



DIGITAALISET OPPIMATERIAALIT

Taidon ja kulttuurin oppilaitos TAIKU, graafinen ala

Pertti Riskumäki

Huhtikuu 2007



JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU
Ammatillinen opettajakorkeakoulu

Tekijä(t) RISKUMÄKI, Pertti	Julkaisun laji Kehittämishankeraportti	
	Sivumäärä 35	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____ saakka	
Työn nimi Digitaaliset oppimateriaalit, Taidon ja kulttuurin oppilaitos TAIKU, graafinen ala		
Koulutusohjelma Ammatillinen opettajakorkeakoulu		
Työn ohjaaja(t) LIETONEN, Raija		
Toimeksiantaja(t) Seinäjoen koulutuskeskus, Taidon ja kulttuurin oppilaitos TAIKU		
Tiivistelmä <p>Kehittämishankkeen tavoitteena oli tuottaa digitaalisessa muodossa olevaa oppimateriaalia opiskelijoille ja opettajille. Materiaali tuotettiin lähinnä Taidon ja kulttuurin oppilaitos TAIKU Jurvan tarpeisiin. Hankkeessa selvitettiin mitä graafisen suunnittelun opiskelijan tulee hallita tulevassa ammatissaan, mitä TAIKU Jurvan opetussuunnitelmaan kuuluu ja miten tuotettu oppimateriaali oli siellä hyödynnettävissä.</p> <p>Taustatietoa oppimateriaalien tuottamiseen hankittiin opetussuunnitelman kuvauksista, tekijän omasta kokemuksesta sekä alan kirjallisuudesta.</p> <p>Oppimateriaaleissa oleellisinta on se, että ne ovat digitaalisessa muodossa. Aineistosta laadittiin helposti muokattava ja laajennettava oppimateriaalikonaisuus.</p>		
Avainsanat (asiasanat) graafinen suunnittelu, digitaalinen oppimateriaali, kuvallisen ilmaisun perustutkinto		
Muut tiedot		

Author(s) RISKUMÄKI, Pertti	Type of Publication Development project report	
	Pages 35	Language
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title Digital teaching materials, Jurva School of Craft, Design and Culture, TAIKU		
Degree Programme Vocational Teacher Education		
Tutor(s) LIETONEN, Raija		
Assigned by Seinäjäski Vocational Education Centre, TAIKU School of Crafts, Design and Culture		
Abstract The objective of the development was to create digital teaching material for teachers and students. Material was created for Jurva School of Crafts, Design and Culture, TAIKU. The Issues established in this report were what skills must a student of graphical designer master for the future profession, what TAIKU Jurva´s curriculum consist of and how the created teaching materials could be used in Jurva. Backroung information for this report was collected from the curriculum, writer´s own experience and literature. A easily editable and expandable teaching material was produced from this material.		
Keywords Graphical design, Digital teaching materials,		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	2
2	GRAAFINEN SUUNNITTELIJA.....	3
3	GRAAFISEN SUUNNITTELUN KOULUTUS SUOMESSA.....	5
4	GRAAFISEN SUUNNITTELUN KOULUTUS JURVASSA.....	6
5	GRAAFISEN SUUNNITTELUN PERUSOSAAMISEN OPINTOKOKONAISUUS.....	10
6	GRAAFISEN MUOTOILUN OPINTOKOKONAISUUS.....	13
7	AMMATTIOSAAMISEN NÄYTÖT.....	15
8	OPPIMATERIAALIEN SISÄLTÖ.....	16
9	SOMMITTELU.....	17
10	TYPOGRAFIA.....	21
11	VÄRIOPPI.....	26
12	LIIKEMERKKI JA LOGO.....	30
13	MAINOKSEN HISTORIA 1900-LUVULLA.....	32
14	POHDINTA.....	33
	LÄHTEET.....	35

1 JOHDANTO

Graafisen suunnittelun opetuksen ja graafisen suunnittelijan ammattitaidon kannalta tärkeimmät perustiedot sisältyvät sommitteluun, typografiaan ja värioppiin. Lisäksi graafisen suunnittelun opiskelijan on hyvä tietää liikemerkistä ja logosta sekä mainoksen historiasta.

Kehittämishankkeenani teen graafisen suunnittelijan ammattitaidon kannalta oleellisimmista osa-alueista opetusmateriaalia sähköiseen muotoon. Osa-alueet ovat:

1. sommittelu
2. typografia
3. värioppi
4. liikemerkki ja sen suunnittelu
5. kuvamateriaalia mainoksen historiasta 1900-luvulla.

Käytän kokoamaani materiaalia opetustyössäni teoriaopetuksen tukena videotykillä heijastettuna tai jaan sitä paperitulosteina opetustilanteesta riippuen. Sähköisessä muodossa oleva materiaali mahdollistaa aineiston vaivattoman siirtämisen verkkoon, jolloin se toimii verkossa tapahtuvan itseohjautuvan opetuksen materiaalina. Sähköisessä muodossa oleva materiaali on myös helposti jaettavissa kollegoilleni heidän opetustyönsä tukimateriaaliksi.

Vaikka materiaali onkin luotu ajatellen kuvallisen ilmaisun graafisen suunnittelun opetusohjelmaa, on se sellaisenaan käytettävissä myös muilla suuntautumisaloilla. Materiaaliani olen antanut esimerkiksi vaatetussuunnittelun opettajan käytettäväksi.

Olen pitänyt graafisen suunnittelun lyhytkursseja kauppaoppilaitoksen merkonomi-opiskelijoille, aikuiskoulutuskeskuksen yrittäjille suunnatuilla iltakursseilla, palvelualojen oppilaitoksen restonomi-opiskelijoille, ammattikorkeakoulun kulttuurintuottajaopiskelijoille sekä lukion kuvataideopinnoissa. Olen opinnoissa käyttänyt tätä kokoamaani materiaalia soveltaen sitä hieman ryhmän mukaan.

Kehittämishankeraportissani kerron ensin lyhyesti mikä on graafinen suunnittelija, mitä hänen työtehtäviinsä kuuluu, minkälaisissa työpaikoissa hän voi toimia sekä millaisia ominaisuuksia graafiselta suunnittelijalta vaaditaan.

Selvitän graafisen suunnittelun koulutusta Suomessa yleisesti menneinä vuosikymmeninä sekä mikä on tilanne nykyään. Kerron graafisen suunnittelun koulutuksesta Taidon ja kulttuurin oppilaitoksessa, TAIKU Jurvassa.

Tuon esiin niitä opintokokonaisuuksia, joissa kokoamaani graafisen suunnittelun opetusmateriaaleja voidaan hyödyntää ajatellen nimenomaan kuvallisen ilmaisun koulutusohjelmaa. 15 opintoviikon mittaiset Graafisen suunnittelun perusosaamisen-opintokokonaisuus ja Graafisen muotoilun -opintokokonaisuus sekä ammattiosaamisen näytöt ovat ne kokonaisuudet oppilaitoksessamme, joiden taitotiedon pohjaksi olen opetusmateriaaliani koonnut.

2 GRAAFINEN SUUNNITTELIJA

Graafisen suunnittelijan tehtävänä on erilaisten painettujen tai sähköisten tuotteiden visuaalisen ulkoasun suunnittelu. Graafisen suunnittelijan tehtäväalueita ovat mm. liikemerkit, esitteiden ja lehtien taitot, mainokset, messuosastojen visuaalisen ilmeen suunnittelu, erilaisten mainoskampanjoiden visuaalisen ilmeen suunnittelu.

Graafisen suunnittelijan työpaikka voi olla esimerkiksi mainos- tai viestintätoimistossa, lehtitalossa, televisiossa, kustantamossa. Graafinen suunnittelija voi toimia myös freelancerina tai itsenäisenä yrittäjänä.

Graafisella suunnittelijalla täytyy olla visuaalista lahjakkuutta ja luovuutta. Hän ei saa olla taiteilija sanan varsinaisessa merkityksessä, sillä yleensä työt toteutetaan kaupallisten päämäärien mukaan. Työt tehdään asiakkaan toiveiden mukaan. Viimekädessä lopullinen tuotteen käyttäjä eli kuluttaja määrittelee sen, millaista suunnittelua graafinen suunnittelija tekee.

Graafisen suunnittelijan työnkuva

Perinteisesti graafisen suunnittelijan tehtäväaluetta on ollut painotuotteen, esimerkiksi esitteen tai julisteen, graafisen asun suunnittelu. Suunnitteluun on kuulunut tekstin, kuvien ja värialueiden sommittelua painopinta-alalle. Suunnittelu on tapahtunut nimenomaan käsivaraisesti erilaisia värikyniä ja siirtokirjaimia hyväksikäyttäen. Aikaisemmin graafinen suunnittelija on vastannut lähinnä painotuotteen ulkoasun, lay-out, suunnittelusta ja valvonut työn etenemistä painotalossa. Kun suunnitelma oli lähtenyt graafiselta suunnittelijalta, vastasivat kuvien skannaamisesta ja muokkamisesta sekä sivujen asemoinnista alan ammattilaiset, tietenkin yhteistyössä suunnittelijan kanssa.

Tänä päivänä tilanne on muuttunut radikaalisti, kun suunnittelu tapahtuu tietokoneavusteisesti. Graafinen suunnittelija tekee painovalmiin aineiston, ja painotalossa toteutetaan ainoastaan tuotteen painaminen. Suunnittelija tekee omalla koneellaan kuvien muokkauksen rajauksista värien säätöihin. Hän tekee esimerkiksi esitteiden taitot, kuvien, tekstien ja värialueiden sommittelu painopinta-alalle alusta loppuun painovalmiiksi aineistoksi. Nykyisin jopa aineiston siirto painotaloon tapahtuu usein verkossa. Verkkosivujen ulkoasusuunnittelu ei periaatteessa poikkea painetun materiaalin suunnittelusta muuten, kuin että myös lopputuote on sähköisessä muodossa.

Vaikka graafisen suunnittelijan työ on muuttunut teknisesti, ovat hänen perustehtävänsä pysyneet ennallaan. Graafinen suunnittelija vastaa tuotteen ulkoasun visuaalisen ilmeen suunnittelun lisäksi monesta muustakin asiasta. Painotuotteen ulkoasuun vaikuttaa myös se millaisen paperilaadun, arkkikoon, painomenetelmän, kansilaadun ja sidonnan graafinen suunnittelija on valinnut.

Suunnittelijan vastuulla on hankkia mahdollisimman laajasti tietoa tuotteesta tai asiasta, josta hän on asiakkaan toimeksiannon pohjalta tekemässä paino- tai verkkotuotetta. Usein graafinen suunnittelija tekee yhteistyötä vaikkapa valokuvaajan tai tekstintekijän kanssa. Graafinen suunnittelija on yleensä koordinaattori eri toimijoiden välissä.

Vaikka graafinen suunnittelija tekeekin työnsä pääasiassa koneella, täytyy hänen luonnostella perusluonnos käsin. Tekijän täytyy tietää, mitä hän haluaa. Tietokone on

samanlainen työväline kuin kynä tai viivain. Tietokone ei suunnittele, vaan suunnittelusta vastaa koneen käyttäjä (Fredriksson Nils 1995, 11)

Työn vaatimuksia

Aivan ensimmäiseksi graafiselta suunnittelijalta vaaditaan hyvää visuaalisten suhteiden tajuja. Graafinen suunnittelija ei saa luonnollisestikaan olla värisokea.

Hoitaakseen hyvin ammittiaan graafisella suunnittelijalla täytyy olla myös ihmissuhdetaitoja. Hän on tekemisissä asiakkaan kanssa, koska työn tilaajan päämäärät ratkaisevat lopullisen työn suunnan. Suunnittelijan täytyy osata asettaa itsensä lopullisen kuluttajan asemaan ymmärtääkseen millaista visuaalista otetta hän kussakin työssä toteuttaa.

On hyväksi, jos graafisella suunnittelijalla on kaupallista osaamista. Toimeksiannoissa pyritään löytämään ratkaisuja erilaisten painotekniikoiden, materiaalien ja julkaisutapojen yhteensovittamiseksi. Kaiken tämän on tapahduttava annetun menoarvion rajoissa.

Teknisesti ala kehittyy nopeasti. Tämän vuoksi graafisen suunnittelijan tulee olla oppimishaluinen ja sopeutumiskykyinen. Työ on usein nopeatempoista, ja varsinkin projektien loppuvaiheessa päivät venyvät hyvinkin pitkiksi. Graafisella suunnittelijalla täytyy olla hyvä stressinsietokyky ja itsetunto kohdallaan, koska valitettavasti alalla esiintyy myös loppuun palamista.

3 GRAAFISEN SUUNNITTELUN KOULUTUS SUOMESSA

Suomi joutui rauhanehtojen mukaan maksamaan sotakorvauksia Neuvostoliitolle. Vaikka uhraukset olivat suuret, Suomen teollisuus kehittyi ja kansainvälinen kauppa aukenivat uudelleen. Tämän seurauksena mainonta lisääntyi ja ajanmukaisten liiketapojen mukaan visuaalisen viestinnän piti olla kansainvälisten suuntausten mukaista.

Graafisen suunnittelun koulutus alkoi Suomessa varsinaisesti vuonna 1955. Tuolloin joukko mainosgraafikoita perusti Helsinkiin koulun, joka amainostoimistojen tukemana alkoi antaa täydennyskoulutusta ammatissa toimiville nuorille mainosgraafikoille. Mainosgraafikkojen koulun opettajat olivat vuotta aikaisemmin perustetun Mainosgraafikot ry:n jäseniä (Aartomaa & kumppanit, 1992, 19).

Nykyään graafista suunnittelua voi opiskella Taideteollisen korkeakoulun Visuaalisen kulttuurin osastossa. Siellä suoritetaan taiteen kandidaatin tutkinto (TaK). Myös Rovaniemellä Lapin yliopistossa voi suorittaa taiteen maisterin tutkinnon (TaM) Taiteiden tiedekunnassa. Muutamissa ammattikorkeakouluissa voi suorittaa kulttuurialan ammattikorkeakoulututkinnon, medianomi (AMK). Kuvallisen ilmaisun perustutkinnon sekä painoviestinnän perustutkinnon voi suorittaa ammatillisissa oppilaitoksissa. Aikuiset voivat suorittaa tutkinnon myös näyttötutkintona. (<http://www.ammattinetti.fi> 15.3.2007)

4 GRAAFISEN SUUNNITTELUN KOULUTUS JURVASSA

Taidon ja kulttuurin oppilaitos TAIKU Jurvassa, on mahdollisuus opiskella graafista suunnittelua. Taidon ja kulttuurin oppilaitos TAIKU kuuluu Seinäjoen koulutuskeskukseen. TAIKU on aikaisempien Jurvan käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen sekä Ilmajoen käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen yhteenliittymisen tulos.

Graafisen suunnittelun opetusta annetaan Kuvallisen ilmaisun perustutkintona, kuvallisen ilmaisun koulutusohjelmassa. Opintojen laajuus on 120 opintoviikkoa. Opintoihin kuluu aikaa keskimäärin 3 vuotta.

Opetussuunnitelman rakenne koostuu seuraavasti.

Yhteiset pakolliset opinnot 16 ov.

Yhteiset valinnaiset opinnot 4 ov.

Tutkinnon yhteiset ammatilliset opinnot 40 ov.

Koulutusohjelman valinnaiset opinnot 50 ov.

Ammatillisia valinnaisia opintoja:

Graafisen suunnittelun pakollisia opintoja 40 ov.

graafisen suunnittelun valinnaisia opintoja 10 ov.

Muita valinnaisia opintoja 10 ov.

Tutkinnon yhteisten ammatillisten opintojen sisältämät aineet ovat:

Kuvallisen ilmaisun perusosaaminen 15 ov, josta

Mainostuottaminen 2 ov

Kuvantuottaminen 8 ov

Kuvataide 5 ov

Esteettinen osaaminen 10 ov, josta

Estetiikka 4 ov

Visuaalinen viestintäkulttuuri 6 ov

Visuaalinen osaaminen 15 ov, josta

Piirustus- ja maalaustekniikat 6 ov

Portfolio 4 ov

Taidegrafiikka 5 ov

Graafisen suunnittelun ammatillisten opintojen sisältämät aineet ovat:

Graafisen suunnittelun perusosaaminen 15 ov, josta

Graafisen suunnittelun perusteet 3 ov

Typografia 5 ov

Tuotanto- ja arvoketjuprojekti 7 ov

Graafinen muotoilu 15 ov, josta

Markkinointiviestintä 4 ov

Mainosgrafiikan muotoilu ja tuottaminen 6 ov

Näyttely- ja pakkaussuunnittelu 5 ov

Kustannusgrafiikka 10 ov, josta

Graafinen tuotantotekniikka 4 ov

Digitaalitekniikat 4 ov

Kirjansidonta 2 ov

(Opetussuunnitelma 2006 - 2007, TAIKU Jurva)

Opetushallitus on määritellyt tarkasti millaista ammatillisen peruskoulutuksen tulisi olla. Opintojen sisällöt on pyritty luomaan siten, että opiskelija saa mahdollisimman kattavat perustiedot ja -taidot toimiakseen menestyksellisesti graafisen suunnittelijan ammatissa.

”Perustutkinnon suorittanut opiskelija on oma-aloitteinen ja luova. Hän osaa toimia työyhteisön jäsenenä tai itsenäisenä ammatinharjoittajana. Hän pystyy noudattamaan työaikojaan ja muita työyhteisön käyttäytymissääntöjä. Opiskelija ottaa vastuuta omista tehtävistään ja ymmärtää toimintansa merkityksen valmistamiensa tuotteiden ja palvelusten laadun kannalta.” (Opetushallitus 2001, 12)

Ammatillisesta peruskoulutuksesta opiskelijan tulisi saada laaja-alaiset perusvalmiudet alansa tehtäviin. Tutkinnon sisältämällä osa-alueilla perehdytään ammattitaitoon jota työelämä edellyttää ja joka vaatii erikoistuneempaa osaamista. (Opetushallitus 2001, 9)

Ammatillisen peruskoulutuksen perustehtävä on edistää nuorten ihmisten työllistymistä. Koulutuksella tulisi luoda myös mahdollisuus ryhtyä itsenäiseksi ammatinharjoittajaksi. Koulutuksen tarjoajien tulee tehdä tiivistä yhteistyötä elinkeinoelämän ja työpaikkojen kanssa, että koulutus vastaisi työelämän ammattitaitovaatimuksia. (Opetushallitus 2001, 9)

Tämän päivän työelämässä ihmisten täytyy olla vastuuntuntoisia ja heidän täytyy huolehtia työtehtävänsä parhaalla mahdollisella tavalla. Työntekijällä pitäisi olla hyvä itsetunto ja hänellä tulisi olla valmiudet myönteiseen yksilölliseen kehitykseen. Koulutuksen tarjoaja voi antaa opiskelijalle mahdollisuuden edellä mainittujen ominaisuuksien kehittymiseen kun se tarjoaa opiskelijalle avoimen ja myönteisen oppimisympäristön. (Opetushallitus 2001, 9)

Nykypäivän työelämässä kansainvälisyys on merkittävää. Opiskelijan tulisikin saada ammatillisessa koulutuksessa valmiuksia kansainvälisyyteen. Näin hänellä on

mahdollisuuksia menestyä monikulttuurisissa ympäristöissä, kehittää suvaitsevaisuuttaan ja kielitaitojaan.

Opiskelijan täytyy ymmärtää kestävä kehityksen merkitys, kun tehdään taloudellisia, sosiaalisia ja kulttuurillisia päätöksiä omaa työtä tehdessä. Hänelle tulisi kehittyä taito myös toimia näiden periaatteiden mukaisesti.

Tietotekniikan sekä teknologian merkitys yleisemminkin tulee yhä merkittävämmäksi osaksi nykyaikaista työelämää. Tämän osa-alueen hallitseminen on, varsinkin graafisella alalla, välttämätöntä työtehtävien suorittamiseksi parhaalla mahdollisella tavalla. Seinäjoen koulutuskeskus, Sedussa, on tieto- ja viestintätekniiikan strategia, joka sen mukaisesti se kehittää uuden teknologian hyödyntämistä laadukkaan opetuksen ja oppimisen toteuttamiseksi. Opiskelijoilla on oppilaitoksessa käytössään Internet- ja sähköpostiyhteydet sekä tarvittavat ohjelmat (Opetussuunnitelma 2006 – 2007, kuvallisen ilmaisun koulutusohjelma).

Ammatillinen peruskoulutus antaa nimensä mukaisesti alan perusopetusta.

Työelämässä yleisesti, ja graafisella alalla erityisesti, tekninen kehitys on niin nopeaa, että ihmisillä tulee olla kyky ja halu kehittää itseään jatkuvasti. Ammatillisen peruskoulutuksen tulee antaa perusvalmiudet elinikäiselle oppimiselle.

Graafinen suunnittelija joutuu jatkuvasti erilaisiin tilanteisiin, joissa hän on vuorovaikutussuhteessa toisten ihmisten kanssa. Graafisen suunnittelijan työ on usein tiimityötä, ja kontakteja luodaan jatkuvasti erilaisten yhteistyökumppaneiden kanssa. Opiskelijan täytyykin osata käyttää erilaisia vuorovaikutus- sekä viestintätaitoja, joita hän tarvitsee erilaisissa neuvottelutilanteissa, suullisessa ja kirjallisessa selonteossa ja palautteessa. Hänen täytyy osata erityisesti viestiä tietotekniikan avulla ja sen välityksellä.

5 GRAAFISEN SUUNNITTELUN PERUSOSAAMISEN OPINTOKOKONAISUUS

Graafisen suunnittelijan koulutuksen ammatillisen osaamisen perustana on TAIKU Jurvassa Graafisen suunnittelun perusosaamisen 15 opintoviikon kokonaisuus.

Opetussuunnitelmassa määritellään tämän opintokokonaisuuden tavoitteeksi, että opiskelija osaa visualisoida ja tulkita sanoman kuvaksi. Hänen täytyy tuntea kuvan tehtävät ja käyttötarkoituksen viestinnässä sekä ymmärtää kuvan merkityksen viestin välittäjänä. Hän osaa kuvan tekemisessä ottaa huomioon esteettisen ja informatiivisten tekijöiden suhteet ja vaikutuksen kuvaan sekä kuvaympäristön kuvalle asettamat vaatimukset. Opiskelijan täytyy osata valmistaa tai valita julkaisuun tarkoituksenmukaisen, teknisesti laadukkaan ja esteettinen kuvitus ottaen huomioon tekstin ja kuvan väliset suhteet sekä niiden välinen vuorovaikutus, jolloin hänen tulee tuntea graafisen suunnittelun osa-alueet, historian ja kehityksen sekä graafisen suunnittelun yhteydet taideteollisuuteen ja taiteeseen. (Opetussuunnitelma 2006 – 2007).

Opetussuunnitelmassa määritellään myös, että opiskelijan täytyy osata käyttää värin, sommittelun ja muodon vaikutusta kuvan sisäiseen dynamiikkaan, jolloin hänen on tunnettava kuvakulman, mittakaavan ja valon merkitys erilaisten vaikutelmien ja tunnelmien luojana kuvassa ja osattava soveltaa tätä kuvitustyössä.

Opiskelijan täytyy myös osata laatia typografisia suunnitelmia graafisen suunnittelun keskeisillä osa-alueilla. Hänen tulee osata valita tuotteeseen tarkoituksenmukainen tekstin painoasun, jolloin hänen on tunnettava typografian historiaa, käytäntöä ja kielialueiden välisiä eroja. Hän tuntee kirjainluokitukset ja yleisimmät luettavuuteen vaikuttavat seikat (Opetussuunnitelma TAIKU, 2006 – 2007).

Opintokokonaisuus koostuu graafisen suunnittelun perusteista (3 ov), typografiasta (5 ov) sekä tuotanto- ja arvoketjuprojektista (7 ov).

Graafisen suunnittelun perusteet (3 ov)

Tällä osa-alueella opiskelija kehittää luovaa ja persoonallista ilmaisua pienimuotoisten, graafisen suunnittelun eri alueita kartoittavien harjoitustehtävien avulla. Hän hallitsee suunnitteluprosessin ja –metodit sekä projektityöskentelyä.

Sisältönä tälle osa-alueelle on määritelty

- graafisen suunnittelun historia
- graafisen suunnittelun teknologia
- viestintäteoreettiset perusteet ja tekijän ja teollisoikeudet.

Tälle osa-alueelle soveltuu teoria-aineistoksi parhaiten laatimani mainoksen historiaa käsittelevä Coca-Colan ja vanhojen mainosten opetusmateriaali. Varsinkin Coca-Colan mainosten historia vuosina 1886 – 1999 antaa viitekehyksen mainosten kehitykselle yli sadan vuoden ajalta. Nämä vuodet ovat siltä ajanjaksolta, jolloin katsotaan esimerkiksi sanomalehtimainonnan varsinaisesti kehittyneen.

Opetusmateriaali koostuu pelkästään kuvista ja vuosiluvuista, mikä edellyttää opettajalta omaa tietoa ja mahdollisesti muuta materiaalia, esimerkiksi opiskelijoille jaettavia muistiinpanolomakkeita. Coca-Colan mainosten historia toimii opetuksen tukimateriaalina. Kuvallisen viestinnän opiskelijan oppiminen perustuu paitsi tekemällä oppimiseen myös visuaaliseen elämykseen, jonka opetusmateriaalini heille tarjoaa.

Typografia (5 ov)

Opiskelija tutustuu merkkimuotoilun perusteisiin, kirjaimen suunnitteluun sekä tekstimassoitteluun. Hän hahmottaa typografian perusteet ja syventää tarkastelua tutkimaan ilmiötä viestinä ja taiteena sekä itsenäisenä viestinnällisenä ja visuaalisena elementtinä. Opiskelija hallitsee typografiaan perustuvan visuaalisen ilmeen suunnittelun ja ohjeistuksen sekä painettuun että verkkoympäristöön. Hän taitaa viestin huomioarvon ja luettavuuden analysoinnin sekä tekee luovia typografisia kokeiluja.

Sisältönä tälle osa-alueelle on määritelty

- merkkimuotoilun perusteet
- eri tekniikoiden käyttö ja työmenetelmät
- tekstimassoittelu.

Typografian opetusmateriaalissani olen pyrkinyt kokoamaan mahdollisimman kattavasti typografian keskeisimpiä teemoja tiivistettyyn muotoon. Aloitan typografiatarkastelun yksittäisen kirjaimen anatomiasta päätyen erilaisiin luettavuuden kannalta oleellisiin seikkoihin tekstimassoittelussa. Käsittelen tätä tarkemmin kohdassa typografian opetusmateriaali.

Tuotanto- ja arvoketjuprojekti (7 ov)

Opiskelin tulee tällä opintojaksolla hankkia perustietoja ja valmiuksia taitto-ohjelmien käytössä. Hän perehtyy kirjainmuotojen kehitykseen ja vaikutukseen viestinnässä. Opiskelija hankkii yleiskuvan sanoma- ja aikakauslehtien muotokielen kehittymisestä niiden ulkoasun suunnitteluun liittyvien visuaalisten ja typografisten ongelmien kartoittaminen – sähköinen julkaisutoiminta.

Sisältönä tälle osa-alueelle on määritelty

esitteen suunnittelu

tekijän –ja teollisoikeudet

asiakastyöskentely ja freelance-toiminta.

Esitteen suunnitteluprosessin teorian tukena voidaan käyttää kaikkia opiskelumateriaalejani: typografiaa, sommittelua, väriä sekä mainoksen historiallista kehitystä.

Typografia tulee käsiteltäväksi harjoiteltaessa tekstimassoittelujen ja erilaisten luettavuuteen liittyvien seikkojen toteutusta esitteen ilmettä suunniteltaessa.

Esitteen layoutin rakentamisen pohjana opiskelijan tulee tuntea sommittelun keskeiset periaatteet. Värien merkitys korostuu esitteen sisällössä halutun viestin välittämisessä. Väreillä on myös psykologinen merkitys, kun halutaan välittää tietynlainen tunnelma vastaanottajalle. Värit ovat myös sidoksissa typografisiin ratkaisuihin, sillä tietyt luettavuuteen vaikuttavat asiat voivat joko parantua tai heikentyä tietyillä väreillä. On ymmärrettävä tekstin ja taustan värin yhteisvaikutus.

6 GRAAFISEN MUOTOILUN OPINTOKOKONAISUUS

Toinen laaja opintokokonaisuus, jossa oppimateriaaliani voidaan suoraan käyttää teoriaopetuksen perusmateriaalinani, on graafisen muotoilun opintokokonaisuus. Opintokokonaisuuden laajuus on myös 15 ov, ja se jakaantuu markkinointiviestintään, mainosgraafiikan muotoiluun ja tuottamiseen sekä näyttely- ja pakkaussuunnitteluun.

Markkinointiviestintä (4 ov)

Markkinointiviestinnän opintojaksolla opiskelija perehtyy yrityskuvan suunnitteluun ja sen strategiseen merkitykseen. Yrityksen graafisen kuvan muodostavat tunnukset, merkit ja logot. Opiskelijalla tulee näin ollen olla valmiudet yritysilmeen graafiseen suunnitteluun.

Sisältönä tälle osa-alueelle on määritelty

yritysviestinnän johtaminen, corporate identity, yrityskuva, imago
uuden yrityksen ilmeen suunnittelu ja lanseeraus
vanhan yrityksen ilmeen modernisointi ja kehittäminen
yritysilmeen graafisen sovellutukset: painotuotteet ja verkkosivut
mainonnan ilme ja viestit suhteessa yrityskuvaan.

Yrityksen, uuden tai vanhan graafisen ilmeen suunnittelu tai uudistaminen on prosessi, jossa graafinen suunnittelija tukeutuu olemassa oleviin elementteihin soveltaen niitä luovasti tähän hetkeen. Suunnittelijan tulee tietää visuaalisen yrityskulttuurin kehitys sekä miten eri osatekijät vaikuttavat siihen. Typografia, värien käyttö, sommittelu, mainonnan historiallinen kehitys sekä liikemerkin/logon teoria ovat niitä peruselementtejä, joihin graafisen suunnittelijan taitotieto pohjautuu.

Mainosgraafiikan muotoilu ja tuottaminen (6 ov)

Opiskelijan tulee osata editioaalinen ulkoasun suunnittelu ja toteutus sekä painotuotteeksi että sähköiseen jakeluun. Opiskelija perehtyy mainosgraafiikan suunnitteluun ja sen asemaan mainostajan liiketoiminnassa. Hän osaa suunnittelun perusteet julisteissa, ilmoituksissa, esitteissä, mainoslahjoissa ja graafiset merkkijärjestelmät sekä tutustuu mainosten retoriikkaan.

Sisältönä tälle osa-alueelle on määritelty

mainosten retoriikka
kampanjasuunnittelu
logosuunnittelu
mainosgrafiikan muotoilu ja tuottaminen
heraldiikka
graafinen ohjeistaminen ja yrityskuvakäsikirja.

Kokoamani oppimateriaali kokonaisuudessaan on käytettävissä tämän opintokokonaisuuden teoriaopetuksen tukimateriaalina. Mainosgrafiikan muotoilun ja tuottamisen opintokokonaisuutta tukevat Erityisesti logosuunnittelun oppimateriaali sekä mainoksen historia Coca-Colan kautta käsiteltynä.

Näyttely- ja pakkaussuunnittelu (5 ov)

Tässä opintokokonaisuudessa opiskelija kehittää näkemystään ja taitoa pakkausten muotoilussa ja graafisen ulkoasun suunnittelussa. Opiskelijalla on valmiudet näyttelyn suunnittelemiselle, tuottamiselle ja toteuttamiselle. Hän perehtyy erilaisiin näyttelyympäristöihin ja niiden tyylillisiin ja graafisiin toteutuksiin. Hän tutustuu värien käyttöön ja valaistuksen suunnitteluun.

Sisältönä tälle osa-alueelle on määritelty

näyttelysuunnittelu
pakkaussuunnittelu.

Kolmiulotteisen näyttely- ja pakkaussuunnittelun toteutuksessa graafinen suunnittelija tarvitsee ymmärrystä värien merkityksestä, sommittelun vaikutuksesta sekä pakkaus- ja näyttelyrakenteiden ja kylttien typografisista tarpeista.

7 AMMATTIOSAAMISEN NÄYTÖT

Ammattiosaamisen näytöt ovat ammatillisten perustutkintojen opetussuunnitelman perusteisessa koulutuksessa osa opiskelija-arviointia. Ammattiosaamisen näyttöjen suunnittelua, toteuttamista ja arviointia säätelevät Laki ja Asetus ammatillisesta koulutuksesta muutoksineen (L630/1998, L 479/2003, L601/2005, A811/1988, A603/2005) sekä Opetushallituksen määräys (M32/001/2005) ammatillisten perustutkintojen opetussuunnitelman perusteista. (Opetushallitus 2006, 6)

Ammattiosaamisen näytön tarkoituksena on osoittaa käytännön töissä opetussuunnitelman keskeinen osaaminen opintokokonaisuuksista työelämälähtöisesti. Opiskelija antaa työssäoppimisjakson loppupuolella näytön ammatillisesta osaamisestaan. Tarkoituksena on, että opiskelija osoittaa ammatillista osaamistaan tekemällä käytännön töitä työpaikassa. Valmis työ arvioidaan ohjaavan opettajan, työpaikkaohjaajan ja opiskelijan arviointikeskustelussa.

Ammattiosaamisen näytöt annetaan kaikista ammatillisista opintokokonaisuuksista. Näyttö annetaan yhdestä tai useammasta opintokokonaisuudesta kerrallaan tai osasta opintokokonaisuutta. Opiskelija osallistuu näyttöjen suunnitteluun yhdessä ohjaavan opettajan ja mahdollisesti myös työpaikkaohjaajan kanssa. Ammattiosaamisen näytöt sijoittuvat koko opiskelun ajalle, kuitenkin niin, että opiskelijalla on ollut mahdollisuus oppia keskeiset tiedot ja taidot. Ohjaavan opettajan tulee varmistaa opiskelijan ammatillinen osaaminen ennen näyttöön ryhtymistä.

Opiskelijan kannalta ammattiosaamisen näytöt ovat erityisen hyvä tilaisuus näyttää ammatillista osaamistaan. Varsinkin opiskelijoille, joille teoreettisen osaamisen näyttäminen tuottaa ongelmia on tekemällä näyttäminen hyvä keino vaikuttaa positiivisesti ammatilliseen arviointiinsa. (Annala ja Merikoski. Ammattiosaamisen näytöt Taidon ja kulttuurin oppilaitos, Taiku, vaatetusala, Kehittämishanke, 2007)

Opiskelijoiden valmentaminen näyttöihin

Opettajat suunnittelevat näyttöjen sisältöjä, ohjausta ja arviointia. Opettajan vastuulla on huolehtia siitä, että opiskelijalla on tarpeellinen tieto ammattiosaamisen näytöistä,

jotta opiskelija pystyy suunnittelemaan omaa näyttösuoritustaan sekä käytännössä toteuttamaan sen.

Ammattiosaamisen näyttöjen arviointi

Näyttöjen arvioinnissa tulee painottaa tekemistä ja työssä toimimista. Pääsääntöisesti taito ja osaaminen arvioidaan suoraan vastaavasta työtoiminnasta. Työympäristö, missä näyttö suoritetaan, tulee olla mahdollisimman realistinen ja autenttinen, jolloin saadaan opiskelijalle mahdollisimman realistinen käsitys työelämästä. Näytön arvioinnissa käytetään monipuolisesti erilaisia arviointimenetelmiä, mm. havainnointia, haastattelua, kyselyä, itse- ja ryhmäarviointia. Näytöt järjestetään tutkinnon osittain niin, että niissä pystytään arvioimaan ammatinhallinnan kannalta keskeisten tavoitteiden saavuttaminen. (Opetushallitus. 2006, 41-45.)

Arvioinnin kohteilla ilmaistaan ne osaamisen alueet, joihin erityisesti kiinnitetään huomiota. Ydintaidot, työn perustana olevan tiedon hallinta, työmenetelmät, työvälineiden ja materiaalien hallinta sekä koko työprosessin hallinta ovat tärkeitä arvioinnin kohteita, joihin huomio tulee kiinnittää. Arviointikriteerit kuvaavat ja täsmentävät eritasoisia suorituksia. (Opetushallitus. 2006, 41-45.)

8 OPPIMATERIAALIEN SISÄLTÖ

Olen koonnut oppimateriaalia usean vuoden ajan. Materiaali on ollut aluksi joukko yksittäisiä muistiinpanoja, kalvoja ja joitakin pdf-tiedostoja. Johtuen alun perin materiaalin hajanaisuudesta minulla ei ole merkintöjä lähteistä. Tämä on selkeä puute, minkä vastaisuudessa osaan ottaa huomioon.

Tästä materiaalista päätin koota kunnolliset ja selkeät aihealueittain kokonaiset esitykset, jotka työstin sähköiseen muotoon. Varsinaiset esitykset minulla on FreeHand-ohjelmalla tehdyissä tiedostoissa. FreeHand-tiedostoja voin tilanteen niin vaatiessa muokata ja päivittää. FreeHand-tiedostoista olen tehnyt pdf-tiedostot, joiden esittäminen on mahdollista missä tahansa tietokoneessa, jossa on Acrobat Reader. Tämä seikka on tärkeä, koska voin käyttää oppimateriaalia vaikkapa lyhytkurssilla, jossa käytetään opetuksentarjoajan omia tietokoneita. Voin myös lähettää pdf-

tiedostoja esimerkiksi sähköpostin liitetiedostona tai siirtää niitä muistitikulla paikasta toiseen.

Sähköinen materiaali mahdollistaa aineistojen siirtämisen helposti verkkoon. Teimme parityönä Margit Merikosken kanssa Vesa Vuorimaalle verkko-opetustehtävän, joka sisältää runsaasti harjoitustehtäviä. Käytimme lähdemateriaalina sommittelun ja väriopin oppimateriaaliani. Siirsimme aineistoa Power Point-ympäristöön, jolloin saimme taas kaksi uutta sähköisessä muodossa olevaa opetusaihiota kokoamastani oppimateriaalista.

Uskon, että jo tulevana lukukautena ryhdyn käyttämään osittain opetuksessani verkko-opetusta. Oppilaitoksessamme on tulevana syksynä Moodle-verkko-opetusympäristö koulutusta, johon jo epävirallisesti olen ilmoittautunut. Merikosken kanssa tekemämme Power Point-oppimisaihiot ovat sellaisenaan vietävissä verkkoon oppilaitten itseopiskelumateriaaliksi. Verkossa tapahtuva itseopiskelu soveltuu erinomaisesti varsinkin graafisen suunnittelun opetukseen, koska graafisen suunnittelijan työ on jo nykyään ja tulevaisuudessa yhä enemmän juuri verkossa tapahtuvaa kommunikointia.

9 SOMMITTELU

Mainoksen tarkoitus on siirtää asiakkaan viesti tehokkaasti kuluttajalle. Yrittäjä voi tuottaa erinomaisia tuotteita tai palveluita. Kuluttaja ei kuitenkaan etukäteen tiedä niistä mitään. Ei sitä mitä tuotteet tai palvelut ovat, mistä niitä saa tai mitä ne maksavat. Tämän vuoksi yrittäjän täytyy tiedottaa tuotteistaan tai palveluistaan.

Graafisen suunnittelijan tehtävä on rakentaa tiedotteesta onnistunut kokonaisuus, jotta kuluttaja saadaan toimimaan, eli ostamaan/käyttämään kyseisiä tuotteita tai palveluita. Jotta graafinen suunnittelija voisi onnistua tässä viestin rakentamisessa, tulee hänen hallita toimivan viestin rakentamisen peruselementit, joista yksi on sommittelu.

Sommittelu on erilaisten aineiden harkittua jäsentämistä yhtenäisen vaikutelman aikaansaamiseksi. Graafisen suunnittelijan näkökulmasta nuo ainekset ovat esimerkiksi mainospinnalle, paperi tai tietokoneen näyttö, tulevat elementit. Elementtejä voivat olla kuvat, piirroksot, tekstit, värialueet ja myös tyhjä tila.

Sommittelu on apuväline, jolla kuvan sanoma ja tarkoitus pyritään parhaiten saamaan esille. Kuva voi olla perinteinen valokuva, mutta yhtäläillä voidaan puhua kuvasta, kun tarkoitetaan vaikkapa mainosta, julistetta tai Internet-sivua.

Ihmisellä on luontainen tarve jäsentää/luokitella ympäristöään ja hahmottaa kokonaisuuksia. Kokonaisuudet muodostuvat osista. Havaitsemme aluksi suurempia kokonaisuuksia ja hahmoja. Vasta tämän jälkeen havaitsemme yksityiskohtia. Esimerkiksi mainosta suunniteltaessa tämä tulee esille siten, että graafisen suunnittelijan täytyy miettiä suunnittelemaansa mainosta siten, että se erottuu vaikkapa sanomalehden aukeaman jopa kymmenien muiden mainosten joukosta. Koska aukeamalla jokainen mainos kilpailee muiden mainosten kanssa huomatuksi tulemisesta, täytyy mainoksessa olla jotain sellaista joka herättää lukijan mielenkiinnon juuri meidän mainostamme kohtaan. Kun mainos on huomattu kokonaisuudesta, alkaa lukija tutkia mainosta lähemmin syventyen mainoksen yksityiskohtiin.

Sommittelusääntöjen ja –kaavojen syntyperä on kuvataiteessa, erityisesti maalaustaiteessa. Ne pätevät kuitenkin kaikkeen, missä ollaan tekemisissä kuvien ym. visuaalisten elementtien kanssa. Taitava sääntöjen mukainen sommittelu ei välttämättä ole sama kuin voimakas ilmaisu. Liian tiukka sääntöjen noudattaminen johtaa helposti sommittelun jäykkyyteen ja persoonattomuuteen. Graafisen suunnittelijan täytyy kuitenkin tuntea nämä säännöt ennen kuin hän voivat rikkoa niitä.

On olemassa joitakin ominaisuuksia jotka helpottavat kuvion tai kuvan kokonaisuuden käsittämistä.

Ryhmät:

Hahmottamisen helpottamiseksi esimerkiksi mainoksessa tietyt asiakokonaisuudet ryhmitellään selkeästi omiksi ryhmikseen.

Yhdenkaltaisuus:

Kuvassa esiintyvät asiat ovat keskenään samankaltaisia, samansukuisia. Jos kuvassa on paljon toisistaan poikkeavaa ainesta, tulee siitä sekava eikä sen hahmottaminen ole helppoa. Mainosta tehdessä tällä on suuri merkitys. Jos mainos tulee sekavuutensa vuoksi torjutuksi, ei se herätä lukijan mielenkiintoa, eikä lukija uhraa aikaansa viestin syvällisemmälle lukemiselle.

Yhtenäisyys:

Rajatut kuviot koetaan helpommin kokonaisuuksiksi kuin rajaamattomat kuviot. Jo mainoksen rajaaminen sitä ympäröivällä kehyksellä auttaa hahmottamaan mitkä asiat kuuluvat kyseiseen mainokseen.

Kokemus:

Tällä on erittäin suuri merkitys suunniteltaessa mainosta. Kuinka kuva-alueella käsitellään elementtejä ja kenellä mainos on tarkoitettu.

Ihminen tulkitsee kuvaa aina omien kokemustensa pohjalta, mikään kuva ei ole sama kaikille.

Sommiteltaessa mitä tahansa kuvallista esitystä, nousee perustekijöiksi piste, viiva sekä painoalan muoto

Kuvan pienimmäksi tekijäksi voidaan ajatella pistettä, sillä siitä kaikki kuvat lähtevät kasvamaan. Kun pisteitä laitetaan tarvittava määrä rinnakkain ja päällekkäin muodostuu niistä lopulta kuva. Kun käytetään erivärisiä pisteitä, saadaan tulokseksi värillinen kuva.

Viiva on jo pistettä asteen ilmaisuvoimaisempi elementti. Viivan ilmeellä voi vaikuttaa kuvan kokonaisilmeeseen ja tunnelmaan. Viiva usein yhdistää tai erottaa kaksi pintaa toisistaan. Piirroksessa pintojen rajaa usein korostetaan viivalla.

Todellisuudessa viiva on abstraktio, sitä ei ole. Kohteet erottuvat taustastaan valon ja /tai värin eroavuuksien tähden; niiden reunoissa ei ole ääriäviivaa, vaikka me niin

miellämmeekin. Tämän tiedostaminen ja sen hallittu osaaminen on merkityksellistä graafisen suunnittelijan työn kannalta.

Esimerkiksi mainosten ja julisteiden suunnittelun kannalta graafisen suunnittelijan on ymmärrettävä viivan luonne suuntaavana elementtinä. Viiva kohdistaa huomiota itsestään pois päin, ei kovinkaan helposti sisään. Se voi suunnata huomiota esimerkiksi eteenpäin tai taaksepäin. Viivan tulee tukea kuvan sisältöä. Ristiriitainen viiva aiheuttaa hämmennystä katsojassa.

Kuva-alassa on valmiiksi näkymättömiä viivoja, joilla kuitenkin on erittäin suuri vaikutus kuvaan ja kuvan katsomiseen. Viiva ja viivasto ovat tehokkaita katseen ohjaajia.

Erisuuntaiset viivat luovat sommitteluun omanlaisensa vaikutuksen.

Pystyviiva on aktiivinen. Vaakaviiva on levollinen ja paikallaan pysyvä, staattinen. Se mielletään helposti tasoksi.

Diakonaaliviivat tai lävistäjät ovat aktiivisia ja voimallisia. Ne joko estävät tai nopeuttavat silmän liikettä pinnalla. Kaareva viiva on liikkeessä jo itsellään ja on ehkä yleisin viivan muoto. Terävä kulmaviiva on aktiivinen ja aggressiivinen. Suora kulma on objektiivinen ja hallittu.

Viivalla voidaan luoda pintaa ja tekstuuria jolla saadaan esimerkiksi piirroksen materiaalin tuntua. Viivalla voidaan myös luoda kuvaan rytmiä.

Viiva yksistään ei yleensä ole kokonaisuuden kannalta merkittävä, vasta kertautuneena tai toistolla viesti voimistuu.

Onnistunutta sommittelua luodessaan graafisen suunnittelijan täytyy osata myös hallitusti käyttää painoalan muotoa hyväkseen sekä osata asetella elementit siten, että ne muodostavat miellyttävän, tasapainoisen ja ennen kaikkea mielenkiintoisen kokonaisuuden.

Mainoksen muodolla on merkitystä. Neliön muotoisessa mainoksessa pinta-alan jokainen sivu on keskenään tasa-arvoinen liikevoimien suhteen. Katse hakeutuu helposti nurkkiin, koska lävistäjät vaikuttavat voimistuvan. Tästä on vaarana se, että katseen hakeutuessa mainoksen nurkkaan sen on helppo jatkaa mainoksesta kokonaan

pois. Viestin välittämisen kannalta tämä on erittäin vaarallista, sillä katseen tulisi pysyä mahdollisimman kauan mainoksen sisällä, että lukija omaksuisi mainoksen viestin ja parhaassa tapauksessa viesti ohjaisi ostotapahtumaan.

Elementtien kuten kuvien, tekstien ja värialueiden/tyhjien alueiden sijoittelulla kuva-alalle on viestin välittämisen ja katseen johdattelemisen kannalta oleellinen merkitys. Länsimaissa luemme kuvaa, kuten tekstiäkin, vasemmalta oikealle. On siis kokonaisuuden kannalta hyvä jos kuva-aiheet mainoksessa on aseteltu siten ettei katsetta ohjata mainoksesta pois vaan pidetään se mahdollisimman kauan mainoksen sisällä.

Kuva-ala voidaan jakaa neljään yhtä suureen osaan. Näin muodostuneet neljännekset eivät ole keskenään samanarvoisia, kun mietitään kuva-alan huomioarvo kohtia. Oikea yläneljännes on huomioarvoltaan voimakkain. Vastaavasti vasen alaneljännes on huomioarvoltaan vähäisin. Tämän tietäminen on arvokasta sijoiteltaessa ohjaavia linjoja ja tekstejä kuva-alalle. Tämä huomioarvojen erilaisuus täytyy ottaa huomioon myös silloin kun mainosta sijoitetaan esimerkiksi sanomalehden aukeamalle. Huomatuksi tulemisen kannalta olisi hyvä, jos mainos saadaan sijoitettua aukeaman oikean puoleisen sivun oikeaan yläkulmaan.

Ihmiset ovat kiinnostuneita toisista ihmisistä. Kun graafinen suunnittelija sijoittaa mainokseen ihmisen kuvan, on sillä suuri vaikutus mainoksen huomatuksi tulemiselle. Ihmisen katseen suunta sekä käsien, jalkojen näyttämä suunta ohjaa katselijan katseen liikettä kuva-alalle.

10 TYPOGRAFIA

Typografialla tarkoitetaan painotuotteen graafista ulkoasua. Sana typografia tulee kreikan sanoista typos, tyyppi, ja graphe, kirjoitus, josta johtuu myös sana grafiikka.

Typografian merkitys on luettavuuden helpottaminen ja visuaalisen viestin muuttaminen esteettiseksi kokemukseksi.

Yleisemmin typografiassa tarkoitetaan tekstin typografista käsittelyä eli kirjainlajien, kirjainmuotojen, kokojen, vahvuuksien, tekstin asettelun ja ladonnan suunnittelua.

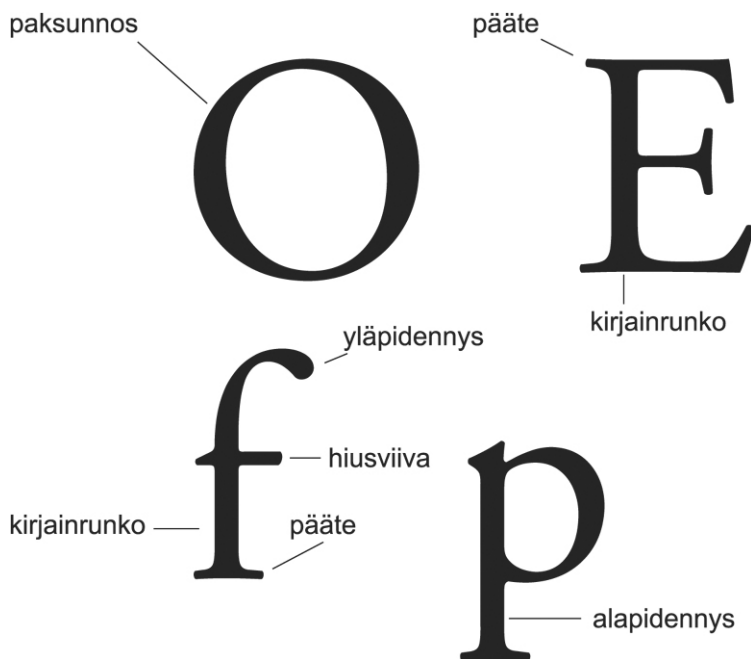
Tekstitypografiassa kirjainlajille asetettavat vaatimukset voivat olla hyvin erilaisia riippuen siitä, mihin tekstiä on tarkoitus käyttää (esimerkiksi kirja, mainos, lehti jne.). Typografisiin ratkaisuihin on vuosisatojen aikana muotoutunut perussääntöjä, jotka koskevat kirjaimia, kokoja, suhteita, muotojen tasapainoa jne. Vaikka tilanteet ovat aina erilaisia voivat eräät perussäännöt antaa pohjan paremmalle typografialle.

Typografiaan tutustuttaminen lähtee kirjaimen perusanatomiasta liikkeelle. Oppilaan tulee ymmärtää miten eri kirjaimet rakentuu. Kaikki länsimaiset kirjaimet noudattavat samaa sääntöä. Kirjaimen ulkonäköön eniten vaikuttaa ns. x-korkeus, mikä tarkoittaa pienaakkosen (gemena) peruskorkeutta ns. peruslinjalta ylöspäin. Se on siis tila jonka esimerkiksi e-kirjain tarvitsee. Suuraakkoset (versaali) tarvitsevat tilan joka muodostuu peruslinjan ja ylälinjan väliin. Myöskin pienaakkoset joilla on yläpidennys asettuvat tälle samalle välille; esimerkiksi d-kirjain. Pienaakkosissa on myös kirjaimia joiden alapidennys asettuu ns. alalinjan tasolle; esimerkiksi p-kirjain.



KUVIO 1. Kirjaimen perusanatomia

Kirjaimen ulkonäköön vaikuttavat kirjainrunгон ja hiusviivan paksuuksien ero, sekä päätteiden muoto. Ne onkin otettu lähtökohdiksi jaettaessa kirjaimia eri ryhmiin.



KUVIO 2. Kirjaimen eri osille annettuja nimityksiä.

Minkälaiset tekijät erottaa ammatillaisen harrastelijasta kun halutaan saada tekstimassa aseteltua kuva-alalle kauniisti ja tilaa tehokkaasti käyttäen. Käyn lyhyesti typografiaan liittyviä seikkoja jotka graafisen suunnittelun opiskelijan tulee oppia ja työssään hallita.

Kirjainkoko/pistekoko

Painotuotteen tai sähköisen esityksen typografiaa miettiessään graafisen suunnittelijan täytyy ottaa huomioon se, miten eri kirjaimia käytettäessä pistekoon muutoksilla on suuri merkitys. Käytännössä pistekoko tarkoittaa suuraakkosten ylälinjan ja pienaakkosten alalinjan välistä korkeutta – ei siis yksittäisen kirjaimen korkeutta.

Saman pistekoon eri kirjaintyyppit vaativat palstan korkeussuunnassa yhtä paljon tilaa. Eri kirjainkuvioiden x-korkeus vaihtelee, jolloin kirjaimet näyttävät eri kokoisilta, vaikka niillä on sama pistekoko.

Esimerkkinä seuraavassa sana Typografia kirjoitettuna Arial- ja Times New Roman-kirjasintyypeillä, kummassakin tapauksessa on käytetty pistekokoa 24.

Typografia (Arial)

Typografia (Times New Roman)

Arialilla kirjoitettu teksti näyttää isommalta, koska sillä on korkeampi x-korkeus. Tämän vuoksi se vie leveys suunnassa hieman enemmän tilaa kuin Times New Romanilla kirjoitettu sana. Tämä ilmiö täytyy ottaa huomioon, sillä pidemmässä tekstissä ero kasvaa ja Arialin vaatima tila voi olla huomattavasti suurempi.

Rivinväli

Rivinväli tarkoittaa kahden alekkaisen tekstirivin perusviivojen etäisyyttä toisistaan. Rivien välinen etäisyys vaikuttaa tekstin luettavuuteen. Liian pienet tai suuret rivinvälit huonontavat luettavuutta.

Rivinvälin muutoksia voi käyttää tehokeinona esimerkiksi ingressitekstissä tai lyhyissä kuvateksteissä.

Luettavuuteen vaikuttaa myös rivien pituuksien suhde käytettyyn kirjainkoko. Pieni pistekoko on vaikealukuista, tällöin luettavuutta helpottaa riittävän isot rivinvälit.

Kirjainperheet

Painokirjaimet voidaan ryhmitellä alkuperänsä ja tyyliensä mukaisiin luokkiin, jotka jakautuvat useisiin eri muunnoksiin kirjaintyypeiksi. Kun uusia kirjaimistoja luodaan, perustuvat ne aina aikaisempaan esikuvaan ja kuuluvat siten johonkin luokkaan tai alaryhmään.

Kirjainlajin valinta

Tietokoneohjelmissa on lähes rajattomat mahdollisuudet käyttää erilaisia kirjaimistoja ja niistä vielä erilaisia kirjainleikkauksia. Harrastelija on siinä harhakäsityksessä, että kun hän käyttää ”luovasti” erilaisia mahdollisuuksia hyväkseen, tulee lopputuloksesta

hieno. Näin ei todellakaan ole. Graafisen suunnittelijan täytyy ymmärtää millaisia kirjaimia ja leikkauksia hän kulloiseenkin työhön käyttää.

Kirjaimet voivat visuaalisella muodollaan tukea sanallista viestiä, jolloin saadaan aikaan mahdollisimman tehokas vaikutelma. Hyvän typografisen tuloksen saavuttamiseksi kirjaintyyppin valinnalla on olennainen merkitys.

Sama kirjainlaji ei sovi joka paikkaan. Jokaisella kirjainlajilla on oma luonteensa. Yhdistelemällä erilaisia kirjainlajeja voidaan erikoisempien kirjainmuotoa korostaa eri tavoin. Sattumanvaraisuus kirjainten ja niiden kokojen ja kirjainlajien valinnassa voi pilata yleissuunnitelmaltaan muuten hyvän kokonaisuuden. Erilaisten tehosteiden (lihavointi, kursivointi, alleviivaus jne.) käytössä on graafisen suunnittelijan syytä miettiä, onko tehostaminen sisällön kannalta oleellista.

Sanakuva

Kirjainten muodostamien sanojen tai sanakuvien typografia vaihtelee riippuen mistä kirjaimista sana muodostuu. Kirjainten muoto vaikuttaa sanakuvaan.

Graafisen suunnittelijan kannattaa ensin hahmotella yksittäiset sanat, nimet jne. sekä pien- että suuraakkosilla. Sanakuvat vaihtelevat suuresti sen mukaan minkälaisista kirjaimista ja kirjainyhdistelmistä ne on koottu.

Graafisen suunnittelijan on otettava huomioon suunniteltavan painotuotteen mittasuhteet, sillä ne ratkaisevat usein valinnan pien- tai suuraakkosten välillä. Ne vaikuttavat myös kirjainmuodon valintaan (suora, kursiivi, laiha, leveä jne.). Jos halutaan luoda hyvä sanakuva, kirjaimet eivät saa olla liian kaukana toisistaan.

Kirjainten yhdistely

Selkeän typografisen kokonaisuuden luomisessa graafisen suunnittelijan on paras valita mieluiten yksi hyvä peruskirjain, josta hän voi käyttää erilaisia leikkauksia kuten lihavointia, kursivointia ja pistekoon muutoksia.

Kontrastivaikutelman luomiseksi hän voi yhdistää tähän peruskirjaimen toisen, peruskirjaimesta muodoltaan selvästi poikkeavan kirjaintyyppin.

Tekstin luettavuus

Lukeminen tapahtuu hyppäyksittäin. Sanat havaitaan ”luetaan”, lyhyiden paussien aikana. Paussin kesto on noin ¼ sekuntia ja niiden osuus lukemiseen käytetystä ajasta on noin 90 %.

Lukuprosessin aikana hahmotetaan kokonaisia sanoja ja niiden muodostamia lauseita –ei yksittäisiä kirjaimia. Jos tekstin typografia ei ole helposti luettavaa, silmä joutuu tekemään edestakaista liikettä ja korjaamaan epätyydyttävää havaintoa, ihminen joutuu lukemaan uudestaan.

Tämä hidastaa ja hankaloittaa lukemista. Hyvä typografia luo selkeitä sanakuvia, joiden hahmottaminen (lukeminen) on helppoa ja nopeaa.

Päätteelliset kirjaimet ovat helpommin luettavia kuin päätteettömät koska niiden muodostama sanakuva on selkeämpi.

Päätteelliset kirjaimet muodostavat yhtenäisiä sanarivejä helpommin kuin päätteettömät (groteskikirjaimet). Kirjaimet liittyvät päätteiden kautta toisiinsa.

Antiikvakirjaintyyppi (päätteelliset) on monimuotoista ja helppolukuista. Ne sopivat pitkien tekstien kirjaintyyppiksi. Antiikvakirjaimet erottuvat myös muodoltaan helposti toisistaan. Päätteettömien kirjaintyyppien yläosat ovat samankaltaisia, kun taas päätteellisten kirjainten muodot ovat helpommin tunnistettavia.

11 VÄRIOPPI

Kokoamani väriteoriaosuus on sommittelun ohella materiaalipaketti, jota voidaan käyttää opetuksessa millä tahansa oppilaitoksemme koulutusohjelmassa. Tämä väriteoria osuus onkin hyvin yleisluonteinen eikä siten sidoksissa pelkästään graafiseen suunnitteluun.

Graafinen suunnittelija pääsee tekemisiin värien kanssa, suunnittelipa hän mitä tahansa, myös silloin kun suunnitellaan mustavalkoisia esityksiä.

Musta ja valkoinen eri sävyineen antavat graafiselle suunnittelijalle varmasti pohdittavaa siinä missä värillisetkin esitykset.

Väriin perusedellytys on valo koska pimeässä emme näe värejä.

Valkoinen valo jakaantuu väreiksi taittuessaan prismassa, tai luonnossa esimerkiksi sateenkaareissa. Värit muodostavat spektrin eli kirjon. Värien järjestys on punainen, oranssi, keltainen, vihreä, sininen ja violetti.

Näkemämme kohteen väriin vaikuttaa kaksi tekijää: valon koostumus ja kohteen pinta. Väri on kohteen pinnassa tapahtuvan valon imeytymisen ja heijastumisen yhteisvaikutus. Jos kohde heijastaa värikirjosta ainoastaan vihreän värin aallonpituuden, näyttää kohde vihreältä.

Additiivinen värien yhdistely

Auringon valo on kaikkien värien summa.

Jos punainen, sininen ja keltainen valokiila heijastetaan osittain päällekkäin syntyy niiden sekoituksista violetti, vihreä ja oranssi.

Syntyneet uudet värialueet ovat osatekijöiltään vaaleampia. Kohtaan, jossa kaikki valokiilat leikkaavat muodostuu täysin valkoinen valoalue

Substraktiivinen värien yhdistely

Jos valokiilojen sijasta yhdistetään väriaineita (esimerkiksi maaleja) ovat sekoittuneet värialueet aina osatekijöiltään tummempia. Kohtaan, jossa kaikki värialueet sekoittuvat muodostuu musta värialue.

Pää- ja välivärit

Pääväri: punainen, sininen ja keltainen muodostavat sekoittuessaan ensimmäisen asteen välivärit: violetin, vihreän ja oranssin.

Vastavärit

Värikehällä vastakkaisilla puolilla olevat värit ovat toistensa vastavärejä. Vastavärit rinnakkain asetettuina korostavat toisiaan saaden molemmat värit näyttämään voimakkaammilta.

Kun värejä sekoitetaan keskenään, syntyy erilaisia harmaita, joiden sävy riippuu sekoitettujen värien määrästä. Kun väriin lisätään sen vastaväriä, kutsutaan sitä värin murtamiseksi. Suurin osa ihmisen käyttämistä ja luonnossa esiintyvistä väreistä on murrettuja

Värien yhdistäminen

Graafisen suunnittelijan, sekä muiden ammattilaisten jotka ovat värien kanssa tekemisissä, tulee ymmärtää kuinka eri värejä ja värisävyjä on viisasta yhdistellä keskenään.

Värien yhdistämiseksi oikein on olemassa lukemattomia mahdollisuuksia. Onnistunut yhdistelmä voi syntyä mistä väristä tahansa. Väriyhdistelmän luonne muuttuu jo pelkästään värien määräsuhteita muuttamalla.

Värien yhteensopivuutta kutsutaan väriharmoniaksi. Väriyhdistelmät voivat sisältää myös mustaa, harmaata ja valkoista. Mustan, harmaan ja valkoisen vaikutus on yleensä sommitelmaa rauhoittava, sillä ovathan syntyjään sukua kaikille pää- ja väliväreille (kts. additiivinen ja subtraktiivinen värien yhdistäminen).

Väriharmonia

Väriharmonioita ovat: valööriharmonia, lähiväriharmonia, vastaväriharmonia sekä disharmonia

Valööriharmonia

Varmin keino on valita yhden värin (esimerkiksi punaisen) eri tummuusasteita tai sävyjä. Väriin sekoitetaan mustaa tai valkoista, jolloin ainoastaan värin kirkkaus, kylläisyys ja tummuus vaihtelevat. Lopputulos on rauhallinen ja hillitty.

Mielenkiinnon vuoksi olisi joko tummien tai vaaleiden sävyjen oltava hallitsevassa asemassa sommitelmassa.

Lähiväriharmonia

Vaihtelevampaan sommitelmaan päästään yhdistelemällä kaavion kahta vierekkäistä väriä ja niiden sävyjä.

Vastaväriharmonia

Vastavärien yhdistämisellä voidaan päästä mielenkiintoisiin värisommitelmiin. Toisaalta värien ollessa toistensa vastakohtia myös epäonnistumisen mahdollisuus kasvaa. Toisen värin asettaminen hallitsevaan asemaan toimii yleensä lopputuloksen kannalta parhaiten.

Disharmonia

Yhdisteltäessä useita värejä kaavion eri puolilta syntyy yleensä räikeä ja levoton sommitelma. Pienenä pintana tällainen yhdistelmä voi olla hyvä tehokeino, mutta sen käyttöä kannattaa harkita tarkoin.

Väri saa olemuksensa ja sisältönsä silmän ja aivojen havainnon avulla. Silmä ja ymmärrys puolestaan määrittelevät värin vertailujen ja rinnastusten kautta.

Väri voidaan määritellä suhteessa niin sanottuihin neutraaleihin väreihin: valkoiseen, mustaan tai harmaaseen. Väri voidaan määritellä myös suhteessa muihin väreihin.

Värihavainto ei siis ole värin fysikaalis-kemiallista havainnointia, vaan se on ihmisen henkinen ja älyllinen toiminto.

Väriaineet ja väritodellisuus yhtyvät vain harmonisissa yhdistelmissä. Kaikissa muissa tapauksissa väriaineet muuttavat vaikutuksen aivan uudeksi.

Kun ihmiset puhuvat värien harmoniasta he arvioivat kahden tai useamman värin yhteisvaikutusta. Kokeet ja kokemus osoittavat, että ihmisten mielipiteet tasapainosta ja riitasoinnusta eroavat. Tavallisessa puheessa harmonisiksi sanotut yhdistelmät on tehty hyvin samanlaisilla väreillä tai väreillä joiden tummuusasteet ovat lähellä toisiaan. Ne on tehty väreistä jotka kohtaavat toistensa ilman voimakasta rinnastusta. Sääntönä on, että harmonian ja riitasoinnun kysymys ratkaistaan usein siten, että jostain yhdistelmästä joko pidetään tai ei pidetä. Harmonia viittaa tasapainoon, voimien symmetriaan.

Visuaalisessa aistissamme harmonia tarkoittaa sellaista aistien ja tunteen tasapainoa, jossa optisen aineen hajaantuminen ja yhteytyminen ovat yhtä suuria.

Neutraalin harmaa vastaa tätä olotilaa. Tällainen harmaa voidaan sekoittaa mustasta ja valkoisesta, kahdesta vastaväristä ja valkoisesta tai useammasta väristä sillä edellytyksellä että ne sisältävät kolmea pääväriä: keltaista, punaista ja sinistä sopivassa suhteessa. Vastavärit pareittain sisältävät kaikkia kolmea perusväriä.

12 LIKEMERKKI JA LOGO

Kansainvälinen sana logo eli logotyyppi tulee kreikankielisistä kantasanoista, jossa sanan logos alkuperäinen päämerkitys on sana. Merkitys on aikaa myöten laajennut ja yhdyssanailmaus on tarkoittanut muun muassa kirjoitettua sanaa, kirjainyhdistelmää ja leiman jälkeä.

Liikemerkki viittaa jonkinlaiseen kuviosymboliin, joka sekin voi olla myös kirjainpohjainen. Englanninkielisiä vastineita ovat esimerkiksi sign, emblem ja symbol.

Yleensä logolla tarkoitetaan ammattipiireissä tietyllä tavalla kirjoitettua graafista nimisanaa tai sanayhdistelmää, jolloin liikemerkki taas on kuvasymboli, johon voidaan myös yhdistää logo kiinteästi tai tapauskohtaisesti. Laajemmin ja enenevästi ammattislangissakin logon ja liikemerkin käsitteet ovat osittain tai kokonaankin päällekkäisiä ja sekoittumassa keskenään.

Logo on yritysilmmeen vakiintunut kirjoitustapa. Liikemerkki on visuaalinen merkki tai tunnus. Se on symboli, joka kuvastaa koko yritystä tai sen osaa. Hyvin suunniteltuina niitä voidaan käyttää yhdessä.

Liikemerkit voidaan luokitella osatekijöiden ja tehtävien mukaan kirjaimiin perustuviin, kuva- ja kirjainarvoituksiin perustuviin, yrityskuvaa välittäviin kuten tuotteen abstrakti tai konkreettinen symboli, uutta yrityskuvaa välittäviin ja kirjaimen ja kuvan yhdistelmiin. Liikemerkki voidaan suunnitella vapaaksi, symboliin, kirjainmerkkiin tai figuratiiviseen merkkiin pohjautuvaksi.

Liikemerkillä on kaksi ulottuvuutta: sanomasisältö ja visuaalinen muoto. Muoto voi koostua kirjaimista ja numeroista, piirroksista tai niiden yhdistelmistä. Sanomasisältö voi olla yrityksen tai tuotteen nimi tai sitä symboloiva sana.

Yrityskuva ja tunnuksen funktio

Tunnukset ja logot ovat yritysten, organisaatioiden jne. visuaalisia, kuvallisia symboleja. Yhteisöön viittaavalla symboliikalla on tärkeä merkitys sen ulkoisessa viestinnässä ja mielikuvia muodostettaessa. Yrityskuva on lopputulos kaikkien niiden

kokemusten, käsitysten, tunteiden, tietojen ja vaikutelmien vuorovaikutuksesta, joita ihmisillä on yrityksestä.

Liikemerkin tai logon värillä on väliä

Liikemerkeissä käytetyt värit ovat tarkkaan harkittuja. Valitut värit toimivat yleensä koko yrityksen pääväreinä. Niitä saatetaan käyttää tavallisten esitteiden ja mainosten lisäksi lukuisissa eri yhteyksissä. Useimmilla suurilla yrityksillä on käytettävissään mainostoimiston laatima graafinen ohjeisto. Ohjeistossa määritellään värien käyttö muun muassa mainonnassa, esitteissä, toimipisteissä ja autoissa. Ohjeistossa on myös tarkkaan määritelty, miten liikemerkkiä saa käyttää sen eri käyttökohteissa.

Miten liikemerkki suunnitellaan

Liikemerkin suunnittelussa on otettava huomioon ainakin seuraavat asiat:

Graafisen suunnittelijan on tutustuttava perusteellisesti yritykseen tai muuhun yhteisöön, jolle liikemerkkiä suunnitellaan. Miten iso yritys on? Mitä tuotteita se valmistaa? Hänen tulee kysyä yritykseltä kaikkea, mistä hän uskoo olevan hänelle apua. Esimerkiksi yrityksen historiaan tutustuminen voi hyvin antaa ideoita siitä, mikä sopisi yrityksen tunnuksiksi.

Kun tarpeellinen määrä tietoa on kerätty, graafinen suunnittelija alkaa tehdä luonnoksia ideoistaan. Hän käyttää tässä alkuvaiheessa kyniä, pensseleitä, mitä vaimilla hän saa ideat piirrettyä paperille.

Valmiin merkin pitää toimia värillisenä ja mustavalkoisena, pienessä sekä suuressa koossa. Hyvän liikemerkin yksi kriteeri on se, että se toimii mahdollisimman monissa yhteyksissä. Liikemerkkiä voidaan käyttää kirjekuorissa, mainoksissa, toimipisteiden valomainoksissa, kuljetuskalustoissa, liikelahjoissa jne.

Graafisen suunnittelijan on syytä tutustua erilaisiin liikemerkkeihin. Saman alan muiden yritysten liikemerkkien tutkiminen varmasti kannattaa, sillä niiden avulla voi ymmärtää, millä eri keinoilla saman toimialan yritystä on visualisoitu merkiksi.

Hyvä lähtökohta liikemerkin suunnittelulle on pyrkimys yksinkertaiseen muotoon.

13 MAINOKSEN HISTORIA 1900-LUVALLA

Mainonnan historiaa käsittelen Coca-Colan mainosten kautta vuodesta 1886 vuoteen 1999. Coca-Cola on yksi maailman tunnetuimpia brandeja. Coca-Colan mainonta on pääpiirteiltään pysynyt samantapaisena koko historiansa ajan. Tietty punavoittainen värimaailma on seikka josta Coca-Colan mainonnan tunnistaa vuosikymmenestä toiseen. Coca-Colan logo/liikemerkki on säilynyt lähes samanlaisena koko ajan. Tiettyjä ajanmukaistamisia on tehty, mutta ne ovat niin hienovaraisia, ettei tavallinen kuluttaja niitä välttämättä huomaa.

Coca-Colan mainonta on sikäli hyvä esimerkki, että vaikka itse tuote onkin pääosassa, niin mainonnan pääteemana on mainosten markkinoima elämäntapa. Tämä onkin sikäli hyvä, että sama tema voidaan säilyttää vaikka muoti ja maailmantilanteet vaihtelevatkin.

Coca-Colan mainoshistoria toimii paitsi itse tuotteen historiakuvauksena, myös kulttuurihistoriallisena läpileikkauksena vuosisadan ajalta. Mainosten kuvakielessä näkyy maailmanhistorialliset ajanjaksot kuten I ja II maailmansota. Suomen kannalta merkittäviä ajanjaksoja ovat esimerkiksi Helsingin Olympialaiset 1952 jolloin Coca-Cola tuli Suomeen. Myös Coca-Colan lanseeraama joulupukki hahmo koskettaa suomalaisia. Joulupukin nykyinen ilme valkoisine partoineen ja punaisine nuttuineen syntyi ahvenanmaalais-amerikkalaisen taiteilijan Haddon Sundomin mielikuvituksen tuotteena. Sundon piirsi usean vuoden ajan Coca-Colan joulumainoksia ja loi samalla mallin joulupukista joka tunnetaan kaikkialla maailmassa. Joulupukki-ikonin kuva on esillä muun muassa Louvren taidemuseossa (<http://www.coca-cola.fi> 10.4.2007).

Kokoamani opetusmateriaali Coca-Colan historiasta on kooste mainoskuvista yli sadan vuoden ajalta. Aineisto on kuvallisena tukimateriaalina opetustyössä. Opettajalla itsellään täytyy olla tieto ja kyky kertoa kuvien kautta kuhunkin ajanjaksoon liittyvät mainonnalliset/historialliset asiat.

Mainonnan historia Coca-Colan kautta toimii paitsi kuvallisen viestinnän koulutusohjelman opetusmateriaalina, niin sitä voidaan hyödyntää myös muilla koulutusaloilla sekä perusopetuksen ja lukion kuvallisen viestinnän opetuksessa.

14 POHDINTA

Itselläni on graafisen suunnittelijan koulutus ja olen toiminut ammatissa yli kymmenen vuotta; ensin opiskeluiden jälkeen, osin niiden lomassa, Helsingissä usean vuoden ajan. Muutettuamme perheen kanssa takaisin Etelä-Pohjanmaalle vuosituhaten vaihteessa alkoi tähän asti kestänyt graafisen suunnittelun opettajan vaiheeni. Minulla on myös oma yhdenmiehen mainostoimisto, joka on toiminut vuodesta 2001.

Minulla on siis konkreettinen tuntuma siihen, mitä graafisen suunnittelijan tulee tietää ja osata, jotta hän pystyy uskottavasti harjoittamaan ammattiaan. Graafisen suunnittelijan tärkeimmät tiedolliset osaamisalueet löytyvät kokoamastani digitaalisesta oppimateriaalista.

Toki graafisen suunnittelijan tulee hallita tietotekniikan käyttö, olla ulospäin suuntautunut. Mitään kunnollisesti valmista ei kuitenkaan synny elleivät perusasiat ole hallussa.

Olen opettanut graafista suunnittelua syksystä 2000 lähtien. Kun aloitin oman yrityksen toiminnan, olin vähällä jo luopua koko opetustyöstä. Olen kuitenkin saanut uutta intoa ja uskoa opettajuuteeni eikä vähiten nyt päättymässä olevan opettajan koulutuksen ansiosta. On palkitsevaa ohjata tulevia alan ammattilaisia hienon työn saloihin.

Graafisen suunnittelun opettajana nuorille ajattelen, että heidän tulisi saada sellaiset tiedot ja taidot, että voisin palkata heidät yritykseeni. Yrittäjällä on suuri vastuu ja huoli siitä, että tuotetut tuotteet ja palvelut ovat asiakasta tyydyttäviä. Ellei asiakas ole tyytyväinen esimerkiksi visuaalisesti huonoon esitteeseen, niin hän ei enää jatkossa tilaa yrittäjältä mitään. Yrittäjä jää ilman palkkiota eikä yritystoiminta toimi moitteettomasti.

Nämä digitaaliseen muotoon kootut oppimateriaalit ovat sellaisia kokonaisuuksia, joiden uskon täyttävän graafisen suunnittelijan tarvitsemat perustiedot. Toki kokemuksen karttuessa myös ammattitaito ja –tieto kasvavat ja syventyvät, mutta perusta täytyy olla rakennettuna kunnollisesti.

Oppimateriaalin tulee olla nopeasti muokattavissa ja päivitettävissä. Sen tulee olla helposti heidän saatavilla, jotka sitä tarvitsevat. Verkossa tapahtuva työskentely tulee lisääntymään ainakin graafisella alalla varmasti. Lähiopetus ei kuitenkaan tule loppumaan eikä sen saakaan loppua koska vuorovaikutteisuus on tärkeää graafisen suunnittelijan työssä. Digitaalisessa muodossa oleva oppimateriaali vastaa kaikkiin näihin edellä mainitsemiini haasteisiin.

Oppimateriaaleissani on varmasti puutteita, eihän ne koskaan tulekkaan valmiiksi, sillä opetuksen tulee uudistua koko ajan. Kun kerään opiskelijoiltani palautetta oppimateriaalin ja sen toteutetun opettamisen pohjalta, saan arvokasta tietoa materiaalin edelleen kehittämiseksi. Digitaalista materiaalia on helppo muokata tarvittavaan suuntaan.

Uskon tuottamieni digitaalisessa muodossa olevien oppimateriaalien löytävän käyttötarkoituksensa sekä opiskelijoiden että opettajakollegoideni keskuudessa. Oppimateriaaliani ovat käyttäneet jo muutkin oppilaitoksemme opettajat. Saamani palautteen perusteella materiaalille on ollut tilausta, joten se on jo nyt lunastanut paikkansa.

Lähitulevaisuudessa siirryttänee enenevässä määrin myös meidän oppilaitoksessamme verkossa tapahtuvaan opetukseen. Silloin yhä enemmän materiaalia tullaan siirtämään digitaaliseen muotoon. Tuottamani graafisen suunnittelun digitaalinen oppimateriaali on silloin hyvänä pohjana luotaessa sähköisiä oppimisaihioita.

LÄHTEET

Seinäjoen koulutuskeskus Taidon ja kulttuurin oppilaitos TAIKU, opetussuunnitelma 2006-2007. Kuvallisen ilmaisun perustutkinto, kuva-artsaani. Kuvallisen ilmaisun koulutusohjelma. Graafinen suunnittelu. Jurva.

Fredriksson Nils. Layout ja painotuotesuunnittelu. 1995

Aartomaa ja kumppanit. GM Graafiset muotoilijat ry. Suomalaisia liikemerkkejä. 1992

<http://www.ammattinetti.fi>. 15.3.2007

Opetushallitus. 2001

Opetushallitus. L630/1998, L479/2003, L601/2005, A811/1988, A603/2005. 2006

Annala & Merikoski. Ammattiosaamisen näytöt Taidon ja kulttuurin oppilaitos, TAIKU, vaatetusala. Kehittämishanke. 2007-04-23

Opetushallitus. 2006

<http://www.coca-cola.fi>. 10.4.2007