

Typografia muotoilussa

- Typografisten printtien suunnittelu

Wilma Tuominen | Opinnäytetyö | Turun ammattikorkeakoulu | 2017

Wilma Tuominen

2017

Turun ammattikorkeakoulu
Turku University of Applied Sciences

TURKU AMK 
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

Wilma Tuominen

TYPOGRAFIA MUOTOILUSSA
- TYPOGRAFISTEN PRINTTIEN SUUNNITTELU

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ
TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
Muotoilu
Kevät 2017 | 45 sivua + 7
Ohjaaja Mervi Vuolas

Wilma Tuominen

TYPOGRAFIA MUOTOILUSSA - Typografisten printtien suunnittelu

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia typografian merkitystä muotoilussa ja suunnitella typografisia printtejä, joiden kuvitus pohjautuu opinnäytetyön tekijän suvun vanhan vieraskirjan merkintöihin ja teksteihin. Opinnäytetyö on toteutettu henkilökohtaisena oppimisprosessina ilman toimeksiantajaa, mutta toiveena on, että lopputuotteita voisi hyödyntää ammatillisesti projektin jälkeen.

Opinnäytetyössä on tutkittu, millaisia typografisia sisustustuotteita suomalaiset suosivat ja mikä merkitys niillä on käyttäjälleen. Tutkimusmenetelminä on käytetty benchmarkingia, survey-tutkimusta sekä havainnointia, joiden tutkimustulosten pohjalta on teemmällä tutkimalla suunniteltu skandinaaviseen sisustustyyliin sopiva sisustusjulistemallisto.

Tuotteiden suunnittelu- ja toteutusvaiheessa tekstit kuvitettiin käsin tekstaten ja käsiteltiin jälkeinpäin Adobe Illustrator -ohjelmalla digitaaliseen muotoon. Tuotteet ovat käsin kirjoitettuja, jotta oma tekstaustaito ja -tyyli kehittyisivät. Opinnäytetyön aikana on toteutettu viisi typografista printtiä.

ASIASANAT:

Typografia, käsin kirjoittaminen, printti

Tiivistelmä

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Design
Spring 2017 | 45 pages + 7
Instructor Mervi Vuolas

Wilma Tuominen

TYPOGRAPHY IN DESIGN
- Designing typographical prints

The subject of this thesis was to study the importance of typography in design and design typographic prints, the illustration of which is based on the author's old family guest book markings and texts. The thesis was carried out as a personal learning process without a commission but the goal is that the final products could be utilized after the project professionally.

The thesis studies what kind of typographic decorative products Finns prefer and what is the importance to the user. The study used benchmarking, survey research and observation as research methods, the results of which were used as the base of the designing process. Scandinavian style prints were the basis for the study.

In the design and implementation phases the texts were illustrated by hand lettering and treated afterwards in Adobe Illustrator software into the digital form. The products are hand lettered because the aim of the work was also to develop personal lettering style and skills. Five typographic prints were designed during the thesis work.

KEYWORDS:

Typography, hand lettering, print

Abstract

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO 9

2 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT 10

- 2.1 Tutkimusaihe ja tavoitteet 11
- 2.2 Tutkimuskysymykset ja tutkimusmenetelmät 11
- 2.3 Viitekehys 13
- 2.4 Prosessikaavio 14

3 TYPOGRAFIA JA KÄSIN TEKSTAUS 15

4 TYPOGRAFIA SUOMALAISESSA SISUSTUKSESSA 20

- 4.1 Survey-tutkimus: kohderyhmä 21
- 4.2 Typografian merkitys suomalaisessa sisustuksessa 25

5 TYPOGRAFISET JULISTEET 26

- 5.1 Markkinoilla olevat julisteet 26
- 5.2 Käsillä kirjoitetut tekstit tuotteissa 29

6 TUOTTEIDEN SUUNNITTELU- JA VALMISTUSPROSESSI 30

- 6.1 Ideointi ja aiheen valinta 31
- 6.2 Luonnostelu ja suunnittelu 34
- 6.3 Tekstien kuvittaminen 35
- 6.4 Kuvitettujen tekstien digitalisointi 39

7 VALMIIT TYPOGRAFISET PRINTIT 40

8 YHTEENVETO JA LOPPUPÄÄTELMÄT 42

LÄHTEET 44

LIITTEET

- Liite 1. Survey-kysely
- Liite 2. Työssä kuvitetut tekstit
- Liite 3. Printti 1
- Liite 4. Printti 2
- Liite 5. Printti 3
- Liite 6. Printti 4
- Liite 7. Printti 5

KUVAT

- Kuva 1. Graafisen suunnittelijan typografinen ansioluettelo. 17
- Kuva 2. Käsini kirjoitettua tekstiä. 18
- Kuva 3. Modernia kalligrafiaa ja tekstausta kirjekuoreissa. 19
- Kuva 4. Typografisia tuotteita suomalaisessa sisustuksessa. 24
- Kuva 5. Typografisia sisustusjulisteita skandinaaviseen tyyliin. 27
- Kuva 6. Ninnimoi Designin ja Annika Välimäen käsini kirjoitetut julisteet. 29
- Kuva 7. Vieraskirjan merkintöjä. 32
- Kuva 8. Tekstien luonnostelua. 34
- Kuva 9. Tekstin kuvittamista. 35
- Kuva 10. Vieraskirjan merkintä. 36
- Kuva 11. Muotoon tekstausta. 37
- Kuva 12. Kirjaintyyppien luonnostelua. 38
- Kuva 13. Piirretty versio ja tietokoneella muokattu versio. 39
- Kuva 14. Valmiit typografiset printit. 41

KUVIOT

- Kuvio 1. Viitekehys 13
- Kuvio 2. Prosessikaavio 14
- Kuvio 3. Tuoteryhmät 22
- Kuvio 4. Tekstien aiheet 23

1

Johdanto

1 JOHDANTO

Typografia ja etenkin käsin tekstaus on itseäni kiinnostava taidemuoto. Typografian ja käsin tekstauksen hyödyntäminen opinnäytetyössä vaikuttivat kiinnostavalta ajatukselta, mutta vaikeasti rajattavalta. Työn tulisi kuitenkin olla ajankohtainen, tarpeeksi haasteellinen sekä sisältää tutkimuksellisuutta ja suunnittelua.

Valitsin opinnäytetyön aiheeksi tutkia, miten typografiaa hyödynnetään tuotemuotoilussa ja millaisia typografisia tuotteita suomalaiset suosivat sisustuksessa. Työn toisena tavoitteena on suunnitella typografiset tuotteet, joiden tulisi sopia skandinaaviseen tyyliin. Opinnäytetyön aikana tiedonhankintavaiheessa päädyin suunnittelemaan typografiset printit, joita voisi hyödyntää julisteissa ja korteissa, sillä niiden toteuttaminen oli mahdollista opinnäytetyöhön annetussa ajassa.

Jotta työssä olisi haastetta, päätin hyödyntää tuotteiden suunnittelussa nimenomaan käsin tekstausta valmiiden digitaalisten fonttien sijasta ja käsitellä kuvitetut tekstit jälkepäin Adobe Illustratorilla digitaaliseen muotoon. Kaunokirjoitus ei kuulu enää nykyisin opetussuunnitelmaan, mutta käsin kirjoittaminen jatkuu yhä tekstauksen opetteluina. Tulevaisuudessa kuitenkin käsin kirjoittaminen vähenee tietoteknisen kirjoittamisen vuoksi, joten kaunista käsialaa arvostavana haluan tuoda myös sen esille työssäni.

Työ on henkilökohtainen oppimisprosessi ilman toimeksiantajaa, mutta tarkoituksena on valmistaa kokonaisuus,

jota voisi hyödyntää ammatillisesti projektin jälkeen. Tavoitteena on myös kehittää omaa tekstaustaitoa ja typografista osaamista. Opinnäytetyöprojekti etenee typografian ja käsin tekstauksen määrittelystä tiedonhankintaan, jonka tulokset toimivat pohjana omien tuotteiden ideointi- ja suunnitteluvaiheissa. Tavoitteena on, että typografiset printit erottuvat jo olemassa olevista printeistä sisällöltään ja ulkonäöltään sekä sopivat suomalaiseen ja skandinaaviseen tyyliin.

2

Opinnäytetyön lähtökohdat

2 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT

2.1 Tutkimusaihe ja tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia, miten typografiaa hyödynnetään muotoilussa ja sisustustuotteissa. Tavoitteena on myös selvittää, millaisia typografisia tuotteita suomalaiset suosivat sisustuksessa ja mikä merkitys niillä on käyttäjilleen. Koska opinnäytetyön tuotteiden suunnitteluprosessi liittyy vahvasti typografiaan, oli käsite määriteltävä ennen tiedonhankintaa.

Työn toisena tavoitteena oli valmistaa skandinaaviseen tyyliin sopiva typografisia printtejä, joissa on hyödynnetty käsin tekstausta. Opinnäytetyöllä ei ollut ulkopuolista toimeksiantajaa, joten työ oli henkilökohtainen oppimisprosessi, jonka tarkoituksena oli myös kehittää omia tekstaustaitoja ja typografista osaamista. Tavoitteena oli luoda olemassa olevista printeistä poikkeava kokonaisuus, jota voisi hyödyntää projektin jälkeen. Opinnäytetyön aikana printeistä oli tarkoitus toteuttaa prototyyppeinä A4-kokoisia sisustusjulisteita ja A5-kokoisia kortteja.

2.2 Tutkimuskysymykset ja tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyön tutkimuksellisuus pohjautuu kvalitatiiviseen ja kvantitatiiviseen tutkimukseen. Tutkimusmenetelminä on käytetty survey-tutkimusta, benchmarkingia ja havainnointia, joiden tulokset toimivat suunnittelutyön pohjana ja auttavat vastaamaan työn tutkimuskysymyksiin. Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä on kaksi.

- 1) Millaisilla typografisilla tuotteilla suomalaiset sisustavat?
- 2) Millainen typografinen printti sopii skandinaaviseen tyyliin?

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen lähdin selvittämään vastausta survey-tutkimuksella, jonka tarkoituksena on kerätä kyselymenetelmällä aineistoa ja selvittää jonkin asian yleisyyksiä ja ominaisuuksia (Jyväskylän yliopisto 2015). Kyselyn tavoitteena on kerätä tietoa typografisista tuotteista: missä tuoteryhmissä tekstiä ilmenee ja millaisia ne ovat sisällöltään. Tiedon keräämisen jälkeen aineistosta laaditaan kaaviot, jotka havainnollistavat tutkimuksesta saatuja tuloksia.

Toiseen tutkimuskysymykseen etsin vastausta benchmarkingin avulla kerätystä tiedosta. Benchmarking eli vertailuanalyysi on menetelmä, jossa omaa toimintaa verrataan toiseen organisaatioon. Sen tavoitteena on kehittää parannuksia omaan toimintaan (Itä-Suomen yliopisto 2017.) Benchmarkingissa tutkitaan skandinaavisia ja suomalaisia yrityksiä, jotka myyvät typografisia sisustusjulisteita, kortteja tai muita vastaavia typografisia printtejä. Tavoitteena on vertailla ja arvioida, millaisia tuotteita yritykset markkinoivat, jotta samaan kategoriaan kuuluvat omat opinnäytetyön tuotokset erottuvat olemassa olevista printeistä.

Havainnointi on aistinvaraista tiedonhankintaa, jonka tavoitteena on koota tietoa systemaattisesti (Anttila, Metodix 2014). Havainnoinnin tavoitteena on kerätä tietoa havainnoitavista tuotteista eli typografisista printeistä, joissa on alun perin käytetty käsin tekstausta tai käsin kirjoitettua kalligrafiaa. Tietoa on tarkoitus kerätä blogeista, verkkokaupoista ja myymälöistä.

2.3 Viitekehys

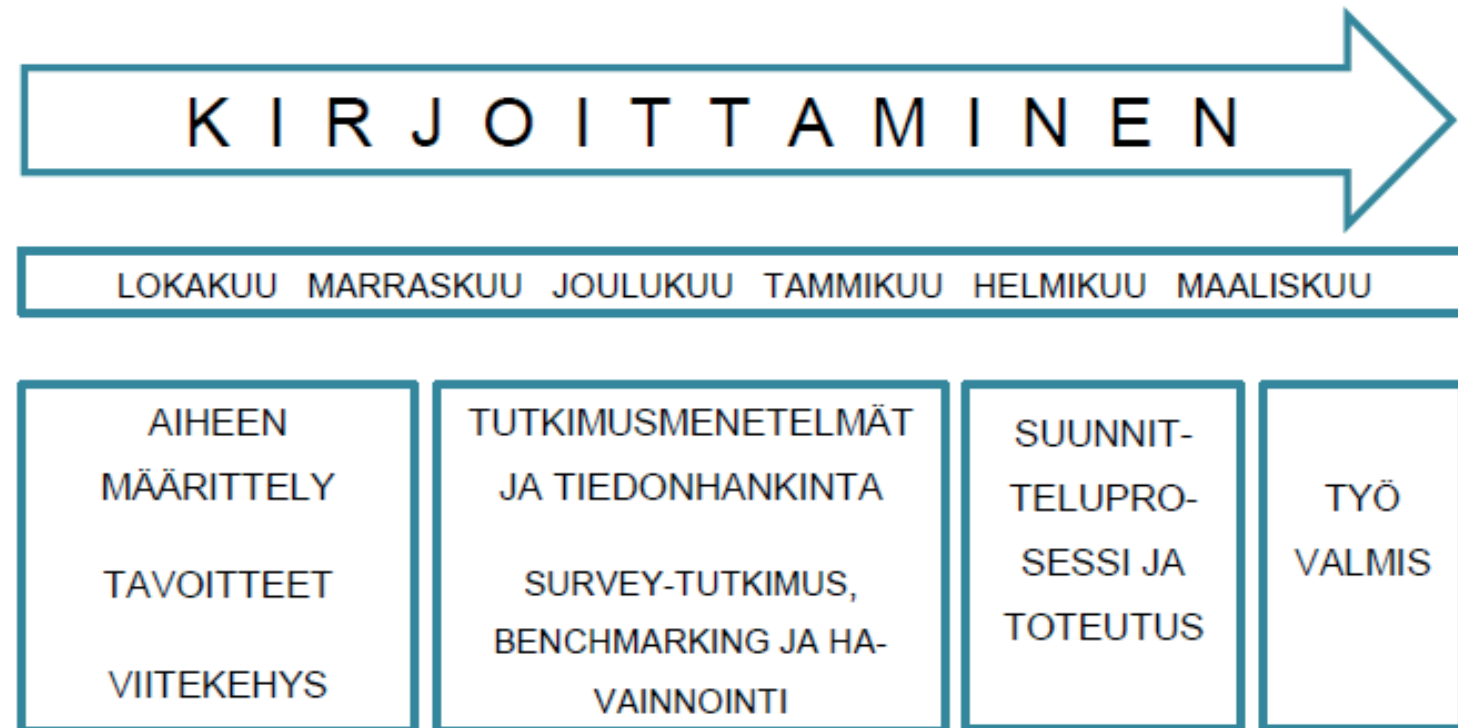
Viitekehyksestä (kuvio 1) ilmenee opinnäytetyön sisältö. Vaikka typografiaa voi käyttää muotoilussa monella tavalla, aihe on rajattu käsittelemään typografian hyödyntämistä tuotemuotoilussa ja sisustustuotteissa. Keskellä on työn tavoite eli typografisten printtien suunnittelu. Keskiön ympärillä ovat muut asiat, kuten typografia, käsin tekstausta, tekstien kuvittaminen ja skandinaavinen sisustus, jotka ovat olennaisia suunnitteluprosessin kannalta.



Kuvio 1. Viitekehys

2.4 Prosessikaavio

Prosessikaaviosta (kuvio 2) ilmenee työn vaiheet alusta loppuun. Prosessi on alkanut aiheen valitsemisesta eli typografia muotoilussa ja tavoitteiden asettamisesta. Aiheen valintaa seurasi tutkimuskysymyksien ja tutkimusmenetelmien määrittely. Tutkimusmenetelmillä kerättiin tietoa, joilla pystytään vastaamaan työn tutkimuskysymyksiin. Tiedonhankintavaiheen tulokset loivat pohjaa tuotteiden suunnitteluvaiheessa.



Kuvio 2. Prosessikaavio

3

TYPOGRAFIA JA KÄSIN TEKSTAUUS

3 TYPOGRAFIA JA KÄSIN TEKSTAUS

Termiä typografia käytetään puhuttaessa tekstin painoasusta tai ulkoasusta (Itkonen 2003, 150). Satoja vuosia vanhalla tekniikalla ja taiteenlajilla typografialla tarkoitetaan myös tekstiin liittyvää suunnittelua. Sen tarkoituksena on kuvata tekstin muodossa olevaa tietoa siten, että teksti on mahdollisimman helposti luettavaa, mutta visuaalisesti esteettistä (Saavutettava.) Luettavuudella voidaan tarkoittaa tekstin sisällöllistä tai visuaalista luettavuutta, jotka ovat vahvasti kytköksissä toisiinsa. Typografiassa pidetään kuitenkin tärkeämpänä tekstin visuaalista ilmettä (Brusila 2001, 90.) Jotta tietoa voidaan välittää lukijalle oikeanlaisella tavalla, sille on annettava oikeanlainen visuaalinen muoto. Etenkin graafisessa suunnittelussa ja viestinnässä typografiset ratkaisut ja ominaisuudet ovat tärkeitä. Tekstiinformaation visuaalisen ilmeen suunnittelussa on otettava huomioon esimerkiksi sommittelu, kirjaintyyppien valinta, kirjainten asettelu, korostukset ja väritys (Graafinen).

Teksti-informaatiota on jatkuvasti joka puolella, ja typografian käyttö ilmenee joka päiväisessä elämässä, kuten mainoksissa, lehdissä, kirjoissa, pakkauksissa, vaatteissa, älylaitteissa, sisustustuotteissa ja digitaalisissa tuotteissa. Typografialla ja sen ominaisuuksilla on suuri merkitys tekstin luettavuuden kannalta, ja samat ratkaisut eivät välttämättä toimi samanaikaisesti esimerkiksi paperilla ja internet-sivuilla. Typografiaan ei aina edes kiinnitetä huomiota – etenkin silloin, kun se on lukijan mielestä hyvin onnistunutta. Toisaalta mielenkiintoiset, visuaaliset ja esteettiset typografiset ratkaisut kiinnittävät katsojan tai lukijan huomion tekstiin

(kuva 1). Typografiassa pyritään kuitenkin hyvään kokonaisuuteen eli visuaalisuuteen ja luettavuuteen, jotta tekstin lukeminen olisi mahdollisimman helppolukuista, mutta esteettistä.



I CREATE
GRAPHIC DESIGN
ILLUSTRATION
& GREAT IDEAS

<p>EXPERIENCE</p> <p>Art Director Great White Whale Student Gallery Show October 2011 - December 2011 Directed production Communicated with departments Delegated responsibilities</p> <p>Spa Assistant Mario Tricoci Spa June 2008 - September 2009 Controlled inventory Displayed products Provided customer service Planned customer experience Assisted manager</p> <p>Accounting Intern / Freelance Designer ZF Sales and Service 2006 - 2007 / Present Entered data Filed documents Provided customer service Produced trade show signs</p>	<p>EDUCATION</p> <p>The Illinois Institute of Art Schaumburg Graduation Date - March 2012 Bachelor of Fine Arts degree in Graphic Design Concentration in digital illustration and typography.</p> <p>The Leelanau Preparatory School Glen Arbor, MI. Concentration in fine art, French, and English writing.</p> <div style="text-align: center; border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <i>Delightful!</i> </div>	 <p>SKILLS</p> <p>Fluent in Adobe Creative Suite -Photoshop -Illustrator -InDesign Digital printing English writing</p> <p>Working Knowledge Of Microsoft Office Mac OS Digital cameras French</p>
<p>ACHIEVEMENTS</p>  <p>The Illinois Institute of Art 2009-2012 Academic Honors</p>	<p>ASSOCIATIONS</p> <p>AIGA Member since 2011</p> <p>The Art Director's Club Member since 2011</p>	<p>TRADITIONAL SKILLS</p> <p>Illustration Pencil, ink, paint, and vector</p> <p>Lettering Ink, pencil, and vector</p>

WWW.KELLIMARIE.ME

224.888.1082

HELLO@KELLIMARIE.ME



Thanks!

LET'S KEEP IN TOUCH

BLOG [HTTP://KELLITHECATLADY.TUMBLR.COM](http://KELLITHECATLADY.TUMBLR.COM)
 TWITTER [@KELLITHECATLADY](https://twitter.com/KELLITHECATLADY)
 PINTEREST.COM/KELLIMARIEDALY

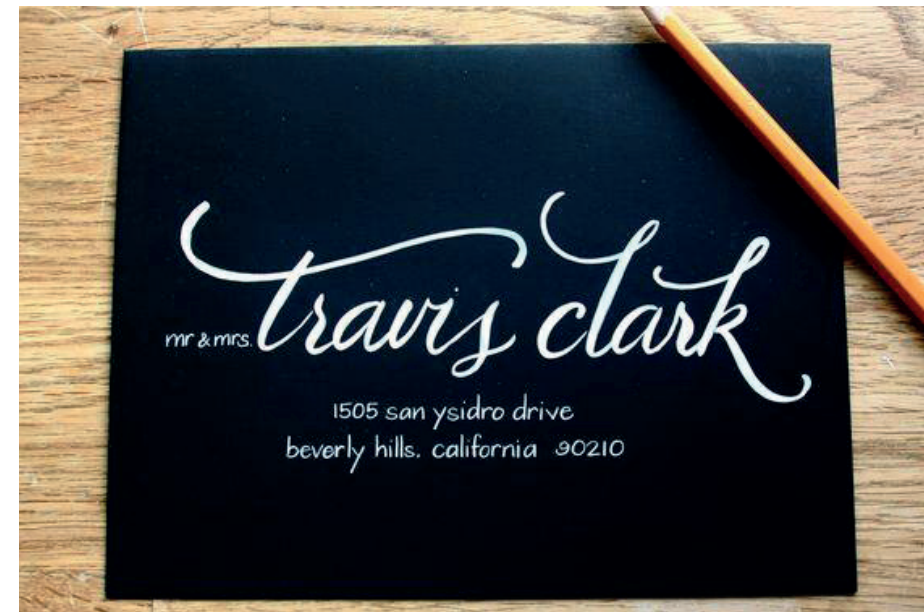
Kuva 1. Graafisen suunnittelijan typografinen ansioluettelo (HI-RE Blog 2013).

Tässä työssä typografia ilmenee käsin tekstatun tekstin muodossa (kuva 2). Käsin tekstauksella (engl. hand lettering) tarkoitetaan kaunista tapaa kirjoittaa ja piirtää kirjaimia, sanoja ja lauseita (Kirkendall ym. 2014, 4). Käsin kirjoittaminen on tietenkin myös perinteinen tapa siirtää tietoa ja ilmaisuja, mutta nykyään käsin kirjoittamista pidetään myös eräänlaisena trendikkäänä taidemuotona. Se voi olla koristeellista, perinteistä kalligrafiaa, modernia kalligrafiaa tai luovaa tekstien kuvitusta. Täydellinen typografia edellyttää kaikkien tekstissä käytettyjen elementtien harmoniaa eli sopusuhtaisia mittasuhteita (Brusila 2002, 54). Käsin tekstauksessa on kuitenkin yleistä käyttää erilaisia visuaalisia ja typografisia korostuskeinoja eikä tekstien aina tarvitse noudattaa typografisia sääntöjä. Käsin kirjoitetun tekstin on tarkoitus olla visuaalisesti kaunista, joten siitä voidaan puhua myös tekstien kuvittamisena.



Kuva 2. Käsin tekstattua tekstiä (Creative Market 2016).W

Sanat hand lettering ja käsin tekstausta viittaavat käsin kirjoittamiseen, mutta todellisuudessa käsin tekstausta on pohjimmiltaan piirtämistä. Kalligrafia eli kaunokirjoitustaide on taas enemmänkin varsinaista kirjoittamista, mutta myös siitä puhutaan tekstien kuvittamisena (Suomen Kalligrafiayhdistys 2017). Kalligrafiassa ja käsin tekstaustuksessa käytetään erilaisia tekniikoita ja työvälineitä, kuten lyijykyniä, mustekyniä, polttokyniä, liitujia, maaleja, vesivärejä, teriä ja musteita. Korostuskeinoina voidaan käyttää kirjaintyyppien yhdistelyjä, kirjainten eri kokoja, värejä, somistuskuvioita sekä valoja ja varjostuksia. Käsin tekstattuja tekstejä voi myös digitalisoida, jolloin kuvitettuja tekstejä voi hyödyntää tehokkaasti erilaisissa tuotteissa. Sekä typografiaa että käsin tekstausta voidaan soveltaa muotoilussa, graafisessa suunnittelussa ja erilaisissa taideprojekteissa. Käsin tekstausta käytetään nykyään paljon myös erilaisissa paperituotteissa kuten korteissa, postcrossingissa eli kansainvälisessä postikorttien vaihdossa sekä bullet journeissa eli tee se itse -kalentereissa (kuva 3).



Kuva 3. Modernia kalligrafiaa ja tekstausta kirjekuoressa (Letters 2016).



Typografia **SUOMALAISESSA** **SISUSTUKSESSA**

4 TYPOGRAFIA SUOMALAISESSA SISUSTUKSESSA

4.1 Survey-tutkimus

Tutkimuskysymykseen "millaisia typografisia tuotteita on skandinaavisessa sisustuksessa" lähdin selvittämään vastausta survey-tutkimuksella, jonka tarkoituksena oli kerätä kyselymenetelmällä aineistoa typografisista tuotteista. Koska työn tavoitteena oli suunnitella skandinaaviseen sisustustyyliin sopivia tuotteita, valitsin kyselyn kohderyhmäksi Facebookin Skandinaavinen ja moderni sisustus -ryhmän. Tavoitteena oli selvittää, millaisia typografisia tuotteita nimenomaan suomalaiset käyttävät sisustuksessa, miten typografia ilmenee eri tuoteryhmissä ja millaisia aiheita tekstien sisällöt käsittelevät.

Työn aikana suunniteltavien tuotteiden tavoitteena on sopia skandinaaviseen sisustustyyliin, joka mielletään useimmiten minimalistiseksi, ajattomaksi ja selkeäksi. Skandinaavisessa tyyliä suositaan selkeyttä, laadukkaita materiaaleja, tarkasti harkittuja ratkaisuja ja pelkistettyä yleisilmettä. Koteihin tuodaan kuitenkin persoonallisuutta tehosteväreillä, kontrasteilla, eri tyylien yhdistelemisellä sekä itselle tärkeillä ja merkityksellisillä tavaroilla. Tavoitteena on, että työn lopputuotokset heijastavat skandinaavista tyyliä – ajattomuutta ja harkitsevuutta, mutta erottuakseen myös persoonallisuutta.

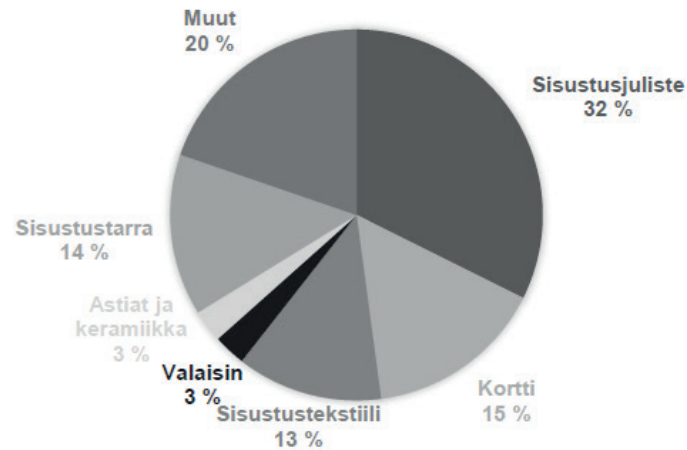
Toteutin kyselyn 4. joulukuuta 2016, ja jo muutamassa päivässä vastauksia kerääntyi lähemmäs sata. Kaikki vastaajat olivat sukupuoleltaan naispuolisia henkilöitä. Saatu-

jen vastausten pohjalta laadin myös kaaviot, jotka havainnollistavat suosituimpia tuoteryhmiä ja tekstien aiheita.

Tekstejä sisältävien sisustustaulujen ja -tarrujen suosio on kasvanut viiden viime vuoden aikana ja niiden suosio liittyy maalaisromantiikkaan ja nostalgiaan (Helsingin Sanomat 29.1.2017, 7). Myös survey-kyselyn tutkimustulokset osoittivat edellisen väittämän todeksi, sillä erilaiset sisustustaulut ja -tarrat olivat pidetyimpiä typografisia tuotteita (kuvio 3). Taulujen ja tarrujen suosiota selittänee se, että niiden valikoima on laaja aina motivoivista sitaateista yksittäisiin kirjaimiin ja ne on helppo ottaa osaksi seinille aseteltavia taulukollaaseja.

Tekstejä löytyi myös kodintekstiileistä, kuten käsipyyhkeistä ja tyynyliinoista. Valaisimissa typografiaa ilmeni harvakseltaan, mutta suosittuja olivat valokirjaimet ja kustomoitavat valaisin laatikot. Tavallista on, että astioissa, kuten kahvikuppeissa tai säilytysrasioissa on tekstiä, mutta kyselyyn vastajilla nämä eivät olleet suosiossa. "Purkissa voi olla kaakaota, vaikka sitä ei siinä purkissa lue." (H. Sumari, MTV). Kyselytutkimus osoitti miten paljon tekstejä ja kirjaimia on voitu hyödyntää tuotteissa, joten muut -kategoria käsittää esimerkiksi tuikut, jääkaappimagneetit ja muut erilaiset piensisustusesineet.

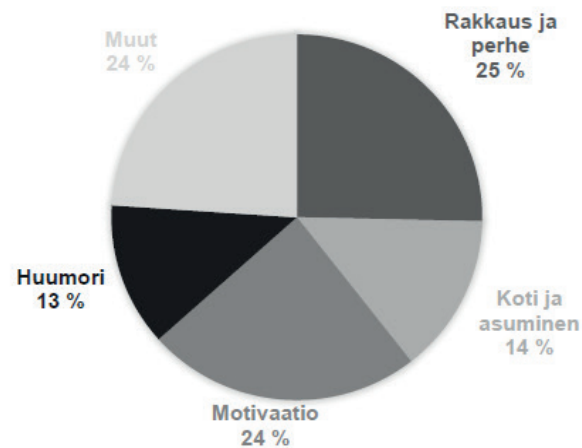
TUOTERYHMÄT



Kuvio 3. Tuoteryhmät

Sisustustuotteiden aiheista suosituin oli rakkaus ja monet tekstit liittyivät perheeseen tai ystäväyteen (kuvio 4). Suositteja olivat myös erilaiset motivoivat ja inspiroivat sitaatit, joista monet liittyivät esimerkiksi unelmien toteuttamiseen ja saavuttamiseen, kuten "do what you love, love what you do." Kotiin ja asumiseen viittavia tekstejä olivat muun muassa "oma koti mullin mallin" ja "ken sotkee niin siivoo." Humoristisia tekstejä löytyi sisustustauluista ja kylteistä, kuten "I'm sorry what I said when I was hungry." Rakkauskliseitä ja sisustustarroja pidettiin kuitenkin jokseenkin mauttomina ja kotiin ei kaivata teksti-informaatiota, jota on muutenkin nykypäivänä paljon (M. Jaakkola, henkilökohtainen tiedonanto 4.12.2017). Tekstejä oli haasteellista kategorisoida, sillä osa teksteistä saattoi ilmentää useampaa aihetta, kuten rakkautta ja huumoria samanaikaisesti.

TEKSTIEN AIHEET



Kuvio 4. Tekstien aiheet

Typografisten tuotteiden tärkeäksi ominaisuudeksi koettiin niiden omakohtaisuus – se että tuotteella ja tekstillä on jokin merkitys sen omistajalle (T. Ikala, henkilökohtainen tiedonanto 4.12.2016). Tekstin sisällön tärkeys on ensisijaista tuotteen omistajalle, mutta koska kyseessä on osa sisustusta oleva tuote, on tärkeää, että se on myös visuaalisesti esteettinen ja sisustukseen sopiva. Omakohtaisilla tekstituotteilla voidaan tuoda lisää persoonallisuutta sisustukseen ja viestiä muille itselle tärkeistä asioista. Esimerkiksi kustomoitavilla kaupunki- ja karttajulisteilla voi ilmaista omasta kotipaikkakunnastaan tai jostain itselle tärkeästä kaupungista. Myös kustomoitaviin valaisimiin voidaan luoda itselle tärkeitä sitaatteja, joita voidaan muuttaa jatkuvasti (kuva 4.) ”--Parhaimmillaan inspiroiva lause voi toimia ikään kuin taustalla niin, ettei sitä aktiivisesti mieti. Niistä voi kuitenkin hakea voimaa silloin kun tarvitsee” (Helsingin Sanomat 29.1.2017, 6).



Kuva 4. Typografisia tuotteita suomalaisessa sisustuksessa.

4.2 Typografian merkitys suomalaisessa sisustuksessa

Tutkimuksen perusteella typografisia tuotteita käytetään sisustuksessa hyvin monipuolisesti, useimmiten somistusesineissä, mutta myös tuotteissa, joilla on jokin käytännöllisempi tarkoitus. Typografia ilmenee tuotteissa yksittäisinä kirjaimina, sanoina tai lauseina ja kielenä on useimmiten suomi tai englanti, mutta niissä voi olla myös murteita, runoutta ja puhekieltä. Kyselytutkimuksen pohjalta voidaan todeta, että tekstituotteet ovat suosittuja sisustuksessa, mutta ne jakavat myös mielipiteitä. Liikaa toistuvia rakkauskliseitä pidettiin tylsinä ja hieman mauttomina.

Typografisten tuotteiden ei tarvitse kuitenkaan olla mautonta krääsää vaan tyylikkäitä ja harkittuja sisustuselementtejä, jotka puhuvat katsojalle tai lukijalle jotakin tuotteen omistajasta ja hänen arvoistaan. Sekä tuotteen visuaalinen esteettisyys, että tekstin sisältö ovat olennaisia ominaisuuksia. Osana sisustusta erilaiset tekstituotteet voivat olla arjen humoristinen kevennys, viesti omista mieltymyksistä, muisto itselle tärkeästä ihmisestä tai paikasta. Se voi olla muistutus positiivisena pysymisestä, olla motivaationa tai elämänohjeena alkavalle päivälle. Teksteillä halutaan ilmaista erilaisia asioita, kuten omia arvoja ja itselle merkityksellisiä asioita. Niillä voidaan pukea sanoiksi omia unelmia ja muita asioita, joita omalta elämältä toivotaan.

5

TYPOGRAFISET JULISTEET

5 TYPOGRAFISET JULISTEET

5.1 Markkinoilla olevat julisteet

Työn edetessä mietin millaisia tuotteita itselläni olisi mahdollista toteuttaa opinnäytetyön aikataulussa. Päädyin typografisiin printteihin, joita voi hyödyntää julisteissa ja korteissa, sillä niiden suunnitteleminen ja prototyyppien tekeminen olisi mahdollista annetussa ajassa, mutta prosessin jälkeen samoja printtejä voisi hyödyntää muissakin tuotteissa.

Tässä työssä benchmarkingin avulla tarkasteltiin ja vertailtiin, millaisia sisustuksessa käytettäviä tekstijulisteita ja -tauluja on jo olemassa ja minkä tyyliä tyylisiä typografisia tuotteita skandinaaviset yritykset markkinoivat. Samalla tarkastelin, millaisia toteutustyyliä, tekstejä ja visuaalisia ratkaisuja eri sisustusjulisteissa on käytetty.

Benchmarkingin avulla tutkin typografisia sisustusjulisteita verkkokaupoista ja sisustus- ja lifestyle-blogeista. Sosiaalisen median näkyvyyden perusteella selkeästi suosituimpiin yrityksiin kuuluu ruotsalainen verkkokauppa Desenio, jonka sisustusjulistevalikoima on laaja. Desenion typografiset julisteet ovat suurimmaksi osaksi englannin kielisiä ja sitaattit hyvin universaaleja, joten kuluttajien on helppo samaistua teksteihin. Suomalaisen Pikkunorsun valikoima puolestaan sisältää lastenhuoneeseen sopivia sisustusjulisteita, jotka sisältävät tunnettujen lastenlaulujen sanoituksia. Tekstit ovat tekijänoikeuden alaisia, mutta tekijänoikeuden omistajalta on saatu niihin julkaisulupa. Valikoimassa on myös personoitavia syntymäjulisteita, jotka ovat kustomoitavissa.

Walldesignin verkkokaupan valikoimassa on kirjainjulisteita, jotka sisältävät vain yhden kirjaimen, ja ne ovat suosittuja etenkin seinille aseteltavissa taulukollaaseissa. Kokosin Desenion, Pikkunorsun ja Walldesignin julisteista kuvakollaasin, josta huomaa typografisten julisteiden noudattavan mustavalkoista tyyliä, joka sopii skandinaaviseen ja moderniin tyyliin (kuva 5).



Kuva 5. Typografisia sisustusjulisteita skandinaaviseen tyyliin.

Typografia ilmenee kuvakollaasin julisteissa yksittäisinä sanoina, kirjaimina ja pidempinä teksteinä. Kiinnitin huomiota myös kirjaintyyppeihin, jotka ovat enimmäkseen valmiita fontteja. Esimerkiksi Pikkunorsun Päivänsäde ja menninkäinen -julisteessa kirjaintyypit jäljittelevät käsin kirjoitettua tyyliä, mutta kirjainten samankaltaisuudesta voi päätellä, että juliste on tehty valmiilla fonteilla digitaalisesti. Julisteissa on myös käytetty eri fonttikokoja ja yhdistely erilaisia kirjaintyyppejä, mikä tekee teksteistä visuaalisesti kiehtovia. Julisteissa on pyritty symmetriaan joko keskittämällä tai tasaamalla teksti. Kaikissa julisteissa teksti on horisontaalisesti kirjoitettua, mikä on tyyppillisin keino pitää luettavuus helppona.

5.2 Käsien kirjoitettu teksti tuotteissa

Typografia ilmenee useissa tuotteissa valmiiden fonttien muodossa, joten halusin selvittää, käytetäänkö tuotteissa käsin kirjoitettua tekstiä. Lähdin tekemään havainnointitutkimusta sisustusliikkeisiin ja kirjakauppoihin löytääkseni typografisia tuotteita, joissa olisi käytetty alun perin käsin kirjoitettua tekstiä. Lahjatavaraliikkeen ja kirjakaupan valikoimasta löytyi Ninnimoi Designin suunnittelemia postikortteja ja julisteita, joiden tekstit ovat käsin kirjoitettuja valmiiksi digitaaliseen muotoon Wacomien piirustuspöydällä (N. Kohonen, henkilökohtainen tiedonanto 17.3.2017). Tekstin voi havaita käsin kirjoitetuksi esimerkiksi siitä, että sama kirjain ei ole aina identtinen. Myös graafisen suunnittelijan, Annika Välimäen, korteissa ja julisteissa on käytetty modernia kalligrafi-aa (kuva 6). Käsien kirjoittamisessa jäljitellään usein olemassa olevia fontteja, mutta lopullisissa tuotoksissa näkyy aina kirjoittajan oma tyyli.



Kuva 6. Ninnimoi Designin ja Annika Välimäen käsin tekstatut julisteet.

6

TUOTTEIDEN SUUNNITTELU- JA VALMISTUS- PROSESSI

6 TUOTTEIDEN SUUNNITTELU- JA VALMISTUSPROSESSI

6.1 Ideointi ja aiheen valinta

Opinnäytetyön keskeisimpänä tavoitteena oli typografisten printtien suunnittelu ja tekstien kuvittaminen käsin, joten aloitin suunnitteluprosessin pohtimalla aihetta ja kuvitettavia tekstejä. Tavoitteena oli suunnitella jotain jo olemassa olevasta eroavaa ja luoda jotain uutta typografisiin tuotteisiin. Luodakseen jotain uutta, ideoita tulee olla paljon, jotta niiden toimivuutta ja vaikutuksia voidaan tarkastella (Villanen, J. 116). Survey-tutkimuksen pohjalta tekstien tärkeimpänä ominaisuutena pidettiin niiden omakohtaisuutta, joka antaa tuotteelle lisäarvoa. Valitsin tuotteiden ideoinnin lähtökohdaksi omakohtaisuuden, jotta kuvitetuista teksteistä tulisi myös sisällöltään erilaisia.

Typografisia sisustusjulisteita on olemassa paljon, mutta niissä toistuvat monesti samantapaiset inspiroivat sitaatit ja englannin kieli. Tällä hetkellä myös erilaiset kartta- ja kaupunkijulisteet vaikuttavat olevan trendikkäitä. Tavoitteena oli kuitenkin tuoda julisteisiin jotain uutta, joten lähdin etsimään omakohtaisia tekstejä perheeni ja sukulaisten vanhoista päiväkirjoista, vieraskirjoista, postikorteista, runokoelmista, muistokirjoituksista ja leikekirjoista (kuva 7). Koska valitsemani tekstit ovat kaikki peräisin sukuni 1940-luvulla aloitetusta, vanhasta vieraskirjasta, tekijänoikeuteen liittyviin asioihin ei tarvinnut kiinnittää huomiota. Vanhoja kirjoituksia lukiessa haasteeksi nousi löytää yhtenäistä teemaa mielenkiintoisimmille teksteille. Haasteellista oli myös löytää tekstejä, joihin voisi ajatella muiden

samaistuvan. Huolimatta tekstien henkilökohtaisuudesta ja omakohtaisuudesta, tavoitteena oli, että myös muut ihmiset pystyvät omien sisäisten malliensa, kuten muistojensa pohjalta luomaan tuotteelle ja tekstille oman merkityksensä (liite 2).

24. I-41. On taas ollut leppoisa lauantain ja lupa-
päivän aatto. Kiitokset kaikesta hyvästä, niin sielun
kuin ruumiin ravinnosta, elinon hymyistä ja hy-
pyistä, ompelukoneen käytöstä, y.m. y.m.!

OLISPA AINA ILTA JA LAUANTAI

EIKÄ KOSKAAN AAMU JA MAANANTAI!

TOIVOO LIISA ORAVA.

Enon Petteri kirjoittaa taas, mutta pian
 taas palaan kotiin. Nopeasti nämä
 joulunpyhät kuluvat melskatessa
 lasten kanssa. Iti sairastui, mutta
 toivottavasti pian paranee. Vajaa
 kahdessa viikossa olen saanut taas
 elää enemmän kuin usein muukaan-
 siin. Kirkkain juhla ja arkisin arki
 ovat antaneet kättä toisilleen.
 Kiitos teille kodin mesikämmäset.
 29.12.42. Isä.

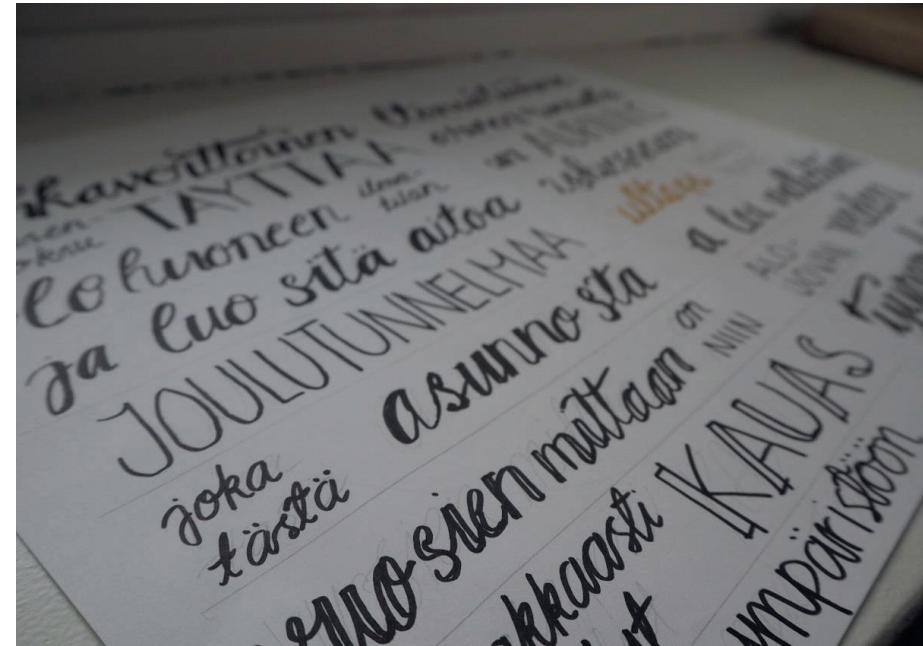
Kuva 7. Vieraskirjan merkintöjä.

6.2 Luonnostelu ja suunnittelu

Kuvitettavien tekstien valitsemisen jälkeen aloitin luonnostelun valitsemalla visuaalisesti miellyttäviä kirjaintyyppejä, jotka sopisivat skandinaaviseen pelkistettyyn tyyliin. Kirjaintyyppillä tarkoitetaan yhtä yhtenäiseen muotoon piirrettyä merkistöä (Itkonen 2003, 11). Arkikielessä kirjaintyypeistä puhutaan myös fontteina. Tarkoituksena ei ollut käyttää valmiita fontteja, vaan kirjoittaa tekstit käsin, jolloin oma kädenjälki saa näkyä työssä. Tekstit käsitellään jälkeenpäin tietokoneella Adobe Illustratorilla digitaaliseen muotoon, jotta myös mahdollisia virheitä voi korjata.

Tekstit olisivat mahdollista tehdä suoraan digitaalisiksi käyttäen erilaisia käsin kirjoitetun tyyliä valmiita fontteja, mutta käsin tekstausta ja erilaisia tyyliä, kuten modernia kalligrafiikkaa ei voi kuitenkaan oppia tekemättä käsin. Käsin tekstausta, kaunokirjoitusta ja fonttien piirtäminen sekä kirjoittaminen vaativat harjoittelua, joka kehittää tietynlaista hienomotoriikkaa. Myös sommittelu on helpompaa tehdä kynällä paperille, mutta tekstejä on mahdollista siirtää ja sommitella tietokoneella jälkeenpäin.

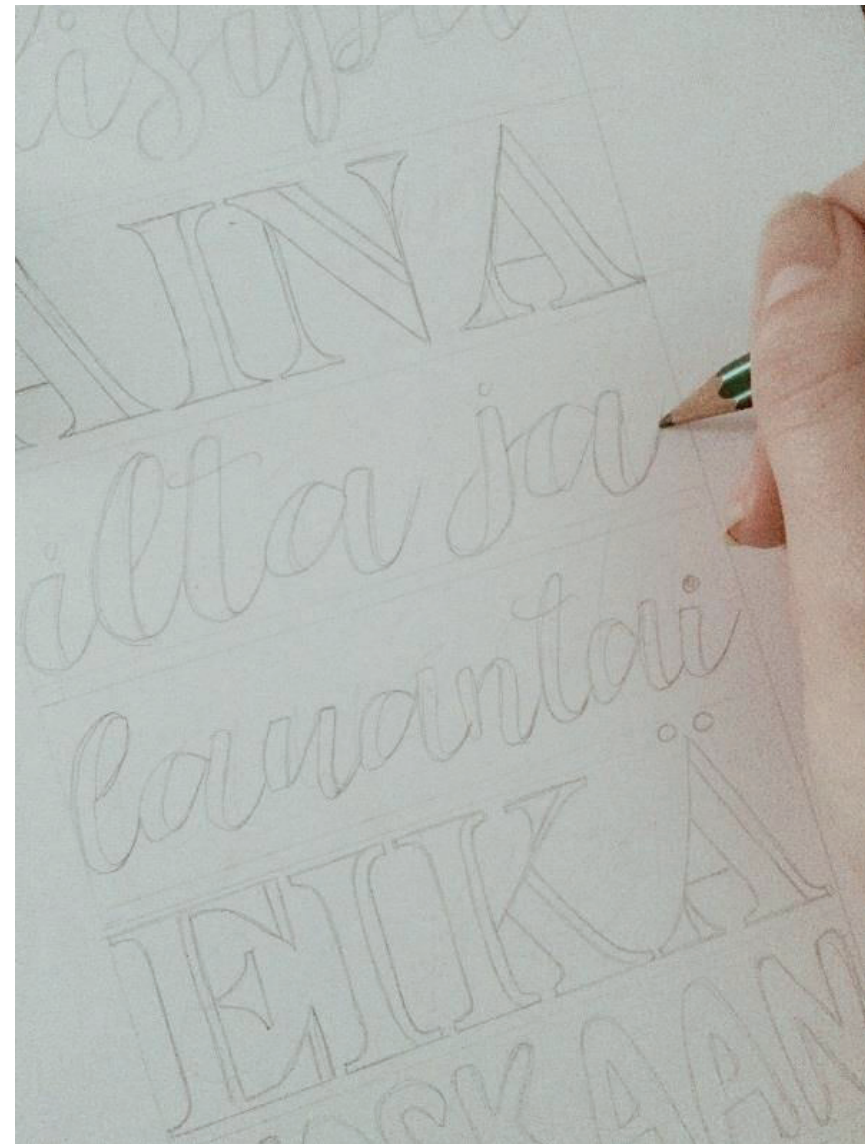
Luonnostelin vieraskirjasta poimittuja tekstejä nopeasti paperille hahmottaakseni, miten kirjaimia ja sanoja kannattaisi sommitella, jotta teksti pysyisi riittävän helposti luettavana ja visuaalisesti mielenkiintoisena (kuva 8). Luonnostelun tavoitteena oli kokeilla erilaisia ideoita ja hahmotelmia teksteistä keskittymättä liikaa yksityiskohtiin. Tavoitteena oli kokeilla erilaisia kirjaintyyppejä ja sommitteluratkaisuja, jotka sopisivat printteihin.



Kuva 8. Tekstien luonnostelua.

6.3 Tekstien kuvittaminen

Nopeiden luonnosten pohjalta aloitin tekstien ja sanojen piirtämisen tukevalle A4-kokoiselle 250 g/m² syväpainopaperille, joka soveltuu hyvin esimerkiksi kalligrafiaan. Paperin sileä pinta sopii hyvin tusseille, sillä väri ei leviä siinä. Aloitin ensimmäiset työt piirtämällä lyijykynällä paperille horisontaalisia viivoja, jotta sanojen sommittelu ja kokonaisuuden hahmottaminen olisi helpompaa (kuva 9). Kuva-alaa kannattaa käsitellä kokonaisuutena ja aloittaa piirtäminen hahmottelemalla kokonaisuus, jotta ei keskity liikaa yksityiskohtiin (Ahjopalo-Nieminen 1999, 19). Kirjoitin tekstien sanat paperille ja muuntelin niiden paikkoja niin kauan, että sain sommiteltua ne haluamallani tavalla. Sanojen sommittelun jälkeen aloitin sanojen piirtämisen ja yhdistelin erityyppisiä kirjaintyyppejä, jotta työstä tulisi mielenkiintoisempi. Teoksissa on jäljitelly kalligrafiaa mustalla tussilla modernimpaan muotoon, mutta kirjainten sidosteisuus mukailee vanhaa kaunokirjoitusta. Yhdistin kalligrafiaan jäljittelevään tyyliin versaliaakkosia. Pyrin käyttämään osittain samoja kirjaintyyppejä, jotta printtien kokonaisuus pysyy yhtenäisenä.



Kuva 9. Tekstin kuvittamista.

Tekstien kuvittamisessa piti ottaa huomioon sanojen sommittelu ja kirjaintyyppien tyyli sekä kirjainten erilaiset korostuskeinot, jotta tekstien luettavuus säilyy riittävästi ja visuaalinen ilme pysyy mielenkiintoisena. Tavoitteena oli löytää kirjaintyyppejä ja niiden yhdistelmiä, jotka sopisivat sekä omaan, että skandinaaviseen tyyliin. Typografia on voimakas kerronnan väline – tärkeää ei ole vain teksti ja sen sanoma, vaan myös se miltä teksti näyttää. Kirjaintyypeillä ja eri tyyliellä voidaan joko tukea tekstin sanomaa tai tehdä tekstin sanomasta ristiriitaista (Brusila 2002, 84.)

Koska en löytänyt teksteille niitä kaikkia yhdistävää teemaa, päätin pitää printtien visuaalisen ilmeen yhtenäisenä käyttämällä samoja kirjaintyyppejä ja niiden yhdistelmiä sekä mustavalkoisuutta. En kuitenkaan halunnut, että lopputuloksena kuvitetut tekstit näyttävät keskenään liian samanlaisilta, joten pyrin käyttämään erilaisia typografisia ratkaisuja, kuten erilaisia sommittelukeinoja ja kuvallisempaa typografiaa.

Kolmannen printin teksti oli hyvin pitkä, joten luonnosteluvaiheessa haasteena oli saada teksti mahtumaan A4-kokoiselle paperille (kuva 10).

Koska kolmannessa tekstissä puhutaan kodin onnesta, julisteessa sana ”kodin” on muotoiltu talon muotoon. Alkukirjain K ja loppukirjain N muodostavat talon seinät ja I-kirjain talon savupiipun, josta tulee savua (kuva 11). Valmiissa printissä savun muodon sisään on kirjoitettu tekstiä, jonka kaareva tyyli mukailee savun liikettä (liite 5).

*Sanotaan vahingonolon olevan puhainta iloa.
Siihen kuitenkin pamen jyrisevän vastalauseen, kun kat-
sellessani tämän kodin onnea tunnen maailman puh-
ainta iloa. Totisesti se johtuu pelkästään lähimmäisenra-
kautesta eikä mistään vahingonilosta.
16.12.41. Liisa Orava.*

Kuva 10. Vieraskirjan merkintä.

KODIN KODIN
KODIN KODIN
KODIN KODIN

Kuva 11. Muotoon tekstausta.

Viimeisimmän printin suunnittelussa hyödynsin muotoon tekstausta sekä tekstausta negatiiviseen tilaan eli sanoja ympäröivään tilaan. Tavoitteena oli kuvittaa teksti valkoisena mustalle pohjalle siten, että mustan ja valkoisen luoma kontrasti auttaa erottamaan tekstin ja muodot. Käytin printissä vintage-henkistä kirjaintyyppiä, jotta kaikissa töissä ei toistuisi samat kirjaintyypit liikaa (kuva 12).



Kuva 12. Kirjaintyyppien luonnostelua.

6.4 Tekstien digitalisointi

Töiden valmistuttua skannasin tuotokset koneelle, jonka jälkeen käsittelin niitä Adobe Illustrator -kuvankäsittelyohjelmalla. Tavoitteena oli muuttaa työt digitaaliseen muotoon, jotta niitä voisi tarvittaessa muokata. Kuvankäsittelyohjelman avulla pystyin siirtämään sanoja, jotka eivät mielestäni olleet tasapainossa keskenään tai olivat muuten liian lähellä toisia sanoja. Samalla töihin pystyi tekemään muita pieniä muutoksia ja korjauksia. Image Trace -työkalun avulla käsin piirretyistä töistä pystyy tekemään tarkemmat ja täysin mustavalkoiset, jolloin printtien laatu on myös tulostettaessa parempi (kuva 13.)



Kuva 13. Piirretty versio ja tietokoneella muokattu versio.

7

**Valmiit
TYPOGRAFiset
PRINTit**

7 VALMIIT TYPOGRAFISET PRINTIT

Opinnäytetyön aikana valmistui viisi printtiä, jotka sopivat graafisuutensa ja mustavalkoisuutensa ansiosta skandinaaviseen tyyliin. Aluksi tavoitteena oli valmistaa prototyyppiä A4-kokoisista sisustusjulisteista, mutta suunnitteluvaiheen aikana totesin, ettei tuoteryhmää kannata määrittää liian tarkkaan. Koska typografiset printit ovat muutettu myös digitaaliseen muotoon, niitä voi hyödyntää missä tahansa tuotteessa. Työn tavoitteena oli valmistaa prototyypit, joten painatin printteistä A4-kokoisia julisteita sekä A5-kokoisia kortteja (kuva 14).

Työn aikana koin haasteeksi löytää yhtenäistä teemaa teksteille, mutta prosessin loppuvaiheessa huomasin, että tekstien sisällöt liittyvät jokainen omalla tavallaan onneen. Onnellisuus -teema kuvaa tekstejä hyvin ja on osuva myös siksi, että vieraskirjan on omistanut Onni-niminen henkilö.



Kuva 14. Valmiit typografiset printit.



YHTEENVETO ja LOPPUPÄÄTELMÄT

8 YHTEENVETO JA LOPPUPÄÄTELMÄT

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia typografian merkitystä muotoilussa ja valmistaa typografisia printtejä, joiden tekstit pohjautuvat tekijän suvun vieraskirjaan. Tavoitteena oli suunnitella skandinaaviseen sisustustyyliin sopivia printtejä, joiden kuvitetut tekstit olisivat sisällöltään poikkeavia jo markkinoilla olevista. Käsini kirjoitettuja printtejä oli tarkoitus hyödyntää sisustusjulisteeissa ja -korteissa valmistamalla tuotteista prototyypit opinnäytetyön aikana.

Ennen tuotteiden ideointia, suunnittelua ja toteutusta en tiennyt millaisissa tuotteissa haluaisin typografiaa hyödyntää vaan määrittelin aiheen vasta tiedonhankinnan jälkeen. Käytin tutkimusmenetelminä survey-tutkimusta, benchmarkingia ja havainnointia, joiden tulokset auttoivat ideointi- ja suunnitteluprosessia. Survey-tutkimuksella pystyin selvittämään, millaisissa tuotteissa typografiaa käytetään ja mikä merkitys tekstien sisällöllä ja visuaalisuudella on. Benchmarkingilla pystyin tutkimaan, millaisia typografisia printtejä on jo olemassa, jotta en suunnittelisi työssäni jotain sellaista, mitä on jo tehty. Työssäni halusin myös hyödyntää käsini tekstausta, joten halusin havainnoida, käytetäänkö käsini tekstausta tuotteissa, sillä valmiiden digitaalisten fonttien käyttäminen on nopeampaa ja helpompaa.

Tiedonhankinnan pohjalta sisustuksessa käytetään typografisia tuotteita, kuten sisustusjulisteeita. Tärkeintä on, että tekstin sisältö on omakohtaista tai itselle merkityksellistä. Myös tuotteiden visuaalisuus on olennaista, sillä niiden on sovittava sisustukseen. Liian useasti toistuvia kliseitä pidetään

pidetään mauttomina ja tylsinä. Kun typografiset tuotteet ovat harkittuja ja omakohtaisia, ne ovat persoonallinen lisä sisustuksessa. Useimmiten aiheet viittaavat onnellisuuteen, rakkauteen, itsensä toteuttamiseen ja omiin unelmiin. Skandinaaviseen tyyliin sopiva printti on mustavalkoinen, omakohtainen sisällöltään ja visuaalisesti esteettinen sekä mielenkiintoinen.

Tiedonhankinnan jälkeen suunnitteluosuudessa perehdyin enemmän tekstien kuvittamiseen ja typografiseen osaamiseen, jotka ovat toteutettujen tuotteiden perustana. Lopulliset työn aikana toteutetut tuotokset vastaavat asettamiani tavoitteita, sillä tyyliiltään ne sopivat skandinaaviseen sisustukseen, sillä mustavalkoisuus on yleinen ominaisuus suomalaisessa sisustuksessa. Tekstien sisällöt ovat omakohtaista ja persoonallisia, sillä ne ovat peräisin vanhasta vieraskirjasta. Tekstit ovat myös suomenkielisiä, joten ne poikkeavat universaaleista englannin kielisistä sitaateista. Typografisilla ratkaisuilla olen pyrkinyt tekstien helppolukuisuuteen ja erilaisilla korostuskeinoilla mielenkiintoiseen visuaaliseen kokonaisuuteen. Tavoitteena oli myös kehittää omia taitojani ja koko prosessin ajan olen hyödyntänyt käsini tekstausta myös opinnäytetyön ulkopuolella. Opinnäytetyön aikana opin myös paremmin käyttämään Adobe Illustratoria, jolla tekstit digitalisoitiin. Koska printit ovat myös digitaalisessa muodossa, voin hyödyntää niitä jatkossa missä tahansa tuotteissa.

LÄHTEET

Annika Välimäki. Viitattu 2.3.2017 <https://annikavalimaki.com/category/julisteet/>

Ahjopalo-Nieminen, T. 1999. Kuvittajan keinot. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Brusila, R. 2002. Typografia – kieltä vai visuaalisuutta. 1. painos. Porvoo: WSOY.

Creative Market. Viitattu 19.1.2017 <https://creativemarket.com/blog/hand-lettering-for-beginners>
HI-RE Blog. <https://www.hi-re.nl/2013/03/27/cv-2-0-eeen-beetje-verliefd/>

Graafinen. Yleistä typografiasta. Viitattu 25.1.2017 <http://www.graafi-nen.com/suunnittelu/typografia/yleista-typografiasta/>

Itkonen, M. 2003. Typografian käsikirja. 1. painos. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Itä-Suomen yliopisto. Benchmarking. Viitattu 17.3.2017 <https://www.uef.fi/benchmarking>

Jyväskylän yliopisto. Survey. Viitattu 20.1.2017 <https://koppa.jyu.fi/avoi-met/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/survey>

Kalligrafiayhdistys. Mitä kalligrafia on? Viitattu 31.1.2017 <http://www.kalligra-fia.org/kalligrafia/>

Koskinen Emma. 25.4.2017

Kirkendall, G.; Lavender, L.; Manwaring, J. & Panezyszyn, S. 2014. Creative Lettering and Beyond. Inspiring tips, techniques & ideas for hand lettering your way to beautiful works of art. 1. painos. USA: Walter Foster Publishing.

Letters A blog from Anne Robin calligraphy. Viitattu 23.2.2017 <http://www.annerobin.com/blog/>

Metodix. Pirkko Anttila: Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Viitattu 1.3 <https://metodix.fi/2014/05/17/anttila-pirkko-tutkimisen-taito-ja-tiedon-hankinta/>

MTV. Hanna Sumari sisustuksen nykytrendeistä: Krääsä on out! Viitattu 20.1.2017 <http://www.mtv.fi/lifestyle/ohjelmat/suomen-kaunein-koti/uutiset/artik-keli/hanna-sumari-sisustuksen-nykytrendeista-kraasa-on-out/6257048>

Ninnimoi design. Viitattu 2.3.2017 http://www.ninnimoi.fi/epages/ninnimoi.sf/fi_FI/?ObjectPath=/Shops/2015091505/Products/4053

Saavutettava. Saavutettavaa typografiaa. Viitattu 25.1.2017 <http://saavutet-tava.fi/2006/03/24/saavutettava-typografiaa-osa-1/>

Teksteistä saa voimaa. Helsingin Sanomat. 29.1.2017.

Villanen, J. 2016. Tuotteista tähtituotteita. 1. painos. Helsinki: Kauppakamari

Mood board -lähteet

Desenio. <https://desenio.fi/fi/artiklar/inspire-teksti-julisteet.html>

Desenio. <https://desenio.fi/fi/artiklar/manifesto-of-life-poster.html>

Ellos. <http://www.ellos.fi/le-sac/le-sac-en-papier-valkoinen/528779?Ns=RankVa-lue3|1&Nao=1&-selArt=923590&pr=0C1B2S3>

Impola Päivikki. 4.12.2016

Jysk. <http://jysk.fi/sisustus/valaisimet/koristevalaistus/valolaatikko-torleif-85-kir-jainta-led>

Mapiful. <https://www.mapiful.com/place/turku>

Nordic Design Collective. <https://www.nordicdesigncollective.fi/friends.html>

Nuorela Hanna. 4.12.2016

Pikkunorsu. <https://www.pikkunorsu.fi/collections/personoitavat-tuotteet/products/moderni>

Walldesign. <http://www.walldesign.fi/fi/kirjainjulisteet/w.html>

Survey-tutkimus

Opinnäytetyön tutkimus typografiasta sisustustuotteissa. Tutkimuksessa tutkitaan, millaisia typografisia sisustustuotteita suomalaisilla on kodeissaan. Sisustustuotteiksi luokitellaan kaikenlaiset astiat, tekstiilit, valaisimet, taulut, somistusesineet ja muut tuoteryhmät, jotka ovat käyttäjän mielestä osa sisustusta.

1. Kuvia sisustustuotteista, joissa ilmenee tekstiä tai kirjaimia jossain muodossa.
2. Millaisia aiheita tekstit sisältävät?
3. Mitä ajatuksia typografiset tuotteet herättävät yleisesti?

Työssä kuvitetut tekstit

1. Pihkavoittoinen kuusen tuoksu täyttää olohuoneen ilmatilan ja luo sitä aitoa joulutunnelmaa, joka tästä asunnosta vuosien mittaan on niin voimakkaasti säteillyt kauas ympäristöön.
2. Iltanuotiomme järven rannalla, kun aurinko laskiessaan kultasi honkien rungot ja loi välkehtivän valojuovan veden tyyneen kalvoon.
3. Sanotaan vahingonilon olevan puhtainta iloa. Siihen kuitenkin panen jyrisevän vastalauseen katsellessani tämän kodin onnea, tunnen maailman puhtainta iloa. Totisesti se johtuu pelkästä lähimmäisen rakkaudesta, eikä mistään vahingonilosta.
4. Olisipa aina ilta ja perjantai eikä koskaan aamu ja lauantai.
5. Rakkaus on lääke!

Pihkavoittoinen
KUUSEN TUOKSU **TÄYTTÄÄ**
olohuoneen ILMA-
TILAN
ja luo sitä aitoa
JOULUTUNNELMAA
JOKA *asunnosta*
TÄSTÄ
vuosien mittaan ON
NIIN
VOIMAKKAASTI **KAUAS**
SÄTEILLYT
ympäristöön

Ilta- ja aamu-uotiomme
järven rannalla
kun AURINKO
laskiessaan
kultasi HONKIEN
RUNGOT
ja loi välkehtivän
VALOJUOVAN
veden tyyneen
kalvoon

Sanotaan vahingonilon
olevan puhtainta iloa.
Siihen kuitenkin panen jyrisevän
vastalauseen: katsellessani lämmän

KODIN

onnea, tunnen maailman puhtainta iloa.
Totisesti se johtuu pelkästä lähimmäisen
rakkaudesta, eikä mistään vahingonilosta.

Olisipa
AINA
ilta ja
lauantai
EIKÄ
KOSKAAN
admu ja
maanantai

