

Sisällöntuotanto infonäyttöihin

LAB-ammattikorkeakoulu
Insinööri (AMK) Tieto- ja viestintätekniikka
2025
Hermann Tikkanen

Tiivistelmä

Tekijä(t) Hermann Tikkanen	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 33	Valmistumisaika 2025
Työn nimi Sisällöntuotanto infonäyttöihin		
Tutkinto ja koulutusala Insinööri (AMK), tieto- ja viestintätekniikka		
Toimeksiantajaorganisaatio (jos opinnäytetyöllä on toimeksiantaja) Nuorten työ- ja valmennuspalvelut		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössä käsiteltiin graafista suunnittelua, kun kohteena oli digitaalisia infonäyttöjä. Työssä käytiin läpi graafisen suunnittelun eri osa-alueita, suunnittelijalta vaadittavia taitoja ja graafisten töiden selkeyteen liittyviä sääntöjä. Työssä myös esiteltiin graafisen suunnittelun ohjelmistojen toimintoja, joita työn tekemiseen tarvittiin.</p> <p>Toimeksiantona oli suunnitella kaksi eri infonäyttöihin tulevaa esitettä Lahden kaupungin brändiohjeistusta käyttäen. Työt saatiin valmiiksi ja palautettiin toimeksiantajalle, joka lähetti työt edelleen käytettäväksi infonäytöillä.</p>		
Asiasanat graafinen suunnittelu, infonäytöt, saavutettavuus		

Abstract

Author(s)	Type of Publication	Published
Hermann Tikkanen	Thesis, UAS	2025
	Number of Pages	
	33	
Title of Publication		
Content Production for Information Displays		
Degree, Field of Study		
Engineer (UAS), Information and Communications Technology		
Organisation of the client (if the thesis work is commissioned by another party)		
Youth employment and training services		
Abstract		
<p>The aim of the thesis was to explain graphic design process when designing graphics for digital information displays. The thesis covered the different fields of graphic design, the skills required of a designer and the rules related to the accessibility of graphic work. Graphic design programs are also explored and the tools necessary for the work described in the thesis are explained.</p> <p>The assignment was to design two advertisements for different information displays using the brand guidelines of the city of Lahti. The works were completed and returned to the client, who sent the works for further use on information displays.</p>		
Keywords		
graphic design, information displays, accessibility		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Graafinen suunnittelu.....	2
2.1	Perusteet.....	2
2.2	Typografia	3
2.2.1	Muotoilu.....	4
2.2.2	Kirjaintyypit.....	5
2.3	Värit.....	5
2.4	Sommittelu ja taittaminen	7
3	Saavutettavuusvaatimukset	9
3.1	Lailliset vaatimukset	9
3.2	Visuaalinen saavutettavuus.....	10
4	Graafisen suunnittelun ohjelmistot.....	11
4.1	Adobe Illustrator	11
4.2	Adobe InDesign.....	13
5	Sisällöntuotanto infonäyttöihin	14
5.1	Suunnittelu	14
5.1.1	Kokeile meillä -kampanja.....	14
5.1.2	Saima 6 -esite	16
5.2	Kokeile meillä -kampanjan toteutus	17
5.3	Saima 6 -esitteen toteutus.....	26
6	Yhteenveto ja pohdinta	31
	Lähteet	32

1 Johdanto

Graafisen suunnittelun vaatimukset ovat muuttuneet erilaisten digitaalisten näyttöjen yleistymisen myötä. Näillä näytöillä on monia eri kokoja ja ne ovat suunniteltu erilaisiin käyttötarkoituksiin. Pienet puhelimen näytöt soveltuvat graafisen aineiston nopeaan kulutukseen sosiaalisen median julkaisujen ja lyhytvideoiden välityksellä. Digitaaliset inforuudut myymälöissä, lentokentillä ja muissa julkisissa tiloissa tulevat olla helposti ymmärrettäviä ja suuret mainostaulut puolestaan kilpailevat ihmisten huomiosta.

Ei ole enää tarpeeksi, että graafinen suunnittelija on työssään luova perinteisissä graafisen taiteen osa-alueissa kuten väriopissa, sommittelussa ja typografiassa. Heillä täytyy myös olla teknistä osaamista ja käsitys siitä, miten parhaiten käyttää suunnittelun kohteena olevaa digitaalista näyttöä hyväksi. Jokaisella sosiaalisella mediallyällä on oma käyttöliittymä, joka rajoittaa tuotetun grafiikan kokoa. Valmis graafinen työ ei kuitenkaan pysy vain yhdessä koossa, vaan sen täytyy olla niin skaalautuva, että se toimii yhtä hyvin kännykässä, tietokoneella ja älytelevisiossa. Myös jokaisella näistä laitteista on omat väriasetuksensa, jotka eroavat toisistaan.

Opinnäytetyössä käsitellään graafista suunnittelua luovana alana ja käydä läpi alan vaatimuksia, kun työtä tehdään digitaalisesti ja kun se lopulta julkaistaan digitaalisilla alustoilla. Työssä esitellään myös kahden eri graafisen suunnittelun ohjelman, Adobe Illustratorin ja Adobe InDesignin, ominaisuuksia ja niiden eroja toisiinsa nähden.

Käytännön osuudessa kerrotaan median tuottamisesta infonäyttöihin. Työssä käydään läpi askel askeleelta median tuottaminen suunnitteluvaiheesta valmiin työn julkaisemiseen asti. Tämä osa opinnäytetyöstä toteutettiin Lahden nuorten työ- ja valmennuspalvelujen kanssa, jossa olen työkokeilussa heidän mediapajassaan. Työpaikalla tehdään mainostoimiston töitä Lahden nuorisopalveluiden sisäisiin tarpeisiin. Mediapajassa luodaan esimerkiksi julisteita ja esitteitä nuorisopalveluiden järjestämiin tapahtumiin. Töitä viedään painoon tulostettavaksi ja sosiaaliseen mediaan julkaistavaksi, mutta tässä työssä keskitytään erityisesti informatiivisen digitaalisen median luomiseen julkisilla paikoilla oleviin infonäyttöihin

2 Graafinen suunnittelu

2.1 Perusteet

Graafisessa suunnittelussa yhdistyvät taide, teknologia ja viestintä. Se on visuaalinen viestintämuoto, jonka tarkoitus on välittää ideoita, informaatiota ja tunteita vastaanottajalle. Graafinen suunnittelu järjestää monimutkaista tietoa toimitettavaksi kaikista selkeimmällä tavalla (Keung 2023).

Tätä ajatusmaailmaa edustaa 1920-luvulla syntynyt saksalainen Bauhaus-liike, joka tutki graafista suunnittelua universaalina ”näön kielenä” ja pyrki asettamaan graafiselle suunnittelulle omat standardinsa. Liikkeen edustajat uskoivat, että visuaalisen kielen tulisi olla kaikille ymmärrettävissä. (Lupton 2015, 16.) Tämä ajatustapa on nykypäivään tultaessa muuttanut huomattavasti. Graafiset suunnittelijat tähtäävät omaperäisyyteen ja rajojen rikkomiseen. Tehdyn työn kohdeyleisön ei oleteta olevan jokainen ihminen, joka sen näkee, vaan työt ovat räätälöity hyvinkin pienelle ihmisjoukolle.

Bauhausin vaikutus näkyy kuitenkin vielä graafisen suunnittelun ohjelmistoissa. Nämä ohjelmistot, kuten Adobe Photoshop ja Adobe InDesign järjestävät visuaalisen materiaalin ominaisuudet, parametrit ja suodattimet samalla tavalla jokaiselle ohjelman käyttäjälle. (Lupton 2015, 17.) Graafisen työn lopputulos riippuu sen suunnittelijasta, mutta digitaaliset suunnitteluohjelmat, olivat ne sitten maksullisia Adoben tuotteita tai ilmaiseksi ladattavia sovelluksia, ovat niin samanlaisia ominaisuuksiltaan, että jokaisella graafisella suunnittelijalla on sama lähtökohta töiden tekemiseen.

Ajatusmaailmojen lisäksi graafisen suunnittelun eri alat ovat lisääntyneet. Nykyään suunnittelija voi työllistyä seuraaville aloille:

- logot ja brändäys
- painotuotteet
- verkkosuunnittelu
- pakkaus- ja tuotesuunnittelu
- liikkuva grafiikka.

Painotuotteiden suunnittelu eli lehtien ja kirjojen sisällön sommittelu ja ulkonäöstä vastuussa oleminen edustavat kaikista perinteisintä graafisen suunnittelun alaa. Verkkosuunnittelulla tarkoitetaan verkkosivustojen ja puhelimen sovelluksien käyttöliittymien suunnittelua ja liikkuva grafiikka kattaa animaatioiden ja televisiomainosten visuaalisten elementtien

luomisen. Tuotesuunnittelu ja brändäys ovat yhteydessä toisiinsa, sillä molemmissa on asiakkaana jokin yritys tai organisaatio. Brändäyksessä suunnitellaan yrityksen tai organisaation visuaalinen ilme kokonaan. Tarkoituksena on luoda yhtenäinen design, joka yhdistää kaiken yrityksen tai organisaation tuottaman visuaalisen median toisiinsa. Tätä voi yritys tehdä myynnin parantamisen toivossa trendikkäämmällä ja houkuttelevammalla ilmeellä, mutta myös viralliset organisaatiot pyrkivät omaamaan hyvän brändin. Hyvä graafinen suunnittelu ja erityisesti selkeys esimerkiksi varoituskylteissä, säännöksissä ja ohjeistuksissa tekee niistä vastaanottajille paljon luotettavampia.

Lahden kaupungilla on oma brändi, jonka mukaan kaikki Lahden kaupungin nimissä tuotettu aineisto tehdään. Esimerkiksi Lahden kaupungilla on oma logo, fontti ja värit, joista tunnistaa kaupungin tekemän julkaisun. Myös kuvien sisällön täytyy tukea kaupungin ilmettä. (Lahden kaupunki.)

2.2 Typografia

Typografia on tekstin visuaalista järjestämistä taiteen ja tekniikan mukaan. Se käsittelee kirjainten, sanojen ja tekstikappaleiden asettelua graafisen työn parhaimpaan kohtaan ja myös työn tekstin ulkoasun tekemistä työhön sopivaksi. Typografialla on suuri vaikutus siihen, miten graafisen työn tieto havaitaan ja ymmärretään. Hyvin tehty typografia parantaa viestinnän selkeyttä ja epäonnistunut typografia puolestaan tekee tekstistä lukukelvotonta. Tekstin selkeys onkin se perusasia, johon jokaisen graafisen suunnittelijan pitäisi pyrkiä tekemissään töissä.

Stocks (2024, 40–42) määrittää selkeyden tarkoittavan lukijan kykyä erottaa käytetyn fontin symbolit toisistaan ja miten hyvin ne ymmärretään sanoiksi tekstiä kirjoittaessa. Esimerkiksi eroavatko numero "1", iso "I" kirjain ja pieni "i" kirjain tarpeeksi toisistaan vai näyttävätkö ne liian samanlaisilta aiheuttaen hämmennystä tekstiä lukiessa. Tekstin selkeyttä voidaan myös muuttaa typografisilla muutoksilla. Tekstin koko on yleisin muokattava ominaisuus ja myös yleisin epäselkeyden tuoja. Liian pieni teksti ei ole helposti ymmärrettävää. Stocks erottaa kirjassaan tekstin selkeyden ja luettavuuden merkitykset toisistaan. Tekstin luettavuuteen sisältyy kaikki selkeyden osa-alueet, mutta lakiteksteistä ei saa helposti luettavia hyvällä typografiallakaan. Myös selkeän tekstin saa lukukelvottomaksi liian pienillä riviväleillä ja liiallisella Caps Lock -näppäimen käytöllä.

Lupton (2024, 111) käsittelee typografiaa tarkemmin digitaalisessa ympäristössä, jossa Stocks antamien tekstin lukijaa koskevat oppisäännöt ovat muuttuneet digitaalisen laitteen omistajaan, käyttäjään, liittyviin sääntöihin. Lupton kirjoittaa, että tekstin käyttö on tärkeämpää kuin tekstin merkitys. Tämä tarkoittaa verkkosivustojen suunnittelua, missä

tekstin tehtävänä on esittää klikattavia painikkeita ja ohjata käyttäjää linkkien kautta uusille sivustoille. Lupton mainitsee myös tämän interaktiivisen tekstin luoman kahtiajaon. Käyttäjä tuntee itsensä olevan hallinnassa lukemastaan tekstistä. Taustalla kuitenkin erilaiset algoritmit keräävät käyttäjästä tietoja, joiden perusteella häntä ohjataan digitaalisessa ympäristössä kohti materiaalia, josta käyttäjä saattaa kerätyn tiedon mukaan pitää.

Typografian merkitys on muuttunut internetissä pitkien tekstien harvinaistumisen myötä. Sosiaalinen media on lyhentänyt ihmisten keskittymiskykyä, ja tiedon muoto on muuttunut tekstistä videoihin. Erilaisten lehtien verkkosivut ja uutisartikkelit ovat vielä esimerkkejä tekstin asettelusta, mutta myös uutiset internetissä sisällyttävät usein videon ennen tekstin alkamista. On hyvin mahdollista, että uutinen jätetään lukematta, jos käyttäjä kokee videon olleen tarpeeksi kattava. Tämän pidempien tekstikappaleiden harvinaisuuden seurauksena mainonnan typografia on kaikista yleisin kohde, missä tekstin muotoilua näkee internetissä. Mainonta on tärkeä graafisen suunnittelun osa-alue. Ei ole kuitenkaan hyvä, että internetin käyttäjät yhdistävät tekstin harkinnallisen muotoilun tuotteiden myyntiin. (Lupton 2024, 112.)

2.2.1 Muotoilu

Typografiassa on tekstin muotoilulle ja asettelulle oma termistönsä. Termit koskevat yksittäisten kirjainten muotoa, niiden kokoa ja paikkaa tekstissä toisiinsa verrattuna (kuva 1). Tärkeätä on ymmärtää kirjainten ja kirjaintyyppien yleinen jakaminen päätteellisiin (serif) ja päätteettömiin (sans-serif) kirjaintyypeihin.



Kuva 1. Typografiaopas (Janatuinen 2014)

2.2.2 Kirjaintyypit

Päätteellisiä kirjaintyyppiejä kutsutaan Suomessa myös antiikvoiksi ja pääteettömiä groteskeiksi. Päätteellisissä kirjaintyyppien joidenkin kirjaimien muotojen lopussa on pääteviivat. Päätteelliset kirjaintyypit saivat alkunsa 1400-luvun Italiasta, jossa kirjoittajat saivat inspiraatiota vanhoista roomalaisten pylväiden teksteistä luoden perustan päätteellisille kirjaintyypeille. Tästä ”roomalaisesta” kirjaimistosta tuli hyvin suosittu ja sitä käytettiin hyvin paljon kirjapainossa, jolloin päätteellisiä kirjaintyyppiejä kehitettiin lisää ja niistä tuli hyvin yleisiä kaikissa painetuissa teksteissä. Tämä yleisyys on johtanut siihen väärinkäsitykseen, että pitkissä tekstikappaleissa pitäisi aina käyttää päätteellisiä kirjaintyyppiejä, koska ne tekevät tekstistä helpommin luettavan. Kirjainten pääteviivat voivat olla lukemisen apu, mutta pääteettön kirjaintyyppi käy pitkiinkin teksteihin. (Stocks 2024, 28.)

Pääteettömien kirjaintyyppien suunnittelu alkoi 1800-luvulla ja niillä pyrittiin hävittämään tekstistä koristeelliset muodot ja kirjainten paksuuserot. Erityisesti ensimmäiset kirjaintyyppien suunnittelijat käyttivät pääteettöntä tekstiä kritisoidessaan olemassa olevia standardeja. (Juselius 2005.) Nykyään pääteettön teksti on yleistä tietokoneissa ja kaikissa muissa digitaalisissa alustoissa.

Kaikkien kirjaintyyppien jako vain kahteen eri luokkaan ei ole tietenkään mahdollista, koska erilaisia kirjaintyyppiejä on valtava määrä ja niiden käyttötarkoitukset vaihtelevat. Kaikkia kirjaintyyppiejä ei ole suunniteltu pitkän leipätekstin kirjoittamiseen. Jotkin kirjaintyypit eivät edes sisällä kirjaimia vaan koristeellisia symboleja, joita käytetään graafisen työn visuaaliseen viestintään sanallisen sijasta. Uusien kirjaintyyppien suunnittelu onkin typografian pieni, mutta tärkeä osa-alue.

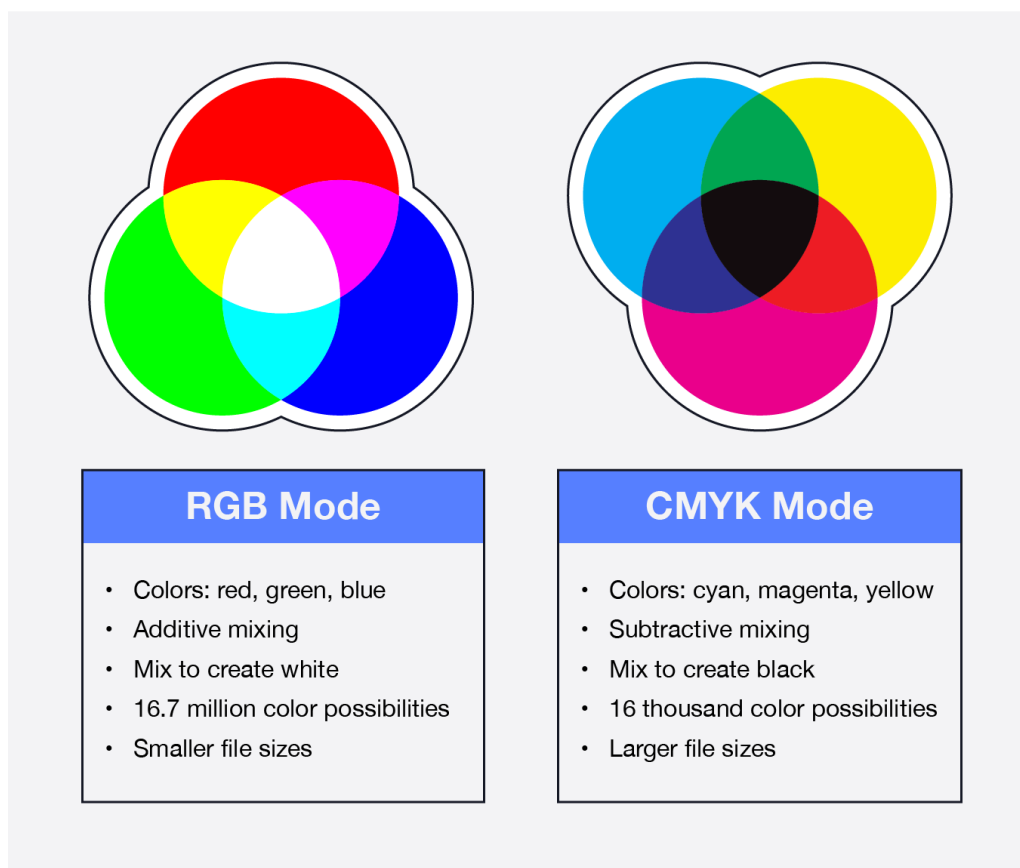
Kirjaintyyppi ja fontti eivät ole sama asia. Kirjaintyyppillä tarkoitetaan useasta samantyyillisestä fontista muodostettua joukkoa, jotka jaetaan eri fonteiksi kirjainten paksuuden ja kursivoinnin mukaan. Esimerkiksi Arial, **Arial Black** ja Arial Narrow kuuluvat samaan kirjaintyyppiin ja Arial on yksi fontti tässä kirjaintyyppissä.

2.3 Värit

Oikeiden värien valitseminen on tärkeää graafisissa töissä. Värit auttavat suunnittelijaa kiinnittämään katsojan huomion. Ne tekevät tuotemerkeistä helposti tunnistettavia ja väriopin avulla tehty työ on miellyttävä katsoa. Sherin (2012, 16) sanoo väriopin olevan hyödyllinen suunnittelijoille, koska sen avulla suunnittelijat voivat ymmärtää, miksi jotkin värisuhteet ovat onnistuneita ja kuinka luodaan väriyhdistelmiä, joilla voidaan välittää tietoa tehokkaasti. Väriteoria ei kuitenkaan johda ennustettavissa oleviin tuloksiin, eikä sillä ole

absoluuttisia sääntöjä, joita pitäisi noudattaa. Suunnittelijan perustavoite onkin luoda miellyttäviä väriyhdistelmiä, joilla pyritään herättämään haluttu reaktio katsojassa.

Digitaalisesti graafista työtä tehdessä täytyy värejä käyttäessä määrittää väreille väriprofiili. Väriprofileja on monia erilaisia ja eri maissa voivat standardit erota toisistaan, mutta kaksi yleisesti käytettyä väriprofiilia ovat RGB ja CMYK (kuva 2). RGB väriprofiilia käytetään, kun valmis tuotos näytetään näytöllä, kuten verkkosivuilla tai televisiossa. CMYK väriprofiilia käytetään painotuotteita ja tulosteita tehdessä. Näyttöillä näkyvät värit ja tulostinten käyttämät värit eroavat toisistaan ja koska suurin osa painotuotteista suunnitellaan tietokoneilla, on tärkeää saada näytöllä näkyvät värit vastaamaan valmiissa tulosteessa olevia värejä. CMYK väriprofiili ottaa huomioon tämän näytön ja tulosteen värieron. Yleisin väriprofileihin liittyvä virhe tapahtuu, kun tulostettava aineisto jätetään RGB-väritilaan. Tässä tapauksessa tulostuksen aikana värit haalistuvat eivätkä vastaa haluttua lopputulosta. (Jyrkkä 2025.)



Kuva 2. RGB- ja CMYK-värimallien vertailu (Noun Project Team 2022)

Valitut värit vaikuttavat katsojan ymmärrykseen sisällöstä. Hyvä värimaailma kannattaa graafisen työn visuaalista hierarkiaa ja auttaa katsojaa kiinnittämään katseensa työn tärkeimpään kohtaan. Kirkkaat ja vaaleat värit nousevat esiin, ja tummat sekä himmeät värit vetäytyvät taakse. Valittuun värimaailmaan täytyy sopia kaikkia visuaaliset elementit ja typografiset ilmaisut. Itse värin lisäksi kontrasti vaikuttaa siihen ovatko teksti, kuvat ja muodot

toisistaan visuaalisesti erilaisia vai hukkuvatko ne toisiinsa. Kaksi eri väriä, kuten keltainen ja sininen, erottuvat toisistaan, kun taas yhden värin eri sävyt voivat sekoittua yhteen. Tumman taustan kanssa on hyvä käyttää vaaleampia tai kirkkaampia värejä ja vaalean taustan kanssa puolestaan tummia. (Sherin 2023, 118–119.)

2.4 Sommittelu ja taittaminen

Sommittelulla tarkoitetaan tekstien, muotojen ja kuvien järjestelyä visuaalisissa töissä. Se on edellytys tehokkaalle visuaaliselle viestinnälle ja sen avulla suunnitellaan ymmärrettävä ja taiteellinen visuaalinen sisältö. Taittaminen tarkoittaa kirjojen, lehtien, nettisivujen ja esitteiden elementtien tyyliä. Taittamiseen kuuluu kaikki sommittelun säännöt ja hyvä taittaminen vaatii hyvää sommittelua. Käsitteet eroavat siinä, että taittamiseen kuuluu erityisesti tekstielementtien asettelu ja typografinen muotoilu. Fonttien valinta, sana- ja rivivälit sekä tekstin marginaalit ovat osa taittamista. (Jaskara 2020; Kuvistuubi 2024, 1.)

Sommittelussa tärkeä ymmärrettävä käsite on hierarkia. Se tarkoittaa käytettyjen visuaalisten elementtien liittymistä toisiinsa ja kuinka paljon niille on annettu tilaa työssä. Elementtien merkitystä voidaan muuttaa muokkaamalla niiden kokoa, väriä ja läheisyyttä toisiinsa. Suunnittelijat pyrkivät luomaan luonnollisen tärkeysjärjestyksen graafiselle työlle, jota katsojan silmä vaistomaisesti seuraa. (Sherin 2023, 78.)

Tasapaino jakaa suunnitteluelementit visuaalisesti miellyttävästi. Epätasapainoinen sommittelu aiheuttaa levottomuutta katsojissa, vaikka he eivät osaisi määrittää mikä työssä on vikana (Sherin 2023, 78). Tasapaino voi olla symmetristä, jolloin työn jakaminen kahteen osaan keskeltä, tuottaa kaksi visuaalisesti samanlaista puoliskoa. Epäsymmetrisessä tasapainossa kuvat ja muodot voivat olla erikokoisia ja erivärisiä, mutta ne ovat sijoitettu työhön siten, että yksikään niistä ei saa liikaa huomiota hukuttaen muut alleen.

Tyhjä tila tarkoittaa graafisen suunnittelun työn alueita, joissa ei ole kuvia, tekstiä tai painikkeita. Väriltään sen ei tarvitse olla pelkkä valkoinen tausta. Tyhjä tila antaa silmille tauon ja erottaa työn eri visuaaliset elementit toisistaan (Kuvistuubi 2024, 10). Esimerkiksi tekstikapaleiden välinen tyhjä tila ja sivun reunojen marginaalit liittävät toisiaan lähellä olevat tekstit samaan kokonaisuuteen. Myös kuvaan saa katsojan katseen kiinnitettyä helpommin, jos se on irrallaan muista elementeistä. Yritykset käyttävät tyhjää tilaa myös minimalististen tuotteiden suunnitteluun ja markkinointiin, mikä on kuluttajien mielessä usein luksuksen merkki (Lievonon-Thapa).

Linjaaminen tarkoittaa graafisen työn kaikkien elementtien asettamista toisiinsa nähden läheisyyden, rytmin ja koon mukaan (kuva 3). Linjaus voi olla pysty- vaaka- sekä vinolinjainen, ja se vaikuttaa graafisen työn selkeyteen ja liikkeen tuntuun. (Kuvistuubi 2024, 11.)

Graafisen suunnittelun ohjelmista löytyy linjaustyökalu, jota voi käyttää työn kaikkien elementtien helppoon linjaamiseen haluamaasi paikkaan. Linjauksen voi tehdä elementtien reunaan tai niiden keskikohtaan. Samankaltaisten elementtien linjaus kannattaa tehdä niiden vasempaan tai oikeaan reunaan, jos haluaa niiden näyttävän olevan samaa kokonaisuutta. Esimerkiksi vasemmalta oikealle luettavan tekstin linjaus tehdään yleensä vasempaan reunaan helppolukuisuuden vuoksi. (Sherin 2023, 82.)



Kuva 3. Linjaaminen (Kuvistuubi 2024)

Adobe InDesign ja Adobe Illustrator ohjelmia käytetään sommitteluun ja taittamiseen. InDesign on erityisesti suunniteltu kirjojen ja muiden painotuotteiden taittamiseen. Illustratoria voi käyttää myös taittamiseen, mutta se soveltuu paremmin logojen ja infografiikkojen suunnitteluun.

3 Saavutettavuusvaatimukset

3.1 Lailliset vaatimukset

Saavutettavuus tarkoittaa digipalveluiden, kuten verkkosivustojen ja mobiilisovellusten suunnittelemista siten, että erilaisten ihmisten on mahdollisimman helppo käyttää kyseisiä palveluja. Tavoitteena on parantaa yhdenvertaisuutta ja lisätä vammaisten henkilöiden itäsenäisyyttä ja osallisuutta digitaalisessa yhteiskunnassa.

Saavutettavuuteen kuuluu tekninen toteutus, helppokäyttöisyys ja ymmärrettävyys. Tekninen toteutus tarkoittaa palvelun toimimista erilaisilla päätelaitteilla ja sitä, että palvelu toimii erilaisten avustusohjelmien, kuten ruudunlukijoiden ja puheohjauksen kanssa. Helppokäyttöisyys on digipalvelun selkeys. Palvelussa on helppo siirtyä halutulle sivulle, toiminnot on helppo suorittaa ja pääsisältö erottuu selkeästi sivun muista osista. Ymmärrettävyys tarkoittaa selkokielen käyttöä. Tekstin tulee olla helppolukuista ja jäsenneily tarpeeksi lyhyiksi kappaleiksi. Kuvaavia väliotsikoita pitää olla riittävästi ja myös linkkitestit ovat tarpeeksi selkeitä. Ymmärrettävyyteen kuuluu myös se, että sisältö tarjotaan tekstin lisäksi myös kuvina, videoina ja äänenä. (Saavutettavuusvaatimukset 2024.)

Suomessa saavutettavuutta valvova viranomainen on 01.01.2025 lähtien liikenne- ja viestintävirasto Traficom. Saavutettavuusvaatimukset ovat osa Suomessa vuonna 2019 voimaan tullutta digipalvelulakia. Laki koskee pääosin viranomaisen asemassa toimivia organisaatioita, mutta myös julkisoikeudellisia laitoksia ja osaa järjestöistä velvoitetaan noudattamaan saavutettavuusvaatimuksia. Organisaatiot, jotka saavat vähintään 50 % rahoituksesta viranomaisilta kuuluvat myös digipalvelulain piiriin. Suomessa osaa yksityistä sektoria velvoitetaan noudattamaan saavutettavuusvaatimuksia. Näitä yksityisen sektorin toimijoita ovat pankit ja muut finanssialan toimijat, vakuutusyhtiöt, vesi- ja energia-alan palveluntarjoajat sekä postipalvelut. (Saavutettavuusvaatimukset 2024b.)

Digipalvelulain alaisten toimijoiden tehtäviin kuuluu myös saavutettavuusselosteen laatiminen heidän verkkosivustoistaan tai mobiilisovelluksistaan. Saavutettavuusselosteessa toimija arvioi kuinka hyvin verkkopalvelu täyttää saavutettavuusvaatimukset ja onko palveluissa joitakin kohtia, jotka eivät täytä saavutettavuusvaatimuksia. Selosteeseen kuuluu myös tieto siitä, miten käyttäjä voi antaa saavutettavuuspalautetta. Palvelun käyttäjillä on lain mukainen oikeus antaa palautetta palvelusta suoraan palvelun tarjoajalle, ja tapauksissa, joissa käyttäjä ei ole tyytyväinen saamaansa vastaukseen hän voi ottaa yhteyttä suoraan Traficomiin. (Saavutettavuusvaatimukset 2024c.)

3.2 Visuaalinen saavutettavuus

Visuaalisilla elementeillä on tärkeä osa saavutettavuuden tukemisessa. Kuvia, symboleja ja muita visuaalisia elementtejä sijoittamalla vältetään laajojen yhtenäisten tekstimassojen syntymistä. Tämä tietenkin tarkoittaa sitä, että visuaalisten elementtien täytyy itsessään täyttää saavutettavuusvaatimukset. Kaikkien liitettyjen kuvien ja muiden ei-tekstimuotoisten sisältöjen selitys täytyy löytyä joko asiatekstistä tai kuvien alt-tekstistä. On myös tärkeää, että kuvien sisältö ei ole pelkkää tekstiä eikä kuvat toimi tekstin korvikkeena. Videoiden liittämässä pitää huomioida tekstityksen lisääminen ja jos videon ääni sisältää tärkeää informaatiota se täytyy esittää vaihtoehdoisella tavalla, kuten luettavana tekstinä. (Selovuo 2018, 7.)

Värien harkittu käyttö on graafisessa suunnittelussa keskeistä, koska näköaistiin ja värien havaitsemiseen liittyvät ongelmat ovat yleisiä. Värisokeuksien huomioiminen on värejä valittaessa tärkeää. Tämä tarkoittaa selkeiden perusvärien käyttöä ja huolehtimista siitä, että värien sävyt erottuvat selvästi toisistaan. Värien poistaminen työstä ei saa vaikuttaa sisällön merkitykseen eikä minkään asian merkitystä saa osoittaa pelkästään väreillä (kuva 4.) Digitaalisessa muodossa olevaa sisältöä katsotaan usein eri puolilta maailmaa, joten värien kulttuuristen merkityksien huomioiminen on myös tärkeää graafista ilmettä suunnitellessa. (Selovuo 2018, 10.)



Kuva 4. Värien käyttö (Selovuo 2018)

4 Graafisen suunnittelun ohjelmistot

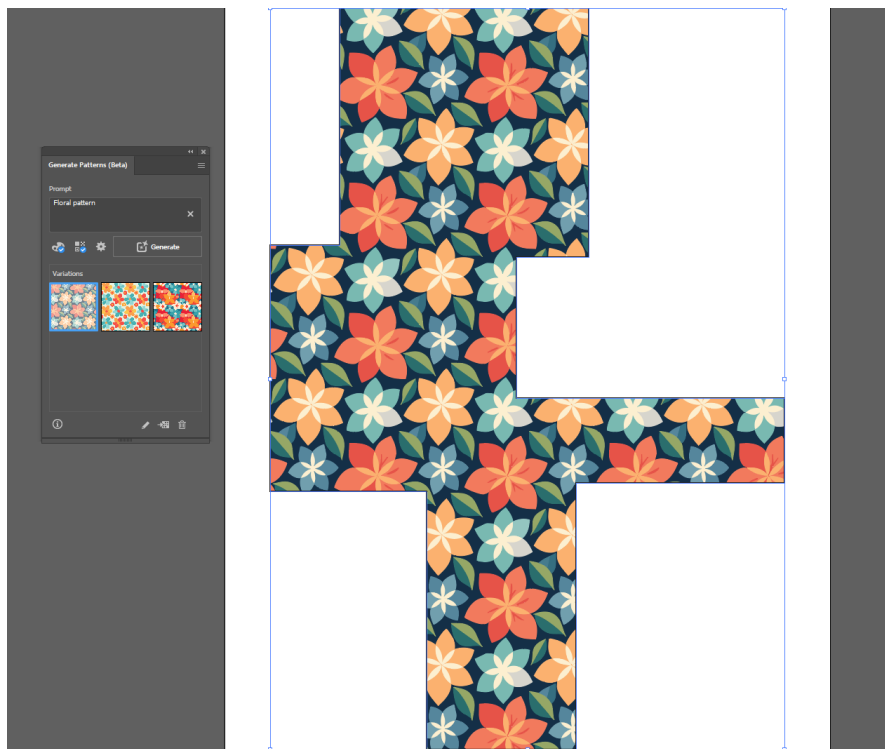
4.1 Adobe Illustrator

Illustrator on Adoben julkaisema graafisen suunnittelun ohjelma. Se on suunniteltu erityisesti vektoripohjaisten kuvien, logojen ja piirrosten tekemiseen. Illustrator on suosittu ohjelma markkinoinnin, mainonnan ja brändäyksen aloilla. Ohjelmalla on helppo tehdä suuri-kokoisia roll-up-mainoksia, pakkaussuunnittelua ja infografiikoita. Myös itsenäiset taiteilijat ja graafiset suunnittelijat käyttävät Illustratoria digitaalisten taideteoksien tekemiseen. (Adobe-koulutus.fi.)

Bittikarttagrafiikka ja vektorigrafiikka ovat kaksi ensisijaista tiedostomuotoa tietokoneella suunnitellulle grafiikalle. Illustrator on suunniteltu tuottamaan piirtotyökaluillaan skaalautuvaa vektorigrafiikkaa. Vektoreina tallennetut graafiset työt eivät koostu bittikarttagrafiikan mukaan pikseleistä vaan viivoista ja käyristä. Tämä tarkoittaa sitä, että verrattuna pikseleistä muodostuviin JPG ja PNG kuvatiedostoihin, vektorikuvia voi skaalata pienemmiksi ja isommiksi ilman kuvan laadun heikkenemistä, koska vektorigrafiikka on resoluutiosta riippumatonta. (Adobe-koulutus.fi.)

Viime vuosina Illustrator on saanut monia tekoälyyn liittyviä päivityksiä. Niihin kuuluu esimerkiksi teksti kuvioksi -työkalu, teksti vektorigrafiikaksi -työkalu ja generatiivinen uudelleenvärjäys -toiminto. Muita pienempiä uudistuksia ovat fonttien tunnistaminen kuvasta tekoälyn avulla ja kuvituksen liittäminen esimerkiksi paitoihin tekoälyn avulla, jotta näkee miltä kuvitus näyttää kankaassa. (adobe a)

Teksti kuvioksi ja teksti vektorigrafiikaksi -työkalut käyttävät käyttäjän syöttämää tekstiä perustana tekoälyn luomalle lopputulokselle. Luotu kuvio on toistuva ja saumaton, joten sen voi normaalin värin tavoin asettaa tehdyn elementin täytöksi (kuva 5). Vektorigrafiikkaa luodessa käyttäjä tekee ensin Illustratoriin jonkin geometrisen muodon, jonka sisällön tekoäly täyttää vektorigrafiikalla (kuva 6.) Adoben tavoitteena tekoälyyn perustuvien toimintojen lisäämisessä on tarjota edistyneitä työkaluja suunnitteluprosessiin, luovuuden lisääminen ja tukea käyttäjiä, joilla ei ole edeltävää kokemusta piirtämisestä ja graafisesta suunnittelusta. (Mazars 2025.)



Kuva 5. Teksti kuvioksi

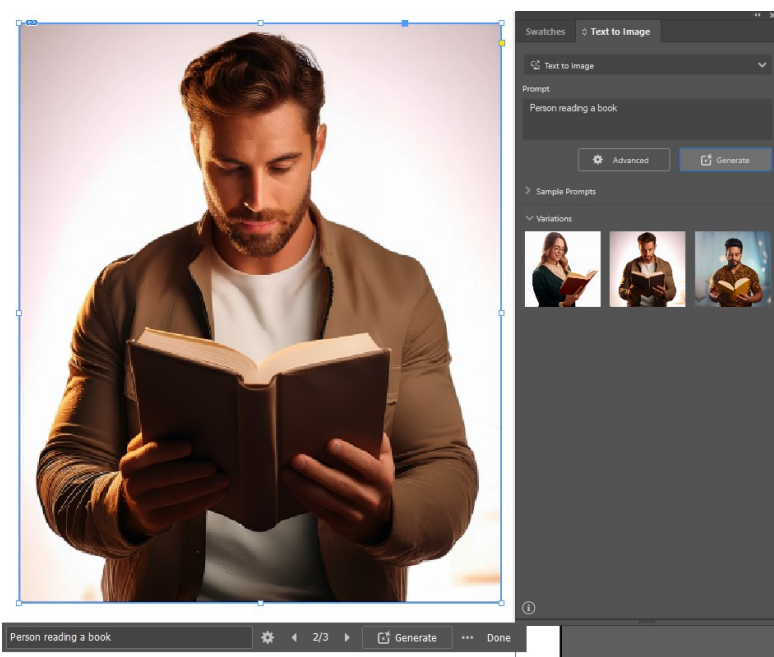


Kuva 6. Teksti vektorigrafiikaksi

4.2 Adobe InDesign

InDesign on Adoben julkaisema taitto-ohjelma, jonka ominaisuuksiin kuuluu tekstinkäsittely ja typografiset työkalut. Sitä käytetään kirjojen, aikakauslehtien, julisteiden ja esitteiden julkaisuun painotuotteina sekä digitaalisissa ympäristöissä. InDesign tukee satojen sivujen mittaisia dokumentteja, joten se on hyvä valinta kirjojen taittoon. Ohjelman sivutaittojen ja tekstinkäsittelyn työkalut ovat suunniteltu suurempien tekstimassojen käsittelyyn. Sivulle voidaan asettaa tarkat marginaalit, jonka mukaan sisältö asettuu sivulle. Sivujen ja tekstikappaleiden muokkaaminen tapahtuu kehyksien avulla. Kehyksiä asetellaan sivulle haluttuun kohtiin ja niihin laitetaan sisällöksi tekstiä, kuvia tai muita graafisia elementtejä. Yhden sivun marginaalit ja kehykset voi asettaa esimerkiksi kaikille muille dokumentin sivuille, joten tämän yhden esimerkkisivun asetusten muuttaminen koskee kaikkia työn sivuja. Tämä tekee kymmeniä tai satoja sivuja sisältävien töiden muokkaamisesta helpompaa. (Jiménez.)

Adobe on kehittänyt tekoälyllä toimivia työkaluja myös InDesigniin. Ohjelma ei sisällä yhtä kattavia graafisen suunnittelun työkaluja kuin Illustrator, mutta Adobe on lisännyt siihen samankaltaisen tekstistä kuvaksi työkalun kuin Illustratorissa on. Ero tässä työkalussa on se, että luodut kuvat eivät ole vektorigrafiikkaa vaan ne ovat rasterikuvia. Tällä työkalulla luodaan valokuvamaisia tuotoksia ja luodut kuvat voivat sisältää myös ihmisiä (kuva 7.) Adobe on lisännyt InDesigniin myös toiminnon automaattiseen tekstin tyyliin. Työkalu analysoi valitun tekstin ja asettaa automaattisesti tyylin havaituille otsikoille, väliotsikoille, leipätekstille ja listoille. (Adobe b.)



Kuva 7. InDesign tekoälykuva

5 Sisällöntuotanto infonäyttöihin

5.1 Suunnittelu

Työn toimeksiantona oli kahden erilaisen infonäytöllä julkaistavan työn teko. Ensimmäinen työ koski Lahden nuorisopalveluiden Kokeile meillä -kampanjaa, jossa työttömiä nuoria kehoitetaan tulemaan tutustumaan nuorisopalveluiden tarjoamiin työkokeiluihin. Toinen työ koski esitteen tekemistä 2024 vuoden lopussa avatulle uudelle Lahden nuorisopalveluiden Saima 6 nuorisokeskukselle. Molemmat työt tehtiin Lahden kaupungin brändiohjeistuksen mukaan.

Tehtävät olivat tyypillisiä työkokeilussa saatavia graafisen suunnittelun työtehtäviä. Työkokeilijat saavat tehtäviä varten osan materiaaleista tehtävänannon mukana. Esimerkiksi tekstit on yleensä valittu valmiiksi ennen tehtävän saamista.

5.1.1 Kokeile meillä -kampanja

Tehtävänantona oli tehdä kaksi eri kuvaa Kokeile meillä -kampanjan ilmeellä infonäyttöihin. Töistä piti tehdä kaksi eri versiota, joista ensimmäinen oli vaakasuunnassa ja sen koko oli 1920 x 1080 pikseliä ja toinen pystysuunnassa 1080 x 1920 koolla. Tehtävänannon mukana tuli esimerkkikuva, joka havainnollisti minkälaista visuaalista ilmettä Lahden kaupunki käyttää töissään (kuva 8.) Töihin haluttiin taustalle kuva Lahden nuorisopalvelujen omasta kuvapankista, joka sisältää kuvia nuorista työskentelemässä nuorisopalvelujen tarjoamilla eri aloilla.



Kuva 8. Esimerkki työn ilmeestä (Palm 2025a)

Töihin piti liittää myös seuraavat tekstit:

- Nuori ja töitä vailla? Kokeile meillä!
- @toimilahti
- lahti.fi/nuortentyojavalmennuspalvelut
- logot.

Kampanjan slogan toimi työn otsikkona, joten se oli työn isoin tekstielementti. Instagram-osoite ja verkko-osoite olivat pienempiä elementtejä, ja ne oli hyvä laittaa lähelle toisiaan työssä. Lahden verkko-ositteesta täytyi myös tehdä QR-koodi, jonka voi kännykän kame-
ralla lukea infonäytöltä. Lahden ja nuorisopalveluiden logot ovat pdf-tiedostoja, joiden viral-
linen paikka on työn alareunassa. Tekstin väri määräytyi käytetyn taustaväriin mukaan. Teh-
tävänannossa taustaväriä haluttiin käyttää Lahden visuaalisen ilmeen määrittämää orans-
sia väriä, joka on nimeltään radiomasto. Lahden visuaalinen ilme määrittää, että tämän vä-
rin kanssa on käytettävä valkoista tekstiä visuaalisen saavutettavuuden täyttämiseksi (kuva
9.).

	Abc	Abc	Abc			Abc		Abc
Abc				Abc	Abc		Abc	
Abc				Abc			Abc	
Abc								
	Abc	Abc				Abc		
	Abc							
Abc				Abc			Abc	
	Abc	Abc				Abc		
	Abc							

Kuva 9. Lahden brändin värit (Lahden kaupunki)

Visuaaliset saavutettavuusvaatimukset sisältyvät Lahden brändiohjeistuksiin. Kuva 9. näyt-
tää kaikki Lahden ilmeen väriyhdistelmät, joissa värien välinen kontrasti on riittävän suuri ja
saavutettavuusvaatimukset täyttyvät. Saavutettavuudesta voi joustaa mainontaan tehdyssä
materiaalissa, mutta informatiivisissa töissä vaatimuksien täytyy aina toteutua. Töitä

tehdessä Lahden brändiohjeistuksen mukaan saavutettavuusvaatimukset täyttyvät, kunhan noudattaa visuaalisia ohjeita. Tekstien kanssa täytyy olla kuitenkin tarkkana, koska niiden asettelu selkeästi on aina tapauskohtaista ja riippuu tekstin määrästä.

5.1.2 Saima 6 -esite

Tehtävänantona oli tehdä kuvan 10. visuaalisen ilmeen mukainen esite uudelle nuorisotilalle. Tähän tehtävään haluttiin myös vaakaversio 1920 x 1080 koolla ja pystyversio 1080 x 1920 koolla. Esitteeseen haluttiin kuva uudesta nuorisotilan rakennuksesta ja taustalle Lahden ilmeen sininen Ympäristö-väri, jonka kanssa käytetään valkoista tekstiä. Tehtävänannon mukana tullessa esimerkissä oli myös käytetty Lahden ilmeen vaaleansinistä Ilma-väriä. Esitteeseen liitettävät tekstit ovat:

- Saima 6 – Monien mahdollisuuksien tila nuorille
- päivällä työtä ja tekemistä. Illalla toimintaa ja tapahtumia.
- lue lisää QR-koodilla (lahti.fi/kasvatus-ja-koulutus/nuorisopalvelut/tiloja-ja-toimintaa/saima-6/)
- logot.



Kuva 10. Esimerkki esitteestä (Palm 2025b)

5.2 Kokeile meillä -kampanjan toteutus

Molempien töiden aloitus tapahtui samalla tavalla. Ensiksi täytyi päättää mitä ohjelmaa käytetään töiden tekemiseen. Ohjelmaksi valittiin Adobe InDesignin, koska molemmat työt vaativat tekstin muokkaamista. Seuraavaksi avattiin InDesign ja luotiin kaksi uutta tiedostoa töitä varten, jotka molemmat sisälsivät vaakatasoisen ja pystytasoisen sivun töiden vaatimilla ko'oilta.

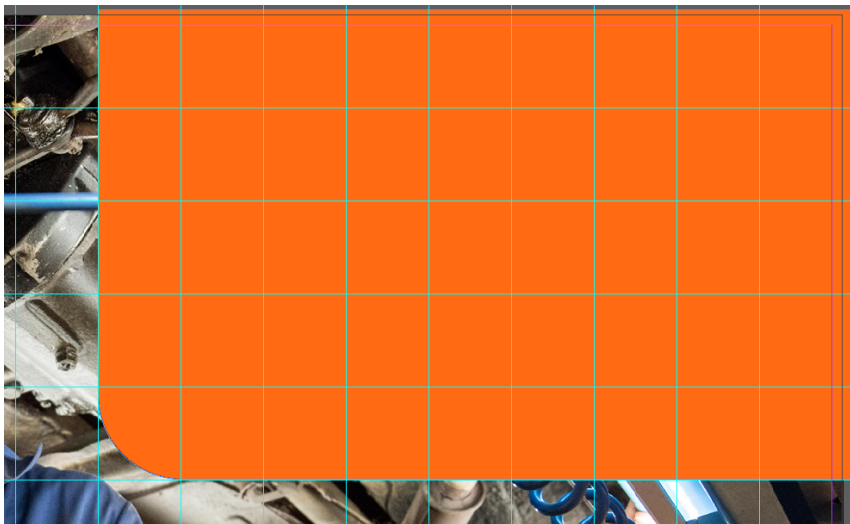
Työtiedostojen luomisen jälkeen käytiin läpi käytössä olevaa kuvapankkia ja valittiin sieltä muutamia kuvia, joiden ajateltiin toimivan työn taustana. Tämä tehtiin ensimmäiseksi, koska valitut kuvat olivat työn isoin visuaalinen elementti. Valintaan vaikutti eniten kuvan värimaailma ja henkilöiden sijoitus kuvassa. Kuvan täytyi olla tarpeeksi tumma, jotta valkoinen teksti erottuisi taustasta tarpeeksi ja teksti olisi luettavaa. Henkilöiden ei myöskään haluttu sijoituvan lähelle oikeaa yläkulmaa kuvassa, koska oli jo tässä vaiheessa tiedossa, että työn otsikko laitetaan sinne. Kuvapankin kuvat olivat myös kooltaan paljon suurempia kuin valmiiden töiden haluttu koko, joten pyrittiin myös valitsemaan sellaisia kuvia, jotka toimivat ja näyttävät hyviltä, vaikka niistä olisi näkyvillä vain pieni osa kuvasta.

Kuvien valitsemisen jälkeen avattiin InDesign ja liitettiin valitut kuvat sinne. Työn pysty- ja vaakaversioon valittiin eri kuvat. Kuvien liittäminen tapahtui ensin luomalla suorakulmio, joka kattoi koko työn, käyttämällä suorakulmiotyökalua. Luotu suorakulmio oli tässä vaiheessa vielä muoto. Sen muuttaminen kehykseksi, jonka sisään voi liittää kuvan, tapahtui aktivoimalla suorakulmion hiiren painalluksella, painamalla hiiren oikeata näppäintä ja valitsemalla kohdan sisältö ja muuttamalla sen grafiikaksi. Kun kuva oli liitetty uuteen kehykseen, täytyi sen kokoa muokata. Kuvan kokoa voi muokata aivan vapaasti haluamallaan tavalla, mutta InDesign tarjoaa myös automaattisia toimintoja koon muuttamiseen ja tässä tapauksessa täytyä kehys suhteessa -toiminto antoi parhaan lopputuloksen, jossa kuva täytti taustan vaikuttamatta sen laatuun.

Taustan tekemisen jälkeen tehtiin Lahden kaupungin ilmeen mukainen apuruudukko molempiin töihin. Apuruudukon tarkoituksena oli auttaa tekstien ja graafisten elementtien sommittelussa. Lahden kaupungin brand book määrittää apuruudukon muodostuvan työn pidemmän sivun jakamalla 20 osaan ja lyhyemmän sivun 10 osaan. Jos työn sivut ovat yhtä pitkiä, eli työ on neliön muotoinen, molemmat sivut jaetaan 10 osaan. Apuruudukko oli hyödyllinen sommittelussa ja graafisten elementtien kulmien pyöristyksessä.

Apuruudukon valmistuttua luotiin tekstilaatikko, johon kirjoitettiin työn otsikko ja siirrettiin se työn oikeaan yläkulmaan. Otsikolle tehtiin myös oma tausta suorakulmiotyökalulla ja sen väriksi annettiin tehtävänannossa pyydetty oranssi värin. Lahden kaupungin brand book

tarjoaa väreistä RGB- ja CMYK-vaihtoehdot riippuen käyttötarkoituksesta. Koska lopullisen työn kohteena oli digitaalinen infonäyttö, käytettiin RGB-vaihtoehtoa. Värinvalitsin työkalu avattiin InDesignissa ja lisättiin sinne Lahden brand book verkkosivustolta saatu RGB värikoodi, R255 G106 B19, jotta oikea oranssin sävy saatiin lisättyä työhön. Värin lisättyä pyöristettiin suorakulmion yksi kulman Lahden visuaalisen ilmeen mukaan. Kuvassa 11. näkyy apuruudukko, oranssi väri ja kulman pyöristys.



Kuva 11. Otsikon tausta ja apuruudukko

Otsikon jälkeen lisättiin muut tarvittavat tekstit. Fonttina työssä käytettiin Lahden kaupungin omaa Studio Feixen Sans Lahti nimistä fonttia. Siitä on olemassa Headline, Bold ja Book kirjainleikkaukset sekä jokaisesta vielä oma kursivoitu versio. Näille teksteille tehtiin myös oma oranssi tausta, koska tekstit eivät olleet tarpeeksi selkeitä taustakuvaa vasten. Tekstien rinnalle luotiin tehtävänannossa haluttu QR-koodi. InDesignissa QR-koodin luominen tapahtui avaamalla objekti välilehti ja valitsemalla sieltä luo QR-koodi kohta. Avautuvaan ikkunaan tarvitsee vain kirjoittaa verkko-osoite ja QR-koodi on luotu. Koodin väriä ja kokoa voi muokata vapaasti, mutta selkeyden vuoksi se pidettiin mustavalkoisena.

Viimeiseksi tähän ensimmäiseen versioon työstä liitettiin Lahden ja nuorisopalveluiden logot PDF-tiedostoina ja ne sijoitettiin työn alareunaan. Kuvasta 12. ja 13. näkee työn ensimmäiset versiot, joihin ohjaaja kommentoi. Työtä lähdettiin jatkamaan saatujen kommenttien perusteella.



Kuva 12. Ensimmäinen versio 1920x1080

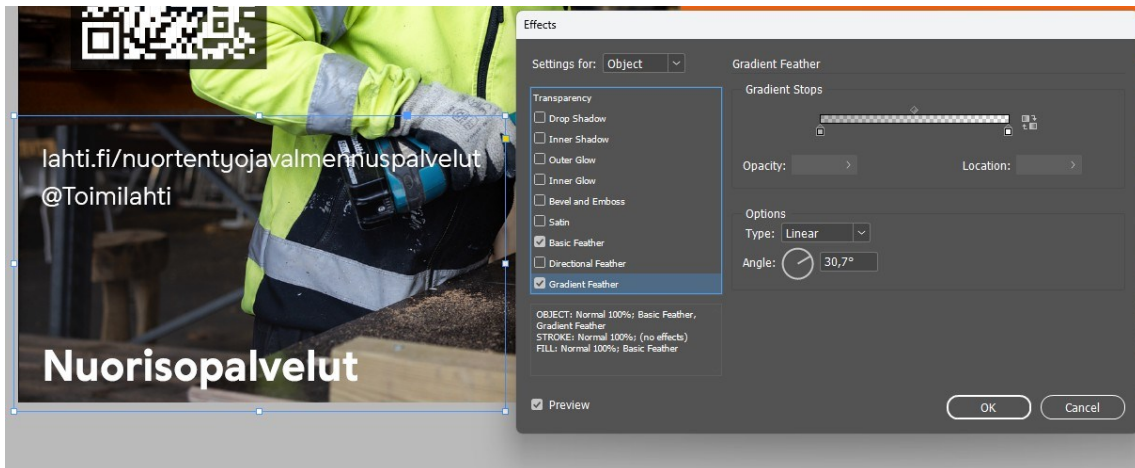


Kuva 13. Ensimmäinen versio 1080x1920

Toinen versio

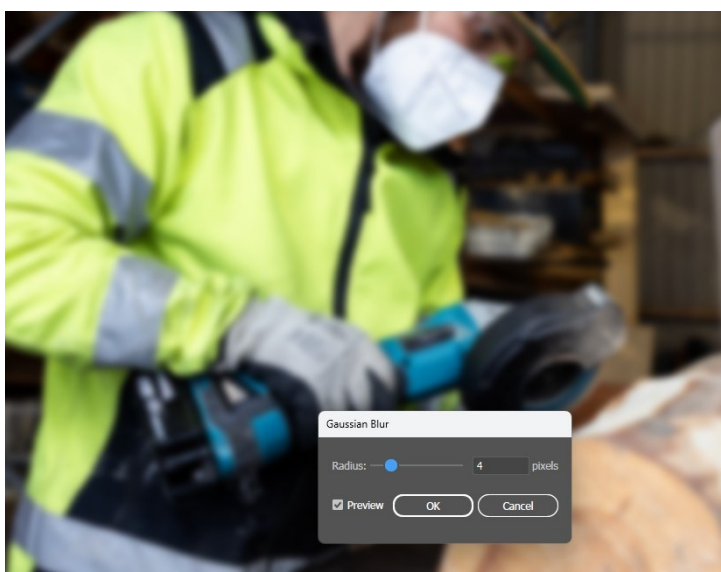
Kommentteja saatiin otsikon marginaalista oranssiin taustaan nähden eli toivottiin isompaa rakoa reunan ja tekstin väliin sekä QR-koodin paikan muuttaminen pystyversiossa verkkosivon someosoitteiden alapuolelle. Osoitteiden oranssin taustan poistaminen oli myös yksi kommentteista, koska ohjaaja ei ollut ihan varma, miten Lahden brändiohjeistus suhtautuu värilliseen taustaan tekstin alla, joka ei ole otsikko. Ehdotuksena saatiin liukuväritäytön tekeminen ositteiden taustalle oranssin värin sijaan. Kuvassa 14. näkee InDesignissa tehty

liukuväri ja taustan sumennus gradient feather -efektillä. Lopputulos ei kuitenkaan näyttänyt hyvältä, koska InDesignia ei ole suunniteltu tämänlaisten efektien tekemiseen, joten päätettiin tehdä tämä osa työstä Illustratoria käyttäen. Adoben ohjelmien välillä on olemassa linkitys, joten InDesignissa olevaa materiaalia on mahdollista suoraan muokata joko Illustratorissa tai Photoshopissa.



Kuva 14. Osoitteiden taustan liukuväri

Ensiksi tehtiin kopio taustakuvasta, pienenettiin kopion kehykset osoitetekstien kokoon ja aseteltiin se tekstien taakse. Kuvaa painettiin hiiren oikealla näppäimellä ja valittiin muokkaa Illustratorissa vaihtoehto. Toiminto avasi kuvan Illustratorissa valmiina muokattavaksi ja tallentamalla muutokset ne sai suoraan näkymään InDesignissa. Taustan sumentamiseen käytettiin gaussian blur -efektia, joka sumensi kuvan tasaisesti (kuva 15.). Tämän jälkeen työstä lähetettiin väliversio ohjaajalle kommentoitavaksi.



Kuva 15. Sumennus Illustratorissa

Kolmas versio

Kolmanteen versioon toivottiin lisää muutoksia sommitteluun ja QR-koodiin. Osoitetekstien kokoa suurennettiin ja niiden kirjainleikkaus vaihdettiin boldiksi. QR-koodi ja osoitteet siirrettiin lähemmäksi toisiaan, jotta ne näyttivät kuuluvan yhteen paremmin. QR-koodi linjattiin apuruudukon avulla oikeaan reunaan samalle tasolle alakulman Lahti logon kanssa. Sama tehtiin otsikkoteksteille vasempaan reunaan nuorisopalveluiden logon kanssa. QR-koodin värit vaihdettiin siten, että itse koodi on musta ja sillä on valkoinen tausta. Koodin toimintaa kokeiltiin kännykällä molemmilla väreillä eri etäisyyksiltä eikä koodin luettavuudessa huomattu eroa, mutta väri vaihdettiin varmuuden vuoksi. QR-koodien oletusväri on yleensä musta, joten sen ajateltiin toimivan varmasti kaikilla eri kännyköillä. Koodin yläpuolelle lisättiin myös lue lisää -teksti, jotta esitteen lukijalla on aavistus QR-koodin sisällöstä. Kuvissa 16. ja 17. näkyy töiden tilanne, kun työstä pyydettiin lisää kommentteja.



Kuva 16. Kokeile meillä 1920x1080 väliversio



Kuva 17. Kokeile meillä 1080x1920 väliversio

Neljäs versio

Neljännessä versiossa tapahtui suurin muutos työn visuaaliseen ilmeeseen. Työn molempien versioiden visuaaliset elementit näyttivät vähän hajanaisilta ja näiden muutoksien tavoitteena oli yhdistää elementit toisiinsa ja saada työn kokonaisuus näyttämään harkitumalta. Ennen muutoksien tekemistä työhön luotiin kaksi uutta sivua, joihin kopioitiin työn sisältö, jotta vanhat versiot säilyivät ehjinä uutta visuaalista ilmettä tehdessä.

Vaakaversiota muokattiin saatujen kommenttien perusteella siten, että oranssin otsikon taustaa suurennettiin ja sen sisällä sijoitettiin osoitetekstit ja QR-koodi. Tämän jälkeen taustakuvaa rajattiin enemmän vasemmalle päin, jotta kuvan henkilön pää ei jää siirrettyjen elementtien alle (kuva 18.).

Pystyversion taustakuvan ja oranssin taustan paikat vaihdettiin siten, että oranssista väristä tuli koko työn taustaväri ja taustakuva laitettiin oranssin värin vanhalle paikalle otsikon taakse. Tämä tarkoitti, että otsikko siirrettiin työn vasempaan reunaan ja kuvan kehystä

suurennettiin, kunnes se osui QR-koodiin (kuva 19.). Pieni muokkaus molempiin versioihin työssä oli @Toimilahti-osoitteen ison T-kirjaimen vaihtaminen pieneen.



Kuva 18. 1920x1080 uusi ilme



Kuva 19. 1080x1920 uusi ilme

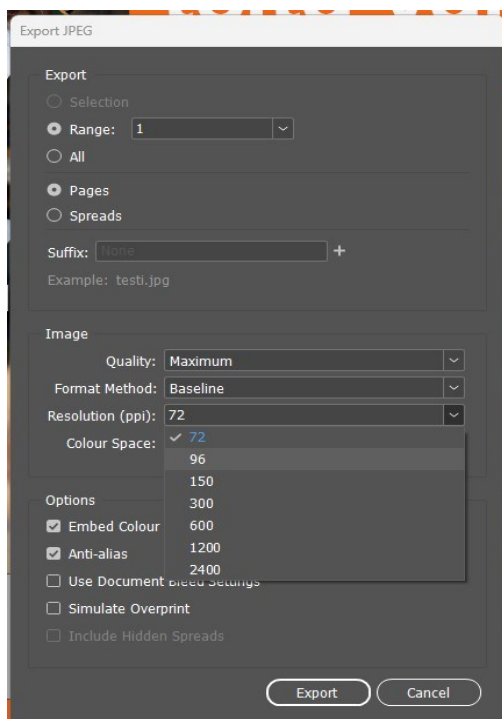
Viimeinen versio

Viimeiset muutokset visuaaliseen ilmeeseen ja sommitteluun hienosäätöä. Vaakaversiossa QR-koodi siirrettiin pois oranssilta taustalta takaisin työn vasempaan laitaan samaan linjaan

nuorisopalveluiden logon kanssa. Pystyversiossa QR-koodi siirrettiin myös vasemmalle muiden elementtien kanssa ja kuva venytettiin työn alareunaan asti lähelle logoja. Tässä viimeisessä versiossa otsikko, QR-koodi ja osoitetekstit menivät kuvan päälle, joten kuva täytyi asetella tarkasti niin, että kaikki elementit erottuivat kuvasta selkeästi. Lopuksi QR-koodin kokoa pienennettiin työn pysty- sekä vaakaversiossa. Koodi oli liian iso ja kiinnitti liikaa huomiota. Testattiin vielä, että QR-koodin pystyi lukemaan kännykän kameralla pidemmältäkin etäisyydeltä pienemmässäkin koossa.

Viimeiseksi ennen työn palautusta varmistettiin, että pysty- sekä vaakaversion sivujen marginaalit ovat samankokoiset. Pystyversion vaakasivun pituus oli 1080 pikseliä ja Lahti-logon oikea reuna oli kohdassa 1023. $1080 - 1023 = 57$ pikseliä, joten kaikki vasemman laidan elementit siirrettiin siihen kohtaan, jotta marginaalit olivat samankokoiset. Sama tehtiin työn vaakaversioon.

Viimeiset versiot töistä vietiin JPG-tiedostoina käyttämällä PPI-resoluutiota 72, joka on suositeltu resoluutio digitaalisille töille (kuva 20.). PPI, eli pixels-per-inch, tarkoittaa kuinka monta pikseliä on näytöllä yhtä tuumaa kohti. 72 on alhaisin määrä, mutta se on tarpeeksi digitaalisille töille. Suuremmat luvut nostavat tiedostokokoja ja hidastavat kuvien avaamista verkkosivuilla. Painoon tulostettavaksi menevissä töissä luvun on hyvä olla vähintään 300, jotta tulostuksista tulee tarpeeksi hyvälaatuisia. Näissä tapauksissa yksikkönä ei ole PPI vaan DPI, eli dots-per-inch, joka tarkoittaa tulostimien mustepisaroiden määrää yhtä tuumaa kohden. Kuvista 21. ja 22. näkee valmiiden töiden visuaalisen ilmeen.



Kuva 20. PPI resoluutio



Lue lisää

**Nuori ja
töitä vailla?
Kokeile meillä!**

lahti.fi/nuortentyojavalmennuspalvelut
@toimilahti

Nuorisopalvelut **Lahti**

Kuva 21. 1920x1080 valmis työ



**Nuori ja
töitä vailla?
Kokeile meillä!**

Lue lisää

lahti.fi/nuortentyojavalmennuspalvelut
@toimilahti

Nuorisopalvelut **Lahti**

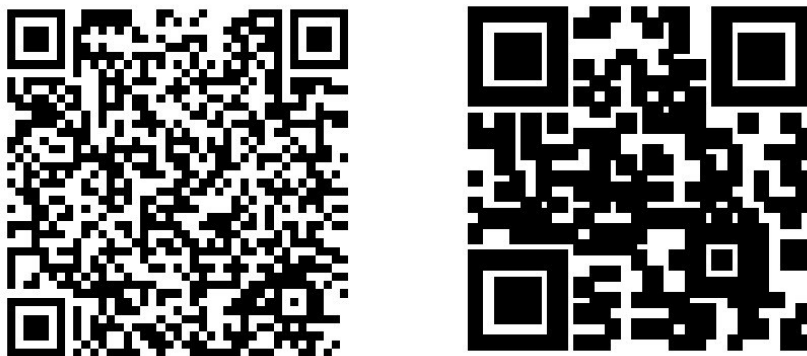
Kuva 22. 1080x1920 valmis työ

5.3 Saima 6 -esitteen toteutus

Saima 6 työ tehtiin heti Kokeile meillä -kampanjan esitteiden jälkeen. Molemmissa töissä käytettiin samanlaista visuaalista ilmettä, joten Saima 6 työn suunnitteluprosessi oli nopeampi. Työssä käytettiin esimerkkikuvassa näkyviä värejä. Työn taustaksi laitettiin Lahden ilmeen Ympäristö-väri ja esimerkissä näkyvän yläreunan elementti oli Lahden vaaleansininen Ilma-väri. RGB-arvot väreille olivat mainintajärjestyksessä R9 G123 B118 ja R124 G224 B211.

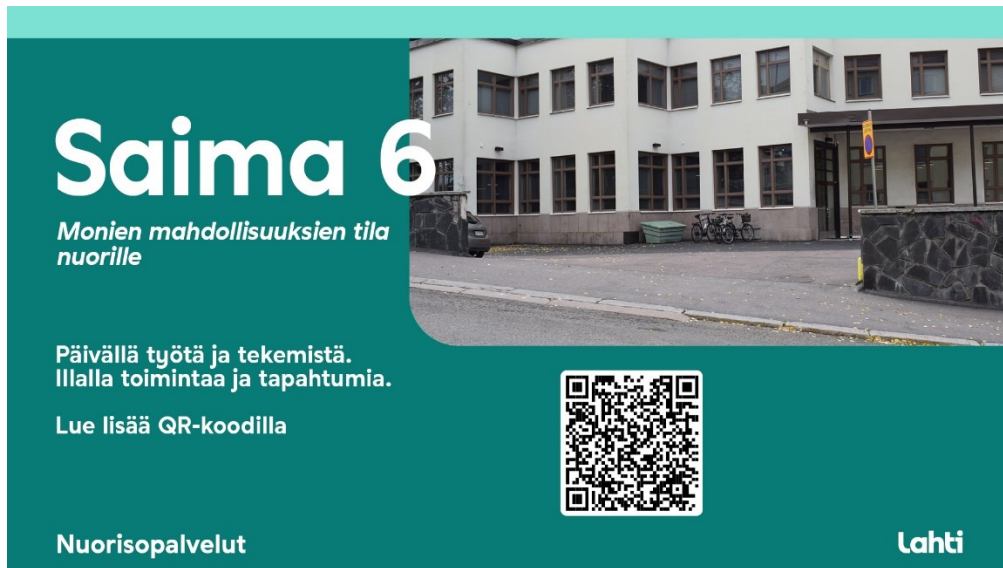
Työ vaati myös uuden QR-koodin tekemisen verkkosivulle, jossa esitellään Saima 6 nuorisotilaa. Nettisivuston verkko-osoite oli pidempi kuin Kokeile meillä -kampanjassa käytetty osoite, joten luodusta QR-koodista tuli monimutkaisempi. Joskus pitkistä osoitteista luotuja QR-koodeja lukiessa kännykän kameralla, kännykkä ei saa selvää koodista ja QR-koodin sisältämän linkin avaamisessa kestää aikaa tai se ei avaudu ollenkaan. Tässä työssä käytetty osoite ei ollut vielä niin pitkä ja luotu koodi avautui kännykällä normaalisti.

Pitkiä verkko-osoitteita on mahdollista tarvittaessa lyhentää erilaisia osoitteiden lyhennysohjelmia käyttämällä. Tinyurl.com ja Shorturl.at ovat esimerkkejä ilmaisista verkkosivuista, joita voi käyttää lyhentämiseen. Shorturl-sivustoa käyttämällä alkuperäinen osoite, <https://www.lahti.fi/kasvatus-ja-koulutus/nuorisopalvelut/tiloja-ja-toimintaa/saima-6/>, lyhentyi muotoon <https://shorturl.at/ULuWr>. Kuvasta 23. näkee näitä osoitteita käyttämällä luotujen QR-koodien eron. Vasemmassa koodissa käytettiin alkuperäistä osoitetta ja oikeassa lyhennettyä osoitetta.

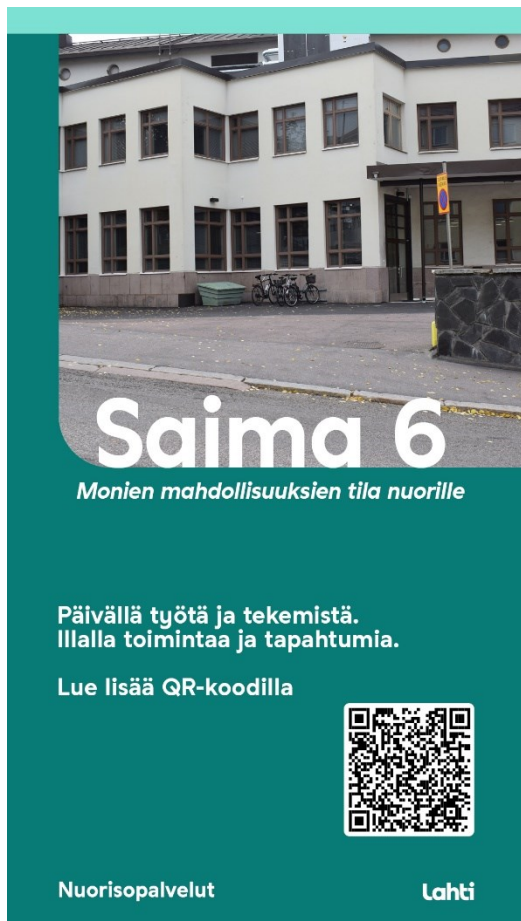


Kuva 23. QR-koodien ero

Työn teksteihin käytettiin Studio Feixen Sans Lahti fonttia. Otsikko headline kirjainleikkauksella ja muut tekstit boldilla. Lahden ja nuorisopalveluiden logot lisättiin työn alareunaan. Kuvissa 24. ja 25. näkyvä kuva rakennuksesta oli tilapäinen ja se vaihtui uuteen kuvaan myöhemmissä versioissa työstä.



Kuva 24. Saima 6 1920x1080



Kuva 25. Saima 6 1080x1920

Toinen versio

Vaaleansininen elementti töiden ylälaidasta haluttiin pois. Se ei kuulunut Lahden visuaaliseen ilmeeseen, vaikka sitä oli käytetty tehtävänannon mukana tullessa esimerkkikuvassa.

Eri brändien ohjeistuksien seuraaminen graafisessa suunnittelussa on tarkkaa ja brändit haluavat usein kaiken sellaisen, mikä ei heidän mielestään kuulu ohjeistukseen, pois työstä. Tämä nopeuttaa graafisen suunnittelun prosessia, koska suunnittelijalla on selkeät ohjeet. Pelkkä ohjeiden seuraaminen ei ole kuitenkaan haluttu tavoite suunnittelijan tai brändin kannalta, koska tuloksena on yleensä tylsä visuaalinen ilme, mikä ei herätä kenenkään huomiota. Brändiohjeistuksien rajoittamana suunnittelijan täytyy tehdä pieniä muutoksia sommitteluun ja typografiaan, jotta työstä tulee visuaalisesti kiinnostavampi.

Vaakaversiossa lue lisää -teksti siirrettiin työssä QR-koodin oikealla puolella olevaan tyhjään tilaan, jotta ne näyttävät yhtenäiseltä kokonaisuudelta. Pystyversiossa toivottiin otsikon olevan muiden tekstien kanssa samalla tasolla vasemmassa laidassa, joten otsikko siirrettiin vasemmalle ja kuvaa pienennettiin vähän sommittelun parantamiseksi. Kuvasta 26. näkee, että otsikko on nyt hieman kuvan alareunan päällä ja otsikon iskulauseen fonttikokoa on nostettu.



Kuva 26. Saima 6 1080x1920 toinen versio

Viimeinen versio

Tekstien yleistä sommittelua ja uuden kuvan liittäminen työhön. Otsikon monien mahdollisuuksien tila -tekstin asettelu niin, että rivinvaihto tapahtuisi ennen tila-sanaa, jotta otsikko jakautuisi tasaisesti kahdelle riville. Riveille jääneet yksittäiset sanat eivät kuulu hyvään työpografiseen suunnitteluun, joten ne on hyvä poistaa aina kun on mahdollista. Molempien versioiden fonttien kokoa nostettiin isommaksi, jotta tekstiä olisi helpompi lukea ja esitteissä olisi vähemmän tyhjää tilaa. Pystyversiossa lue lisää -teksti siirrettiin QR-koodin kanssa samalle tasolle vastaamaan vaakaversion ilmettä.

Otsikon muokkaamista kokeiltiin ohjaajalta saadun palautteen mukaan työssä siten, että monien mahdollisuuksien tila -teksti tulee ennen Saima 6 -otsikkoa. Muutos toimi pystyversiossa, mutta aikaisempi muotoilu säilytettiin vaakaversiossa. Tämä toi töihin visuaalista eroavaisuutta. Saman esitteen eri versioiden täytyy näyttää visuaalisilta ilmeiltään yhtenäisiltä, ja tiukkojen brändivaatimuksien rajoittamana töihin tehdyt pienetkin eroavaisuudet voivat olla vaatimuksien vastaisia. Otsikoiden eroavaisuudet olivat kuitenkin tässä tapauksessa sallittuja. Kuvista 27. ja 28. näkee lopulliset versiot töistä. Asetukset olivat samat kuin Kokeile meillä -kampanjan esitteissä, eli JPG-tiedostot 72 PPI laadulla.



Kuva 27. Saima 6 1920x1080 valmis työ



*Monien mahdollisuuksien
tila nuorille*

Saima 6

Päivällä työtä ja tekemistä.
Illalla toimintaa ja tapahtumia.



Lue lisää QR-koodilla

Nuorisopalvelut **Lahti**

Kuva 28. Saima 6 1080x1920 valmis työ

6 Yhteenveto ja pohdinta

Opinnäytetyössä käsiteltiin digitaalisille näytöille kohdistuvaa graafista suunnittelua ja työn vaiheittaista etenemistä. Graafiselta suunnittelijalta vaaditaan digitaalisille alustoille töitä tehdessä perinteisten luovien taitojen lisäksi teknillistä osaamista ja ymmärrystä kohteena olevasta digitaalisesta alustasta. Digitaalisten materiaalien suunnitteluun käytetään erilaisia graafisen suunnittelun tietokoneohjelmistoja. Ne voidaan jakaa ohjelmistoihin, joista osa painottuu enemmän typografian, eli tekstin, muokkaamiseen ja osa visuaalisen grafiikan tuottamiseen.

Työt, jotka pyrkivät välittämään informaatiota vastaanottajalle, joutuvat seuraamaan tarkempia sääntöjä kuin normaalit mainostarkoitukseen tehdyt työt. Näitä sääntöjä kutsutaan saavutettavuusvaatimuksiksi ja ne kattavat visuaalisten töiden selkeyden, jotta työssä välitetty informaatio on kaikkien ihmisten ymmärrettävissä.

Käytännön osuuden töiden visuaalinen ilme oli rajoitetumpi kuin aikaisemmin työkokeilussa tehdyt työt. Molemmilla töillä oli olemassa edeltävää materiaalia, joiden kanssa töiden visuaalisten ilmeiden haluttiin näyttävän yhtenäisiltä. Tämän takia esimerkiksi töiden värimaailmaa ei voinut töitä tehdessä muuttaa. Tehtyjen töiden pohjista, joissa on valmiina Lahden brändiohjeistuksen käyttämä apuruudukko ja infonäyttöjen käyttämä koko, on helppo aloittaa uusien töiden tekeminen.

Lähteet

Adobe a. Uudet ominaisuudet Illustrator. Viitattu 02.04.2025. Saatavilla

<https://www.adobe.com/fi/products/illustrator/features.html>

Adobe b. Uudet ominaisuudet InDesign. Viitattu 02.04.2025. Saatavilla

<https://www.adobe.com/fi/products/indesign/features.html>

Envato Tuts+. 2023. Keung. YouTube-video. Viitattu 12.02.2025. Saatavilla

<https://www.youtube.com/watch?v=GQS7wPujL2k>

Janatuinen, I. 2014. Typografiaopas. Viitattu 18.02.2025. Saatavilla

<https://logotyypit.fi/blog/2014/11/29/kirjaimen-anatomia/>

Jaskara, M. 2020. Mitä taitto on ja miten graafinen suunnittelija tekee sen. Viitattu

26.02.2025. Saatavilla <https://merjajaskara.com/mita-taitto-on-ja-miten-graafinen-suunnittelija-tekee-sen>

Juselius, U. 2005. Typografia. Viitattu 20.02.2025. Saatavilla

<http://www.phpoint.fi/ulrikaj/www/typo.htm>

Jyrkkä, S. 2025. RGB vs CMYK. Viitattu 25.02.2025. Saatavilla

<https://www.ainesmestarit.fi/blogi/rgb-vs-cmyk>

Kuvistuubi. 2024. Sommittelu ja taittaminen visuaalisessa suunnittelussa. Viitattu

26.02.2025. Saatavilla https://www.kuvistuubi.fi/wp-content/uploads/2024/03/Kuvistuubi_Sommittelu-ja-taitto_tietopaketti.pdf

Lahten kaupunki. Lahti brand book. Värit. Viitattu 11.04.2025. Saatavilla

<https://brand.lahti.fi/varit>

Lievonen-Thapa, I. Merkityksellinen tyhjä tila. Viitattu 27.02.2025. Saatavilla

<https://www.kubo.fi/blogi/merkityksellinen-tyhja-tila>

Lupton, E. 2024. Thinking with type: a critical guide for designers, writers, editors, and students. New York: Princeton Architectural Press.

Lupton, E., Phillips, J. 2015. Graphic Design: The New Basics (Second Edition, Revised and Expanded). New York: Princeton Architectural Press.

Mazars, J. 2025. AI Generator in Adobe Illustrator: A How-To Guide. Viitattu 02.04.2025.

Saatavilla <https://autogpt.net/ai-generator-in-adobe-illustrator-a-how-to-guide/>

Noun Project Team. 2022. RGB ja CMYK vertaus. Viitattu 25.02.2025. Saatavilla

<https://blog.thenounproject.com/rgb-vs-cmyk-understanding-the-differences/>

Palm, J. 2025a. Esimerkki työn ilmeestä. Lahden nuorisopalvelut

Palm, J. 2025b. Esimerkki esitteestä. Lahden nuorisopalvelut

Saavutettavuusvaatimukset. 2024a. Tietoa saavutettavuudesta. Viitattu 04.03.2025.

Saatavilla <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/fi/yleista-saavutettavuudesta/tietoa-saavutettavuudesta>

Saavutettavuusvaatimukset. 2024b. Soveltamisala: kuulummeko lain piiriin? Viitattu

11.03.2025. Saatavilla <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/fi/digipalvelulain-vaatimukset/soveltamisala-kuulummeko-lain-piiriin#76030-0>

Saavutettavuusvaatimukset. 2024c. Tietoa saavutettavuusselosteesta. Viitattu

12.03.2025. Saatavilla <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/fi/digipalvelulain-vaatimukset/tietoa-saavutettavuusselosteesta>

Selovuo, K. 2018. Saavutettavuusopas. Viitattu 25.03.2025. Saatavilla

<https://www.hel.fi/static/hki4all/ohjeet/saavutettavuus-opas.pdf>

Sherin, A. 2012. Design Elements, Color Fundamentals: A Graphic Style Manual for Understanding How Color Affects Design. Quarto Publishing Group USA

Sherin, A. 2023. Introduction to graphic design: a guide to thinking, process, and style. London: Bloomsbury Visual Arts

Stocks, E. 2024. Universal principles of typography: 100 key concepts for choosing and using type. Quarto Publishing Group USA