [1] International University Sports Federation. A looking glass into the history of event mascots at our sports events. Hakupäivä 4.12.2021. <https://www.fisu.net/media/fisu-brand/mascots>
- [2] Wikipedia. Mascot. Hakupäivä 7.12.2021. <https://en.wikipedia.org/wiki/Mascot>
- [3] Rainbow Productions. What Types of Mascot Are There? Julkaistu 6.6.2018. Hakupäivä 11.2.2022. <https://www.rainbowproductions.co.uk/what-types-of-mascot-are-there/>
- [4] Kellogg's / Graham, Daryl. Piirros. Artikkelissa Tony the Tiger. Wikipedia. Hakupäivä 11.2.2022. [https://en.wikipedia.org/wiki/File:Tony\\_the\\_Tiger\\_\(Kellogg%27s\\_Frosted\\_Fla-kes%27\\_mascot\).jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/File:Tony_the_Tiger_(Kellogg%27s_Frosted_Fla-kes%27_mascot).jpg)
- [5] Lionsgate. Artikkelissa Mekado Murphy. 'Shaun the Sheep Movie': Designing the Characters. Hakupäivä 9.5.2022. <https://www.nytimes.com/interactive/2015/08/05/movies/09shaun-features.html>
- [6] Government of Canada. Juno the Canadian Army Mascot. Muokattu 04.06.2021. Hakupäivä 11.2.2022. <https://www.canada.ca/en/army/services/juno.html>
- [7] Liverpool Football Club. 2014. Valokuva. Artikkelissa New matchday role for Mighty Red. Hakupäivä 11.2.2022. <https://www.liverpoolfc.com/news/first-team/170573-new-matchday-role-for-mighty-red>
- [8] Hentunen, P. 2016. Tunnistaako lapsi mainosta verkossa tai mobiilipelissä? Kuluttaja-asiamiehen blogi. Julkaistu 15.9.2016. Hakupäivä 3.3.2022. <https://kuluttaja-asiamies.fi/2016/09/15/tunnistaako-lapsi-mainosta-verkossa-tai-mobiilipelissa/>
- [9] Todd, S. Understanding Children as Consumers. Julkaistu 2010. Hakupäivä 7.12.2021. <https://books.google.fi/books?id=AR9XonAslZQC&lpg=PA221&ots=eonWIO81mp&dq=marketing%20to%20children%20ethics&lr&pg=PA223#v=onepage&q=marketing%20to%20children%20ethics&f=false>
- [10] Finlex. Kuluttajansuojalaki. 2. luku, 2. §. Hakupäivä 3.3.2022. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=markkinointi#L2P1>
- [11] Suhonen, A. 2012. Lapsiin kohdistuva markkinointi. Opuslex. Julkaistu 17.12.2012. Hakupäivä 3.3.2022. <https://www.opuslex.fi/artikkelit/kauppa-ja-sopimus/lapsiin-kohdistuva-markkinointi>
- [12] Mediakompassi. Mainonta ja lapset. Hakupäivä 3.3.2022. <http://vintti.yle.fi/yle.fi/media-kompassi/mediakompassi/vanhemmat/aiheisallot/mainokset/mainonta-ja-lapset.htm>

- [13] Wilk, J., Zlotkowska, J., Cassidy, T. 2014. Colour preferences in children. Affective graphic design for children at risk for cancer. Julkaistu 22.11.2014. Hakupäivä 17.3.2022. [https://www.researchgate.net/profile/Joanna-Wilk-2/publication/268576542\\_Colour\\_preferences\\_in\\_children\\_Affective\\_graphic\\_design\\_for\\_children\\_at\\_risk\\_for\\_cancer/links/5470bc3f0cf2d67fc03301d9/Colour-preferences-in-children-Affective-graphic-design-for-children-at-risk-for-cancer.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Joanna-Wilk-2/publication/268576542_Colour_preferences_in_children_Affective_graphic_design_for_children_at_risk_for_cancer/links/5470bc3f0cf2d67fc03301d9/Colour-preferences-in-children-Affective-graphic-design-for-children-at-risk-for-cancer.pdf)
- [14] Incredible Art Department. Color Symbolism and Culture. Hakupäivä 17.3.2022. <https://www.incredibleart.org/lessons/middle/color2.htm>
- [15] Baggaley, J. P. 2006. Design of a TV Character with Visual Appeal for Preschool Children. Julkaistu 11.8.2006. Hakupäivä 17.3.2022. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0260741850110106>
- [16] Solarski, C. 2013. The Aesthetics of Game Art and Game Design. Game Developer. Julkaistu 30.1.2013. Hakupäivä 17.3.2022. <https://www.gamedeveloper.com/design/the-aesthetics-of-game-art-and-game-design>
- [17] Borgi, M., Cogliati-Dezza, I., Brelford, V., Meints, K. & Cirulli, F. 2014. Baby schema in human and animal faces induces cuteness perception and gaze allocation in children. Frontiers in Psychology. Julkaistu 7.5.2014. Hakupäivä 12.4.2022. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.00411>
- [18] Maxine, A. 2019. How to Create the Perfect Mascot Marketing Plan Through Character Development. The BAM Mascot Family Blog. Julkaistu 13.6.2019. Hakupäivä 9.5.2022. <https://www.bammascots.com/blog/how-to-create-the-perfect-mascot-marketing-plan-through-character-development>