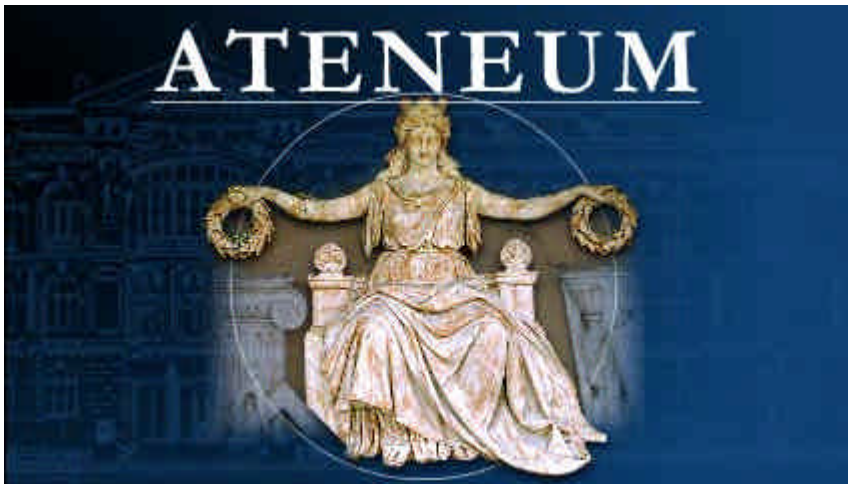


# Infodesignia Ateneumissa

- Infonäyttöuudistuksen suunnittelu ja toteutus

---



Marja Honkakorpi

MA in New Media

Lopputyö, kirjallinen osa

Liitteenä esittely produktiosta (CD-ROM)

Taideteollinen korkeakoulu, Medialaboratorio

Helmikuu 2003

# SISÄLLYS

<b>1</b>	<b>JOHDANTO</b> .....	<b>4</b>
1.1	Työryhmä .....	5
<b>2</b>	<b>ATENEUM</b> .....	<b>6</b>
2.1	Museotiedottamisesta .....	7
<b>3</b>	<b>INFONÄYTÖT</b> .....	<b>8</b>
3.1	Kohderyhmät.....	9
3.2	Infonäyttöjen sijoittelu .....	10
3.2.1	Kahvila.....	10
3.2.2	Neuvonta.....	12
3.2.3	Ateneuminkuja .....	12
3.2.4	Ateneum-sali.....	13
3.3	Palautetta vanhoista näytöistä.....	13
<b>4</b>	<b>KATSOJAT JA INFORMAATIOOSUUNNITTELU</b> .....	<b>15</b>
4.1	Infodesign.....	15
4.1.1	Tiedon järjestäminen .....	16
4.1.2	Tieto julkisessa tilassa.....	17
4.2	Käytettävyys .....	19
4.3	Saavutettavuus.....	20
4.4	Elämyksellisyys.....	22
4.5	Vuorovaikutteisen kokemisen malli.....	23
4.6	Talotyyli .....	24
4.7	Ateneumin kävijätutkimuksista .....	25
<b>5</b>	<b>NÄKEMISESTÄ TULKINTAAN</b> .....	<b>27</b>
5.1	Näkeminen.....	27
5.2	Merkitysten muodostaminen kognitiivisena prosessina .....	29
5.3	Kuvien tulkinta.....	30
5.4	Motivointi.....	31
<b>6</b>	<b>VÄRIT, KOMPOSITIO JA ANIMAATIO</b> .....	<b>32</b>
6.1	Väreistä.....	32
6.2	Sommittelu .....	34
6.3	Animaatio .....	35
<b>7</b>	<b>TIEDON JÄRJESTÄMINEN INFONÄYTÖISSÄ</b> .....	<b>36</b>
7.1	Lajityyppeihin perustuva järjestys.....	36
7.2	Sisältöön perustuva järjestys .....	37
7.3	Sijaintiin perustuva järjestys.....	37
7.4	Väreihin perustuva järjestys ja värien saavutettavuus .....	38
7.5	Yhden tiedotteen sisäinen järjestys .....	40

<b>8</b>	<b>SIVUPOHJAT.....</b>	<b>41</b>
8.1	Tekniset lähtökohdat.....	42
8.2	Tervetuloa .....	42
8.3	Näyttelyt ja oheisohjelma.....	43
8.4	Esteetön liikkuminen.....	45
8.5	Kokoelmaesittelyt.....	46
8.6	Ateneum-sali.....	48
8.7	Tiedotteet, opastukset, työpajat sekä kahvila ja kauppa.....	49
8.8	Ateneumin ystävät.....	51
<b>9</b>	<b>TESTAUS.....</b>	<b>52</b>
9.1	Otteita palautteesta .....	53
<b>10</b>	<b>DESIGNPROSESSI .....</b>	<b>56</b>
10.1	Projektin eteneminen.....	57
10.2	Työskentelytavoista .....	58
10.2.1	Suunnittelun eri malleja.....	59
<b>11</b>	<b>LOPPUPÄÄTELMÄT .....</b>	<b>61</b>
	LÄHTEET .....	63
	LIITTEET:	
	Liite 1.....	66
	Liite 2.....	67
	Liite 3.....	68
	Liite 4.....	69
	Liite 5.....	72
	Liite 6: CD-ROM	
	KUVAT:	
	Kuva 1. Kahvila .....	11
	Kuva 2. Neuvonta .....	12
	Kuva 3. Ateneuminkuja.....	12
	Kuva 4. Ateneum-sali .....	13
	Kuva 5. Liikkuminen.....	39
	Kuva 6. Näyttely 3 .....	39
	Kuva 7. Opastus 1 .....	40
	Kuva 8. Tervetuloivotus.....	43
	Kuva 9. Näyttely 1 .....	44
	Kuva 10. Esteetön liikkuminen.....	46
	Kuva 11. Maalaus- ja veistoskokoelmien esittely .....	47
	Kuva 12. Grafiikka- ja piirustuskoelma .....	48
	Kuva 13. Ateneum-sali.....	49
	Kuva 14. Opastus 1 ja yleistiedote.....	50
	Kuva 15. Kirjakauppa .....	51
	Kuva 16. Ateneumin ystävät .....	51
	Kuva 17. Esteetön liikkuminen – vanha ja uusi.....	59
	Kuva 18. Näyttely 1 –sivupohjan muuttuminen suunnittelun edetessä.....	60

# 1 JOHDANTO

Lopputyöprojektini aiheena on ollut uudistaa Ateneumin taidemuseon infonäytöt konseptista visuaaliseen ilmeeseen. Työprosessiin kuului suunnittelutyö ja hankkeen konkreettinen toteuttaminen.

Painopisteenä infonäyttöjen kehittämisessä oli museon tiedotukselliset tarpeet, mahdollisuus helppoon ja nopeaan päivittämiseen sekä informaation esittäminen käyttäjäystävällisessä muodossa. Ateneumin taholta tuli myös toive, että näyttöjen design kuvastaisi Ateneumin tunnelmaa ja henkeä. Varsinaista digitaalista brändiä Ateneumilla ei ollut, joten sähköisen talotyylin luominen nousi projektin yhdeksi tärkeäksi osa-alueeksi. Talotyylin kehittäminen on pitkäjänteinen prosessi, joka tulee jatkumaan lopputyön jälkeen alkavassa www-projektissa, jossa toimin myös graafikkona ja konseptisuunnittelijana.

Projektiin liittyy päivitystyökalun tekeminen, johon suunnittelemani sivupohjat yhdistetään. Päivitystyökalun teko itsessään ei kuulu lopputyöni piiriin. Sen tekemisestä tuli oma alaprojektinsa, joka toteutetaan yhdessä ulkopuolisen tahon kanssa. Oma osuuteni infonäyttöprojektissa päättyi, kun infonäytöt julkaistiin ensimmäisessä vaiheessa vielä ilman päivitysominaisuutta ja luovutin sivupohjat päivitystyökalun tekijälle. Infonäyttöjen lopullinen testaus ja arviointi on mahdollista vasta, kun työkalu on valmis ja infonäytöt pyörivät lopullisessa muodossaan.

Lopputyöni tavoitteena oli siis toteuttaa käytettävät, saavutettavat ja Ateneumin taidemuseon näköiset sivupohjat infonäyttöihin. Tätä varten pohdin muun muassa sitä, miten ihminen havainnoi ympäristöään, mitkä tekijät vaikuttavat ihmisen huomion kiinnittymiseen ja hänen tarkkaavaisuuteensa, miten ja millaisen tiedon omaksuminen infonäytöistä olisi optimaalisinta ja miten tämä kokemus lisäisi katsojan kiinnostusta museota kohtaan. Kirjallisen raporttini tavoitteena on kuvata suunnitteluprosessin taustoja sekä perustella tekemiäni ratkaisuja.

Lopputyönä tämä projekti tarjosi erittäin mielenkiintoisen mahdollisuuden tarkastella taidemuseon toimintaa itselleni uudesta perspektiivistä. Vastaavaa hanketta ei Ateneumin sisällä, tällä kokoonpanolla ja tässä laajuudessa, oltu ennen toteutettu. Edelliset infonäytöt olivat auttamattomasti vanhentuneet; niiden päivittäminen oli satunnaista, eivätkä ne näin ollen täyttäneet kaikkia informaation

jakamiseen liittyviä uusia tarpeita. Infonäyttöprojektin aiemmin toteuttaneen entisen museopedagogisen yksikön tekemä työ antoi kuitenkin hyvän pohjan tälle uudistukselle.

Olen aiemmin työskennellyt muutamia vuosia lähinnä graafikkona ja animaattorina. Talotyylin luominen ja laaja-alaisempi konseptisuunnittelu olivat henkilökohtaisen oppimisprosessin kannalta tärkeitä haasteita. Suuri haaste oli myös perehtyä itselleni täysin uuteen alueeseen eli infonäyttöihin, jotka toimivat mielenkiintoisessa ja vaativassa ympäristössä.

## **1.1 Työryhmä**

Muodostimme Ateneumin henkilökunnasta koostuvan työryhmän, johon kuului suhdetoimintavastaava Annukka Klinge, palveluesimiehenä toimiva Kristiina von Knorring-Huttunen, museolehtori Anja Olavinen ja museoassistentti Marjo Saarinen. Päävastuussa infonäytöistä on Annukka Klinge.

Päivitystyökalun tekniset ratkaisut toteuttaa Petri Kola, jonka kanssa olemme suunnitelleet yhdessä päivitystyökalun käyttöliittymää ja toiminnallisuutta. Toimitan Petrille Flashilla tehdyt animaatiot eli sivupohjat, joihin Petri liittää päivitysominaisuuden mahdollistavan tekniikan.

Työn ohjaajina toimivat Marjatta Levanto Taidemuseoalan keittämisyksiköstä sekä Marjo Mäenpää Taideteollisen korkeakoulun Medialaboratoriosta.

Lopputyön teossa on ollut apuna myös suuri joukko muita asiantuntijoita ja ystäviä, joiden kommentit ja kannustus ovat auttaneet ratkaisevasti tämän työn toteutumisessa. Erityiskiitos kuuluu Taidemuseoalan kehittämisyksikössä työskenteleville Riikka Haapalaiselle ja Eija Liukkoselle asiantuntevista kommentteista.

## 2 ATENEUM

Ateneumin taidemuseolla on näkyvä rooli suomalaisessa kulttuurihistoriassa ja taidekentässä. Museopedagogisen yksikön kautta se on ollut Suomen museokentän eturintamassa hyödyntämässä digitaalista teknologiaa eri tavoin.

Ateneumin taidemuseon historia alkaa vuodesta 1887, jolloin Suomen Taideyhdistys ja Suomen taideteollisuusyhdistys aloittivat siellä toimintansa. Saman katon alla eli kaksi taidekoulua ja kaksi museokokoelmaa. Kuten Valtion Taidemuseo –kirjasessa todetaan: ”kansallistunteen innostama Suomi sai Ateneumista sivistyksen ja kulttuurin symbolin”. (Levanto & Laitala 1992, 4)

Valtion taidemuseo perustettiin virallisesti vuonna 1990 ja siihen kuuluvat Ateneumin taidemuseo, ulkomaisen taiteen museo Sinerbrychoff, nykytaiteen museo Kiasma sekä Kuvataiteen keskusarkisto.

Museorakennuksen avauduttua peruskorjauksen jälkeen syksyllä 1991, Ateneum-sali aloitti toimintansa ensimmäisenä taidemuseossa sijaitsevana teatteritilana Suomessa. Salin ohjelmisto koostuu taiteesta kertovista elokuvista, musiikista, tanssista, teatterista ja luennoista sekä muista näyttelyihin ja kokoelmiin liittyvistä oheistapahtumista. (Levanto & Pettersson 2001, 26)

Kysyessäni infonäyttöryhmältä minkälainen kuva Ateneumista halutaan museona antaa esimerkiksi osana Suomalaista taidemuseolaitosta, sain muun muassa museolehtori Anja Olaviselta sähköpostitse seuraavan vastauksen:

*”Valtion taidemuseona ja Suomen 'kansallisgalleriana', tiedostamme museossa varmaan yleisesti, että Ateneumin hallussa olevat taideteokset kuuluvat itse asiassa Suomen kansalle. Ne ovat myös osa koko maailman yhteistä kulttuuriperintöä. Teokset eivät ole museon 'omaisuutta' sanan ahtaassa merkityksessä. Tämä on mielestäni hyvin tärkeä lähtökohta. Museon, joka hallinnoi kansallisomaisuutta, pitää olla helposti lähestyttävä ja tarjota kaikille mahdollisuus kokoelmiin tutustumiseen. Keskiviikkoillan vapaat aukiolotunnit ovat tässä suhteessa tärkeä päätös, samoin erilaisten erityisryhmien huomioiminen ja viikottaiset ilmaiset yleisöopastukset molemmilla kotimaisilla kielillä.*

*Ateneumin pitää nähdäkseni olla eräänlainen 'lippulaiva' suhteessa Suomen museokenttään, eli laatuvaatimukset ovat kaikessa, niin sisältöjen, esittämisen, palvelujen kuin teknisten valmiuksienkin suhteen todella tiukat, vain ensiluokkainen kelpaa. Kaiken pitää palvella museokävijää ja kokoelmia siten, että lopputuloksena on miellyttävä, turvallinen, oivaltava ja mielekäs museokäynti.*

*'Perinteinen museo' ei ole tavoitteemme! Juuri lukaisemissani muutamissa kävijäkommenteissakin valittiin Ateneumin kohdalla luonnehdinnaksi 'perinteisen' sijaan usein 'mielenkiintoinen' tai jopa 'nykyaikainen'. Tämä on mielestäni oikea suunta. Elämme vahvasti tässä ajassa koska jokainen kävijämme elää siinä. Kuitenkin tarjoamme myös 'rauhaa' ja 'pysyviä arvoja'." (Olavinen 2002)*

Marjatta Levannon ja Susanna Petterssonin museopedagogisessa kannanotossa todetaan niin ikään, että museotoiminta ei ole enää sidoksissa pelkästään esineisiin, vaan painopiste on siirtynyt lähemmäksi ihmiskeskeistä toimintaa, jossa yleisö ja museo henkilökuntineen ovat rinnakkaisia toimijoita (Levanto & Pettersson 2001, 4).

Valtion taidemuseon toiminta- ja taloussuunnitelmassa puolestaan sanotaan, että Valtion taidemuseoiden ja keskusarkiston toiminta on yhä laadukkaampaa, profiloituneempaa, yleisölähtoisempää ja monimuotoisempaa. Suunnitelman mukaan Valtion taidemuseo on lunastanut paikkansa maan taidemuseoalan keskeisenä kehittäjänä. Suunnitelmassa sitoudutaan turvaamaan Valtion taidemuseon toimintaedellytykset muun muassa hyödyntämällä uutta teknologiaa sekä sisältöjen tuotannossa että taiteen esittämisessä. (Valtion taidemuseo 2002, 6)

## **2.1 Museotiedottamisesta**

Siirtyminen korkean teknologian leimaamaan yhteiskuntaan ja tietoyhteiskuntaan on laajentanut museon tehtävää. "Ihmisillä on oikeus tietää", eli vaatimus tiedon demokratisoinnista yhdessä tiedon määrän kasvun kanssa, on pakottanut museot tekemään työtä yleisön ehdoilla. Museoista on tullut medioita, jotka lähettävät erilaisia sanomia ja toimivat myös itse viestinä. Museot pystyvät identifioimaan, ymmärtämään ja kommunikoimaan vaihtelevan yleisön kanssa ja käyttämään erilaisia metodeja viestin perillesaamiseksi.

(Heinonen & Lahti 2001, 215-230)

*Museologian perusteet* –kirjassa todetaan, että yleisön mielenkiinnon herättäminen museoihin itseensä sekä niiden tuottamaan tietoon, vaatii museolta aktiivisia toimenpiteitä ja nykyisessä informaatioviidakossa myös uusia ratkaisumalleja (Heinonen & Lahti 2001, 216). Perinteistä tiedotustoimintaa voidaan aina tehostaa, mutta museoilta edellytetään entistä enemmän paneutumista suhdetoimintaan ja markkinointiin halutun museokuvan luomiseksi ja ylläpitämiseksi. Yritykset jakavat tavallisesti yrityksensä osa-alueisiin analyysin helpottamiseksi. Tällaisia osa-alueita ovat julkisivukuva kuten tilojen ilme tai esillepano, tuotekuva, palvelukuva, hintakuva ja henkilökuva. Ateneumissa infonäytöillä halutaan vahvistaa muun muassa palvelukuvaa ja taloilmettä.

Infonäyttöjä koskien huomionarvoinen seikka on, että ”tiedotustoiminnan tulee olla suunnitelmallista, päämäärähakuista ja muun tiedotuksen virheitä korjaavaa” (Heinonen & Lahti 2001, 216). Infonäyttöjen rooli on muun tiedotustoiminnan virheiden korjaamisen lisäksi myös sitä täydentävää. Koska reagoitinopeus on hyvä, infonäytöissä pystytään tarvittaessa esittämään lyhyellä varoitusaajalla tiedotteita. Nopeudessa tämä kanava on rinnastettavissa www-sivuihin ja museon sisällä olevina tauluina ne tavoittavat kohteensa palveluiden välittömässä läheisyydessä.

### **3 INFONÄYTÖT**

Infonäytöt tulivat Ateneumiin vuonna 2000, mistä lähtien ne ovat toimineet lähes muuttumattomina silloisen konseptin ja designin pohjalta. Infonäyttöjen suunnittelu ja kehittäminen oli tuolloin Valtion taidemuseon alla toimineen museopedagogisen yksikön vastuulla. Tämän lopputyöprojektin alkuvaiheessa infonäyttöjen kehittäminen ja ylläpitäminen siirtyi täysin Ateneumille.

Infonäytöt ovat eri puolille museota sijoitettuja kooltaan 40 tuumaisia plasmanäyttöjä<sup>1</sup>, joissa pyörii animoituja erilaista tietoa Ateneumin taidemuseosta, sen kokoelmista ja siellä liikkumisesta. Käyttöliittymänä infonäyttö on

---

<sup>1</sup> Ateneum-salin näyttö on ainoana kooltaan pienempi, 15 tuumaa.



yksisuuntainen järjestelmä, josta puuttuu katsojan mahdollisuus vuorovaikutteiseen toimintaan. Katsomiskokemusta leimaa myös seikka, että näyttöä ei seurata kuten televisiota, vaan sitä katsotaan satunnaisesti tai silloin, kun katsoja havaitsee näytöltä itseään kiinnostavia asioita.

Uusien näyttöjen tarkoituksena on antaa aikaisempaa ajankohtaisempaa tietoa meneillään olevista ja tulevista näyttelyistä, tapahtumista, opastuksista, erilaisia yleisiä tiedotteita sekä ilmeeltään uusittuna Ateneumissa liikkumiseen liittyvää informaatiota.

Koska infonäytöissä on mahdollista esittää suhteellisen rajattu määrä tietoa, niiden tulisi toimia kehottajana lisätiedon hankkimiseen ja parhaimmillaan innoittajana museovierailuun.

### **3.1 Kohderyhmät**

*Museologian perusteissa* listataan erilaisia toimenpiteitä museotiedottamisen tehostamiseksi. Yksi kohta kuuluu: "identifioi ja segmentoi kohdeyleisösi; ei kaikkea kaikille". Vaikka museopalvelut ovatkin tarkoitettu "kaikille", ei "kaikki" voi olla määrittelemätön anonymi ryhmä, koska sellaista ei voi tavoittaa sen paremmin tiedotuksen kuin markkinoinkaan avulla. Päämääränä on silti oltava kaiken potentiaalisen yleisön ja kävijöiden saaminen kontaktiin museon kanssa. Kokonaisuus muodostuu museokäyntien lukumäärän, harrastusten, asuinpaikan, iän ja erikoistarpeiden mukaan mietityistä ryhmistä. Sen sijaan sosiaalinen asema ei ole merkittävä tekijä, vaan museon on tässä suhteessa otettava huomioon kaikki. (Heinonen & Lahti 2001, 221-223)

Infonäyttöjen kohderyhmä koostuu taidemuseon ja kahvilan asiakkaista sekä Ateneumin kujalla kävelevistä satunnaisista kulkijoista. Tätä kohderyhmää lienee loogisinta kutsua katselijoiksi. Ateneumin asiakkaista ja heidän ammattitaustoistaan sekä ikäjakaumasta kertovat museopedagogisen yksikön laatimat kävijätutkimukset, joista kahta käsittelem tuonnempana. Ainoan vaikeasti määriteltävän kohderyhmän muodostavat Ateneumin kujalla kulkevat ihmiset, joiden huomiosta infonäytöt kilpailevat.

Käyttäjien eli katselijoiden joukosta rajautuu automaattisesta joitain ryhmiä pois jo siksi, että näytöistä puuttuu interaktio eli mahdollisuus hidastaa tai nopeuttaa

esityksiä, kelata, muuttaa fonttikokoja tai zoomata lähemmäksi.

Suunnitteluvaiheessa on hyvä pitää mielessä, että ihmiset hahmottavat ja ymmärtävät tietoa eri tavoilla. Erilaiset värisokeudet on myös syytä ottaa huomioon.

Kaikki tiedotteet ovat kolmikielisiä sisältäen suomen-, ruotsin- ja englanninkieliset versiot. Tämä toki rajaa jo paljon esimerkiksi maahanmuuttajia pois, mutta käytännössä vielä useampien kielten näyttäminen tämältyyppisessä tiedotuskanavassa on mahdotonta. Eri kulttuurien edustajilla on myös erilaisia näkemyksiä kulttuurisista arvoista ja omasta identiteetistä, mikä on niin ikään hyvä muistaa suunnitteluprosessin aikana.

Yksi erittäin tärkeä kohderyhmä on Ateneumin henkilökunta ja etenkin tiedotuksesta vastaavat ihmiset. He ovat infonäyttöjen käyttäjiä, joille tämä tiedotuskanava avautuu pääosin päivitystyökalun kautta. Sivuan tätä kohderyhmää kuitenkin vain pinnallisesti, sillä päivitystyökalun teko tulee olemaan oma projektinsa.

## **3.2 Infonäyttöjen sijoittelu**

Infonäytöt sijaitsevat neljässä hyvin erilaisessa paikassa: kahvilassa, neuvonnassa, tuulikaapissa suunnaten Ateneuminkujalle sekä Ateneum-salin edustalla. Näyttöjen sijainnilla on merkitystä niin sisällön kuin designinkin suunnittelussa. Kolmea suurta näyttöä yhdistävät tilan valaisuun tai näkyvyyteen liittyvät ongelmat.

### **3.2.1 Kahvila**

Yksi näkyvimmistä infonäytöistä sijaitsee kahvilassa. Ateneumin kahvila on suosittu lounasravintola, jonka vierailijoista suuri osa koostuu muista kuin varsinaisista museovieraista.

**Kuva 1. Kahvila**



Kahvilassa on runsaasti tilaan liittyviä ongelmia. Näyttö on suunnattu hankalasti suhteessa pöytiin: päätä pitää kääntää sivulle ja katsomisen täytyy olla harkittua tai päätettyä katsomista. Esimerkiksi nykyaiteen museossa Kiasmassa näyttö on sijoitettu niin, että katseen kohdistaminen näyttöön on luonnollista kun istutaan sitä kohti. Toisaalta tällöin selin istuvat eivät näe näyttöä lainkaan.

Toinen ongelma liittyy valaistukseen. Lamput ovat lähes samalla tasolla kuin näyttö, mikä aiheuttaa muun muassa kontrastin heikkenemistä sekä jossain mielessä ne tuovat häiristevästi ylimääräistä tavaraa näytön ympärille. Kahvilassa on myös suuret ikkunat, joten etenkin kesällä auringonvalo tekee tilasta erittäin valoisan, mikä heikentää näkyvyyttä. Infonäyttö sijaitsee valkoisella seinällä, mikä tekee valkoisen taustavärin käytön näytöissä hieman ongelmalliseksi.

Kahvilan näytön katsomista saattaa häiritä myös se, että näytön alla on kahvilapöytiä. Näyttöä katsoessa voi mahdollisesti tulla kiusallinen tunne, että tulee myös seuranneeksi vieraiden ihmisten kahvilakeskustelua.

### 3.2.2 Neuvonta

**Kuva 2. Neuvonta**



Neuvonta sijaitsee sisäpihalla Ateneuminkujan sisäänkäynnin ja kirjakaupan vieressä. Näyttö on suunnattu viistosti neuvonnan yläpuolelle, jolloin sen huomioarvo on hyvä, mikäli asiakas jonottaa tiskille. Muutoin näyttö saattaa jäädä herkästi huomaamatta avarassa tilassa. Myös täällä kontrastia heikentävä valoisuus on etenkin kesällä ongelma.

### 3.2.3 Ateneuminkuja

**Kuva 3. Ateneuminkuja**



Ateneuminkujan näyttö sijaitsee tuulikaapissa osoittaen kujalle päin. Toisin kuin kaksi edellistä, tämä näyttö sijaitsee hämärässä nurkassa, johon kadulla kulkijan

katse ei kovin helposti käänny. Ateneuminkujan sisäänkäynti soveltuu pyörätuolin ja rattaiden kanssa liikkuville, mikä huomioitiin infonäytön sisällössä.

#### 3.2.4 Ateneum-sali

**Kuva 4. Ateneum-sali**



Ateneum-salin näyttö on muita näyttöjä pienempi ja se sijaitsee salin sisäänkäynnin luona. Sijainti on kohtalaisen hämärä, mutta valonlähteenä plasmanäyttö erottuu mukavasti.

### 3.3 Palautetta vanhoista näytöistä

Tämän kappaleen muistiinpanot pohjautuvat ensimmäisen infonäyttöprojektin yhteydessä tehtyyn pieneen yleisötutkimukseen (Kallio 2001), silloisten tekijöiden kanssa käytyihin keskusteluihin sekä muihin yleisiin havaintoihin ja kommentteihin.

Eri lähteistä saatujen palautteiden joukosta nousi yksi ylitse muiden koskien infonäyttöjen tempo: näyttöjen rytmi koettiin monessa yhteydessä turhan

verkkaisena ja puuduttavana. Keskusteluissani muun muassa edellisten näyttöjen suunnittelussa mukana olleen Riikka Haapalaisen kanssa pohdimme sitä, kuinka katsojatottumukset ovat muuttuneet kahden vuoden aikana. Kun Haapalainen oli mukana toteuttamassa näyttöjä, ne olivat uusi ja tuntematon väline. Tuolloin animaatioiden rytmi ja tempo määrittyivät hitaimman mukaan katselutottumusten puuttuessa ja ne koettiin suhteellisen sopivina.

Näytöille kaivattiin Kallion tutkimuksen mukaan myös lisää näkyvyyttä. Kahvilan näyttö oli huomatuin ja sisäpihan huomaamattomin. Tämä kertonee siitä, että kahvilassa ihmisillä on aikaa tarkkailla rauhassa ympäristöään. Sisäpiha, Ateneuminkuja sekä Ateneum-salin edusta ovat pikemminkin läpikulkuväyliä.

Esteettömien reittien esittely tuntui olevan niin museovieraiden kuin henkilökunnankin mielestä tärkeää, eli kuinka liikkua museossa pyörätuolin tai vaunujen kanssa. Tosiasia lienee, että kukaan ei todennäköisesti muista kahvilassa näkeminsä animaatioiden perusteella reittejä. Liikkumiseen liittyvän animaation tarkoituksena on muistuttaa, että talossa ylipäänsä on liikkumisesteisille sopivia reittejä, ja että lisäinformaatiota on tarjolla esimerkiksi neuvonnassa. Tällä esityksellä on myös imagoa määrittävä ja vahvistava funktio. Negatiivista palautetta tuli kuitenkin tämänkin animaation hitaasta temposta. Lisäksi toivottiin, että eri kerrosten vaihtuminen esitettäisiin selkeämmin.

Lopuksi esitän vielä omia huomioitani infonäytöistä. Kuten johdannossa mainitsin, entinen museopedagoginen yksikkö teki uraa uurtavaa työtä infonäyttöjen kanssa ja sen aikaiset suunnitelmat ovat olleet suurena apuna nytkin. Kritiikkinä mainittakoon, että vaikka konsepti oli toimiva ja kunnianhimoinen, ulkoasuun ei ehkä oltu resurssien puuttuessa pureuduttu vastaavalla ammattitaidolla.

Kokoelmaesittelyssä lähtökohtana näytti olevan salijaottelu eri tyylikausien mukaan, eikä teoslähtöinen esittely, johon itse myöhemmin päädyin. Koin ristiriitaisena tavan esitellä salit lukuisien eri tyylikausien mukaan, vaikka itse saleissa ei ollut kyltityksiä näistä samoista kausista. Vaikka Ateneumin kokoelmien ripustus etenee tyylikausittain, keskusteluissa työryhmän kanssa kävi ilmi, että kokoelmaripustukset saattavat muuttua esimerkiksi poikkeuksellisen näyttelyripustuksen takia.

Niin ikään värit ja yleisilme tuntuivat hieman vanhentuneilta, mikä saattaa tulla

parin vuoden päästä eteen myös nyt suunnittelemani näyttöjen kohdalla. Siksi designin tulisikin olla mahdollisimman pelkistettyä ja klassista. Ongelmallisena koin myös jo aiemmin mainitun näyttöissä hallitsevana olevan valkoisen taustavärin, joka sulautui kahvilassa ja neuvonnassa liiaksi ympäristöön. Hyviä puolia oli saavutettavuuteen liittyvän informaation selkeys ja monipuolisuus.

## **4 KATSOJAT JA INFORMAATIO SUUNNITTELU**

Heti lopputyöprojektin alkuvaiheessa käyttäjäystävällisyys ja saavutettavuus muodostuivat suunnittelun tärkeiksi perusteemoiksi. Käyttäjälähtöinen suunnittelu tarkoittaa muun muassa käyttäjien ominaisuuksien ja olosuhteiden huomioimista. Valtion taidemuseon tavoitteena on kehittää yleisösuhdettaan ja näen infonäyttöprojektin osaltaan palvelevan tätä tavoitetta (Valtion taidemuseo 2002, 4). Tästä syystä katsojien huomioiminen suunnittelussa on tärkeää.

Tässä projektissa ei tehty katsojatestauksia prosessin eri vaiheissa, minkä johdosta suunnittelua ei voi kutsua puhtaasti käyttäjälähtöiseksi. Suunnittelun lähtökohdat ovat kuitenkin katsojien tarpeissa ja taustoissa. Näitä olen pyrkinyt kartoittamaan muun muassa tutustumalla kävijätutkimuksiin sekä perehtymällä kognitioon ja biologiaan liittyviin asioihin.

Kun halutaan suunnitella positiivisen kokemuksen tarjoava tuote, on opittava tuntemaan ihmisen elämästä enemmän kuin vain tuotteen käyttöön liittyvät asiat. Täytyy ottaa huomioon toimintaympäristö, sosiaaliset ulottuvuudet, henkilökohtaiset arvot ja odotukset. (Mattelmäki & Battarbee 2000, 143) Vaikka infonäytöt ovat yksisuuntaisia järjestelmiä, yritän soveltaa niihin joitain muun muassa käytettävyyteen liittyviä ajatuksia, jotka on kehitetty lähinnä vuorovaikutteisten tuotteiden kehitysprosesseja varten.

### **4.1 Infodesign**

Informaation muotoilu eli infodesign on tiedon valintaa, järjestelyä ja esittämistä halutulle yleisölle. Maailma tulkittuna ja esitettyinä ei ole infodesignia, vaan

tarvitaan muotoilua, joka muuttaa tiedon käyttötiedoksi. Infodesignin tehtävänä on taata tiedon viestivyyks, käyttökelpoisuus ja helppokäyttöisyys. Koska tieto on tarkoitettu käytettäväksi, muut tekijät, kuten kauneus, ovat alisteisia viestivyydelle. (Vapaasalo 2000, 51-52) Informaatiosuunnittelun päämääränä on tuottaa ymmärrettäviä dokumentteja ja suunnitella laitteiden kanssa tapahtuvaa vuorovaikutusta, joka on helppoa, luonnollista ja miellyttävää (Horn 1999, 17-16).

Informaatiosuunnittelija Nathan Shedroffille infodesign on eräänlainen metodi, jonka avulla graafinen suunnittelu sekä muut visuaaliset järjestykset saavat muotonsa. Informaatiosuunnittelulla tarkoitetaan Shedroffin mukaan puhtaan tiedon eli datan, muuntamista ymmärrettäväksi järjestämällä sitä ja rakentamalla sen ympärille viitekehysten<sup>2</sup>. Tällä rakenteella on merkitystä viestin tehon lisäksi sen tulkintaan. Datasta tulee käytettävää tietoa, kun sillä on merkitystä kohdeyleisön eli tässä tapauksessa infonäyttöjen katselijoiden keskuudessa. Datan esittäminen muokkaamatta tekee kommunikoinnista vaikeampaa. (Shedroff 2001, 34-43)

#### 4.1.1 Tiedon järjestäminen

Shedroffin mielestä niin kutsuttu "infoähky" ei ole samanlainen ongelma kuin "infoahdistus" (Shedroff 2001, 43). Ahdistus ei johdu niinkään siitä, että tietoa ei olisi yllin kyllin tarjolla, vaan tiedon asiayhteyksien, merkityksen ja mielekkyyden puutteesta, jonka lisäämiseen infodesign tähtää. Ymmärryksen ja oivalluksen elämykset ovat Shedroffin mielestä kenties tärkeimmät arvot ihmisen tiedonrakennuksessa. Oivallus tai ymmärrys syntyy, kun dataan lisätään viitekehys ja pidetään huolta datan esitystavasta, organisoinnista eli järjestämisestä sekä yleisön erilaisista tarpeista.

Datan esittäminen vaikuttaa ymmärtämiseen, ihmisen tiedonrakentamiseen sekä siihen kokemukseen, jossa ihminen yhdistää aiempaa tietoaan asioista. Datan organisoinnissa on Shedroffin mukaan vain tietty määrä vaihtoehtoja:

1. Suuruusluokkaan tai kokoon liittyviä järjestämisen tapoja ovat ajallinen, numeroihin perustuva ja aakkosellinen järjestämisen tapa.

---

<sup>2</sup> Shedroffille data on käsittelemätöntä tietoa tai jonkin erityisryhmän käyttämää "ammattislangia", joka ei avaudu tavalliselle yleisölle.



2. Kategoriaan tai paikkaan liittyvät organisointitavat liittyvät tiedon kannalta olennaiseen näkökulmaan ja ovat yleensä luonteeltaan enemmän kvalitatiivisia kuin kvantitatiivisia. Tähän organisointitapaan käytetään yleensä jotain luonnostaan merkityksellistä näkökulmaa tiedosta.
3. Kolmas organisoinnin tapa on satunnaisuus eli organisoinnin puute. Tämä tapa organisoida on tärkeä silloin, kun tarjottavan elämyksen on tarkoituskin olla vaikea, kuten esimerkiksi peleissä. (Shedroff 2001, 43)

Sama organisointi voidaan esittää tai ilmaista eri muodoissa kuten esimerkiksi kartoin, diagrammeihin, listoin tai sanallisina kuvauksina. Järjestyksen tai organisoinnin ei tarvitse muuttua eri esitystavoissa, mutta eri esitystavat vaikuttavat siihen, miten vastaanottaja tiedon ymmärtää.

Tapio Vapaasalo viittaa artikkelissaan infodesignin haasteista Richard Saul Wurmaniin, jonka mukaan tiedon organisointi voidaan tehdä vain viidellä tavalla: sijainnin, aakkoston, ajan, kategorian tai hierarkian mukaan. Hänen mukaansa esitystavan valinta määräytyy, kun päätetään, miten ja kuinka tieto halutaan löytää. (Vapaasalo 2000, 55)

Tiedolla on usein luonnollinen tapansa järjestyä ja sillä on Shedroffin sanoin melkein oma tahtonsa tulla järjestetyksi tietyllä tavalla. Jokainen organisointi tai järjestys muodostaa mentaalisen mallin datasta ja voi johtaa datan uudelleenymmärtämiseen. Tämä voi joskus mullistaa tapamme ajatella jopa tutuista asioista.

Infonäyttöjen sisältämää tiedonjärjestystä käsittelemässä kappaleessa seitsemän.

#### 4.1.2 Tieto julkisessa tilassa

Psykologian professori C.G. Screven on tutkinut useita vuosia museossa julkisissa tiloissa tapahtuvan huomioon sekä oppimistilanteiden rajoitteita ja mahdollisuuksia. Hänen mukaansa haastavinta on yrittää välittää tietoa, ideoita ja konsepteja juuri julkisissa tiloissa, kuten eläintarhoissa, ostoskeskuksissa ja museoissa. Näissä tiloissa vastaanottaja on ympäröity erilaisilla häiriötekijöillä, joiden takia viestin vastaanottaminen vaatii vastaanottajalta vapaaehtoisia yhteistyötä. Katsojat ovat vapaita osallistumaan, jättämään huomiotta ja

häiritsemään viestien välittämistä. Tällaisessa ympäristössä on tärkeä suunnitella informaatiojärjestelmiä, jotka eivät vain heijasta yleisön tarpeita ja luonnetta, vaan myös pystyvät kiehtomaan ja pitämään yleisön huomion. (Screven 1999, 132-139)

Infodesignissa täytyy ottaa huomioon tällaisen julkisen tilan ongelmat; kävijöiden erilaiset taustat, asenteet, erilaiset ajattelutavat, fyysiset ja psykologiset eroavaisuudet, sosiaaliset ja visuaaliset häiriötekijät sekä ajankäytön paineet. Näiden tekijöiden lisäksi informaatiojärjestelmissä on pyrittävä huomioimaan perustalla olevat biologiset ja kognitiiviset prosessit kuten tarkkaavaisuus, näkö ja oppiminen. Katsoja identifioi, uudelleenkodeaa, organisoii, uudelleenorganisoii, tulkitsee ja mahdollisesti toimii näiden erilaisten kognitiivisten prosessien kautta.

Ihmisen käyttäytymisen ja oppimisstrategioiden monimutkaisuus tekee vaikeaksi ennustaa, miten design vaikuttaa katsojiinsa. Sama näyttö voi saada aikaan erilaisia reaktioita eri ihmisissä ja sama viesti voi näyttäytyä eri sisältöisenä eri ihmisille.

Screven listaa tärkeimpiä viestintäprosessien osatekijöitä, jotka liittyvät julkisissa tiloissa tapahtuvaan viestintään silloin, kun kohdeyleisöä eli vapaa-ajan viettäjiä, ei erikseen ohjata tai opasteta. Kuusi tärkeintä komponenttia ovat:

1. Informaatiokenttä (*information field*), joka sisältää kaiken informaation välittömässä läheisyydessä.
2. Viesti tai viestit (*message*), jotka saavat alkunsa informaatiokentästä ja ovat viestinnän päämääriä: tietoa, konsepteja, käyttäytymistä ja tunteita, joita viestin välittäjät haluavat katsojilleen välittyvän.
3. Näyttely tai näyttö (*exhibit or display*). Viestiin liittyvät objektit, maalaukset, kasvit, eläimet tai muu sisältö, joka nousee informaatiokentästä. Infonäyttöjen kohdalla voitaisiin puhua esimerkiksi Ateneumissa olevista näyttelyistä, työpajoista tai opastuksista.
4. Media tai väline (*delivery media*), jolla viesti välitetään ja joka on tässä tapauksessa infonäyttö.
5. Vastaanotettu viesti (*perceived message*) niin kuin katsoja sen näkee ja tulkitsee.

6. Katsojan mahdollinen reaktio (*viewer action*) eli päätös esimerkiksi työpajaan osallistumisesta infonäytöltä saadun virikkeen pohjalta. (Screven 1999, 132-139)

Vuorovaikutus katsojan huomion ja tarkkaavaisuuden sekä viestin sisällön välillä muodostaa jatkumon, joka viime kädessä määrittää sen, miten katsoja viestin vastaanottaa. Tämä viesti sulautuu osaksi laajempaan informaatiokenttään, jonka pitäisi mahdollistaa viestiin sisältyvien elementtien ja suhteiden käsittelyn.

## 4.2 Käytettävyys

Käytettävyys on tärkeä huomioida mitä tahansa informaation tarjontaan tähtäävää palvelua tehtäessä. Hyvä käytettävyys ei ole makuasia, vaan käytettävyys kertoo kuinka käyttäjät pystyvät käyttämään tuotetta tuottavasti, tehokkaasti ja miellyttävästi määriteltyjen tavoitteiden saavuttamiseksi (Sinkkonen 2002). Tässä työssä tuotteen tavoitteena on jakaa informaatiota ja houkutella katselijoita museovierailuun sekä vahvistaa kuvaa Ateneumista helposti lähestyttävänä ja monipuolisena museona.

ISO 9241-11 –kriteerien<sup>3</sup> mukaan käytettävyys on tehokkuutta, tyytyväisyyttä ja tarkkuutta (Cost effective User Centred Design 2000). Jotta käyttäjälähtöisyys toteutuisi täydellisesti, tuotetta pitäisi testata suunnitteluprosessin eri vaiheissa. Tässä projektissa käyttäjälähtöiseen testaukseen liittyvät periaatteet eivät täyttyneet. Kerron testauksesta lisää luvussa yhdeksän.

ISO 13407.2 –standardi määrittelee kriteerit käyttäjakeskeiselle suunnittelulle. Suunnittelu koostuu neljästä kohdasta, joita ovat käyttökontekstin ymmärtäminen ja määrittely, käyttäjävaatimusten ja organisaation vaatimusten määrittely, suunnitteluratkaisujen tuottaminen sekä suunnitteluratkaisujen evaluointi. (VTT)

Verkkotekstin käytettävyyteen liittyviä tekijöitä voidaan osaltaan soveltaa myös tähän. Niitä ovat tekstin silmäiltävyys, luettavuus, lukemisen ohjaus, jäsentely ja lukijan motivaation herättäminen (Sinkkonen 2002). Infonäytöissä pyritään käyttämään mahdollisimman vähän tekstiä, mutta sekin on jäsenneltävä

---

<sup>3</sup> Käytettävyysstandardit on kehitetty kansainvälisen standardointijärjestön (ISO) sekä sähköalan kansainvälisen standardoimisjärjestön (IEC) toimesta.

tarkoituksenmukaisesti. Otsikointi ja ryhmittely ruudulla vaikuttavat siihen, miten katsoja hahmottaa yhdellä silmäyksellä informaation laadun.

### 4.3 Saavutettavuus

Ateneum on pyrkinyt profiloitumaan erityisesti saavutettavana museona. Valtion taidemuseon toiminta- ja taloussuunnitelmassakin mainitaan, että saavutettavuuden kehittäminen on yksi lähivuosien keskeisiä tavoitteita, ja että saavutettavuuden on läpäistävä museon toiminnan kaikki osa-alueet. Edelleen raportissa todetaan, että saavutettavuudella tulee ensisijaisesti ymmärtää henkistä ja tiedollista saavutettavuutta. Saavutettavuuden rinnalla Valtion taidemuseo tavoittelee esteettömyyttä, eli se tarkastelee tekijöitä, jotka muodostavat museokävijälle joko fyysisiä tai henkisiä esteitä. (Valtion taidemuseo 2002, 9)

Saavutettava museo pyrkii siis ottamaan huomioon erilaisten käyttäjäryhmien tarpeet. Museoiden käyttäjäryhmiä on monenlaisia aina toimimisesteisistä eri kulttuuri- tai ammattitaustan omaaviin, eri ikäisiin ja erilaisilla motivoituneisiin ihmisiin. Saavutettavuuden osa-alueita ovat muun muassa fyysinen, tiedollinen, kulttuurinen, asenteellinen, tiedotuksellinen sekä aisteihin perustuva saavutettavuus.

Museopedagogisessa yksikössä toteutettiin vuosina 1999-2001 saavutettavuus-projekti, jossa saavutettavuusasiantuntija Sari Salovaara oli projektisihteerinä. Projekti toi saavutettavuus-käsitteen suomalaiseen museomaailmaan ja samalla myös Ateneumiin. Salovaara on kirjoittanut lukuisia saavutettavuuteen liittyviä artikkeleita. Käsittelen tässä lyhyesti näkövammaisten kirjaston Celian kotisivuilla olevaa Salovaaran artikkelia *Ovet auki museoon* (Salovaara 2000), joka on mielestäni hyvä ja ytimekäs johdatus saavutettavuuden eri puoliin.

Käyn läpi joitain saavutettavuuden osa-alueita lainaten Salovaaran artikkelissa esiintyviä määritelmiä.

*”Fyysinen saavutettavuus tarkoittaa sitä, että kaikkien pitää pystyä kulkemaan museoissa turvallisesti ja tiensä löytäen.”*

Kuten aiemmin tuli esille, sekä museokävijät että henkilökunta pitivät tärkeänä,

että infonäytöissä kerrotaan liikkumisesteisille sopivista reiteistä. Tämä sisältökokonaisuus otettiin vain pienin muutoksin uudelleen visualisoituna mukaan.

*”Saavutettavuus eri aistien avulla tarkoittaa paitsi näkö- ja kuulovammaisten palvelemista, myös sen huomioimista, että kaikki museokävijät hyötyvät monipuolisista aistimuksista. Ihmisillä on esimerkiksi erilaisia oppimistyyylejä, yksi ymmärtää parhaiten kuulemansa, toinen näkemänsä ja kolmannelle kineettinen kokemus esim. käsillä tutkiminen on tärkeä.”*

Tämän huomioiminen infonäytöissä tarkoittaa ulkoasun rakentamista siten, että se toimii myös eri lailla värit näkeville ihmisille. Tämän lisäksi tavoitteena oli jalostaa tieto ja kielenkäyttö mahdollisimman ymmärrettävään muotoon ja niin, että visuaalinen ja sanallinen viesti tukevat toisiaan helpottaen tiedon omaksumista.

*”Tiedollista saavutettavuutta on kaikki se, mikä auttaa museokävijää hahmottamaan näyttelyissä olevien esineiden tai teosten taustoja ja yhteyksiä.”*

Infonäyttöjen pääasiallinen funktio on tiedottaa näyttelystä ja niihin liittyvistä oheistapahtumista, sekä esitellä kokoelmia ja erilaisia museoon liittyviä asioita aina liikkumisesta Ateneumin ystävien esittelyyn. Tämän kaiken tavoitteena on lisätä kiinnostusta museota kohtaan ja kertoa toiminnoista, jotka syventävät tai antavat erilaisia näkökulmia taiteeseen.

*”Tiedottamisen saavutettavuus tarkoittaa esim. esitteiden selkeyttä sekä visuaalisesti että kielellisesti, saavutettavia verkkosivuja ja kohdistettua mainontaa. Tiedot museon saavutettavuudesta ovat tärkeä osa kaikkea tiedottamista. Esim. museoiden näkövammaispalveluja ei osata käyttää ellei yleisölle tiedoteta niistä.”*

Infonäyttöjen tarkoitus on tukea ja täydentää museon muuta tiedotusta ja antaa kimmokkeita erilaisille ryhmille tutustua museopalveluihin tarkemmin.

Infonäyttöjen tulisi pohjautua nimenomaan sellaisten viestien välittämiseen, jotka ovat sille muodoltaan tarkoituksenmukaisia. Näyttöjen vahvuuksiin kuuluu liikkuvan kuvan ja sitä kautta vahvan visuaalisen viestin välittämisen

mahdollisuus. Animaatioiden avulla museossa liikkuminen hahmottuu kenties paremmin kuin paperiesitteistä, jotka kuitenkin ovat tarpeen täydentämässä tiedotusta.

*”Sosiaalinen ja kulttuurinen saavutettavuus tarkoittaa sitä, että kokoelmat, näyttelyt ja tapahtumat heijastelevat kohderyhmien kiinnostuksen kohteita. Museoon mennään vain jos siellä on jotain, mikä 'kolahtaa' ja liittyy juuri minun elämäkokemukseeni.”*

Kävijöistä huomattava osa tulee ulkomailta. Kulttuuriseen saavutettavuuteen liittyy myös ajatus siitä, että huomioidaan erilaisten kulttuurien, myös alakulttuurien, edustajat niin tiedotuksessa kuin palvelun laadussa ja suvaitsevaisuudessakin.

Ateneum profiloituu museokentässä kansallisgalleriana, josta löytyy etenkin suomalaisen taiteen klassikoita. Infonäyttöjen kokoelmaesittelyssä on tarkoitus vahvistaa tätä mielikuvaa ja muistuttaa ihmisiä museosta löytyvistä teoksista. Kokoelmaesittelystä kerron enemmän luvussa kahdeksan.

*”Asenteellinen saavutettavuus on avainasemassa, koska sillä voitetaan monia muita esteitä. Jos museohenkilökunta on helposti lähestyttävissä, joustavaa, eikä pelkää kommunikoimista monenlaisten ihmisten kanssa, ovat lähtökohdat hyvät. Henkilökunnan kouluttautuminen ja tiedon hankinta auttavat tekemään hyviä ratkaisuja.”*

Käsitän tämän kohdan infonäyttöjen osalta niin, että kävijöitä ei ali- eikä yliarvioida, tieto näyttyy yleisöystävällisessä muodossa noudattaen Atenemin talotyyliä.

#### **4.4 Elämyksellisyys**

Pat Jordan on tarkastellut tuotteiden käyttöön liittyvää mielihyvää (Mattelmäki & Battarbee 2000, 147). Hänen mukaansa käyttäjän tarpeista tärkein on toimivuus ja käytettävyys, mielihyvä seuraa vasta näiden jälkeen. Mielihyvä on enemmän kuin käytettävyyden mittarina mainittu tyytyväisyys. Epämiellyttävien tuotteiden yhteydessä mainitaan usein käytettävyyden puute, huono toimivuus, uskottavuuden puute ja huono estetiikka. Nämä herättävät monenlaisia tunteita

ärsytyksestä aggressioon ja petetyksi tulemisen tunteeseen. Neutraalia käyttöliittymää ei oikeastaan ole, ja tunteet ovat osa käyttäjän kokemusta. Jordan on jakanut mielihyvän neljään eri luokkaan:

1. *Physio pleasure* on mielihyvää, joka syntyy aistien kautta. Tuotteen miellyttävä tuntu, tuoksu tai maku luovat mielihyvää. Infonäytöt ovat vain katselua varten, joten tämänkaltaista mielihyvää niiden on hyvin vaikea tarjota.
  2. *Socio Pleasure* on mielihyvää, joka syntyy muiden kanssa kommunikoimisesta ja yhdessä olemisesta. Tuotteet voivat helpottaa yhdessä olemista monella tavalla: ne voivat olla tekemisen keskipisteenä ja kommunikoinnin aiheena. Kun tämän projektin loppuvaiheessa uudet infonäytöt asennettiin, kahvilan näytön ympärille kerääntyi ihmisiä vilkkaaseen keskusteluun. Näyttöjen yhtenä funktiona onkin herättää keskustelua, ja etenkin kokoelmaesittelyjen on ajateltu toimivan tässä roolissa.
  3. *Psycho pleasure* on mielihyvää, joka syntyy tehtävien suorittamisesta. Työkalut voivat tehdä tehtävän suorittamisesta tyydyttävän ja mielihyvää tuottavan. Infonäytöt voivat auttaa museovierailijoita tiedonhaussa ja nostaa esiin museovierailua helpottavaa tai syventävää tietoa.
  4. *Ideo pleasure* on mielihyvää, joka syntyy esimerkiksi tuotteen estetiikasta tai sen sisältämistä arvoista kuten ympäristöystävällisyydestä. Infonäytöissä tunnelma, väritys, kompositio ja rytmi voivat luoda tämälntyyppistä mielihyvää.
- (Mattelmäki & Battarbee 2000, 147)

#### 4.5 Vuorovaikutteisen kokemisen malli

John Falk ja William Boyd hahmottelevat kirjassa *The Museum Experience*<sup>4</sup> eräänlaista vuorovaikutteisen kokemisen mallia (Falk & Boyd 1992, 133). Museokävijän kokemukseen vaikuttaa kirjoittajien mukaan henkilökohtaisten, sosiaalisten ja fyysisten kontekstien vuorovaikutus.

1. Henkilökohtaiseen kontekstiin kuuluvat muun muassa ihmisen kokemus, tiedot, mielenkiinnon kohteet ja motivaatio. Käyttäytyminen ja oppiminen museossa on hyvin erilaista ensikertalaisella kuin kokeneella

---

<sup>4</sup> Englanniksi *the Interactive Experience Model*.

museokävijällä. Myös muun muassa Screven kiinnitti tähän asiaan huomiota: ihmisen tausta ja elinolot vaikuttavat siihen, mihin kävijä kiinnittää huomiota (katso luku 4.1.2).

2. Museovierailut tapahtuvat aina sosiaalisessa kontekstissa. Useimmat tulevat museoon ryhmän, perheen tai ystävien seurassa, mutta myös yksittäiset museokävijät joutuvat tavalla tai toisella muiden museokävijöiden tai museohenkilökunnan vaikutuspiiriin. Museokokemus riippuu siitä, millaisen ihmisen (esim. minkä ikäisen), seurassa siellä kulkee.
3. Museo on myös julkinen paikka, jonne yleensä tietoisesti päätetään tulla.

Vuorovaikutteisen kokemuksen mallissa museokävijä rakentaa uudelleen jokaista näitä kolmea kontekstia ja ne vaikuttavat toinen toisiinsa. Tällä tavoin rakennettu todellisuus on aina yksilöllinen ja on mahdotonta täysin kontrolloida sitä, mihin ihminen kiinnittää huomiota ja miten erilaista tietoa tulkitaan.

#### **4.6 Talotyyli**

Ateneumilla ei projektin alussa ollut graafista ohjeistoa tai selkeää digitaalista talotyyliä, joten lähdin luomaan sitä lähes alkutekijöistä.

Talotyylin suunnittelussa voi olla kyse nykyisen tyylin selkiyttämisestä tai uuden tyylin suunnittelusta. Vanhaa logoa ei kannata hylätä kokonaan, koska sillä saattaa olla oma imagoarvonsa, jonka perusteella instituutio<sup>5</sup> erottuu muista. Vaikka Ateneumilla ei "virallista" logoa ole, sellaiseksi käsitetään Garamod-kirjasintyyppillä kirjoitettu nimi Ateneum.

Talotyyliä luodessa on syytä selvittää seuraavat seikat:

1. Identiteetti: mikä tai mitä instituutio on, mitkä ovat sen vahvuusalueet, erityisosaamisen alueet ja arvot.

---

<sup>5</sup> Käytän tässä kappaleessa lähdemateriaalissa mainittujen yrityksen ja yhteisön sijaan sanaa instituutio, joka kuvaa Ateneumin taidemuseon luonnetta paremmin.



2. Perimä: mistä instituutio on tulossa, millainen historia sillä on. Yrityksen alkutaipaleen ja historian kertominen luo taustaa ja saattaa lisätä yrityksen uskottavuutta ja sitä kohtaan koettua luottamusta.
3. Visio: mihin instituutio on menossa, mikä on sen tavoitetila. Visio muodostaa pitkän aikavälin päämäärän, joka voi olla laadullinen tai määrällinen. Ateneumilla tämä päämäärä on ehdottomasti laadullinen; halu olla alansa johtava yritys ja suunnannäyttävä.
4. Tavoitemielikuva: millaisia mielikuvia yhteisö haluaa herättää itsestään, millaisen kuvan se haluaa välittyvä sidosryhmilleen. Viestit ovat sanallisia tai visuaalisia: mitä yhteisö sanoo ja miltä se näyttää. Sama pätee tuotteisiin ja palveluihin. Laatutuotteen markkinoijan viestissä laadun pitää näkyä ja tuntua.

(Loiri & Juholin 1998, 134 - 137)

Yritystä ja myös tuotteita koskeva visuaalinen ilme on tärkeä profiloitumisen väline. Jokainen visualisointi kertoo aina yrityksen asiakkaille, henkilöstölle ja muille yrityksen kanssa vuorovaikutussuhteessa oleville ihmisille yrityksen kehitystasosta, tuotteiden ja palveluiden laadusta sekä johtamisen periaatteista. Kun yritys on määritellyt oman tyyliinsä, sen on laadittava myös strategia tyylin toteuttamiseksi käytännössä.

#### **4.7 Ateneumin kävijätutkimuksista**

Tutkin infonäyttöjen kannalta kiinnostavia tuloksia vuonna 2001 ilmestyneestä kävijätutkimuksesta (Rantala 2001). Näistä tuloksista selviää joitain yleisiä piirteitä museovieraiden taustoista.

Suurin osa kyselytutkimukseen vastanneista oli 55-64 vuotiaita naisia. Seuraavaksi suurin ikäluokka oli 18-24 vuotiaat. Vastaajien koulutustausta oli suhteellisen korkea ja suurella osalla kuvataiteet liittyivät joko työhön tai opiskeluun. Ateneumissa ensi kertaa käyneistä huomattava osa oli koululaisia tai opiskelijoita.

Enemmistö vastasi käyvänsä museossa enemmän kuin kerran vuodessa. Aktiivisia kävijöitä, 5-10 kertaa vuodessa käyviä, oli noin 27 prosenttia. Luvusta voisi päätellä, että infonäyttöjen tarjonnan tulisi todella olla ajankohtaista ja vaihtelevaa, sillä tämä kohderyhmä on todennäköisesti motivoitunein

käyttämään esimerkiksi erilaisia näyttelyihin liittyviä oheisohjelmia kuten työpajoja tai luentoja.

Suurin syy museovierailulle oli nähdä jokin tietty näyttely tai taideteos. Taideteoksista mainittiin erityisesti Helene Schjerfbeckin työt. Seuraavaksi eniten mainintoja sai kansainvälinen kokoelma sekä Akseli Gallen-Kallelan ja Albert Edelfelt yleensä. Yksittäisistä töistä mainittiin mm. Albert Edelfeltin *Luxemburgin puistossa* sekä *Kuningatar Blanka*, jota eräs vastaaja ei ollut löytänyt museosta. Tästä sain erittäin hyödyllistä tietoa infonäyttöjen kokoelmaesittelyihin.

Aukioloajoista, hinnoista ja näyttelyistä kyselyyn vastanneilla oli mielestään riittävästi tietoa. Museon muusta toiminnasta, kuten työpajoista tai näyttelyihin liittyvästä oheisohjelmasta, tietoa oli hieman heikommin.

Ennen museovierailua kävijöistä suurin osa oli vierailut kahvilassa, kirjakaupassa sekä neuvontapisteellä. Museovierailun yhteydessä mainittiin nämä samat paikat todennäköisiksi käyntikohteiksi. Myös Ateneumin neuvonnassa suorittamani haastatteluiden perusteella kahvilan ja kirjakaupan sijaintia kysyttiin useasti, joten näiden kohteiden sijainnin esittäminen infonäytöissä tuntui loogiselta ja tarkoituksenmukaiselta.

Ateneum-salin kävijöistä tehtiin tutkimus vuonna 2000 (Valtion taidemuseo 2000). Salin toimintaa tunsivat suurin osa jonkin verran tai vain vähän. Vastaajista kukaan ei maininnut infonäyttöjä tiedon saannin alkuperänä.

Kysymykseen "mistä ohjelmatyypistä haluaisit erityisesti tietoa" vastauksia tuli suhteellisen tasaisesti, kärkikolmikossa kuitenkin elokuva ja video, seminaarit ja luennot sekä teatteriesitykset. Suurin osa vastaajista ei seurannut mitään ohjelmasarjaa erityisesti.

## 5 NÄKEMISESTÄ TULKINTAAN

Tarkastelen tässä kappaleessa joitain biologisia ja kognitiivisia tekijöitä, jotka vaikuttavat siihen miten ja mitä ihminen huomioi ympäristöstään. Näitä ovat esimerkiksi silmän ja näön toiminta, havaitseminen, tarkkaavaisuus ja edelleen se, miten tulkintoja muodostetaan. Olen pyrkinyt poimimaan tästä todella mittavasta aihepiiristä lyhyesti vain olennaisen ja kiinnostavan tätä lopputyötä ajatellen.

### 5.1 Näkeminen

Näkötarkkaavaisuudella on ajateltu olevan fokus eli valokeilan kaltainen keskus, jonka kokoon vaikuttaa se, kuinka kaukana kohde on ja kuinka vaativasta tehtävästä on kysymys (Laarni, Kalakoski & Saariluoma 2001, 100). Katseluetäisyyden mittana käytetään näkökulmaa, joka on suoraan verrannollinen katseluetäisyyteen: mitä suurempi näkökulma, sitä suurempi verkkokalvokuva ja selkeämpi näköhavainto (Hatva 1987, 26).

Infonäyttöjen katseluetäisyys riippuu näytön sijainnista. Olen arvioinut keskimääräiseksi katseluetäisyydeksi noin 3-10 metriä neuvonnassa, kahvilassa ja Ateneum-salin edessä oleville näytöille. Ateneumin kujalle osoittavan plasmanäytön katseluetäisyys on suurempi ja katsojat ovat liikkeessä kävellessään näytön ohi. Koska kaikilla näytöillä pyörivät samat sivupohjat eri tavoin järjestettynä, katseluetäisyyden huomioiminen suunnittelussa yksittäisen tiedotteen osalta oli mahdotonta. Olen pyrkinyt suunnittelemaan näytöt niin, että 3-10 metrin etäisyyksiltä näkökulma olisi optimaalisin.

Itse silmän toiminta on sarja tapahtumia, joista mainitsen tässä infonäyttöjenkin katselutilannetta ohjailevan tarkannäön alueen. Ihmisen näkökentällä tarkoitetaan aluetta, jonka silmä pystyy kerralla näkemään (Arlainstituutti). Normaalin näkökentän laajuus sivulle on noin 90 astetta, yläsuuntaan 60 astetta ja alasuuntaan noin 70 astetta. Verkkokalvon keskiosa eli fovea ottaa vastaan sen osan kuvasta, johon katse on kiinnittynyt. Tämä alue on noin 0,1 prosenttia näkökentästä ja tästä syystä esimerkiksi kuvaa katsoessamme tarkennamme jatkuvasti uuteen pisteeseen. Näemme harvoin kuvaa yhdellä kertaa tarkkana, mutta kykenemme muodostamaan siitä tarkan kokonaisuuden monien eri havaintojen perusteella (Díaz 2002).

Koska vain pieni alue näkökentästä voidaan nähdä kerralla tarkasti, ihmisellä täytyy olla jokin tapa hallita visuaalista kenttää. Kuvionäkö on huonompi verkkokalvon uloimmissa osissa, mutta ne reagoivat välittömästi liikehdintään; liike sinänsä on vielä vailla muotoa ja väriä. Liike kuitenkin laukaisee refleksin, jonka johdosta käännämme katseen kohti liikettä ja pyrimme tunnistamaan liikkeen aiheuttajan. (Gregory 1998, 98) Liikkeestä ja animaatiosta kerron lisää luvussa kuusi.

Jotta kuvio erottuisi, siinä täytyy olla kontrastia; erottumiskynnys on riippuvainen kontrastista siten, että mitä pienempi kuvio on, sitä voimakkaampi täytyy kontrastin olla (Hatva 1987, 46-48). Fyysinen ympäristö vaikuttaa kontrastiin ja kirkkauteen. Plasmanäytöt ovat itsessään valonlähteitä, mikä voimistaa kontrastia. Näytöt on kuitenkin sijoitettu valaistuksiltaan hyvin erilaisiin ympäristöihin. Selvästi voidaan havaita, että hämärässä paikassa Ateneuminkujalle osoittavassa näytössä kontrasti ja kirkkaus vaikuttavat suuremmilta kuin kahvilassa, jossa näyttö sijaitsee hyvin valoisassa tilassa lamppujen ympäröimänä. Vaikka näköjärjestelmä mukautuu suhteellisen hyvin erilaisiin valaistusolosuhteisiin, nämä erilaiset tilat vaikuttivat omalta osaltaan infonäyttöjen väri- ja fonttivalintoihin.

Kirkkauden ja värien näkemisessä tapahtuu niin ikään vuorovaikutusta. Syvemmät värit, kuten sininen, tuntuvat mielestämme vähemmän kirkkailta, vaikka valovoima<sup>6</sup> olisi yhtä intensiivinen kuin esimerkiksi punaisella värillä, jolle silmä on paljon herkempi ja joka tuntuu kirkkaammalta (Díaz 2002). Äkillinen kirkkausmuutos näkökentässä on osoittautunut tehokkaaksi huomion sitojaksi. Kohde havaitaan välittömästi myös silloin, kun jokin keskeinen piirre, kuten väri, koko, kontrasti, liikesuunta ja -nopeus, erottaa sen taustasta (Laarni, Kalakoski & Saariluoma 2001, 99). Silmän liikettä voi siis ohjailta jossain määrin kuvallisen ilmaisun keinoin.

Visuaalista hakua koskevat kokeet ovat osoittaneet, että kun tunnistettavan ärsykkeen väri tai muoto pysyy samana koekerrasta toiseen, se löydetään ja tunnistetaan nopeammin (Laarni, Kalakoski & Saariluoma 2001, 99). Automatisoituminen aiheuttaa sen, että tutut kohteet havaitaan helpommin, tottuminen taas sen, että suuntaudumme kohti uusia ärsykeitä. Vielä on epäselvää, mikä on näiden kahden ilmiön vuorovaikutuksen luonne. Vapaasalo

---

<sup>6</sup> Englanniksi *luminosity*

viittaa samaan asiaan mainitsemalla, että informaation käytettävyyden kannalta luodaan tehokkuutta kun "uusi asia näytetään tutussa ympäristössä" tai "tuttu uusissa puitteissa". Poikkeavan ilmiön havaitseminen on hänen mukaansa riippuvainen informaation esittämisen muodosta ja merkitys puolestaan esiintymisyhteydestä (Vapaasalo 2000, 52).

## **5.2 Merkitysten muodostaminen kognitiivisena prosessina**

Informaatiokäsittelyn näkökulmasta hermojärjestelmämme läpi virtaa tietoa, jota muokataan erilaisten vaiheiden kautta. Lisäksi ajatellaan, että järjestelmä kykenee käsittelemään vain rajatun määrän informaatiota kerrallaan. Ne ärsykkeet, jotka ovat käsillä olevan tehtävän kannalta epäolennaisia, jätetään huomioimatta. Siitä ei kuitenkaan olla täysin yhtä mieltä, miten hermojärjestelmä valikoi tietoa. Tarkkaavaisuudella on ilmeisesti keskeinen rooli tietoisien havaintokokemuksen tuottamisessa. (Laarni, Kalakoski & Saariluoma 2001, 96-98)

Tutkijan ja graafisen suunnittelija Anja Hatvan mukaan silmä ei ota tietoa passiivisesti vastaan, vaan etsii vahvistusta odotuksille, joita muiltakin aistikanavilta tulevat vihjeet synnyttävät. Tietoa etsitään kuvan tarjoamien viitteiden perusteella, kuten värien, viivojen suunnan ja sommittelun. Hatva on myös sitä mieltä, että ihmisen koko persoonallisuus, kokemukset, tarpeet ja historia vaikuttavat siihen, kiinnittääkö hän ylipäänsä katsettaan kuvaan tai johonkin muuhun. (Hatva 1987, 12-19)

Hatva kirjoittaa merkitysten ja tulkintojen muodostumisesta kutsuen tapahtumaa aktiiviseksi synteeksiksi (Hatva 1987, 13-19). Aktiivinen synteesi kuvaa käytännössä sitä, kuinka ihmisen muisti toimii. Kun hermojärjestelmä on valinnut kohteen käsittelyyn, se siirtyy muutamiksi sekunnin kymmenysoseksi järjestelmään, jota kutsutaan sensoriseksi muistiksi ja näköaistin yhteydessä ikonimuistiksi. Tämän jälkeen seuraa ensimmäinen tunnistus- ja luokitusvaihe, josta muodostunut ensimmäinen tulkinta havainnosta säilyy niin kutsutussa työmuistissa noin 20 sekuntia ja enimmillään muutamia minuutteja. Tässä vaiheessa havainnosta on jo pudonnut pois tulkitsijan kannalta epäolennaisia seikkoja.

Anja Hatvan mukaan työmuistissa olevasta kuvan esitulkinnaista ihminen tekee

aktiivista synteesiä, jossa verrataan havaintoa säilömuistissa olevaan aiempaan tietoon. Kaikelle vastaanotetulle tiedolle annetaan jokin tulkinta, minkä takia olisikin tärkeä luoda mahdollisimman hyvät olosuhteet hyödyllisille tulkinnoille. Lisäksi aktiivisen synteessin laatiminen vie ihmisen tarkkaavaisuuden siinä määrin, että vain yhtä sanomaa voidaan käsitellä tehokkaasti kerrallaan.

Aktiiviseen synteesiin ihminen valikoi informaatiota tarpeidensa mukaan. On todettu, että nälässä olevat ihmiset tunnistavat enemmän ruokaan ja juomaan liittyviä sanoja kuin kylläiset. Samoin tulkitsemme kuvaa: tietotaustamme pohjalta etsimme piirteitä, jotka vastaavat odotuksiamme ja ovat helposti liitettävissä aikaisempiin käsityksiimme. Jos asiayhteys tai ennako-odotus kohteesta osoittautuu vääräksi, tulkinta hidastuu ja nojaa aistinvaraiseen aineistoon. Aistiperäisen ja muistiperäisen tiedon on sovittava yhteen, jotta signaali voitaisiin hyväksyä ja siirtää säilömuistiin. Mikäli tieto on riittävän vaikuttava tai sitä on useasti kerrattu, se kiinnittyy pitkäkestoiseen säilömuistiin.

### 5.3 Kuvien tulkinta

Kuvan tehtävänä on selvittää ja selittää asioita joita tekstissä sanotaan, taiton tai jutun kokonaisilmeen jäsentäminen sekä lukijan pysäyttämisen ja huomion kiinnittäminen. Kuva voi olla luonteeltaan aihetta täydentävä tai korostava, jolloin kuva vahvistaa tekstin vaikutusta. Kuvitus voi olla myös symbolinen, jolloin kuva ei jatka tekstin sisältöä vaan tuo siihen uuden näkökulman. Symbolikuvalla pyritään antamaan lukijalle ajattelemisen aihetta, lisämakua tai mausteita ja tunnelmia. Kuvitusta suunniteltaessa on otettava huomioon ennen kaikkea se, onko kuva pääasia, kokonaisuutta täydentävä tehokeino, huomion herättäjä vai onko kyseessä kuvareportaasi. (Loiri & Juholin 1998, 53-55) Infonäytöissä saavutettavuussymbolit ja yleiset ei-päivitetävät kuvituskuvat ovat luonteeltaan viestiä vahvistavia ja täydentäviä. Sen sijaan päivittäjä voi harkintansa mukaan käyttää esimerkiksi näyttelyesittelyissä kuvia, joilla on tällainen symbolinen merkitys.

Kuvan tulkinnessa on Hatvan mukaan kolme tasoa.

1. Denotatiivinen taso on kaikille kulttuureille yhteinen ja asiat nähdään niin kuin ne ovat.
2. Konnotatiivinen taso on kulttuurisen tulkinnan mukanaan tuoma taso.

3. Henkilökohtainen taso perustuu tulkitsijan omiin kokemuksiin ja miellelyhtymiin.  
(Hatva 1987, 13)

Konnotatiivinen taso lähtee tässä tapauksessa luonnollisesti meidän länsimaisesta kulttuuristamme, mutta kannattaa pitää mielessä mahdollisia kulttuurisia virhetulkintoja esim. symbolien ja värien käytössä. Tämä liittyy olennaisesti kulttuuriseen saavutettavuuteen.

Toisen näkökulman kuvien tulkintaan tuo Richard Sinatra, jonka mukaan "visuaalinen lukutaito on aiemman visuaalisen kokemuksen jäsentämistä uusien visuaalisten viestien avulla merkitysten muodostamiseksi" (Sinatra 1986, 5). Esimerkiksi saavutettavuussymboleiden käyttö nojaa tämänkaltaiseen kuvien tulkintaan; tuttua symbolia tulkitaan aiemman kokemuksen perusteella.

#### **5.4 Motivointi**

Edellisissä kappaleissa tuli esiin, että kuvan havaitsemiseen vaikuttaa muun muassa se, mitä aikaisemmin on nähnyt. Tottuminen tai kyllästyminen saattaa johtaa siihen, että asioita ei enää havaita yhtä tehokkaasti. Kuitenkin jatkuvuus on hyvä säilyttää, sillä se keventää työmuistin kuormitusta; kun esimerkiksi taitto on opittu, ponnisteluja ei tarvitse tuhjata kaikkien piirteiden analysointiin. Kuvasarjassa esimerkiksi pysyvien tietojen paikka, symbolien sijainti sekä värien merkitysten vakioisuus keventävät tätä kuormitusta.

Motivointi onkin tärkeä osa havainnon muodostamiseen johtavaan prosessiin ohjaamisessa. Yleensä museokävijöillä on motivaatio eli tarkoitus museovierailuunsa. Infonäyttöjen sisältö, kuvat tai grafiikka voivat antaa kimmokkeen museovierailuun, mikäli ne herättävät kiinnostuksen käsiteltävään aiheeseen ja käynnistävät havaintosyklin. Ne voivat myös suunnata tarkkaavaisuutta esimerkiksi kuvien ja tekstin yhteyksien kautta. Motivointi voi mielestäni myös tapahtua tiedollisten ristiriitojen luomisen kautta suhteessa henkilön aiempiin mielikuviin. Tämän vuoksi yllättävienkin rinnastusten tai asiayhteyksien esittäminen voisi olla hyödyllistä. Esimerkkinä mainittakoon jälleen kokoelmaesittelyt, joissa voidaan tehdä yllättäviä rinnastuksia erilaisilla teoksilla.

Yksi perinteinen motivoinnin keino perustuu samaistumiseen: sisältö ei saa olla liian etäistä ja sen tulisi herättää turvallisuuden ja tuttuuden tunnetta sopivassa määrin. Informaatiosuunnittelussa onkin tärkeää samaistua kielenkäytössä riittävästi kohderyhmään.

## **6 VÄRIT, KOMPOSITIO JA ANIMAATIO**

Infonäyttöissä värit näyttelevät tärkeää osaa. Niiden avulla olen pyrkinyt luomaan koodiston, joka auttaa asiayhteyksien ja sisällön ymmärtämisessä. Värit luovat viihtyisyyttä ja näyttö väreineen toimii myös psykologisena maisemana. Värit vaikuttavat ihmisiin eri tavoin iän, syntyperän, sukupuolen ja psyykkisen kehitysvaiheen mukaan. Värien lisäksi kompositiolla ja animaatiolla pyritään kiinnittämään katsojan huomio, helpottamaan tiedon omaksumista sekä tuottamaan esteettistä mielihyvää. Käyn tässä luvussa läpi joitain väreihin, sommitteluun ja animaatioon liittyviä keskeisiä tekijöitä.

### **6.1 Väreistä**

Käyttöliittymää suunnitellessa kannattaa värien osalta huomioida ainakin seuraavat seikat: asiakkaan värit sekä tuoteperheen ja tuotteen tunnusvärit, orientointi eri toimintoihin, toiminnan luonne, toiminnan kestoaika, toiminnan toistuvuus, värin oma vaikutus ja värien vuorovaikutus, käyttäjien ikä ja mahdollinen värisokeus.

Ihminen, jolla on terve näköaisti, kykenee erottamaan 160 eri värisävyä. Kun otetaan huomioon jokaisen sävyn voimakkuuden ja vaaleuden vaihtelut, pystyy värierotteluun harjaantunut henkilö erottamaan jopa satojatuhansia eri värejä. Harjaantumattomalla vastaava luku on parikymmentä. Noin kahdeksan prosenttia miehistä ja 0,5 prosenttia naisista on värisokeita. Eriasteinen punavihersokeus on yleisin värisokeuden laji ja pidetään ilmeisenä, että punavihersokea kokee punaisen vihreää tummempana. Värisokeat erottavat erilaiset väripinnat sävyerojen perusteella. (Rihlana 1997, 12-87)



Väridynamiikka käsittelee värien keskinäistä vuorovaikutusta eli väri-induktiota. Vaihtelevien sävyäistimusten lisäksi värit synnyttävät liike-, etäisyys- ja lämpöaistimuksia.

Värisoinnutuksella etsitään tarkoituksenmukaisia ja sopusointuisia väriyhdistelmiä eli väriharmonioita. Tällöin tulee huolehtia muun muassa siitä, että väri soveltuu ympäristöönsä, värit soveltuvat toisiinsa, ne soveltuvat kohteen käyttötarkoitukseen sekä ovat määrällisesti oikeassa suhteessa toisiinsa ja ympäristön väreihin. Lisäksi tulisi huomioida, etteivät todennäköiset valaistusolosuhteiden muutokset aiheuta olennaista muutosta värien keskinäisiin suhteisiin.

Rihloma viittaa *Värioppi* –teoksessaan väriasiiantuntija Faber Birreniin, joka on tehnyt luettelot väreistä niiden näkyvyyden, huomionherättämiskyvyn ja tekstiyhdistelmien luettavuuden mukaan. Näkyvyydeltään paras väri on punainen, tämän jälkeen tulevat vihreä ja keltainen. Myös huomionherättäjänä punainen on paras, tämän jälkeen tulevat oranssi ja keltainen. Tekstiyhdistelmistä luettavimpia Birrenin mukaan ovat musta keltaisella, vihreä valkoisella ja punainen valkoisella. Musta valkoisella on viidennellä sijalla Birrenin taulukossa. (Rihloma 1997, 102)

Koska tekstien on sovittava kokonaisuuteen, päätin pitäytyä näyttöjen leipätekstissä musta-valkoinen yhdistelmässä. Sisältökenttien otsikot ovat sen sijaan teemasta riippuen joko punaisia, vihreitä tai oransseja valkoisella pohjalla<sup>7</sup>. Otsikoiden erottumiskyky olisi tämän taulukoinnin mukaan parempi kuin itse tekstimassan, mikä mielestäni ajaa tarkoitustaan huomionkiinnittäjänä. Ero otsikossa ja leipätekstissä helpottaa myös kokonaisuuden hahmottamista infonäytöltä, jota katsotaan yleensä muutamien metrien päästä.

Väriäistimukseemme vaikuttaa olennaisesti kohteen lisäksi valaistus, jossa kohdetta tarkastelemme. Rihloman mukaan valaistus ja väritys tulisi suunnitella samanaikaisesti, sillä eri valonlähteet muuntavat saman pinnan täysin eriväriseksi (Rihloma 1997, 131). Infonäyttöjä suunniteltaessa oli sopeuduttava olemassa oleviin valaistusolosuhteisiin. Etenkin kahvilassa ja neuvonnassa vaihtelevat voimakkaasti runsas päivänvalo ja keinovalo.

---

<sup>7</sup> Koska pidän täysin valkoista taustaväriä ongelmallisena infonäytöissä, valkoista tekstikenttää ympäröi värillinen reuna.

## 6.2 Sommittelu

Värien lisäksi kompositio eli sommittelu vaikuttaa yksittäisen kuvan ja animaatioiden välittämiin merkityksiin. Tutkijat Gunther Kress ja Theo van Leeuwen ovat listanneet kolme asiaa, joihin kompositio vaikuttaa:

1. Informaatioarvo syntyy elementtien sijoittelusta kuvan eri alueille; vasemmalle, oikealle, ylös, alas, keskelle tai reunaan.
2. Huomioarvo syntyy, kun elementit on tehty herättämään katsojan huomio eri asteilla. Huomioarvoon vaikuttaa esimerkiksi koko, kontrasti, väri, tarkkuuserot tai se, onko elementti sijoitettuna joko kuvan etu- tai taka-alalle.
3. Rakenne tai kehystäminen näyttää, kuuluvatko elementit yhteen tai ei. Infonäytöissä tietynlainen visuaalinen järjestys sitoo erilaiset tiedotteet toisiinsa ja muodostavat näin kokonaisuuden. Samoin laite eli tässä tapauksessa plasmanäyttö, sitoo tiedotteet yhdeksi kokonaisuudeksi: infonäytöillä ei ole muuta tarjontaa.  
(Kress & van Leeuwen 1996, 183)

Nämä kolme periaatetta eivät päde vain yksittäisille kuville, vaan kaikenlaiselle visuaaliselle sommittelulle tekstin, kuvan tai muiden graafisten elementtien suhteen niin lehden sivulla, televisiossa kuin tietokoneruudullakin.

Tekstiä ja kuvaa tarkastellaan yhdessä, yhtenä tekstinä. Kress ja van Leeuwen erottavat kaksi erilaista koodistoa, joiden puitteissa teksti tarjoaa merkityksiä: tilallisen komposition koodin sekä rytmien eli ajallisen komposition koodin. Ensimmäinen operoi teksteissä, joissa kaikki elementit ovat samaan aikaan läsnä kuten maalauksissa tai lehden sivuilla. Jälkimmäinen toimii puolestaan teksteillä tai elementeillä, joilla on ajallinen ulottuvuus, kuten esimerkiksi puheilla, musiikilla tai tanssilla. Infonäytöissä toimivat molemmat koodit: tilallisen komposition koodi näyttäytyy ajallisen komposition sisällä. Erilaisten tiedotteiden sisältöosuudet otsikoineen, kuvituskuvineen ja leipäteksteineen ovat pääsääntöisesti yhdellä kerralla nähtävissä. Se mikä niihin johdattaa tai tulee niiden jälkeen, toimii ajallisen komposition periaatteilla ja rytmillä on tärkeä rooli kokonaissommittelussa.

Suunnittelijat Kevin Mullet ja Darrell Sano vannovat yksinkertaisuuden nimiin teoksessaan *Designing Visual Interfaces*. Yksinkertaisuuden edut ovat esteettisyyden lisäksi funktionaalisia eli yksinkertaistaminen auttaa tekemään

tuotteesta helposti lähestyttävän, tunnistettavan, välittömän ja käytettävän. Yksinkertainen design on nopeasti ymmärrettävissä, minkä johdosta kyseessä olevaan asiaan on helpompi ja houkuttelevampi tutustua syvemmin. (Mullet & Sano 1995, 18-19)

Asioiden järkevä organisointi ruudulla ja visuaalinen rakenne tarjoavat keinoja kokea tuote ja tieto systemaattisesti. Rakenne vaikuttaa primitiivisimmällä tasolla, sillä se on ensimmäinen mitä katsoja näkee alkaessaan purkaa kyseessä olevaa informaatiota. Ulkoasun rakenne sitoo myös hyvin erilaiset elementit yhteen mahdollistaen näiden yhteistyön viestinnässä. Johdonmukainen ja kontrolloitu design helpottaa myös navigointia eri elementtien välillä ja auttaa löytämään katsojaa kiinnostavat asiat. (Mullet & Sano 1995, 91) Infonäytöillä yksinkertaisuus on ehtona muun muassa designin pitkäikäisyyden, sisällön ymmärrettävyyden ja päivitettävyyden takia.

### **6.3 Animaatio**

Kuten kappaleessa viisi kävi ilmi, animaatio on hyvä huomion kiinnittäjä. Myös käytettävyysasiantuntija Jakob Nielsen kirjoittaa artikkelissaan "Guidelines for Multimedia on the Web", että ihmisen näköpiirissä oleva liikkuva kuva dominoi tarkkaavaisuutta. Vaikka artikkeli on kirjoitettu ensisijaisesti www-suunnittelua varten, siinä on mielestäni muutamia tähänkin sopivia hyviä huomioita. (Nielsen 1995)

Nielsenin mukaan animaatiolla voi olla muun muassa seuraavia funktioita: siirtymien kuvaus, muutoksen havainnollistaminen, kolmiulotteisten rakenteiden visualisointi, syvyysvaikutelman korostaminen liikkeellä sekä edellä mainittu huomion kiinnittäminen.

Infonäyttöjen animaatiolla on pyritty korostamaan näitä funktioita. Siirryttäessä asiakokonaisuudesta toiseen, koko sivupohjan muuttuu. Asiakokonaisuuksien sisällä animaatiot luonnollisesti kuvaavat siirtymää sekä muutosta joko asiasta tai kieliversiosta toiseen. Animaatiolla pyrin myös korostamaan asiayhteyttä animoimalla otsikot ja viivat niin, että silmä nappaisi liikkeen ja havaitsisi elementit tietyssä järjestyksessä. Animaatiolla on myös viihdyttävä ja johdatteleva merkitys: joissain sivupohjissa ennen varsinaista sisältöosuutta on intro, jonka tarkoituksena on herättää katsojan huomio ja uteliaisuus sekä luoda

tunnelmaa.

Pidin animoinnissa perussääntönä rauhallisuutta ja säännönmukaisuutta. Yritin välttää liian nopeita ja levottomia siirtymiä sekä turhaa animointia. Siirtymien animoinnissa olen käyttänyt pääasiassa kolmea eri tapaa: verhomainen siirtymä kuvasta toiseen, tekstien kohdalla häivyttäminen ja otsikoissa koon muuttaminen.

## **7 TIEDON JÄRJESTÄMINEN INFONÄYTÖISSÄ**

Käyn tässä kappaleessa läpi erilaisia tiedon järjestämisen tapoja infonäytöissä perustuen kappaleessa neljä esiteltyihin malleihin. Infonäytöissä tiedon järjestäminen tuntui luontevalta ensi-sijaisesti kategorisoinnin kautta eli laajemmassa mittakaavassa lajityypeittäin sekä yksittäisen animaation sisällä.

### **7.1 Lajityyppihin perustuva järjestys**

Aloittaessani projektin, otin käyttöön ensimmäisessä infonäyttöhankkeessa käytetyn jaottelun erityyppisiin animaatioihin. Päätin säilyttää osan tästä jaottelusta sekä nimet, joita osioista käytettiin, tehden kuitenkin joitain pelkistys- ja täsmennyksiä. Viittaan esimerkeissä sivupohjien nimiin, joista löytyy lista liitteestä yksi ja näytteet CD:ltä.

Tässä mallissa tiedotteet on jaettu kolmeen tyyppiin: Attention, Intermezzo ja Promenade –nimisiin kategorioihin.

#### **1. Attention**

- lyhyitä, tietoiskumaisia tiedotteita
- päivittäisinformaatiota muun muassa ohjelmamuutoksista
- esimerkkinä sivupohjista tiedote 2

#### **2. Intermezzo**

- tulevista näyttelyistä, oheisohjelmasta ja muista vastaavista tapahtumista

- kertovia kuvallisia tiedotteita
- esimerkkinä sivupohjista näyttely 1

### 3. Promenade

- kokoelmaesittelyitä
- rakennukseen ja siellä liikkumiseen liittyviä esittelyitä
- esimerkkinä sivupohjista kokoelma 1

## 7.2 Sisältöön perustuva järjestys

Sisältöön perustuva järjestys näkyy hyvin liitteessä kaksi olevasta listasta. Sen perusteella sivupohjat voidaan jakaa näyttelyihin, kokoelmiin, erilaisiin tapahtumiin, yleistiedotteisiin sekä rakennukseen liittyvien palveluiden ja liikkumisen esittelyihin. Samoin sivupohjat voidaan jakaa päivitettäviin ja ei-päivitettäviin sisältönsä perusteella.

Sisältöön perustuva järjestys vaikuttaa niin kutsutussa ajolistassa (liite 3), eli siinä järjestyksessä, jossa eri sivupohjat näytetään. Ajolistan pohjalla on pysyvä joukko spotteja eli yksittäisiä esityksiä, kuten kokoelmaesittely tai tervetuloivotus, jotka näkyvät huolimatta siitä, päivitetäänkö niitä vai ei. Ajolistaan on määritelty omat paikat sivupohjille, jotka näkyvät päivittäjän määrittelemän ajan. Jos esimerkiksi työpajoihin liittyviä tiedotteita ei ole päivitetty, ne eivät näy infonäytöissä.

Ajolistan järjestys perustuu siihen, miten erisisältöiset sivupohjat loogisesti seuraavat toisiaan sekä siihen, miten ne rytmittyvät ja näyttäytyvät kokonaisuutena. Kokonaisuutta on kuitenkin vaikea suunnitella lopullisesti, sillä se riippuu siitä, mitä kulloinkin on päivitetty ja määritelty näkymään.

## 7.3 Sijaintiin perustuva järjestys

Heti alkuvaiheessa tuntui luontevalta pohtia sitä, mikä on eri paikoissa sijaitsevien näyttöjen luonne. Tätä seikkaa tuki myös käyttäjälähtöinen ajattelutapa eli miten eri näyttöjen funktiot eroavat toisistaan ja minkä tiedon esittäminen olisi tarkoituksenmukaisinta kussakin näytössä.

Sijaintiin perustuva järjestys näkyy myös ajolistoista. Eri paikoissa sijaitsevilla näytöillä on omat luonnolliset sisältönsä. Esimerkiksi Ateneum-salin edustalla oleva näyttö sisältää Ateneum-salin toimintaa ja tapahtumia esitteleviä tiedotteita. Neuvonnan yläpuolella olevan näytön sisältö painottuu sellaisen informaation esittämiseen, jota neuvonnasta muutenkin yleisesti haetaan. Kahvilan sisällöt ovat painottuneet lievästi visuaalisempaan suuntaan sisältäen esimerkiksi kokoelmaesittelyt<sup>8</sup>. Ateneuminkujan näytössä pyörivät luonnollisesti tervetuloitotukset ja aukioloajat sekä näyttelymainokset. Ateneuminkujan sisäänkäynti toimii myös pyörätuolilla tai rattaiden kanssa liikkuville, joten siellä näkyy liikuntaesteisten sisäänkäyntiä merkitsevä spotti.

#### **7.4 Värihin perustuva järjestys ja värien saavutettavuus**

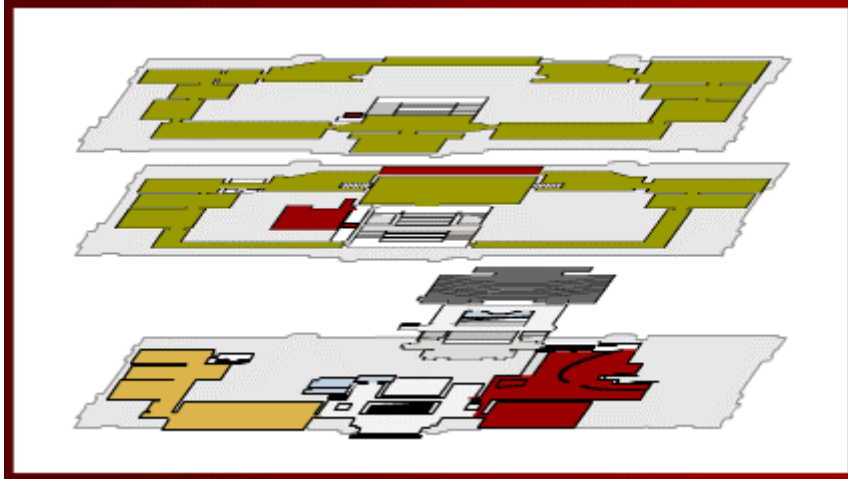
Infonäytöt on sisältönsä perusteella jaoteltu värikoodein helpottamaan ja tukemaan ymmärtämistä (ks. liite 3). Tavoitteenani oli tehdä värikoodistosta mahdollisimman intuitiivinen niin, että värit tukevat muuta viestintää meille ennestään tuttujen käytäntöjen kautta. Esimerkiksi meidän kulttuurissamme punainen väri aktivoi eniten toimintaan (Rihloma 1997, 109). Halusin myös toistaa samoja värejä loogisesti monessa yhteydessä, kuten esimerkiksi pohjakartoissa, jotta ne tulisivat nopeasti tutuksi katsojalle ja helpottaisivat sisällön hahmottamista.

Punainen alue pohjakartassa merkitsee aktiivista aluetta, jossa ei ole varsinaisia näyttelyitä tai kokoelmia, vaan oheistapahtumia, yleisiä oleskelutiloja ja niin edelleen. Niin ikään sivupohjissa punainen väri merkitsee toimintaa, se on opastuksien ja työpajojen sekä ajankohtaisten tiedotteiden tunnusväri. Pohjakartassa poikkeuksen tekee Ateneum-sali, jolla on tässä kokonaisuudessa teatteri-tilana hieman erilainen rooli ja jonka tunnusväriksi oli jo valmiiksi vakiintunut tummanharmaa. (Kuva 5)

---

<sup>8</sup> Käytännössä Kahvilassa pyörivät tällä hetkellä samat tiedotteet kuin neuvonnassa. Näiden lisäksi viihteellisemmästä puolesta vastaavat erilaiset kokoelmaesittelyt.

Kuva 5. Liikkuminen



Vaihtuvien näyttelyiden väri on murrettu keltainen tai ruskea, joka toistuu pohjakartassa näyttelyn sijaintia ilmaisevana värinä ja tunnusvärinä näyttelyinfoissa. Kokoelman väriksi puolestaan valitsin murretun vihreän, joka niin ikään toistuu pohjakartassa sekä kokoelmaesittelyiden tunnusvärinä.

Yksittäisen tiedotetyypin värimaailma perustuu pitkälti yksisävyharmoniaan, mikä tarkoittaa värien samansävyisyyttä. Ruutu on jaettu väreillä aktiiviseen alueeseen, jolla päivittyvät ajankohtaiset tiedotteet sekä otsikkokenttään jossa on myös mahdollinen saavutettavuussymboli. Tämä auttaa hahmottamaan nopeasti tiedotteen rakenteen ja tukee sisällön ymmärtämistä. (kuva 6)

Kuva 6. Näyttely 3

**NÄYTTELYT**  
UTSTÄLLNINGAR EXHIBITIONS

**GRANBERGIN KOKOELMA**

Maalauksia 1800-luvun mestareilta.

15.2-11.5.2003  
Pohjakerros

The poster has a gold border. At the top, the word 'NÄYTTELYT' is written in a large, bold, serif font, with 'UTSTÄLLNINGAR EXHIBITIONS' in a smaller font below it. On the left side, there is a painting of two ducks, one white and black, and one brown. To the right of the painting, the text 'GRANBERGIN KOKOELMA' is written in a bold, sans-serif font. Below that, the text 'Maalauksia 1800-luvun mestareilta.' is written in a smaller font. At the bottom, the dates '15.2-11.5.2003' and the location 'Pohjakerros' are listed.

Värit ovat voimakkaita, maanläheisiä ja erottuvia. Sävyt ovat pääsääntöisesti lämpimiä, jotka luovat lähellä olemisen vaikutelman ja soveltuvat miljööseen.

## 7.5 Yhden tiedotteen sisäinen järjestys

Yksittäisen tiedotteen järjestys pyrkii noudattamaan suhteellisen yhtenäistä linjaa, joka vaikuttaa siihen, miten ihminen löytää ja omaksuu tietoa näytöltä. Tässä on esimerkkinä opastukseen liittyvä tiedote. (kuva 7)

Ensin näytöllä näkyy tunnusväri. Tämän jälkeen tulee esiin otsikko, kaikilla kolmella kielellä, sekä mahdollisesti saavutettavuussymboli tukemaan viestin sisältöä. Sitten ilmestyy esityksestä riippuen jonkinlainen tunnuskuva, jonka alta ilmestyy varsinainen informaatio, ensin suomeksi, sitten ruotsiksi ja viimeisenä englanniksi.

*Kuva 7. Opastus 1*



Alussa on tarkoitus orientoida ja herättää katsojan mielenkiinto aiheeseen liittyvällä introlla. Mikäli siirryttäisiin suoraan sisältöön, saattaisi informaatio mennä ohi jäsentymättömänä tekstimassana. Eli Shedroffin mallia mukaillen, tarkoituksena on ollut luoda sisällön ympärille viitekehys monenlaisin keinoin, jotta puhtaasta datasta tulisi mahdollisimman ymmärrettävää ja miellyttävää tietoa omaksua juuri infonäyttöjen kaltaisen välineen kautta.



## 8 SIVUPOHJAT

Infonäyttöjen sivupohjat on tehty niin, että raamit pysyvät samoina ja sisältö muuttuu. Päivittäjän vastuulla on muotoilla sisältö ymmärrettävään muotoon ja valita kuvamateriaali kuhunkin tilanteeseen tarkoituksenmukaisesti. Ensimmäisen kokonaisuuden teko tuli kuitenkin minun vastuulleni, sillä päivitystyökalu valmistuu vasta hieman myöhemmin. Sisällöistä päätimme yhdessä työryhmän kanssa, ja tekstisisällöt ovat pääsääntöisesti heidän käsialaansa. Päivityvän kuvamateriaalin valinnassa otin huomioon muissa esitteissä olevat kuvat, jotta näyttelymainonta olisi mahdollisimman johdonmukaista ja yhtenäistä eri medioissa.

Pääperiaatteena infonäyttöjen rakenteesta voisi todeta, että erilaisten sivupohjien raamit ja otsikkofontti pysyvät yleensä samoina. Väri ja joissain tapauksissa saavutettavuussymboli muuttuvat aiheen mukaan. Vain sisältöosuus eli päivitettävät teksti- ja kuvakentät muuttuvat aktiivisesti. Pysin luomaan eheän visuaalisen linjan, jonka puitteissa sivupohjat varioisivat sisällön perusteella niin, että ne olisivat helposti tunnistettavissa tietyntyyppisiksi tiedotteiksi. Yritin kuitenkin välttää liian yhtenäistä ja turruttavaa tyyliä, jotta mielenkiinto katsomistilanteessa pysyisi yllä. Vaikka infonäyttöjen pääfunktio on tiedottaminen, haluttiin niillä myös luoda tunnelmaa.

Siirtymän asiasta toiseen olen animoinut, kuten luvussa kuusi mainitsin, verhomaiseen tyyliin tai häivyttämällä. Useampi siirtymää kuvaava animaatio tuntui turhalta ja nyt animoinnissa on säännönmukaisuutta ja toisaalta riittävää variaatiota. Verhomainen siirtymä tuo animaatioihin jonkinlaista leikkisää epäsäännöllisyyttä ja häivyttäminen puolestaan rauhallisuutta.

Otsikkofontiksi valitsin Garamondin vahvistamaan mielikuvaa Ateneumin talotyylistä<sup>9</sup>. Päivitettävään tekstiin valitsin päätteettömän Arial Blackin, joka on selkeä ja erottuva perusfontti.

Saavutettavuussymbolit on juuri uudistettu ja ne ovat Maria Appelbergin käsialaa. Symbolien on tarkoitus tulevaisuudessa toistua samoina eri medioissa; niin www-sivujen pohjakartoissa kuin paperiesitteissäkin. Kerrosten nimet muuttuivat myös verrattuna edellisiin näyttöihin ja tulevat toistumaan samoina eri esitteissä.

---

<sup>9</sup> Ateneumin "logon" kirjasintyyppi.

Käyn tässä kappaleessa läpi sivupohjat ja niiden rakenteet niin, että listaan lopuksi päivitettävät osiot. Ensiksi kerron kuitenkin teknisistä lähtökohdista.

### **8.1 Tekniset lähtökohdat**

Tämän projektin tekniset lähtökohdat olivat hyvin yksinkertaiset ja ne haluttiin myös pitää sellaisina. Suurin tekninen uudistus liittyi päivitystyökaluun, muutoin infonäytöt toteutettiin samalla tekniikalla kuin aiemmin eli Flash –ohjelmalla. Koska tekniset lähtökohdat liittyvät pitkälti päivitystyökaluun, jätän niiden käsittelyn hyvin pinnalliseksi.

Ensimmäisessä vaiheessa ennen päivitystyökalun käyttöönottoa infonäytöt pyörivät kukin omalla koneellaan, mutta jatkossa ne siirretään yhdelle tehokkaammalle koneelle. Ensimmäisessä vaiheessa tempon määrittäminen oikeaksi oli hankalaa siksi, että nuo vanhat koneet olivat paljon tehottomampia kuin se, jolla animaatiot on tehty. Vasta sitten kun sivupohjat on siirretty tehokkaammalle koneelle, saadaan realistinen käsitys temposta ja rytmistä.

### **8.2 Tervetuloa**

Infonäyttökokonaisuuden aloittaa tervetuloivotus, jonka painopiste on visuaalisen tunnelman luomisessa ja aukioloajoista sekä pääsymaksuista informoimisessa. Tervetuloivotus on eräänlainen tunnus tai avauspuheenvuoro, jonka perusteella katsoja saattaa jo luoda jonkinlaisia odotuksia tulevasta.

Ateneumilla ei varsinaisesti ole mitään tunnusväriä ja päätin valita tummansinisen, joka on samalla tyylikäs ja sopii Ateneumin miljööseen. Kuten kaikissa sivupohjissa, elävöitin taustaväriä eri sinisen sävyillä ja tässä tapauksessa vielä taustalla olevalla Ateneumin julkisivupiirroksella. Logon ohella tunnuksiksi nousee alussa esiin tuleva hahmo Ateneumin julkisivun päätykolmiosta.

Kuva 8. Tervetulotoivotus



Tervetulotoivotus, päivitettävät osat:

- aukioloajat: suomi, ruotsi, englanti
- pääsymaksut: suomi, ruotsi, englanti

### 8.3 Näyttelyt ja oheisohjelma

Näyttelyesittelyiden perusideana on ensin kiinnittää ihmisten huomio näyttelyt - yleisotsikolla ja ruudun yli vyöryvällä kuvamassalla. Vasta tämän jälkeen kerrotaan mistä näyttelystä kyseissä tiedotteessa on kyse. Kuvien tarkoitus on herättää huomiota ja uteliaisuutta. Näyttelyille tarkoitettuja sivupohjia on kolme, jotka ovat kaikki hieman erilaisia ja erikokoisia: näyttely 1 on laajin ja näyttely 3 suppein.

Oheisohjelman pohjaväriin valinnassa päädyin seuraamaan näyttelyiden väriä. Oheistapahtumat liittyvät kiinteästi johonkin meneillään olevaan näyttelyyn ja ne voivat olla esimerkiksi teemaviikonloppuja kuten esimerkissä. Oheisohjelman paikka infonäyttöjen ajolistoissa on heti näyttelyspottien jälkeen ja se liitetään myös värikoodin perusteella kiinteästi näyttelyn yhteyteen. Tätä mieltä oli myös museolehtori Anja Olavinen, joka on vastuussa oheisohjelman organisoinnista.

Kuva 9. Näyttely 1



Näyttely 1, päivitettävät osat:

- kartta
- animoitu "nyt" tai "tulossa"
- kuvat 1-3, koko 852 x 480 pikseliä
- tekstin yhteydessä oleva kuva, koko 286 x 343 pikseliä
- näyttelytiedot eli otsikko ja leipäteksti: suomi, ruotsi, englanti

Näyttely 2, päivitettävät osat:

- animoitu "nyt" tai "tulossa"
- kuvat 1-3, koko 852 x 480 pikseliä
- näyttelytiedot eli otsikko ja leipäteksti: suomi, ruotsi, englanti

Näyttely 3, päivitettävät osat:

- tekstin yhteydessä oleva kuva, koko 285 x 285 pikseliä
- näyttelytiedot eli otsikko ja leipäteksti: suomi, ruotsi, englanti

*Oheisohjelma, päivitettävät osat:*

- *tekstin yhteydessä oleva kuva, koko 200 x 295 pikseliä*
- *ohjelmatiedot eli otsikko ja leipäteksti: suomi, ruotsi, englanti*

#### **8.4 Esteetön liikkuminen**

Esteettömästä liikkumisesta kertovien reittien esittely on peräisin ensimmäisen infonäyttöprojektin sisällöistä. Tämä osio haluttiin säilyttää ja informaationjakamisen lisäksi funktiona on vahvistaa imagoa saavutettavana museona.

Tämän osion alussa halusin luoda jonkinlaisen häivähtävän 3D-illuusion tai poikkileikkauksen museon rakenteesta. Toteutin tämän idean yksinkertaisesti Flashilla litistään ja kääntäen karttoja ja sijoittaen ne Ateneumin rakennusta esittävän julkisivupiirroksen päälle. Vanhoissa näytöissä kaivattiin selkeyttä kerrosten vaihdosten esittämiseen (ks. luku 3.3). Tässä ratkaisin asian niin, että animoitu hahmo on hissien kohdalla kun kerros vaihtuu ja ilmestyy jälleen hissien kohdalla seuraavassa kerroksessa. Yritin helpottaa siirtymän hahmottamista myös animoimalla kerrokset seuraamaan toisiaan niin, että syntyy illuusio liikkumisesta alhaalta ylös.

Sisäänkäynneistä kertovaa informaatiota kaivattiin tähän osioon, joten lisäsin spotin alkuun sisäänkäynneistä kertovat nuolet. Tein myös Ateneuminkujan sisäänkäynnistä kertovan oman esityksensä, sillä museohenkilökunnan mukaan kävijät eivät aina hahmota kuinka pyörätuolin tai rattaiden kanssa pääsee sisälle.

Saavutettavuussymbolit ilmestyvät ruudulle sitä mukaan kun hahmo liikkuu niitä koskeviin kohtiin kartalla. Tämän jälkeen symbolit näkyvät ruudun reunassa aina seuraavaan kerrokseen siirtymiseen saakka.

Kuva 10. Esteetön liikkuminen



Päivitettävät osiot:

- kartta (mikäli esimerkiksi näyttely ripustetaan poikkeuksellisesti vaikka kolmanteen kerrokseen, olisi hyvä päivittää myös tämän osion kartan värikoodit vastaamaan oikeaa tilannetta museossa.)

## 8.5 Kokoelmaesittelyt

Infonäyttöjen visuaalisemmasta puolesta vastaa maalaus- ja veistoskokoelmien esittely. Esityksissä haluttiin esitellä Ateneumin peruskokoelmaan kuuluvia töitä, jotka ovat sillä hetkellä ripustuksessa museossa.

Maalaus- ja veistoskokoelmien esittely on jaettu kahteen osaan toisen ja kolmannen kerroksen mukaan. Alussa on tunnelmaa luova intro sisältäen kuvia tunnetuimmista teoksista eri aikakausilta. Tämän jälkeen siirrytään itse esittelyyn ja töistä näytetään yksityiskohtia nelikentän muotoisessa kokoonpanossa, kuusi työtä kustakin kerroksesta. Yksi työ nostetaan kokonaisuudessaan esittelyyn ja siitä kerrotaan myös tekijätiedot vuosilukuineen. Lopulta tämä työ siirtyy pohjakartalla siihen saliin, jossa se on esillä ja muut salit himmenevät ympärillä korostaen tuota kyseistä salia.

Kaikki teokset eivät sovi esitettäväksi infonäyttöiltä. Esittelyyn tulisi valita teoksia, joissa on selkeitä kuvapintoja ja tunnistettavia yksityiskohtia. Yksityiskohtien löytäminen ja tunnistaminen synnyttää katsojassa oivaltamisen iloa.

Päivitystyökalun johdosta tämä osio tuli pitää suhteellisen yksinkertaisena. Rakensin museolehtorin tekemän listan perusteella kuvakirjaston (liite 5), josta päivittäjä valitsee kuuluisenkin suunnitelman mukaan sekä nelikentän pienet työt

että noston. Tämän jälkeen päivittäjä valitsee salin, johon teos menee. Kartanhallintatyökalusta kerron enemmän luvussa yhdeksän.

Kokoelmaesittely haluttiin pitää tarpeeksi väljänä ja moniselitteisenä sitomatta teoksia liikaa tiettyihin saleihin. Tarkoituksena on virittää tunnelmaa ja kiinnostusta kokoelmaa kohtaan. Yksityiskohtaisempaa taidehistoriallista informaatiota haluttiin välttää ja päätettiin luottaa visuaalisuuteen.

Maalaus- ja veistoskokoelmien esittely on päivityksestä riippumatta aina esillä kahvilan infonäytössä. Tämän lisäksi haluttiin tehdä yksi vaihtoehtoinen, samaan kuvakirjastoon ja sivupohjaan perustuva suppeampi kokoelmaesittely, joka olisi päivitettävä ja näkyvissä vain kun sille on tarvetta. Tämä vaihtoehtoinen kokoelmaesittely voi olla esimerkiksi vuodenaikoihin, tiettyihin päiviin, väreihin tai teemoihin perustuva. Nyt tällainen esittely tehtiin museoon rakennetun Kalevala-aiheisen ripustuksen rinnalle.

**Kuva 11. Maalaus- ja veistoskokoelmien esittely**



Toinen kokoelmaa esittelevä spotti on grafiikka- ja piirustuskokoelmaa koskeva. Koska tästä kokoelmasta kootaan yleensä kokoelmanäyttelyitä, tämä esittely rinnastuu näyttelyesittelyihin. Alussa on jälleen tunnelmaa luova intro, jonka jälkeen tulee pohjakartta sekä ajankohtaista tietoa meneillään olevasta näyttelystä. Koska grafiikka- ja piirustuskokoelmat sijaitsevat aina samassa kerroksessa, kartan päivittämiseen ei ole tarvetta.

**Kuva 12. Grafiikka- ja piirustuskokoelma**



*Maalaus- ja veistoskokoelma, päivitettävät osat:*

- 2. ja 3. kerroksen kartat
- kuvat 1-6 valmiista kuvakirjastosta
- nosto valmiista kuvakirjastosta
- noston teostiedot: suomi, ruotsi, englantti
- kartta, johon nosto sijoittuu
- kuvat 7-12
- nosto 2
- 2. noston teostiedot: suomi, ruotsi, englantti
- kartta, johon 2. nosto sijoittuu

*Maalaus- ja veistoskokoelma, päivitettävät osat:*

- otsikko
- kuvat 1-6 valmiista kuvakirjastosta
- teksti: suomi, ruotsi, englantti

*Grafiikka- ja piirustuskokoelma, päivitettävät osat:*

- tekstin yhteydessä oleva kuva, koko 285 x 285 pikseliä
- näyttelytiedot eli otsikko ja leipäteksti: suomi, ruotsi, englantti

## **8.6 Ateneum-sali**

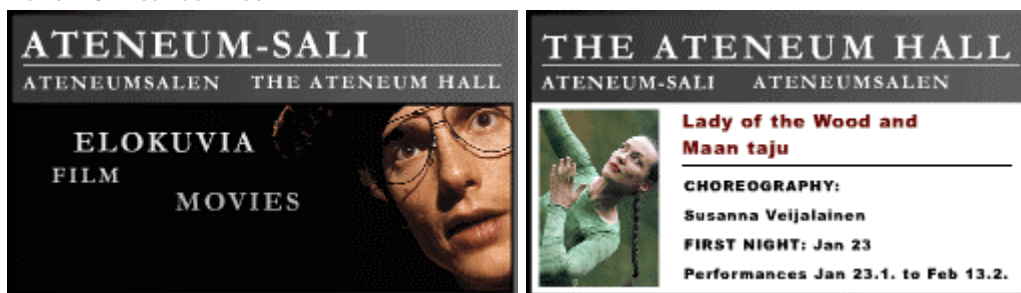
Ateneum-salin edustalla oleva näyttö poikkeaa paitsi kooltaan, myös muodoltaan suuremmista plasmanäytöistä. Suurempien näyttöjen kuvasuhde on 16:9, tämän 4:3. Eri kuvasuhteen takia salin edustalla pyörivälle näytölle oli tehtävä oma kokonaisuutensa. Kyseisellä näytöllä ei esitetä muita kuin Ateneum-salin ohjelmistoon liittyviä tiedotteita.



Ateneum-salin näytön tiedotteet perustuvat samaan järjestykseen kuin esimerkiksi oheisohjelmasta kertova tiedote. Alussa on alkukuva ja kyseisen esitystyyppin mukainen otsikko joko tanssiin, musiikkiin, elokuvaan, teatteriin tai luentoon liittyen. Lisäksi tein yhden sivupohjan muille mahdollisille tapahtumille ilman erityistä otsikkoa.

Ateneum-salin toiminnasta päätettiin tehdä lisäksi yksi yleisesittely, joka pyörii kolmessa suuremmassa näytössä. Yleisesittelyssä on aluksi intro, jonka tarkoituksena on kuvata salin tunnelmaa ja kertoa sinne sijoittuvasta tapahtumakirjosta. Tämän jälkeen tulee tuttuun tapaan kuvallinen sisältöosuus, jossa kerrotaan jostain ajankohtaisesta ohjelmasta.

**Kuva 13. Ateneum-sali**



*Ateneum-salin tiedotteet, päivitettävät osat:*

- *tekstin yhteydessä oleva kuva, koko 200 x 295 pikseliä*
- *ohjelmatiedot eli otsikko ja leipäteksti: suomi, ruotsi, englanti*

*Ateneum-salin yleistiedote, päivitettävät osat:*

- *tekstin yhteydessä oleva kuva, koko 200 x 295 pikseliä*
- *animoidun otsikon valinta ohjelmatyyppin mukaan: tanssi, teatteri, musiikki, elokuva, luennot tai muuta*
- *ohjelmatiedot eli otsikko ja leipäteksti: suomi, ruotsi, englanti*

## **8.7 Tiedotteet, opastukset, työpajat sekä kahvila ja kauppa**

Opastuksissa ja työpajoissa sivupohjan värinä on punainen huomioväri, joka kertoo näiden tiedotteiden aktiivisesta luonteesta. Myös kahvilan ja kirjaston tunnusväri on punainen, sillä näissä tiloissa on aktiivista toimintaa ja sama väri toistuu pohjakartoissa. Ennalta otsikoitujen sivupohjien lisäksi infonäyttöihin voi

valita yleistiedotteita, joilla voidaan tiedottaa yllättävistäkin ajankohtaisista asioista.

Näissä kaikissa tiedotteissa on sisältöä tukemassa saavutettavuussymbolit, jotka animoituvat kunkin otsikon viereen. Samoin alussa on introa vastaava aloituskuva aiheen mukaan. Muuten sisältöosuus toistuu samankaltaisena muiden tiedotteiden tapaan. Sivupohjista voi tiedotteisiin, opastuksiin sekä työpajoihin valita joko kuvallisen tai kuvattoman version.

**Kuva 14. Opastus 1 ja yleistiedote**



Kahvilan ja kaupan henkilökuntaa haastatellessani nousivat tärkeimmiksi sisältötoiveiksi sijainnin ja aukioloaikojen kertominen. Erityistä päivitystarvetta ei ollut. Kahvilan esityksen toivottiin lisäksi kertovan lounasajoista. Pääsääntöisesti tärkeimpänä asiana pidettiin, että infonäytöissä ylipäänsä olisi maininta kahvilasta ja kirjakaupasta.

**Kuva 15. Kirjakauppa**



*Opastus 1 , työpaja 1 ja tiedote 1, päivitettävät osat:*

- *tekstin yhteydessä oleva kuva, koko 200 x 295 pikseliä*
- *otsikko ja leipäteksti: suomi, ruotsi, englanti*

*Opastus 2 , työpaja 2 ja tiedote 2, päivitettävät osat:*

- *otsikko ja leipäteksti: suomi, ruotsi, englanti*

## **8.8 Ateneumin ystävät**

Ateneumin ystävien mainoksen idea on lähinnä informoida sen olemassaolosta. Tekstiä on tarkoituksella niukasti uteliaisuuden herättämiseksi. Tämä sivupohja ei sisällä päivitettävää informaatiota.

**Kuva 16. Ateneumin ystävät**



## 9 TESTAUS

Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa pitäisi suorittaa käyttäjätestausta prosessin eri vaiheissa. Koska infonäytöt sijaitsevat julkisessa tilassa ja ovat pääosin luonteeltaan ajankohtaisia tiedotteita, keskeneräisten esitysten testaaminen museovieraililla luonnollisissa olosuhteissa kävi käytännössä mahdottomaksi. Myös tiukka aikataulu rajoitti kunnan käyttäjätestausten tekoa. Jos testausta halutaan vielä jatkossa tehdä, luotettavia tuloksia saadaan vasta kun infonäytöt on siirretty päivitystyökalun asentamisen myötä uudelle tehokkaammalle koneelle, jolloin tempo vastaavaa todellisuutta. Koska päivitystyökalun tekee ulkopuolinen toimija omalla aikataulullaan, oma osuuteni projektista jää infonäyttöjen ensimmäisen vaiheen julkaisuun ja sivupohjien toimittamiseen päivitystyökalun tekijälle.

Infonäyttöjen katselutilanne on niin epämääräinen, että monipuolisten luotettavien tulosten saaminen "laboratorio-olosuhteissa" on mahdotonta. Tällaiset olosuhteet soveltuvat lähinnä sisällön testaamiseen, kuten ohjelman logiikkaan tai kokoelmaesittelyn teosvalintoihin. Pätevien testitulosten saamiseksi olisi tehtävä kyselytutkimus infonäytöistä satunnaisilla kävijöillä, kun he ovat jo poistuneet infonäyttöjen läheisyydestä. Tällöin jo menneeseen mahdolliseen katsomiskokemukseen ei voitaisi enää vaikuttaa. Vastaavasti infonäyttöjen katsomatta jättäminen ja sen syyt antaisivat hyödyllistä tietoa. Testituloksia pitäisi kerätä eri vuorokaudenaikoina, sillä eri tilojen valaistusolosuhteet vaihtelevat suuresti eri aikoina. Testaus olisi myös tehtävä riittävän pitkällä aikavälillä ja tilanteessa, jolloin museossa mielellään vaihtuisi esimerkiksi näyttely. Näin saataisiin mahdollisimman monipuolinen otos erilaisia kävijöitä.

Infonäyttöjen arviointia tapahtui työryhmän keskuudessa jatkuvasti. Tämä ei tietenkään vastaa tilannetta, jossa tuotetta testataan kohderyhmään kuuluvilla erilaisilla katsojilla.

Lopullinen katsojatestaus on siis jäänyt toistaiseksi hyvin viitteelliseksi. Lähetin sähköpostikyselyn kaikille Ateneumissa työskenteleville ihmisille sekä suurelle joukolle tuttavilla, jotka laittoivat kyselyä eteenpäin itselleni tuntemattomille ihmisille. Lisäksi keskustelin muutaman museovierailijan kanssa, jotka olivat jääneet katsomaan infonäyttöjä. Sain myös runsaasti palautetta suullisesti. Tätä ryhmää ei oikein voi kutsua testiryhmäksi, sitä ei ennakolta suunniteltu tai rajattu, enkä ole toistaiseksi saanut kommentteja niin monipuoliselta katsojajoukolta kuin

olisin toivonut. En halua myöskään kutsua palautetta testituloksiksi ja käsitellä sitä testitulosten analysointiin verrattavalla tavalla.

Kaikesta huolimatta saamani palaute on antanut kuvan siitä, miten katsoja kokee näytöt osana Ateneumin informaatiojärjestelmää ja imagoa. Täytyy tietenkin pitää mielessä, että kaikki palautteen antaneet ovat katsoneet näyttöjä tietäen antavansa niistä palautetta. Luonnollisempi katsomistilanne on satunnaisella ohikulkijalla, joka ilman ennakko-odotuksia ja –oletuksia joko pysähtyy näytön eteen tai jatkaa matkaansa.

Kommenttien perusteella tein pieniä muutoksia infonäyttöihin. Lisäsin muun muassa Ateneum-salia koskevaan esitykseen kartan, selkeytin Ateneuminkujalle johtavan sisäänkäynnin pohjakarttaa sekä muutin hieman spottien järjestystä. Pidän näitä nyt tehtyjä korjauksia tässä vaiheessa riittävinä. Suuremman katsojatestatuksen tulisi paljastaa todella raskaita virheitä suunnittelussa, jotta isompia konseptiin tai värimaailmaan liittyviä muutoksia ryhdyttäisiin tekemään. Testauksella pyrittäisiin lähinnä arvioimaan, kuinka hyvin projektin alussa asetetut tavoitteet täyttyivät ja mitä kannattaa ottaa huomioon infonäyttöjen mahdollisessa jatkokehityksessä.

## **9.1 Otteita palautteesta**

Infonäytöt ovat olleet tähän mennessä esillä noin viikon ja niin suullista kuin kirjallistakin palautetta on kertynyt noin 25 kappaletta. Kysyin sähköpostitse mielipiteitä temposta, sisällöstä ja ulkoasusta. Suurin osa palautteista on tullut nuorilta naisilta ja olen pyrkinyt valitsemaan tähän mahdollisimman monipuolisen otoksen sähköpostilla tulleista kommentteista. Niin suullisissa kuin kirjallisissakin palautteissa toistuivat pääsääntöisesti samat asiat. Kaikkien palautteen antaneiden katsojien taustaa en tiedä.

Yhteenvedona voitaisiin todeta, että lähes kaikki pitivät tempoa liian hitaana, mikä johtuu osin ongelmista vanhojen koneiden kanssa. Värimaailma koettiin raikkaana, lämpimänä sekä Ateneumin tyyliin ja ympäristöön erittäin sopivana. Sisällöstä tuli monipuolisempaa palautetta: joidenkin mielestä sisältö olisi saanut olla vielä informatiivisempaa, tunnelmointia olisi voinut vähentää ja toisaalta juuri tunnelmoinnista pidettiin. Tärkeimpinä kommentteina koin ne, joissa katsoja mainitsi saaneensa infonäytöistä tietoa, jota ei esimerkiksi

sanomalehdistä ollut huomannut. Useamman maininnan sai myös huomio, että infonäytöistä näkee kuinka Ateneum elää aktiivisesti tätä päivää.

Alla olevista otteista näkyy hyvin katsojien erilaiset mieltymykset. Yksi pitää tunnusvärinä olevasta tummansinisestä, toisen mielestä se on hautajaismainen. Eräs ei ymmärrä Ville Vallgrenin näyttelymainoksen intron merkitystä, kun toinen puolestaan pitää sitä hyvänä uteliaisuuden herättäjänä. Tiedonjanoisimmat eivät jaksaisi katsella introja lainkaan, vaan haluaisivat päästä nopeasti itse asiaan. Tämän kaltaisen palautteen antajat olivat itse museossa töissä. Muut vastaajat tuntuivat yleisesti ottaen pitävän introista. Ne ovat suhteellisen lyhyitä ja ilman niitä infonäytöt olisivat todella tuhti tekstipainotteinen paketti, jolloin suuri osa tiedosta saattaisi mennä ohi totumisilmion tai turtumisen myötä.

Nainen, 28 v. Ei aktiivinen museokävijä:

*"Tekstit ehtii lukea. Itselleni tempo oli ehkä jopa hiukan liiankin verkkainen"*

*"Sisältökokonaisuus vaikutti kaikissa näytöissä kattavalta, käytännön tietoa Ateneumista ja informaatiota tarjolla olevista näyttelyistä oli sopivassa suhteessa. Itse en pitäisi informatiivisen sisällön painottamista kahvilassakaan pahana"*

*"Pidin ulkoasusta, vaikutelmassa yhdistyy hienolla tavalla perinne ja nykyisyys; näytöissä Ateneum tuodaan mielestäni hienosti esille paikkana, jolla on pitkä ja arvokas historia, mutta joka myös elää aktiivisesti tätä päivää. Ei kuitenkaan liian 'kiasmatyyppinen' toteutus, vaan paikan luonteelle juuri sopiva yhdistelmä konservatiivista, 'kaikkien' tai ainakin useimpien silmää miellyttävää ulkoasua ja raikasta modernia meininkiä. Vastaa mielestäni hyvin nykyistä mielikuvaani Ateneumista. Värien käyttö on miellyttävän selkeää."*

Mies 54 v. Käy lähinnä lounaalla Ateneumissa, ei kiinnostunut taiteesta:

*"Kuinka kauan tämä kestää? Ohikulkija ei kyllä jää näitä katsomaan. Cafén asiakas voi halutakin katsella."*

*"Värit ja kuvat ok. Tekstit näkyy kauemmaksikin."*

Nainen 30 v. Käy usein lounaalla Ateneumissa, mutta harvemmin näyttelyissä:

*"Riittävästi sisältöä. Ville Wallgrenin näyttelyn esimerkkiteokset olivat hauska herättäjä - mitähän nuo on? "*

*"Ateneum-salin esityksien esittelystä tuli hyvä mieli. Liikkuvat kuvat, rakenteen, (komposition?) siis tekstien ja kuvien sijainnin vaihtelu loivat mielikuvan monipuolisista esityksistä ja siitä, että siellä lavalla sitä on liikettä ja kauneutta...mutta missä on Ateneum-Sali? Kahvilan ja kirjamyymälän paikka näytettiin! En taitais mennä katsomaan, kun en tiedä missä esitykset on."*

*"Voin hyvin omasta puolestani ajatella, että infonäyttöjen perusteella tekisin päätöksen näyttelyyn osallistumisesta. Usein tiedän Ateneumin päänäyttelyt, mutten pienempiä tapahtumia, ja nyt kun oli aikaa odotella ja katsella näyttöjä, niin sain tietoa tapahtumista, joiden olemassaoloa en ole esim. sanomalehdistä lainkaan huomannut."*

Nainen 26 v. Toissä taidemuseossa, aktiivinen taiteen harrastaja:

*"Sisältö oli sitä mitä odotinkin: näyttelyjen esittelyä, pohjakartat oli kivoja, koska jengi on vähän hukassa aina siitä mistä mikäkin näyttely löytyy. Saavutettavuus oli hyvin esillä. Ateneum-salin juttuja piti ehkä odotella liikaa, että sai tietystä esityksestä infoa."*

*"Itse Ateneumin sininen oli aika tumma, etenkin kun väri tummeni liukuen vielä vasempaan. Toisaalta se on rauhallinen, mutta toisaalta taas vähän hautajaismainen etenkin kun museot yrittää tehdä profiilistaan epähomeista."*

*Meininki muuttui kuitenkin heti, kun tuli kuvia siitä uudesta näyttelystä ja väriä tuli lisää. Siinä oli erityisen hienoa ne limittäin vaihtuvat kuvat!”*

*”Näytöistä tulee nykyaikainen vaikutelma ja että Ateneumissakin tiedostetaan mitä ympäröivässä maailmassa tapahtuu. Eli ylipäättään näyttöjen olemassaolo on tärkeä viesti, katsoi niitä sitten tiedonhankkimistarkoituksessa tai ohimennen passiivisesti”.*

Nainen, n. 30 v. Töissä Ateneumissa:

*”Pohjakarttaudistus oli mitä mainiain! Muualla, erityisesti tulevissa näyttelyissä ja kokoelmaesittelyssä ehkä eri osiot jäivät irrallisiksi – piti odottaa kauan, ennenkuin sai selville esimerkiksi miksi Kaiku-veistosta tai Vallgrenia näytetään tms.”*

*”Tavaraa tuntui olevan aika paljon ja kaikista sisällöistä en ollut ihan varma olisiko niitä tarvittu.”*

*”Pidin erityisesti siitä sinisestä taustasta. Lisäksi olit saanut pätkiin todella hienosti myös tilan tuntua.”*

## **10 DESIGNPROSESSI**

Kun infonäyttöprojektia viriteltiin toukokuussa 2002, kuvittelin päätyväni aivan erilaiseen lopputulokseen. Niinpä tämän prosessin kertaaminen ja analysointi tuntuu mielenkiintoiselta ja hyödylliseltä. Olen poiminut joitain designprosessin malleja työkaluiksi projektin reflektointiin Bryan Lawsonin kirjasta *How Designer Think – the Design Process Demystified* (1997).

Prosessin kulkua voi myös tarkastella liitteessä viisi olevasta kaaviosta.



## 10.1 Projektin eteneminen

Suunnitteluprosessiin vaikutti selkeästi kaksi päivitykseen liittyvää päätöstä, joiden jälkeen oli uudelleen arvioitava konseptia sekä myöhemmin myös sivupohjien rakennetta.

Infonäyttöprojekti lähti käyntiin Taidemuseoalan kehittämissyksikkö Kehyksen hankkeena. Koska infonäyttöjen päivittäminen näytti tuolloin hankalalta, ajatuksena oli, että sisällöt voisi uusida niin, ettei päivitystarvetta olisi kovin usein. Syyskuun alussa pidetyssä yhteisessä kokouksessa Ateneumin henkilökunnan kanssa ajatus kuitenkin hylättiin ja päätettiin Ateneumin vaatimuksesta, että infonäytöt tulisivat olemaan puhtaasti tiedotuskanava, jossa juuri ajankohtaisilla tiedotteilla olisi olennainen rooli. Samassa yhteydessä Kehys joutui vetäytymään hankkeesta ja infonäyttöjä lähdettiin suunnittelemaan täysin uusista lähtökohdista uusien ihmisten kanssa.

Yhdessä Ateneumin henkilökunnan kanssa perustimme työryhmän, josta kerroin tarkemmin johdannossa. Työryhmässä oli edustettuna eri museotoiminnot ja tekijänä toin ryhmään myös digitaalisen median tuntemusta.

Tässä vaiheessa projekti eteni ilman budjettia ja päivittämistä varten ajateltiin kouluttaa riittävä määrä ihmisiä käyttämään sivupohjien teossa käytettyä ohjelmaa. Tämä olisi kuitenkin ollut monimutkaista ja sivupohjien rakenteen säilymisen kannalta riskialtista. Päivitystyökalun hankinnalle ei vielä tuolloin löytynyt riittävästi motivaatiota. Suunnittelin sivupohjien rakennetta niin, että päivittäminen olisi mahdollisimman yksinkertaista eikä ohjelman syvällisempää tuntemusta olisi tarvittu.

Lokakuussa otin jälleen esille mahdollisuuden päivitystyökalun hankinnasta, jonka ulkopuolinen taho voisi toteuttaa. Perustelin hankintaa sillä, että pitkällä tähtäimellä se tulisi olemaan kestävä ja edullinen ratkaisu: yhtä laajaa koulusta ei tarvittaisi, säästettäisiin päivitykseen tarvittavan ohjelman lisenssimaksuissa, päivittäjällä ei todennäköisesti menisi läheskään yhtä paljon työtunteja päivittämiseen ja sivupohjien rakenne säilyisi koskemattomana. Tärkeä päivitystyökalua puoltava seikka oli myös kokonaisuuden hallinta: päivitystyökaluun saisi ominaisuuden, jolla voisi määrittää eri tiedotteiden julkaisuajankohdan ja vastaavasti päättymisajan. Näin päivittäjä voisi päivittää etukäteen erilaisia tiedotteita, joita ei tarvitsisi muistaa erikseen ottaa pois.

Pyysin muutamilta toimijoilta tarjouksia, joista valitsin parhaan ja esittelin työryhmälle. Rahat päivitystyökaluun löytyivät ja tämän jälkeen suunnitteluprosessi jatkui jälleen hieman uusista lähtökohdista.

Graafinen suunnittelu alkoi lokakuussa ja ensimmäiset versiot ilmeestä esittelin työryhmälle joulukuussa. Graafinen suunnittelu ja tuotanto kulkivat pitkälti rinnakkaisina prosesseina ja visuaalinen ilme kypsyi valmiiksi vasta aivan projektin loppumetreillä. Tammikuussa infonäyttöjä esiteltiin Ateneumin henkilökunnalle ja palaute oli pääasiassa positiivista. Helmikuun alussa infonäytöt asennettiin vanhojen tilalle, mutta toistaiseksi vielä ilman päivitystyökalua. Oma osuuteni infonäyttöjen teossa päättyi tähän. Lopullinen arviointi on siis mahdollista vasta päivitystyökalun käyttöönoton jälkeen.

## **10.2 Työskentelytavoista**

Mielestäni työryhmän kokoontumiset toimivat jossain mielessä kaikille oppimistilaisuuksina, joissa jaettu asiantuntijuus toimi. Kenelläkään ei ollut aiempaa kokemusta infonäytöistä, mikä oli ehkä hyväkin erilaisia näkökulmia ja ennakkoluulotonta suunnittelua ajatellen.

Kävimme yhdessä säännöllisesti läpi materiaalia sekä pidimme suunnittelu- ja seurantapalavereita. Yksinkertaistaen voisi sanoa, että tein ehdotuksia, joita testasin työryhmällä ja sain heiltä kommentteja. Sovimme aina seuraavan etapin, johon mennessä muokkasin ja laajensin suunnitelmaa, kunnes konsepti oli valmis. Tämän jälkeen aloitin graafisen suunnittelun, jota myös jatkoin palautteiden pohjalta eteenpäin kunnes lopulliset sivupohjat valmistuivat. Hieman pidemmän visuaalisen suunnitteluvaiheen jälkeen syntyneestä perusilmeestä tunnuttiin pitävän heti, mikä helpotti prosessia huomattavasti ja auttoi pitämään kiinni sekä motivaatiosta että aikataulusta.

Usein toistuva kommentointi ja avoin suunnitteluprosessi mahdollistivat monipuolisten näkökulmien käsittelyn. Jatkuva arviointi teki välttämättömäksi myös sen, että jouduin perustelemaan jokaisen tekemäni ratkaisun työryhmälle, eikä mitään harkitsematonta päässyt seulan läpi lopulliseen tuotteeseen. Toisaalta, kuten Lawsonkin toteaa, designprosessi on usein kompromissien ja subjektiivisten valintojen summa, jossa ei ole oikeaa ratkaisua ja lopputulos on

vain yksi monista mahdollisista (Lawson 1997, 123).

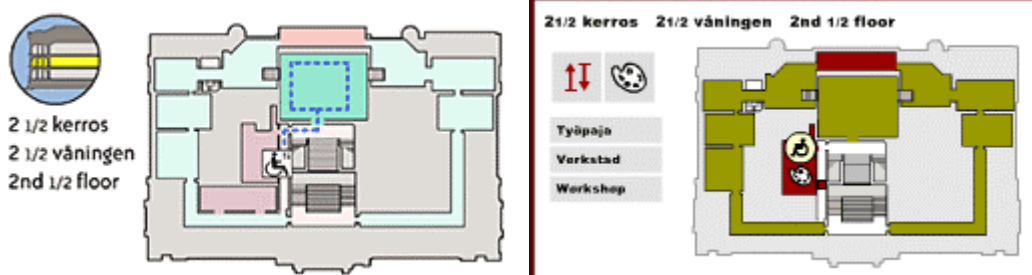
### 10.2.1 Suunnittelun eri malleja

Lawson esittelee kirjassaan Geoffrey Broadbentin metodin, jossa on neljä erilaista mallia generoida suunnittelua: pragmaattinen, ikoninen, analoginen sekä kanoninen (Lawson 1997, 208). Löysin etenkin kahdesta mallista piirteitä, joka toteutuivat tässä kyseissä prosessissa.

Pragmaattinen suunnittelu on tarjolla olevien jo käytettyjen ratkaisumallien ja materiaalien käyttämistä ilman sen suurempaa innovaatiota. Tämäntyyppinen suunnittelu on perinteistä ja konservatiivista, joten riskit epäonnistua ovat suhteellisen pienet. Infonäytöissä päätin käyttää suunnittelun pohjalla tutuksi ja turvalliseksi havaittua ja koettua tekniikkaa eli Flash-animaatioita, osaksi juuri välttääkseni riskit, joita sisältyisi uusien tuntemattomampien ohjelmistojen tai tekniikoiden opetteluun.

Ikoninen suunnittelu on jokseenkin samoilla linjoilla kuin pragmaattinen. Tässäkin kopioidaan olemassa olevia ratkaisuja, mutta muokataan niitä kulloiseenkin tilanteeseen sopivaksi. Tämänkaltainen suunnitteluprosessi minimoi myös virheiden mahdollisuudet. Olemassa olevan ratkaisun muokkaamista infonäyttöjen kohdalla oli esimerkiksi esteettömien liikkumisreittien esittely. Siitä haluttiin pitää kiinni, joten ulkoasua, rytmiä ja joitain yksityiskohtia muunnellen tein samojen reittien esittelystä vain uuden version (kuva 17).

**Kuva 17. Esteetön liikkuminen – vanha ja uusi**



Kanoninen suunnittelu nojaa sääntöihin ja valmiisiin ohjeisiin kuten graafiseen

ohjeistoon tai käytettävyyssääntöihin. Tällä metodilla suunnitellut tuotteet muistuttavat usein toisiaan ja ovat Lawsonin mielestä tylsiä. Koska Ateneumilla ei ollut graafista ohjeistoa, pääsin luomaan digitaalista taloilmettä lähes tyhjästä. Kun puitteet oli luotu, näiden sääntöjen mukaan täytyi johdonmukaisesti suunnitella yhtenäinen kokonaisuus. Eli loin itse ensin eräänlaisen graafisen ohjeiston, jota sitten jatkosuunnittelussa noudatin. Kuvassa 18 näkyy, kuinka suunnitteluprosessin aikana ulkoasu on muuttunut tämän ohjeiston puitteissa. Infonäyttöjen suunnitteluun vaikuttivat voimakkaasti myös käyttäjälähtöisyydessä vaikuttavat säännöt ja työskentelytavat.

**Kuva 18. Näyttely 1 -sivupohjan suunnittelun edetessä**



Analogisessa suunnittelussa suunnittelija luo ratkaisumalleja muiden alojen tai kontekstien tarjoamien analogioiden pohjalta. Broadbent pitää itse tätä mallia luovimpana ja lupaavimpana näistä neljästä. Infonäyttöprojektin aivan alkuvaiheessa yritin suunnitella näyttöjen sisältöä niin, että sisältö olisi hieman mielikuvituksellisempi sukellus Ateneumin rakennukseen, taiteilijoihin, historiaan ja nykyaikaan. Yhtenä ajatuksena oli muun muassa suunnitella näytöt niin, että niistä voisi satunnaisestikin seurata jotain yhtenäistä, mutta väljästi juonellista tarinaa. Tarinan eri osien puuttuminen ei vaikuttaisi, mutta kokonaisuuden hahmottaminen tarjoaisi oivaltamisen riemua katsojalle. Tämän suunnitelman pohjalla oli alkuperäinen ajatus siitä, että näyttöjä ei tarvitsisi päivittää ja suunnitelma jäikin varsin pinnalliseksi.

## 11 LOPPUPÄÄTELMÄT

Kuten aiemmin mainitsin, perusteellisia katsojatestauksia ei tämän lopputyön päätteeksi tehty, joten tulosten täysin luotettava arviointi on tässä mahdotonta. Arvioin kuitenkin palautteen perusteella, että värimaailma ja talotyyli vastaavat kävijöiden mielikuvaa Ateneumin taidemuseosta. Myös henkilökunnan kommentit ovat olleen erittäin myönteisiä. Designprosessi oli haastava, sillä yksinkertaisen, kauniin ja toimivan ulkoasun suunnittelu vaatii jatkuvaa karsintaa ja kompromisseja. En halunnut ottaa riskejä ja suunnitella trendikästä tai liian provosoivaa ulkoasua, vaan pyrin jatkuvasti pitämään mielessä Ateneumin historian ja sen, että tämän visuaalisen ilmeen tulisi kestää näillä näkymin ainakin kaksi vuotta. Digitaalisen median elämässä se on pitkä aika.

Uskon myös työryhmän ja katsojien kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta, että informaation määrä, laatu ja tiedon saavutettavuus infonäyttöiltä on riittävän helppoa täyttämään samalla museotiedotuksen tarpeet. Värien, animoinnin ja kuvituksen muodostama kokonaisuus on onnistunut katseen kiinnittäjänä sekä huomion ja kiinnostuksen herättäjänä. Kokonaisuus tukee viestin ymmärtämistä.

Siihen, mitä informaatiota päivittäjä infonäyttöihin päivittää, en voi vaikuttaa ja siksi sisällön käytettävyys olisi arvioitava jokaisen päivityksen jälkeen erikseen. Mutta koska tekstin määrä on minimoitu, päivittäjä joutuu pohtimaan mahdollisimman yksinkertaisia tapoja esittää asioita. Samoin kuvavalintoihin ja kuvien rajaukseen liittyvät seikat ovat täysin päivittäjän vallassa: kuvien mukanaan tuomat merkitykset joko viestiä vahvistavana, sitä heikentävänä tai muuttavana elementtinä täytyy arvioida aina uudelleen.

Tavoite, jonka täyttymisestä voi lausua ilman tutkimuksia, on tilaajan tyytyväisyys tuotteeseen ja tämä tavoite on Ateneumin taidemuseolta saamani palautteen mukaan täytynyt. Se, miten päivittäjä kokee käytännössä tämän välineen yhtenä tiedotusta täydentävänä kanavana, jää nähtäväksi päivitystyökalun valmistumisen jälkeen.

Pohtiessani sitä, miten useampien testauskierrosten puute vaikutti suunnitteluun, heräsin myös ajattelemaan suunnittelijan työhön liittyviä asioita. Mielestäni olennainen osa niin graafikon kuin konseptisuunnittelijankin ammattitaitoa ja työnkuvaa on ottaa huomioon katsomiseen, ymmärtämiseen, oppimiseen,

asiakkaan tyyliin ja tuotteen luonteeseen liittyvät tekijät, sekä erilaiset katsojat, kuten värisokeat. Uskon myös terveen järjen käyttöön, keskusteluihin kollegoiden ja asiantuntijoiden kanssa, sekä erilaisten ihmisten satunnaisiin kommentteihin.

Jos kyseessä olisi systeemi, jossa olisi itsessään pienikin interaktion mahdollisuus, käyttäjätestausten tarve olisi aivan toista luokkaa. Esimerkiksi päivitystyökalun käyttöliittymää tehdessä testaukset ovat välttämättömiä. Infonäyttöjen katsojat eivät toki ole täysin passiivisia vastaanottajia, vaikka itse näytöillä ei interaktiota olekaan. Se, miten ihmiset reagoivat infonäyttöihin ja millaisia valintoja he tekevät saamansa tiedon perusteella, olisi tärkeä kartoittaa lopullisen arvioinnin ja jatkokehityksen kannalta. Toivonkin, että katsojatestaukset tehtäisiin kun infonäytöt ovat kaikilta osin valmiit.

Totean jälleen, että design-prosessilla ei ole yhtä oikeaa ratkaisua ja sitä voisi jatkaa loputtomiin. Tämäkin projekti oli erilaisten valintojen ja kompromissien tulos ja jatkokehitystä tarvitaan aina: nyt nähtävät infonäytöt ovat vain yksi etappi pitkässä jatkumossa. Tulevaisuuden infonäytöt tulevat varmaankin olemaan monimutkaisempia järjestelmiä, joissa hyödynnetään videokuva, 3D-mallintamista ja erilaisia vuorovaikutuksen keinoja esimerkiksi sensorein. Kaikki tämä olisi ollut nytkin teknisesti mahdollista, mutta resurssien ja budjetin puuttuessa mahdotonta.

Henkilökohtaisesti pidän tätä projektia onnistuneena oppimisprosessina. Oppimiseen liittyvät tavoitteet täyttyivät hyvin: opin tekemään perusteellista ja monipuolista suunnittelutyötä sekä perehdyin infonäyttöihin monesta eri näkökulmasta. Suunniteltu aikataulu hieman kärsi päivittämiseen liittyvien päätösten johdosta, mikä aiheutti projektin loppuvaiheen tuotannossa lieviä paineita. Lopputyön palautuspäivämäärään kuitenkin selvittiin, eikä projekti tältä osin venynyt yli asetetun aikarajan.

## LÄHTEET

**Falk, John H. & Boyd, Willard L.**

1992 *The Museum Experience*. Washington, D.C: Whalesback Books.

**Gregory, Richard L.**

1998 *Eye and Brain. The Psychology of Seeing*. Oxford: Oxford University Press.

**Hatva, Anja**

1987 *Kuva – hyvä renki, huono isäntä*. Porvoo: Oy Urex.

**Heinonen, Jouko & Lahti, Markku**

2001 *Museologian perusteet*. Jyväskylä: Suomen museoliitto.

**Horn, Robert E.**

1999 *Information Design: The Emergence of a New Profession*. Teoksessa: Robert Jacobson (toim.) *Information Design*. London: The MIT Press. 15-33.

**Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo**

1996 *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.

**Laarni, Jari, Kalakoski, Virpi & Saariluoma, Pertti**

2001 Ihmisen tiedonkäsittely. Teoksessa: Saariluoma, Pentti, Kamppinen, Matti & Antti Hautamäki (toim.) *Moderni Kognitiotiede*. Helsinki: Yliopistokustannus. 85-127.

**Lawson, Bryan**

1997 *How Designers Think. The Design Process Demystified*. Oxford: Architectural Press.

**Levanto, Marjatta & Laitala, Susanna (toim.)**

1992 *Valtion taidemuseo*. Rauma: Gladius Oy/WestPoint.

**Loiri, Pekka & Juholin, Elisa**

1998 *Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja*. Jyväskylä: Inforviestintä.

**Mattelmäki, Tuuli & Battarbee Katja**

2000 Elämykset muotoilun lähtökohtana. Teoksessa: Keinonen, Turkka (toim.) *Miten käytettävyyys muotoillaan*. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu. 142-163.

**Mullet, Kevin & Sano, Darrel**

1995 *Designing Visual Interfaces*. Mountain View: SunSoft Press.

**Rihlana, Seppo**

1997 *Värioppi*. Tampere: Rakennustieto.

**Screven, C.G.**

1999 *Information Design in Informal Settings: Museums and Other Public Spaces*. Teoksessa: Robert Jacobson (toim.) *Information Design*. London: The MIT Press. 131-192.

**Shedroff, Nathan**

2001 *Experience Design*. Indianapolis: New Riders Publishing.

**Sinatra, Richard**

1986 *Visual Literacy Connections to Thinking. Reading and Writing*. Illinois: Charles C. Thomas.

**Vapaasalo, Tapio**

2000 Tiedon muotoilun eli infodesignin haasteet. Teoksessa: Koskinen, Jari (toim.) *Visuaalinen viestintä – monialainen tulevaisuus*. Helsinki: WSOY. 51-67.

**PAINAMATTOMAT LÄHTEET****Arlainstituutti**

*Silmät ja näkeminen* [www-dokumentti].  
<<http://www.arlainst.fi/index.html>> [viitattu 24.1.2003]

**Cost effective User Centred Design**

2000 *User Centered Design Standards* [www-dokumentti].  
<<http://www.usability.serco.com/trump/resources/standards.htm#9241-11>> [viitattu 22.1.2003]

**Diáz, Lily**

2002 *Visualization* [luentomuistiinpanot].  
Luento Taideteollisen korkeakoulun Medialaboratoriossa.

**Kallio, Tapani**

2000 *Haastattelu yleisönäytöistä* [muistio].

**Levanto, Marjatta & Petterson, Susanna**

2001 *Museopedagogia Valtion taidemuseossa* [muistio].

**Nielsen, Jakob**

1995 *Guidelines for Multimedia on the Web* [www-dokumentti].  
<<http://www.useit.com/alertbox/9512.html>>  
[viitattu 21.1.2003]

**Olavinen, Anja** [anja.olavinen@ateneum.fi]

2002 *Tiedottamisesta...* Yksityinen sähköpostiviesti Marja Honkakorvelle [marja.honkakorpi@ateneum.fi]. [lähetetty 20.10.2002]

**Rantala, Kati**

2001 *Valtion taidemuseon kävijätutkimus* [muistio].

**Salovaara, Sari**

2000 *Ovet auki museoon* [www-dokumentti].  
<[http://www.celialib.fi/np2000ovet\\_auki\\_museoon.html](http://www.celialib.fi/np2000ovet_auki_museoon.html)>  
[viitattu 21.2.2003]



**Sinkkonen, Irmeli**

2002 *Oppiminen* [luentomuistiinpanot].  
Luento Taideteollisessa korkeakoulussa.

**Valtion taidemuseo**

2000 *Ateneum-salin kävijätutkimus* [muistio].

**Valtion taidemuseo**

2002 *Toiminta- ja taloussuunnitelma 2004-2007* [muistio].

**VTT**

*Käytettävyysspalvelut* [www-dokumentti].  
<<http://www.vtt.fi/tte/tutkimus/tte5/tte51/HCD.html>>  
[viitattu 8.2.2003]

## LIITE 1

### Lista sivupohjista

- näyttely 1
- näyttely 2
- näyttely 3
  
- kokoelma 1
- kokoelma 2
  
- grafiikka 1
- grafiikka 2
  
- opastus 1
- opastus 2
  
- työpaja 1
- työpaja 2
  
- oheisohjelma 1
- oheisohjelma 2
  
- tiedote 1
- tiedote 2
  
- a-sali: yleinen
- a-sali: yleinen 2
- a-sali: luennot
- a-sali: musiikki
- a-sali: elokuva
- a-sali: teatteri
- a-sali: tanssi
  
- tervetuloivotus, sisältää infoa aukioloajoista ja hinnoista
- esteettömien reittien esittely
- Ateneuminkujan sisäänkäynti
- kahvila
- kauppa
- Ateneumin ystävien mainos

## LIITE 2

Ajolista ensimmäisessä vaiheessa pyörivistä tiedotteista.

### Kahvila

- tervetuloa
- näyttely 1 (Sihtola)
- oheisohjelma (Sihtola - teemaviikonloppu)
- liikkuminen
- Ateneuminkujan sisäänkäynti
- kokoelma 1
- grafiikka (Mailta ja meriltä)
- opastus
- työpaja (sunnuntaityöpajat)
- näyttely 3 (Granberg)
- Ateneum-sali (Jazz-klubit)
- kirjakauppa
- kahvila
- näyttely 2 (Vallgren)
- kokoelma 2 (Kalevala-ripustus)
- Ateneumin ystävät

### Neuvonta

- tervetuloa
- näyttely 1 (Sihtola)
- oheisohjelma (Sihtola - teemaviikonloppu)
- liikkuminen
- Ateneuminkujan sisäänkäynti
- grafiikka 2 (Mailta ja meriltä)
- opastus
- työpaja (sunnuntaityöpajat)
- näyttely 3 (Granberg)
- Ateneum-sali (Jazz-klubit)
- kirjakauppa
- kahvila
- näyttely 2 (Vallgren)
- Ateneumin ystävät

### Ateneuminkuja

- tervetuloa
- Ateneuminkujan sisäänkäynti
- näyttely 1 (Sihtola)
- oheisohjelma (Sihtola - teemaviikonloppu)
- grafiikka 2 (Mailta ja meriltä)
- näyttely 3 (Granberg)
- Ateneum-sali (Jazz-klubit)
- kirjakauppa
- kahvila
- näyttely 2 (Vallgren)

### Ateneum-sali

- Ateneum-sali (Jazz-klubit)

## LIITE 3

### Infonäyttöjen värit

<b>Kokoelma</b>			
	# 666600	# 999900	# CBC97F
	R 102 G 102 B 0	R 153 G 153 B 0	R 231 G 201 B 127
<b>Näyttely</b>			
	# 996600	# D8B54B	# E5CC82
	R 153 G 102 B 0	R 219 G 181 B 75	R 229 G 204 B 130
<b>Aktiivinen asia tai alue</b>			
	# 550000	# 7D0000	# 990000
	R 85 G 0 B 0	R 125 G 0 B 0	R 153 G 0 B 0
<b>Ateneum -sali</b>			
	# 000000	# 333333	# 666666
	R 0 G 0 B 0	R 51 G 51 B 51	R 102 G 102 B 102
<b>Ateneumin yleisväri</b>			
	# 041729	# 072542	# 0D4073
	R 4 G 23 B 41	R 7 G 37 B 66	R 13 G 64 B 115

## LIITE 4

Kokoelmaesittelyn kuvakirjasto. Olen tehnyt kaikista kuvista sekä pienet yksityiskohtia esittelevät kuvat että isot kuvat nostoa varten. Listan on laatinut museolehtori Anja Olavinen.

### INFONÄYTTÖ / KOKOELMAT

#### 2. kerros

##### I

1. Isak Wacklin: Miss Heckford, n. 1757
2. Nils Schillmark: Mansikkatyttö, n. 1782
3. " Kynttiläasetelma, n. 1795-1797
4. Magnus von Wright: Annankatu 15 kylmänä talviaamuna, 1868
5. Ferdinand von Wright: Haminanlahden puutarhassa, 1856-1857
6. Werner Holmberg: Postitie Hämeessä, 1860
7. " Kyröskoski, 1854
8. Albert Edelfelt: Kuningatar Blanka, 1877
9. Johannes Takanen: Andromeda, 1882
10. Ferdinand von Wright: Taistelevat metsot, 1886

##### II

1. Fanny Churberg: Talvimaisema, iltarusko, n. 1878
2. Gunnar Berndtson: Morsiamen laulu, 1881
3. Amélie Lundahl: Bretagnelaistytty
4. Maria Wiik: Maailmalle, 1889
5. Albert Edelfelt: Lapsen ruumissaatto, 1879
6. " Pariisin Luxembourgin puistossa, 1887
7. Helene Schjerfbeck: Toipilas, 1888
8. " Pikkusiskoan ruokkiva poika, 1881
9. Akseli Gallen-Kallela: Demasquée, 1888
10. Ilja Repin: Natalia Nordmanin ja Repinin muotokuva

##### III

1. Akseli Gallen-Kallela: Poika ja varis, 1884
2. Eero Järnefelt: Raatajat rahanalaiset / Kaski, 1893
3. Albert Edelfelt: Leikkiviä poikia rannalla, 1884
4. " Kristus ja Matalena, 1890
5. " Kaukolan harju auringonlaskun aikaan, 1889-90
6. " Laulajatar Aino Aktén muotokuva, 1901
7. Ville Vallgren: Kaiku, 1887

##### IV (Kalevala)

1. Akseli Gallen-Kallela: Aino-taru, 1891
2. " Kullervon kirous, 1899
3. " Sammon taonta, 1893
4. " Lemminkäisen äiti, 1897
5. " Velisurmaaja, 1897
6. " Kullervon sotaanlähtö, 1901
7. " Tuonelan joella, esityö Juseliuksen mausoleumia varten

##### V

1. Eero Järnefelt: Syysmaisema Pielisjärveltä, 1899
2. " Taitelijan pojan muotokuva, 1897
3. " Leena, 1903
3. Pekka Halonen: Avannolla, 1900

4. Pekka Halonen: Tienraivaajia Karjalassa, 1900
5. Juho Rissanen: Povarissa, 1899
6. Akseli Gallen-Kallela: Kevät, 1903 (harjoitelma Juseliuksen mausoleumia varten)
7. " Tytön pää, 1897

## VI

1. Hugo Simberg: Haavoittunut enkeli, 1903
2. " Sallittu, 1896
3. " Kevätilta jäänlähdon aikaan, 1897
4. Väinö Blomstedt: Francesca, 1897
5. " Auringonlasku, 1898
6. Magnus Enckell: Herääminen, 1894
7. " Lepäävä poika, 1892
8. " Konsertti, 1898
9. Ellen Thesleff: Omakuva, 1894-1895
10. " Maisema, kevättyö, 1894
11. Beda Stjernchanz: Kaikkialla ääni kaikuu, 1895

## INFONÄYTTÖ / KOKOELMAT

### 3. kerros

## I

1. Vincent van Gogh: Katu, Auvers-sur-Oise, 1890
2. Paul Gauguin: Maisema, la Dominique (Hiva Oa), 1903
3. Paul Cézanne: Maantiesilta, L'Estaque, n. 1883
4. Edvard Munch: Kylpeviä miehiä, 1907-08
5. " Gustav Schieflerin muotokuva, 1908
6. Auguste Rodin: Je suis belle (La beauté), 1882
7. Léger: Soittimia, 1926
8. Marc Chagall: Mandoliinin soittaja, 1914
9. Amedeo Modigliani: Taidemaalari Leopold Survage, 1918
10. Pierre Bonnard: Maisema sadesäällä, 1909
11. Paul Signac: Antibes
12. Maurice Denis: Odysseus ja Kalypso, 1905

## II

1. Alfred William Finch: Doverin rannikko, 1892
2. Verner Thomé: Kylpeviä poikia, 1910
3. " Borélyn puistossa, 1909
4. Magnus Enckell: Varieteeteatteri Pariisissa, 1912
5. " Lempi, 1914
6. " Heräävä fauni, 1914
7. Ellen Thesleff: Koristeellinen maisema, 1910
8. " Toskanalainen maisema, 1908
9. " Palloveli, 1909
10. " Omakuva, 1916
11. Yrjö Ollila: Hevosen juotto, 1919
12. " Paimentyttö, 1915
13. Väinö Aaltonen: Kahlaaja, 1924

## III

1. Helene Schjerfbeck: Mustataustainen omakuva, 1915
2. " Halkopoika I, 1910-11
3. " Suopursuja, 1903
4. " Tyttö hiekkakuopassa, n. 1912
5. " Perhekoru, 1915-16
6. " Pukukuva I, 1908
7. " Omakuva 1944

#### IV

1. Tyko Sallinen: Hihhulit, 1918
2. " Pyykkärit, 1911
3. " Tukaattityttö, 1914
4. " Mirri mustassa puvussa, 1911
5. Jalmari Ruokokoski: Rakkaus, 1910
6. Valle Rosenberg: Omakuva, 1910
7. Alvar Cawén: Lukeva tyttö, 1914
8. " Kehtolaulu, 1921
9. Eero Nelimarkka: Omakuva, 1922
10. " Neiti Kekäläinen, 1916
11. Ilmari Aalto: Kellot, 1914
12. Marcus Collin: Elonkorjuu, 1915

#### V

1. Sulho Sipilä: Luistinrata, 1932
2. " Sisäkuva, soittava nainen, 1931
3. " Johanneksen kirkko, n. 1918
4. Greta Hällfors-Sipilä: Ompelukoneen ääressä, 1910-1920-lukujen vaihe
5. Lauri Leppänen: Kullervo, 1928
6. Yrjö Ollila: Läksyn kuulustelu, 1923
7. Vilho Lampi: Saunan katto, 1935
8. Otto Mäkilä: Kesäyö, 1938
9. " Seireenit II, 1948
10. Ester Helenius: Kukkia, 1927
11. Väinö Kunnas: Harmaa tanssi, 1928
12. William Lönnberg: Maisema Muuramesta, 1929
13. Sakari Tohka: Kevät ja syksy, 1937-38

#### VI

1. Rabbe Enckell: Maalaismaisema, 1933
2. Olli Miettinen: Asetelma, La Piste II, 1931
3. Ole Kandelin: Nuorallatanssija, 1944
4. Aimo Kanerva: Asetelma, 1946
5. " Kristus, 1947
6. Elga Sesemann: Kukkaismyyjä, 1946
7. Helge Dahlman: Sota, 1946-49
8. Sigrid Schauman: Töölö
9. Åke Mattas: Tuhlaajapoika, 1946
10. Rafael Wardi: Pöydän ääressä, 1960
11. Sam Vanni: Ruber, 1954
12. Sam Vanni: Moniulotteinen tila, 1961
13. Birger Carlstedt: Paysage étrange, 1950
14. Tuomas von Boehm: Valkoinen kannu, 1952
15. Veikko Vionoja: Ikkuna, 1954 TAI Vanhaa kylää, 1956
14. Alpo Jaakola: Omakuva teltassa, 1957
15. Lars-Gunnar Nordström: Veistoksellinen, 1952
16. Lauri Ahlgren: Sommitelma, 1960
17. Kauko Räsänen: Enkeli, 1960-75

## LIITE 5

### Työprosessin kulku

