

INTERAKTIIVINEN MESSUOSASTO

/ Interaktiivisen toiminnan suunnittelu messuosastolle

Interaktiivinen messuosasto

Interaktiivisen toiminnan suunnittelu messuosastolle

Ida-Mari Voutilainen

Opinnäytetyö

7 . 5. 2012. Ida-Mari Voutilainen

Koulutusala Kulttuuriala	
Koulutusohjelma Muotoilun koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Ida-Mari Voutilainen	
Työn nimi Interaktiivinen messuosasto – Interaktiivisen toiminnan suunnittelu messuosastolle.	
Päiväys	7.5.2012
Sivumäärä/Liitteet	41 / 8
Ohjaaja(t) Heikki Nevalainen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t)	
Tiivistelmä	
<p>Opinnäytetyö käsittelee interaktiivista messuosastoa. Interaktiivisella messuosastolla tarkoitetaan messuosastoa, jossa messuvierailija voi osallistua johonkin messuosastolla tapahtuvaan toimintaan. Työssä käsitellään interaktiivisuutta messuosastosuunnittelussa, sen hyötyjä ja haittoja messuosastoon ja käydään läpi muutamia esimerkkejä jo toteutetuista interaktiivista messuosastoista. Työssä pohditaan interaktiivisen messuosaston ominaisuuksia ja pyritään keskittymään nimenomaan low-technologyn avulla tuotettuihin interaktiivisiin messuosastoihin. Opinnäytetyö käy läpi myös käsitteitä interaktiivisuus ja low- technology sekä perehtyy millaisia messuvierailijoita Habitare- messuilla vierailee.</p> <p>Opinnäytetyön lopullinen tuotos on konsepteja interaktiivisesta toiminnasta Kuopion Muotoiluakatemia messuosastolle Habitare- messuille 2012. Konseptit interaktiivisesta toiminnasta on pyritty toteuttamaan mahdollisimman yksinkertaisesti low-technology- ajatus taustalla. Lopullisten tuotosten tarkoitus on esittää toiminteita messuosastolla, joihin messuvierailija voisi osallistua. Opinnäytetyön tarkoitus on selvittää tekijälleen messuosasto suunnittelua interaktiivisuuden tutkimisen kautta ja tuottaa toimivia, yksinkertaisia low-technology aktiviteetteja messuosastolla.</p>	
Avainsanat: Interaktiivisuus, Messusuunnittelu	

Field of Study Culture			
Degree Programme Degree Programme in Design			
Author(s) Ida-Mari Voutilainen			
Title of Thesis Interactive exhibition design – Design for interactivity in trade fair booth.			
Date	7.5.2012	Pages/Appendices	41 / 8
Supervisor(s) Heikki Nevalainen			
Client Organisation /Partners			
<p>Abstract</p> <p>This thesis deals with interactive exhibition design. Interactive exhibition design means here trade fair stands that provide some kind of activity which the trade fair visitor can participate in. The thesis concerns interactivity in exhibition design, advantages and disadvantages of interactivity in exhibition design and introduces some already exhibited interactive trade fair stands. The thesis discusses the features of an interactive exhibition stand and tries to concentrate on interactive trade fair stands that have been produced by low-technology methods. The thesis also goes over the concepts of interactivity and low-technology as well as finds out what kind of trade fair visitors visit the Habitare Fair.</p> <p>The final outputs of the thesis are concepts about interactivity for the trade fair stand of Kuopio Academy of Design at the Habitare fair 2012. The designed concepts were aimed to be simple and produced by low-technology methods. The purpose of the final concepts is to present activities that trade fair visitors can participate in. The goal of the thesis was to clarify exhibition design through research on interactivity and produce functional and simple low-technology activities at the trade fair stand.</p>			
Keywords: Interactivity, exhibition design			

SISÄLLYS

1	ALKU	6
	1.1 Työntausta	6
	1.2 Aiheen rajaus ja työnsisältö	7
	1.3 Työn tavoitteet ja työprosessi	9
2	AIHEESEEN TUTUSTUMINEN	10
	2.1 Interaktiivisuus	10
	2.2 Low-technology	12
	2.3 Puhelinhaastattelu	14
3	INTERACTIVE EXHIBITION DESIGN	15
	3.1 Interaktiivisia messuosastoja ja näyttelyitä	15
	3.2 Interaktiivisen messuosaston rakennusaineet	18
	3.3 Interaktiivisen messuosaston plussat ja miinukset	19
4	HABITARE	20
	4.1 Huonekalu-, sisustus- ja designtapahtuma	20
	4.2 Habitare messuvierailija	20
5	MESSUOSASTO KONSEPTI	22
	5.1 Luonnostelu ja ideointi	23
	5.2 Tuotokset	25
6	PÄÄTÄNTÄ	28
	KUVALUETTELO	29
	LÄHTEET	31
	LIITTEET	

LIITE 1 PuhelinhaastatteluTuomas Lehtonen 23.3.2012

LIITE 2 Ryhmätilanneideointi kyselyrunko

LIITE 3-8 Ryhmätilanneideointi tuotokset

1 ALKU

Halusin opinnäytetyön, jossa yhdistyisi itseäni kiinnostava aihealue sekä jokin konkreettinen suunnittelutyön kohde. Näin opinnäytetyön tekeminen on tavoitteellista ja johdonmukaista. Opinnäytetyön toivoisi totta kai olevan mahdollisimman kattava näyte omasta ammatillisesta osaamisesta.

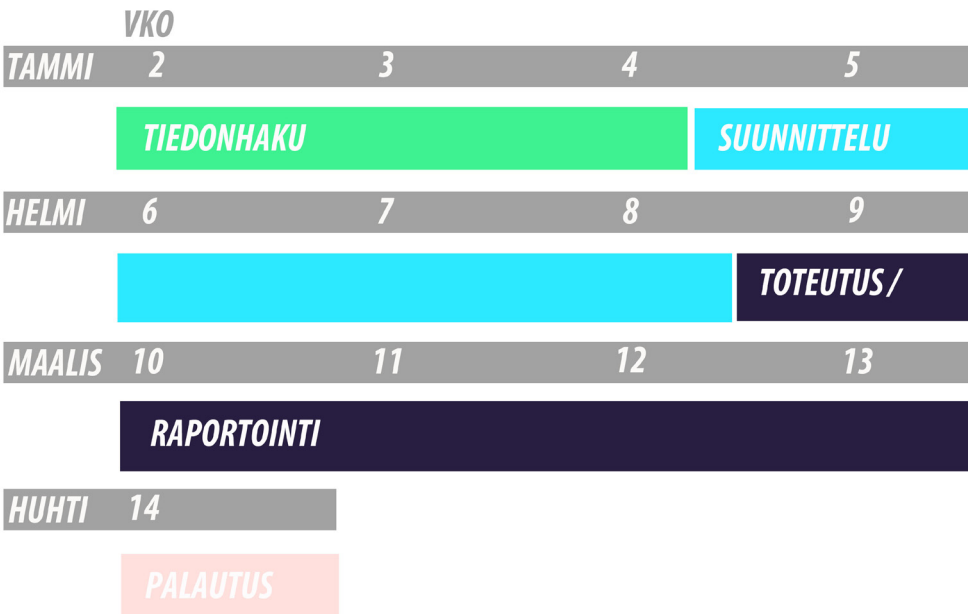
1.1 Työtausta

Opinnäytetyöni käsittelee interaktiivista ja kokemusperäistä suunnittelua ja erityisesti, kuinka tehdään interaktiivista messuosastosuunnittelua. Tarkoitus on tehdä tämän pohjalta interaktiivisen messuosaston konsepti Kuopion Muotoiluakatemialle Habitare huonekalu-, sisustus- ja designmessuille 2012. Konseptit pyritään suunnittelemaan mahdollisimman helpoiksi ja yksinkertaisiksi sekä matala teknologisin keinoin toteutettaviksi. Matala teknologia tarkoittaa teknologiaa, joka ei hyödynnä teknologian viimeisimpiä sovelluksia. Eli yksinkertaisesti miten messuvierailija osallistuisi messuosaston toimintaan ja mitä se toiminta messuosastolla olisi.

Opinnäytetyöni taustalla on oma kiinnostus messusuunnittelua kohtaan. Olin kesällä 2010 töissä Kuopion asuntomessuilla Karelia Upofloor Oy:n messuosastolla messuesittelijänä. Messuosasto, jossa työskentelin, oli Kuopion Muotoiluakatemian oppilaiden suunnittelema ja kiinnostus messuosastoja kohtaan sai alkunsa. Näin messuosastosuunnittelua tehdessäni työharjoittelua ja ajatus yhdistää messuosastosuunnittelu omaan opinnäytetyöhön alkoi kiinnostaa.

Omat kokemukseni Habitare huonekalu-, sisustus- ja designmessuilta ovat olleet myönteisiä ja messuosastosuunnitelman suunnittelu nimenomaan näille messuille kiinnosti. Myymälätilat ja myyntikalusteet opintojaksossa, joka oli viimeinen opintojakso ennen opinnäytetyöni aloittamista, käsittelee myös messuosastosuunnittelua ja saimme työryhmissä ideoida messuosastoa Habitare messuille. Kurssin aikana koottu materiaali oli osa tietoperustaa opinnäytetyötä varten.

Interaktiivinen eli vuorovaikutteinen muotoilu on aina kiehtonut minua ja sen yhdistäminen messusuunnitteluun oli enemmän kuin loistava tilaisuus tehdä mielenkiintoinen messuosastosuunnitelma ja perehtyä aiheeseen vielä enemmän.



Kaavio 1: Opinnäytetyöprosessin aikataulu.

1.2 Aiheen rajausta ja työnsisältö

Opinnäytetyön aiheen esittelin ohjaavalle opettajalleni talvella 2011 ensimmäisen kerran ja sain aiheesta positiivista palautetta. Aihe oli ajankoh-
tainen, sillä Kuopion Muotoiluakatemia oli tehnyt jo päätöksen osallistua Habitar-
e huonekalu-, sisustus- ja design messuille 2012.

Suurin painopiste opinnäytetyössä oli tutustua interaktiivisuuteen messuosas-
toilla ja pyrkiä sen pohjalta suunnittelemaan sopivia aktiviteetteja Kuopion
Muotoiluakatemialle Habitare- messuille 2012 low-technology keinoin. Paino-
tin interaktiivisen toiminnan suunnittelussa low-technology käyttöä, sillä
mielestäni se oli paras näkökulma suunnitteluun sen yksinkertaisuuden vuoksi.
Se on helposti ymmärrettävissä ja lähestyttävissä sekä sen toteuttaminen on
vaivatonta.

Opinnäytetyön aiheen rajausta auttoi osallistuminen Habitare- messujen
suunnittelu ryhmän tapaamisiin Kuopion Muotoiluakatemialla. Tapaamisissa
selvisi Kuopion Muotoiluakatemiassa Habitare- messuille tulevan messuosaston
tavoitteet ja sisältö. Halusin kuitenkin keskittyä interaktiivisen toiminnan suun-
nitteluun messuosastolle opinnäytetyössäni, sillä olin jo aloittanut opinnäyte-
työn työstämisen ja aineiston keräämisen.

Opinnäytetyössä kävin läpi hiukan Habitare huonekalu-, sisustus- ja designmes-
sujen ja sen toimintaa. Millaisesta tapahtumasta oikein on kyse ja miten se vai-
kuttaa messuosastolla tapahtuvan toiminnan suunnitteluun. Habitare messujen
asiakassegmentin läpikäyminen oli myös tärkeää, jotta suunnittelun pohjalla
oli käsitys messuosaston mahdollisista tulevista käyttäjistä. Vierailu Tukhol-
man huonekalumessuilla 11.2.2012 myös lisäsi tietoperustaa muotoilumessujen
luonteesta yleensä ja antoi käsityksen tämänhetkisestä muotoilun innovaatioista
ja ideoista.

Päätin olla käymättä läpi messuosastosuunnittelua opinnäytetyössäni sen
tarkemmin läpi ja keskittyä enemmän vuorovaikutteiseen suunnitteluun ja sen
liittämiseen messuosastosuunnitteluun. Etsin messuosastoja ja näyttelyitä, jois-
sa interaktiivinen suunnittelu oli ollut voimakkaasti suunnittelun lähtökohtana.
Näiden pohjalta sain käsitystä millaisia interaktiivisia messuosastoja on jo
toteutettu ja kuinka interaktiivista suunnittelua tehdään messusuunnittelussa ja
näyttelysuunnittelussa.

Perehdyin keräämäni tiedon perusteella keinoihin, joilla interaktiivinen messuosasto suunnitelma voidaan toteuttaa. Mikä messuvierailijan saa osallistumaan messuosaston toimintoihin? Kuinka kiinnostava ja vuorovaikutteinen messuosasto luodaan. Onko vuorovaikutteinen messuosasto parempi kuin vähemmän vuorovaikutteinen messuosasto?

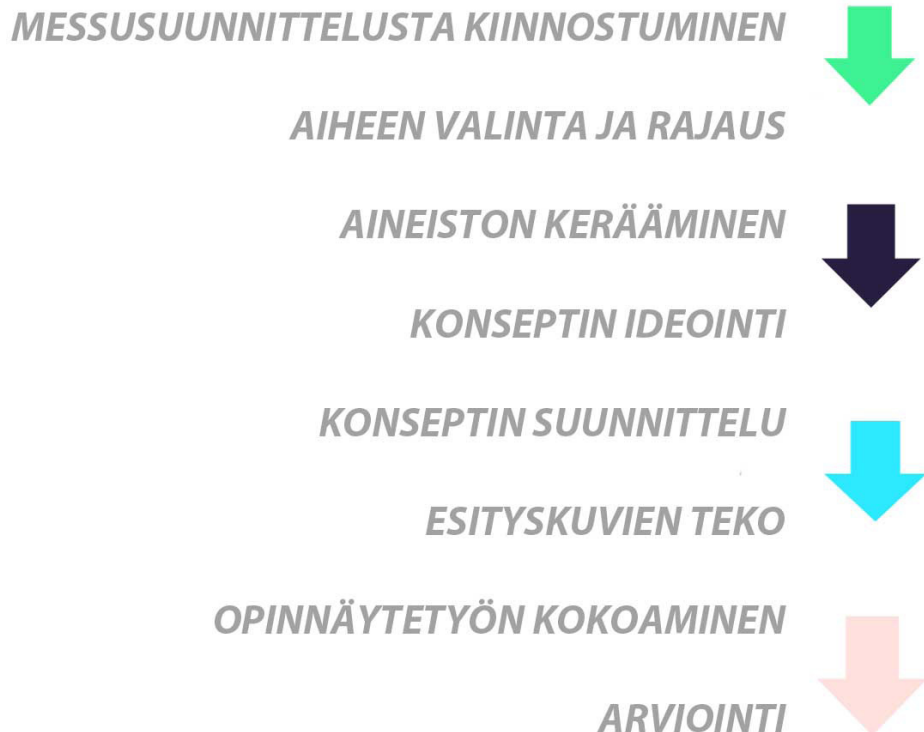
Muotoilualan messut esittelevät aina sen hetken uusimpia innovaatioita ja ideoita ja tämä olisi otettava huomioon suunniteltaessa toimintaa messuosastolle, varsinkin kun kyseessä on muotoilualan koulu. Konseptien tuli esitellä raikaita ja uusia ideoita interaktiivisesta messuosastosta, joka esittelee Kuopion Muotoiluakatemiaa. Messut ovat tapahtumia, joissa on mahdollisuus esitellä omaa osaamistaan, tuotteitaan tai tässä tapauksessa koulutusta. Konseptien tarkoitus oli tukea Kuopion Muotoiluakatemiaa messuosaston sanomaa parhaalla mahdollisella tavalla.

1.3 Työn tavoitteet ja työprosessi

Opinnäytetyö on ammattikorkeakoulututkinnon viimeinen näytönpaikka näyttää oma ammatillinen osaaminen ja hyvin tehty opinnäytetyö voi tulevaisuudessa auttaa työpaikan hankkimisessa. Tavoitteeni oli tutustua interaktiivisuuteen, interaktiivisiin messuosastoihin ja matalan teknologian keinoin luotuihin interaktiivisiin messuosastoihin. Opinnäytetyö kulki loogisesti eteenpäin ja sen rakenne on selkeä. (Kaavio 2)

Osallistuminen tämänkaltaisiin messuihin on loistava tilaisuus näyttää oman koulun osaamista sekä tietenkin omaa ammatillista osaamista. Totta kai toivon, että suunnitelma messuosastolla tapahtuvasta toiminnasta olisi tarkoitukseen sopiva. Ja mahdollisesti suunnittelemani messuosastolla tapahtuva toiminta toteutuisi ja olisi nähtävillä Habitatre- messuilla 2012.

Tärkeää oli herättää messuosasto konseptilla ajatuksia siitä, millainen vuorovaikutteinen Kuopion Muotoiluakatemia messuosasto voisi olla. Ja mitä vuorovaikutteisia toimintoja nimenomaan Kuopion Muotoiluakatemia messuosastolla haluttaisiin esittää. Messuosastolla tapahtuvan toiminnan tulisi olla tarkoituksenmukaista ja asianmukaista nimenomaan Kuopion Muotoiluakatemialle ajatellen ja sen intressejä. Messuosastolla tapahtuva toiminta on myös markkinointikeino Kuopion Muotoiluakatemiaa varten, joten toiminnan tulisi olla miellyttävä kokemus messuvierailijoille.



Kaavio 2: Opinnäytetyöprosessin etenemiskaavio.

2 AIHEESEEN TUTUSTUMINEN

Käyn seuraavana läpi muutamia käsitteitä, jotka liittyvät opinnäytetyöhöni ja suunnittelemaani interaktiiviseen toimintaan messuosastolla. Käsitteet auttavat hahmottamaan interaktiivisuutta sekä matalaa teknologiaa ja niiden yhteyttä interaktiiviseen toiminnan suunnitteluun. Käsitteet olivat itselleni ennestään tuttuja, mutta niihin lisäperehtyminen auttoi ymmärtämään niitä paremmin.

2.1 Interaktiivisuus

Interaktiivinen tarkoittaa vuorovaikutteista, kahteen suuntaan viestimisen mahdollistavaa. (Nurmi, Rekiaro & Rekiaro. 1998, 178.) Interaktiivinen opinnäytetyössäni tarkoittaa vuorovaikutusta messuvierailijan ja messuosaston välillä. Messuosastolla on jokin vapaaehtoinen aktiviteetti, johon messuvierailija voi halutessaan osallistua. Interaktiivisuus kuvasi parhaiten toiminnallisen messuosaston luonnetta ja näin päättyi terminä opinnäytetyöhön.

Interaktiivinen messuosasto suunnittelu on ollut mahdollista teknologisten kehitysten myötä. Projektorilla luodun vedenpinnan päällä kävely, QR-koodien käyttö tai virtuaalisten pelien pelaaminen messuosastolla ovat mielenkiintoisia ja tehokkaita keinoja houkuttaa asiakkaita messuosastolle. Mutta voisiko low-technology olla vaihtoehtoinen keino luoda kiinnostava ja tehokas messuosasto? Haittapuolena voi olla, että korkeateknologiset tehosteet eivät välttämättä liity messuosaston ja sen yhtiön teemaan tai viestiin, jota halutaan välittää. (Face2Face, “Experiential Marketing Blog“ 20.2.2012) Etsiessäni esimerkkejä jo toteutetuista interaktiivisista messuosastoista, huomasin pian niiden olevan toteutettuja nimenomaan korkean teknologian keinoin. En voi kieltää projektorilla luotujen maailmojen ja virtuaalisten pelien vaikuttavuutta, mutta ovatko ihmiset vielä aivan sinut tällaisten sovellusten keskellä? Ja voiko matala teknologisin keinoin luotou interaktiivinen messuosasto olla yhtä vaikuttava kuin korkea teknologisin keinoin luotu?

Tulin lopputulokseen pohdittuani korkea teknologian ja matalan teknologian käyttöä interaktiivisen messuosaston suunnittelussa ja tulin yhä enemmän vakuuttuneeksi siitä, että käytän konsepteissa juuri matalan teknologian keinoja. Kummassakin teknologiassa on puolensa, mutta ehkä valintaani vaikutti matala teknologisin keinoin luotujen messuosastojen vähyys.

Näyttelyt ovat useimmiten passiivisia, mutta interaktiivinen toiminta voi muuttaa näyttelyn luonteen täysin. Teknologinen kehitys on edesauttanut tätä trendiä ja kustomoidun persoonallisen ainutlaatuisen kokemuksen luominen käyttäjälle on mahdollista. Interaktiivisia elementtejä kuten käyttäjän palautetta näyttelyosastosta, voidaan sisällyttää näyttelyyn. (Lorenc, Skolnick & Berger. 2007, 38.) Suora palaute aktiviteetin toiminnan lomassa on kätevä ja luonteva tapa saada messuvierailijoiden palautetta messuosastosta. Palautteen antaminen jonkin toiminnan ohella voisi olla myös luonteva tapa messuvierailijalle saada mielipiteensä kuuluviin.

Messuosasto ja näyttelyt ovat tärkeä markkinointikeino. Messuilla ja näyttelyissä yritys saa mahdollisuuden esitellä tuotteitaan ja palveluitaan suoraan potentiaalisille asiakkaille. Kilpailu tällaisissa tilaisuuksissa on kovaa ja tavoite on erottua edukseen. (Keinonen & Koponen. 1997, Alkusanat.) Mielestäni vuorovaikutteinen messuosasto on erinomainen tapa esitellä yrityksen toimintaa ja ideoita mahdollisille kuluttajille ja tuleville asiakkaille messuilla ja näyttelyissä.

Kuopion Muotoiluakatemia markkinoi itseään Habitare messuilla. Messuvierailijoiden joukossa on muotoilualan ammattilaisten, opiskelijoiden ja muotoilun alasta kiinnostuneiden lisäksi myös mahdollisia tulevia muotoilun alan opiskelijoita, jotka etsivät koulutuspaikoista tietoa Habitare messuilla. Interaktiivisen toiminnan lisääminen messuosastolle houkuttelee varmasti myös muita messuvierailijoita tutustumaan messuosastoon ja sen toimintaan.

Messujärjestäjien keskuudessa on ollut keskustelua aiheesta EXPERIENCE vs. STRUCTURE. Yhä useammat näytteilleasettajat haluavatkin keskittyä antamaan messuvierailijoille ja omalle kohderyhmälleen kokemuksen kuitenkin jättämättä suurta lovea budjettiinsa. Näytteilleasettajien kannattaisi suunnitteluvaiheessa keskittyä miettimään aineettomampia tavoitteita kuin sitä, kuinka monta esitetelinettä tai jakkaraa messuosastolle tulee. Yleensä tällaiset lähtökohdat eivät tuota uudenlaisia ideoita messuosastosta. Kannattaa keskittyä miettimään mitä haluat messuvierailijan vievän mukanaan tapahtumasta. (Experiential Trade Shows: Redefining the “Box”) Interaktiivisuutta käsiteltäessä ei voi välttyä kokemuksen luomiselta. Interaktiivinen messuosasto on messuvierailijalle kokemus, jonka hän muistaa vielä tapahtuman jälkeen. Tietenkin kokemuksen tulee olla miellyttävä, jotta mahdollinen kinnostuminen messuosastoa ja sen tuotteita tai sanomaa kohtaan syntyy.

Konstruktivistisessa oppimisessa oppijan omaa toimintaa pidetään tärkeänä oppimisprosessissa. (Kauppila 2007, 30.) Kauppila kirjoittaa myös aktiivisen kokeilun sekä käytännön toiminnan ihmisten kanssa erilaisissa ympäristöissä ja tilanteissa olevan humanistisen ja kokemuksellisen oppimisen prosesseja. Konstruktivistiseen oppimiseen kuuluu myös aktiivinen oppiminen, joka edellyttää toiminnan kokemista mielekkäänä, mikä palkitsee sisäisesti. (Ojanen. 2003.) Käytännöllisten ongelmien ratkaisu ja ruumiillinen ihmisen elämäntoiminnot ovat perusajatuksia oppimiselle. (Kalli & Malinen. 87-88.) Tästä voin päätellä sen, että jos messuosastolla tapahtuu toimintaa, johon messuvierailija osallistuu, hän muistaa kokemuksen tehokkaammin. Interaktiivinen toiminta messuosastolla on yhteydessä ihmisen oppimiseen toiminnan kautta.

2.2 Low-technology

Teknologia tarkoittaa tietoa työstä kreikan kielestä suoraan suomennettuna ja se tulee kreikan sanoista tekhné ja logos. (Teknologia ja yhteiskunta) Yritykset, jotka toimivat tietotekniikan, tietoliikenteen, elektroniikan ja automaation alalla ja soveltavat uusinta teknologiaa tuotteissaan ja palveluissaan voidaan mieltää korkean teknologian yrityksiksi. (Teknologian käsite perusopetuksen kontekstissa) Matalan teknologia eli Low-technologyn käyttö tarkoittaa juuri vastakkaista tapaa käyttää teknologiaa.

Itse määrittelen low-technologyn opinnäytetyössäni sellaiseksi, että messuille suunniteltu interaktiivinen toiminta olisi toteutettavissa mahdollisimman yksinkertaisesti ilman elektronisia laitteita tai uusimpia teknologisia ratkaisuja hyödyntämättä. Low-technologyn keinoin luotu interaktiivinen toiminta messuosastolla on mielestäni messuvierailijalle helpompi ymmärtää ja lähestyä sekä se on yksinkertainen toteuttaa. Matalan teknologian keinon luotu messuosasto voi olla myös edullisempi toteuttaa.

Matalan teknologian keinon luotu interaktiivinen toiminta messuosastolla voi erottua edukseen kaiken korkean teknologian keskeltä, jota monet käyttävät hyväkseen luodessaan vaikuttavia messuosastoja. Voisiko messuosastosuunnittelussa teknologiassa niin sanotusti takaisin päin kulkeminen olla hyvä ratkaisu?

Suunnittelun yksi lähtökohdista oli matalan teknologian maailmaan tutustuminen. Olin päättänyt, että suunnittelemani toiminta messuosastolla tulisi olla mahdollisimman yksinkertaisesti toteutettavissa vaikka markkinoilla on paljon korkean teknologian osaamista mikä mahdollistaisi esimerkiksi kosketusnäyttöjen käytön messuosastolla. (Face2Face, “The Art of Low-Tech Interactive Exhibits”)

2.3 Puhelinhaastattelu

Saadakseni lisää tietoa interaktiivisesta messuosastosuunnittelusta, päädyin tekemään puhelinhaastattelun helsinkiläiseen muotoilun alan yritykseen, Diagonaliin. Valitsin Diagonalin, sillä olen nähnyt heidän töitään ja diagonal on esiintynyt mediassa Helsingin ollessa World Design Capital 2012. (Diagonal mediassa World Design Capital Helsinki 2012) Tein puhelinhaastattelun Tuomas Lehtoselle, joka kuuluu kohtaamisympäristö- työryhmään Diagonalilla. Heidän toimeenkuvaansa kuuluu suunnittella ja toteuttaa myymälä- ja messuympäristöjä Suomessa ja kansainvälisesti, sekä muita julkisija tiloja, joissa ihmisten välinen vuorovaikutus ja tavoitteellinen kohtaaminen ovat keskiössä. Hän on myös Diagonalin johtava teollinen muotoilija ja perustajajäsen. (Diagonal)

Laadin ennen puhelinhaastattelua kysymyksiä, jotka pyrkisivät tukemaan opin- näytteeni aihetta. [Liite 1] Soitin Lehtoselle ja tein hänelle puhelinhaastattelun 23.3.2012. Interaktiivisuus oli hänelle tuttua messu- ja näyttelysuunnittelussa ja hänen mielestään interaktiivisen toiminnan lisääminen messuosasto suunnitelmaan on myönteinen asia, tietenkin sisällöstä riippuen.

Lehtonen piti henkilökohtaisesti enemmän low-technology ratkaisuisista interaktiivisen toiminnan tuomisesta messuosastosuunnitelmaan. Hänen mielestään low-technologisesti tuotettua interaktiivista toimintaa messuosastolla on helppompaa messuvierailijan lähestyä ja ymmärtää. Lehtonen voisi itse kuvitella käytävänsä interaktiivista toimintaa messu- ja näyttelysuunnittelussa.

Sain puhelinhaastattelun myötä enemmän vahvistusta omalle päätökselleni suunnitella konseptit matalan teknologian keinoin.

3 INTERACTIVE EXHIBITION DESIGN

3.1 Interaktiivisia messuosastoja ja näyttelyitä

Perehtyäkseen enemmän vuorovaikutteisen messuosaston suunnitteluun, etsin messuosastoja, tapahtumia ja näyttelyitä, joissa mielestäni toteutui kekseliäästi vuorovaikuttaminen. Keskitäin etsimään nimenomaan interaktiivisia messuosastoja ja näyttelyitä, joissa toiminta olisi toteutettu mahdollisimman yksinkertaisesti ja vaivattomasti.

TODA Aiga Design Journeys : You are here. 20.5 – 23.7.2010 Aiga National Design Center, New York.

Design Journeys : You Are Here näyttely esitteli 25 eri muotoilijan taustoja ja töitä. Näyttely oli valittu muun muassa Charles Dawsonin ja Aaron Douglasin töitä ja työhistoriaa. Ainutkertainen näyttely oli täysin interaktiivinen kokemus ja sen oli suunnitellut TODA. Sen sijaan, että näyttely kertoisi vain graafisesta muotoilusta ja sen historiasta, näyttelytila pyrki saamaan vierailijan osallistumaan hänen omaan design matkaansa tarjoamalla monia eri aktiviteetteja. Näyttely kiinnosti niin nuoria kuin vanhojakin ja sai kaikki osallistumaan estoitta moniin näyttelyn eri aktiviteetteihin kuten valmiin viivapiirroksen värittämiseen. Vierailijat pystyivät tutustumaan muotoilijoihin myös tarkemmin heidän omilta kotisivuiltaan. (Design:related 31.1.2012)

Näyttelyn koko ilme kiinnitti vierailijan huomion erilaisiin viesteihin seinillä (Kuva 1-2). Näyttelyssä vierailija sai kirjoittaa lapuille, mistä hän on kotoisin (Kuva 3) ja kirjoittamaan myös yksityiskohtaisemmin henkilöhistoriaansa seinällä oleviin lomakkeisiin (Kuva 4).

Näyttelytilassa oli monia aktiviteetteja, jotka mielestäni lisäävät näyttelyn vaikuttavuutta. Ja nimenomaan siinä on mielestäni juuri vuorovaikutteisen näyttelyn tai messuosaston vahvuus, vaikuttavuus. Messuosastolla tapahtuva toiminta saa sanoman tai viestin jäämään pysyvämmiin vierailijan mieleen kuin vain perinteinen messuasetelma, jossa vierailija tarkastelee osastoa passiivisena eikä pääse osallistumaan messuosaston toimintaan itse. Toiminnan kautta messuesittelijä saa myös messuvierailijan palautteen välittömästi ja vaivattomasti, jos palautteenanto on sisällytetty messuosaston toimintaan.



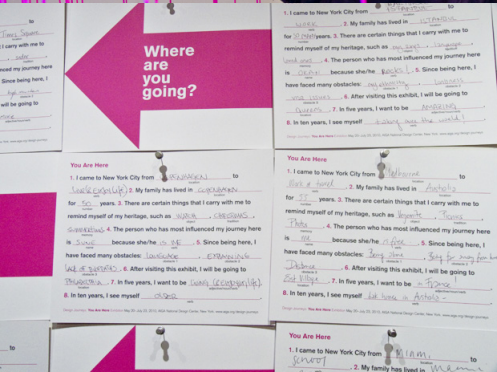
Kuva 1 You are here- näyttely.



Kuva 2 Seinillä oli voimakkaat grafiikat.



Kuva 3 Laput sai kiinnittää näyttelyssä olleeseen narurakennelmaan.



Kuva 4 Lomakkeita, joihin vierailijat saivat täyttää tietoaan.



Kuva 5 Messuosasto oli tehty palikka-teeman mukaisesti.



Kuva 6 Eksynyt palikka.



Kuva 7 Kubik.

Exhibitor 14.-18.3.2010 Mandalay Bay Convention Center, Las Vegas. Kubik "Putting all the pieces together"

"Putting all the pieces together" oli Kubikin suunnittelema messuosasto suureen messusuunnitteluun keskittyvän tapahtumaan Exhibitor. Messuosasto voitti parhaan pienen messuosaston (5,66m³) palkinnon 2010. Kubik esitteli Exhibitor- tapahtumassa uuden kampanjansa, jonka viesti oli "We have all the right pieces" eli Meillä on kaikki oikeat palat.

Palikka-teema oli esitetty monella tapaa kampanjassa niin itse tapahtuman aikana kuin ennen ja jälkeenkin tapahtumaa (Kuva 5 & 7). Osanottajat saivat sähköpostissa yhtiöltä palapelin paloja ja myös yhden ylimääräisen palan ennen tapahtumaa. Heitä pyydettiin tuomaan pala messuosastolle ja näin messuosastolla oleva palapeli täydentyi. Palapeli kuvasti Kubik-yhtiön ammattitaitoa ja osaamista. Palapelin palauttaessaan pystyi myös tekemään lahjoituksen humanitaariseen apuun. Messuosasto oli koottu suurista palapelin paloista, joita oli myös ripoteltu ympäri tapahtumaa. Palapeli kehotti löytäjäänsä viemään palan messuosastolle ja kertoi myös mahdollisesta palkkiosta (Kuva 6). Kubik tiedotti kadonneista palapelin paloista lehtisten ja sosiaalisen median kautta ja kehotti palauttamaan palapelin palat oikeaan messuosastoon. Messuosasto sai kerättyä 2000\$ humanitaariseen apuun, loi jotain raikasta ja erilaista ja voitti jopa palkinnon omassa lajissaan. (Exhibitor Online)

Kadonneiden palapelin palojen ripottelu tapahtuma-alueelle oli mielestäni todella nerokas idea saada messuvierailijat osallistumaan. Palapelin palan löydettyään jokainen voi tehdä oman päätöksen haluaako olla osallisena messuosaston toimintaan vai ei. Aktiviteettia tai toimintaa ei tuputeta kävijälle vaan päätös on itsenäinen. Totta kai palapelin palassa mainittu mahdollinen löytöpalkkio saattaa motivoida messuvierailijaa vierailemaan kyseisen yhtiön messuosastolla. Koko kampanjan palapeli teema on hyvin yhtenäinen ja sopii kampanjan yhteiseksi kantavaksi teemaksi erinomaisesti. Pienestä messuosastosta huolimatta sanoma ei jäänyt yhtään epäselväksi tai vaitonaiseksi.



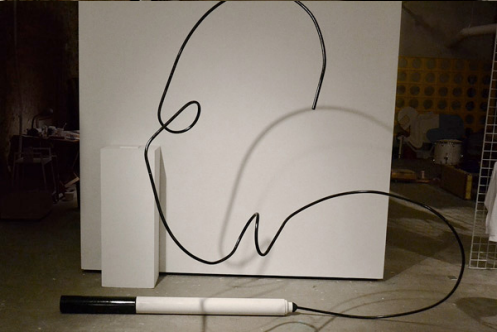
Kuva 8 Vierailijat saivat värittää valmista kuvaa.



Kuva 9 Kuva kokonaisuudessaan.



Kuva 10 Vierailijat värityshommissa.



Kuva 11 Isot kynät.

“Color me - An Interactive Exhibition” Andy J. Miller & Andrew Neyer 25.2 - 18.3.2011 YES Gallery, Cincinnati.

Color me- An Interactive Exhibition oli kuvittaja Andy J. Millerin ja freelance muotoilija ja kuvittaja Andrew Neyerin yhteisnäyttely.

Näyttelyn ideana oli interaktiivinen toiminta. Millerin ja Neyerin näyttelyssä oli suuri yhden seinän kokoinen kuvitus, jota vierailijat saivat värittää oman mieltensä mukaan suurilla värikynillä. (Andy J. Millerin kotisivut) Näyttelystä ja sen tekijöistä oli myös tehty videopätkä Vimeoon, jossa näytettiin näyttelyä ja sen ajankohtaa. (Color me_ By Yes- video)

Tässä näyttelyssä oli mielestäni erinomainen esimerkki matalan teknologian keinoin luodusta interaktiivisesta toiminnasta. Vierailijoille oli annettu kynä käteen ja heitä oli ohjaistettu piirtämään ja värittämään jo valmista kuvaa. Tällaisen toiminnan epäonnistuminen on harvinaista, sillä melkein kuka tahansa ikään, kokoon, sukupuoleen tai kansallisuuteen katsomatta pystyy osallistumaan toimintaan. Haittapuolena näen näyttelyssä värikynien koon, sillä ne voivat hankaloittaa kynän nostamista ja sillä värittämistä.

3.2 Interaktiivisen osaston rakennusaineet

Messuosastolla tapahtuvan mahdollisen toiminnan suunnittelussa on otettava huomioon messujen sekä esiteltävien tuotteiden luonne. Messuosaston koko sekä henkilökunnan määrä vaikuttaa myös olennaisesti messuosastolla tapahtuvan toiminnan luonteeseen. (Keinonen & Koponen. 1997, 53.) Toiminta messuosastolla ei saisi häiritä liiaksi muuta osastolla tapahtuvaa toimintaa tai lähietäisyydellä olevia muita messuosastoja. Toiminnalla on tarkoitus kiinnittää vierailijan huomio messuosastoon ja esiteltäviin tuotteisiin. Kaiken kaikkiaan toiminnan tulisi tukea parhaalla mahdollisella tavalla messuosastolla esiteltäviä tuotteita. (Keinonen & Koponen. 1997, 56-57.)

Kommunikaation sisällyttäminen sivuston ja rakennelman suunnitteluun on mahdollista. Näitä elementtejä ovat sijainti, sisäänkäynti, kulkusuunta ja kierto, muoto, korkeus, leveys, tilan syvyys, valonmäärä ja laatu, materiaalit, yksityiskohdat, rakenteet, ilmastointi ja jopa turvatoimet. (Lorenc, Skolnick & Berger. 2007, 42.) Interaktiivista messuosastoa suunniteltaessa on hyvä muistaa nämä monet tekijät ja muuttujat. Ennen kaikkea interaktiivisen toiminnan tulisi olla mielekästä ja tarkoituksenmukaista ottaen huomioon nämä edellä mainitut asiat, eikä interaktiivinen toiminta saisi olla rasite messuosaston muulle toiminnalle. Jokainen messuosasto on erilainen ja myös interaktiivisen toiminnan tulisi olla suunniteltu jokaisen messuosaston omilla ehdoilla.

Oheisessa kaaviossa olen pohtinut mistä ominaisuuksista hyvä interaktiivinen messuosasto koostuu. Toiminnan tulee ehdottomasti olla vapaavalintaista ja messuvierailijaa ei saa pakottaa ottamaan osaa, jos hän ei tahdo osallistua. Palkitseva tarkoittaa sitä, että toiminnan on annettava messuvierailijalle palkittu olo, oli se sitten messuosastolta saatu ilmaistuote, lupaus yhteydenotosta tai kokemus. Toiminnan tulee ehdottomasti olla kontekstin mukaista, jotta toiminto toteutuu tehokkaimmin. Yksinkertaisuus on yksi tärkeimmistä ominaisuuksista. Kun toiminto on pelkistetty ja yksinkertainen, messuvierailija ymmärtää toiminnan parhaiten ja se on helposti lähestyttävää.



3.3 Interaktiivisen messuosaston plussat ja miinukset

Toimintaa sisältävän messuosaston suunnittelussa on muistettava, ettei päätarkoitus ole järjestää toimintaa vain toiminnan vuoksi vaan siksi, että toiminnalla olisi myös tarkoitus. (Keinonen & Koponen. 1997, 56.) Pahimmassa tapauksessa interaktiivinen messuosasto vie huomion sen tuotteista ja esiteltävästä ideasta. Messuosaston toiminta saattaa myös häiritä muita messuosastoja ja sitä tulisi välttää.

Lasten näyttelyä suunniteltaessa on näyttelytoiminnan ja suunnittelun pyörittävä jonkin toiminnan ympärillä. (Lorenc, Skolnick & Berger. 2007, 66.) Mielestäni tätä periaatetta voisi hyödyntää myös muullekin kohderyhmälle suunnatussa messu- ja näyttelysuunnittelussa. Toiminnan lisääminen messuosastosuunnitelmaan voisi houkuttaa vierailijoita myös muistakin messuvierailija ryhmistä kuin vain lapsista. Mutta toisaalta messuosastolla tapahtuva liika toiminta voi karkottaa passiivisemmat vierailijat ja vanhemmat vierailijat saattavat vieroksua messuosastolla tapahtuvaa toimintaa. Yleistystä ei kuitenkaan voi tehdä, sillä osallistumishalukkuuteen on varmasti niin monta mielipidettä kuin on messuvierailijoitakin.

Onnistuessaan interaktiivinen messuosasto on asiakkaalle kaikin puolin miellyttävä kokemus ja messuosasto säilyy asiakkaan mielessä. Varsinkin Habitaré-messujen kaltaisessa tapahtumassa messuosastolla tapahtuva toiminta on mielestäni vain myönteinen asia. Uudet muotoilulliset innovaatiot ja ideat tulisi voida esittää myös toiminnallisessa muodossa ja näin koko muotoilun ala voisi olla helpommin lähestyttävässä muodossa myös eri ammattialoihin kuuluville asiakkaille. Aktiviteettien ja toiminnan tulisi olla myös kaikin puolin vapaaehtoista ja helposti lähestyttävää.

4 HABITARE

4.1 Huonekalu-, sisustus- ja design tapahtuma

Habitare huonekalu-, sisustus- ja design tapahtuma on lajissaan Suomen suurin ja tarjoaa monia tasokkaita näytteilleasettajia sekä mielenkiintoisia erikoisnäyttelyitä ja muuta ohjelmaa vuosittain syksyllä Helsingin Messukeskuksessa. Habitare-messuja on järjestetty jo vuodesta 1970 ja 2012 Habitare-messut järjestetään jo 23. kerran. (Tuuli Turunen Raamisuunnitelma 2012)

Habitare-messujen pääpaino on kotien ja julkisten tilojen sisustamiseen ja tilojen toimivuuteen. Messuilla voi tutustua huonekaluihin, kodin tekstiileihin, sisustusmateriaaleihin ja -tarvikkeisiin, keittiöihin, kylpyhuoneisiin ja saunoihin, takkoihin ja tulisijoihin sekä sisustamisen pientavaraan ja kodin av-laitteisiin. Messuilla on monia eri näyttelyalueita. Ahead!-alue esittelee kansainvälistä designia ja Interiore keskittyy julkistentilojen sisustukseen. Habitare-messujen kokonaisuutta täydentää valaisimiin ja valaistukseen keskittyvä Valo-tapahtuma, nykytaiteen ArtHelsinki sekä antiikin oma näyttelyalue Salonki. (Tuuli Turunen Raamisuunnitelma 2012) Habitare-messut on tärkeä muotoilun alan messu ja näkyminen näillä messuilla on varmasti eduksi.

Habitaren kävijöissä on alan ostopäätäjät, suunnittelijat, valmistajat, maahan tuojat, opiskelijat, median sekä kymmeniä tuhansia sisustamisesta kiinnostuneita kuluttajia. Erityisesti vuonna 2012 Habitare panostaa kansainvälisyyteen, koska Helsinki on maailman designpääkaupunki. Tämän johdosta muotoilun alan toimijoiden ja median huomio kiinnittyy Suomeen ja erityisesti Helsinkiin. Habitare on loistava paikka tehdä kauppaa, vahvistaa omaa yrityskuvaasi ja ideoitasi ja mikä tärkeintä, luoda kontakteja. (Helsingin messukeskus)

4.2 Habitare messuvierailija

Tapahtuman markkinoinnin järjestäminen kuuluu tapahtuman järjestäjälle. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että sinun yrityksesi kävijät löytävät sinun messuoastolle. (Messu- ja tapahtumamyynnin pikaopas) Interaktiivista toimintaa suunniteltaessa on otettava huomioon Habitare-messujen kävijät. Siksi on selvítettävä keitä he ovat.

Suomen suurimassa huonekalu-, sisustus- ja design tapahtumassa vierailee alan ammattilaiset ja opiskelijat, media sekä kymmenet tuhannet sisustamisesta kiinnostuneet kuluttajat. Näin ollen Habitare messujen kohderyhmä on huonekalu-, sisustus-, muotoilu- ja arkkitehtuurialan ammattilaiset ja opiskelijat sekä sisustamisesta kiinnostuneet kuluttajat. (Habitare mediakortti 2012)

Vuonna 2011 Habitare messuille oli osallistunut 69 365 kävijää. Habitare messujen kuluttajakävijöistä 67 % oli naisia. Ja ikäryhmittäin yli 50 vuotiaita oli eniten 33% ja vähiten 40–49 vuotiaita 19 % . Kaikilla messuille osallistujilla on omat syynsä osallistua messuihin ja kaikilla heillä omat tavoitteet. Ammattilaiset tulevat messuille monen samaan aikaan tapahtuvan tapahtuman takia samoin kuin kuluttajatkin. Näytteilleasettajat toivovat tuotevalikoiman esittelyn onnistuvan ja he esittelevät messuilla uutuustuotteita. (Habitare mediakortti 2012)

Kävijöiden ikäjakauma yllätti. Olisin olettanut alle 30 vuotiaita olevan eniten, mutta eniten olikin yli 50 vuotiaita. Tämä selityy todennäköisesti niin, että heillä on aikaa kodinsisutukseen lasten muutettua pois kotoa ja myöskin varaa sijoittaa kodin sisustamiseen. Toki seassa on luultavasti muotoilualan ammattilaisia, jotka ovat toimineet alalla kauan.

Interaktiivisen messuosaston konseptia suunniteltaessa on otettava huomioon messujen kävijöiden ikäjakauma. Konseptit tulee suunnitella niin, että mahdollisimman monella on mahdollisuus osallistua messuosaston toimintaan ilman suurempia ponnistuksia.

5 MESSUOSASTO KONSEPTI

Messuosaston suunnittelu on kiivastahtista: messuosastosuunnittelulla on lyhin aikarajoitus ottaen huomioon suunnitteluun käytetyn ajan, kokoamisajan ja messuosaston käytettävyyksiään. Messuosastosuunnittelu voi olla jopa niinkin nopea, että messuosastosuunnitelmaan ja kokoamiseen menee vain kaksi kuu-kautta. Kun deadlinet ovat rajallisia ja ennalta määriteltyjä, päätöksiä tulee tehdä nopeasti vaikka se tarkoittaisi muutoksia suunnitelmaan. (Lorenc, Skolnick & Berger. 2007, 90.)

Interaktiivista toimintaa suunniteltaessa pohdin paljon toiminnan kestoa. Toimintaa olisi mahdollista luoda jo ennen tapahtuman alkua vaikka olemalla sähköpostitse yhteydessä tuleviin messuvierailijoihin. Näin interaktiivisuus alkaisi jo ennen messuja ja voisi mahdollisesti jatkua myös messujen jälkeen. Toiminta voi olla myös vain tapahtumakohtaista. Toiminta alkaa messuilla ja loppuu messujen päätyttyä. Toiminnan kesto riippuu aivan toiminnan luonteesta ja sanomasta, jota sillä halutaan välittää.

Interaktiivisen toiminnan suunnittelu messuosastolle ei tulisi mielestäni olla poikkeus. Interaktiivisen toiminnan suunnittelu tapahtuu luontevimmin messuosaston suunnittelun ohella, jotta toiminta olisi mahdollisimman sidoksissa messuosaston muotoon ja muuhun toimintaan. Toimintaa messuosastolle tulee suunnitella messuosaston kontekstin mukaisesti eikä vain toimintaa toiminnan takia.

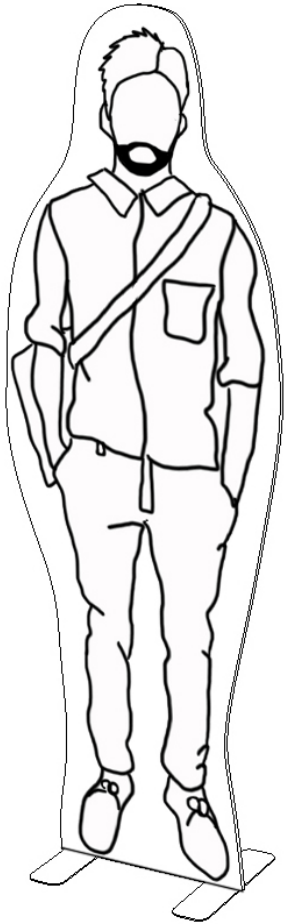
5.1 Luonnostelu ja ideointi

Aloitin ideoinnin itsenäisesti pohdiskellen aihetta ja sen sisältöä. Tutustuin myös jo olemassa oleviin messuosasto ratkaisuihin opinnäytetyötä tehdessä ja tietomateriaalia etsiessä. Käytin ideointiin apuna muita kouluni opiskelijoita. Järjestin ideointihetken, johon kutsuin tila- ja kaluste-, sekä teollisen muotoilun 4. vuosikurssin opiskelijoita. Ideointihetken tarkoitus oli kokoontua ryhmänä ja keskustella interaktiivisesta messuosastosta ja omista mieltymyksistä ajatellen messuosastoja ja niiden toiminnallisuutta. Ideointihetkeen osallistui seitsemän opiskelijaa. Asetin opiskelijoille kysymyksiä kuten; Mitä interaktiivisuus on? ja Millainen messuosasto kiinnittää sinun huomiosi?. Pyysin opiskelijoita myös kertomaan kumpi messuosaston toiminnallisuus on parempi; sellainen, jossa toiminnan ja tekemisen kautta messuvierailija kertoo palautetta messuosastosta vai sellainen toiminta, joka ei kerro suoranaisesti messuvierailijan palautetta, mutta mikä liittyy vahvasti messuosaston sanomaan ja viestiin. [Liite 2]

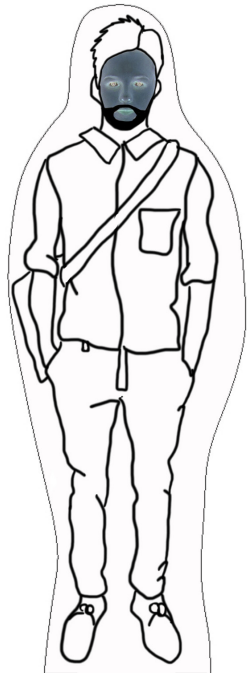
Pohdimme myös messuvierailijoiden spontaania osallistumista mahdollisiin toimintoihin ja aktiviteetteihin messuosastolla ja monia mielipiteitä ilmeni. Osa oli sitä mieltä, ettei mielellään osallistu aktiviteetteihin, kun taas toiset todella toivoivat tekemistä ja näkivät aktiviteetit enemmän kuin myönteisenä asiana. Tähän asiaan on varmasti yhtä monta mielipidettä kuin on vastaajiakin. Myös aktiviteetin kestoa pohdittiin. Aktiviteetti voisi olla messukohtainen tai pidempijaksoinen, jolloin se alkaisi jo ennen messuja ja jatkuisi tapahtuman jälkeen mahdollisesti eri medioiden kautta tai internetissä. [Liite 3-8]

Aktiviteettiin osallistuminen vaatii kuitenkin jonkin mielenkiintoisen houkuttimen, jonka johdosta messuvierailija haluaa osallistua aktiviteettiin. Houkuttin voi tarkoittaa eri ihmisille eri asioita. Jotkut varmasti haluavat osallistua puhtaasta mielenkiinnosta tekemiseen ja osallistumiseen ja se on heidän palkintonsa. Kun taas toiset tarvitsevat konkreettisen palkinnon siitä, että osallistuivat, kuten osallistuminen arvontaan tai jonkin ilmaistuetteen messuosastolta. [Liite 3-8] Mielipiteitä halukkuudesta osallistua messuosaston toimintaan on varmasti yhtä monta kuin on messuvierailijoita. Messuosastolla tapahtuvan toiminnan tulisi olla erittäin helposti lähestyttävää ja yksinkertaista, jotta mahdollisimman moni messuvierailija kiinnostuisi messuosastolla tapahtuvasta toiminnasta ja tulisi tutustumaan messuosastoon.

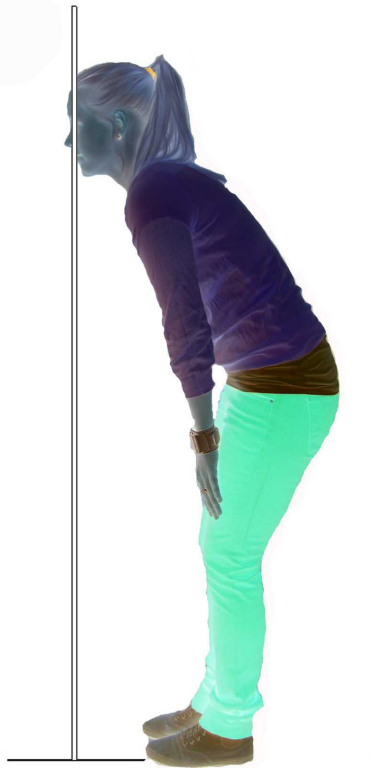
Suunnittelun lähtökohtina oli erottua muista Habitare- messuilla olevista messuosastoista ja ehkä vielä erityisemmin muista muotoilun alan koulujen messuosastoista. Vieläkin tärkeämpi lähtökohta on kuitenkin mieleenpainuvuus, joka liittyy siihen, kuinka hyvin messuvierailija muistaa messuosaston ja oliko toimintaan osallistuminen miellyttävä kokemus.



Kuva 13 Tinttamareski.



Kuva 14 Tinttamareski edestä.



Kuva 12 Messuvierailija tinttamareskillä.

5.2 Tuotokset

Opinnäytetyössäni suunnittelin konsepteja aktiviteeteista ja toiminnoista, joita nimenomaan Kuopion Muotoiluakatemia voisi käyttää Habitare- messuilla 2012. Tietoa siitä, toteutuvatko konseptit kyseisille messuille, ei ole vielä tiedossa.

Konsepti 1. Tinttamareski

Tinttamareski on lavasteseinä, johon on kuvattu jokin hahmo tai hahmoja. Hahmojen kasvojen kohdalle on tehty reikä, johon voi asettaa omat kasvonsa seisomalla seinän takapuolella ja näin etupuolella kasvosi ovat hahmon kasvojen tilalla.

Kuopion Muotoiluakatemia messuosastolla olisi lavasteseinä, johon olisi kuvattu Kuopion Muotoiluakatemiasta valmistuneiden tunnettujen muotoilijoiden karikatyyrejä. Jos tämä ei olisi mahdollista, voisi karikatyyrit olla stereotyyppisiä hahmoja muotoilijoista ruutupaitoineen ja silmälasineen. Messuvierailijat voisivat asettua muotoilijan kohdalle ja saada kuvan otetuksi itsestään. Kuvat julkaistaisiin Kuopion Muotoiluakatemia kotisivuilla tai Facebook-seinällä messujen jälkeen. Näin jokainen messuvierailija voisi käydä katsomassa kuvaansa näistä palvelimista.

Tinttamareskin viesti voisi olla asettua muotoilijan rooliin ja nähdä itsensä mahdollisesti tässä ammatissa. Vaikka tinttamareskin hahmot ovatkin stereotyyppisiä muotoilijoista, mielestäni se on hillitysti tehty ja hiukan kieliposkessa- toteutettua suunnittelua paikallaan.

Habitare- messuilla käy muotoilualasta kiinnostuneita ja myös niitä, jotka harkitsevan muotoilijan koulutukseen hakeutumista. Tinttamareski voisi olla yksinkertaisen vaivaton muoto tuoda aktiviteettia messuosastolle ja saada ihmiset tutustumaan messuosaston sanomaan. Tinttamareskin luona tapahtuva toiminta olisi myös nopeata ja näin välttyttäisiin toiminnan häiritsemästä muuta messuosaston toimintaa. Messuvierailija tulisi osastolle, otattaisi itsestään kuvan ja toiminta olisi siinä.



Konsepti 2. Lasit

Olen havainnut, että vahvat, mustasankaiset silmälasit ovat hyvin tyypilliset kulttuurialalla työskenteleville ja opiskeleville. Silmälasit ovat mielestäni vahva viesti kantajansa persoonasta ja silmälasien käyttö on helppo ja vaivaton keino luoda interaktiivista toimintaa messuosastolle.

Kuva 15 Silmälasit.

Messuosastolle olisi tuotu vahvat, mustasankaiset silmälasit, jotka olisivat messuvierailijoiden saatavissa. Silmälasia olisi muutamat ja niissä ei olisi vahvuuksia. Silmälasia saisi kokeilla ja messuvierailija näkisi maailman niin sanotusti “muotoilijan silmin”. Messuvierailija saisi samaistua muotoilijan ammattiin laittamalla silmälasit silmilleen ja katsella ympäröivää ympäristöä ne silmillään. Näkeekö lasia kokeileva messuvierailija jotain erikoista vai kuvitteleeko hän vain näkevänsä? Silmälasit antaisivat kaikille messuvierailijoille, jotka messuosastolla vierailevat mahdollisuuden kokea olevansa muotoilijoita ja havaita onko maailma eri näköinen muotoilijan silmin.

Matala teknologisin keinoin luotu interaktiivinen toiminta voi olla messuvierailijalle helpommin lähestyttävä ja ymmärrettävämpi toiminto. (Lehtonen. 22.3.2012) Pohdin kauan käyttäisinkö tässä konseptissa 3D- tekniikan käyttöä, mutta päätin kuitenkin hylätä sen mahdollisuuden liian korkeateknologisenä keinona. Messuosastolla olisi voinut olla kuvioita tai tekstejä, jotka näkyisivät vain laittamalla 3D- lasit silmille. Opinnäytetyön alussa päätin kuitenkin olla turvautumatta korkeateknologisiin ratkaisuihin interaktiivista toimintaa suunniteltaessa.

Lasien kokeilu ja sovittaminen saisi messuvierailijat kinnostumaan messuosastosta. Messuvierailija voisi otattaa itsestään kuvia lasit silmillä joko messuosaston työntekijän tai vaikka tuttavansa toimesta.



Kuva 16 Messuvierailija kokeilee silmälasia.

JATKA KUVAA, OLE INNOVATIIVINEN! NIIN MUOTOILIJAKSI TEKISI.

C

 SAVONIA

Kuva 17 Kuvan jatkamislomake.

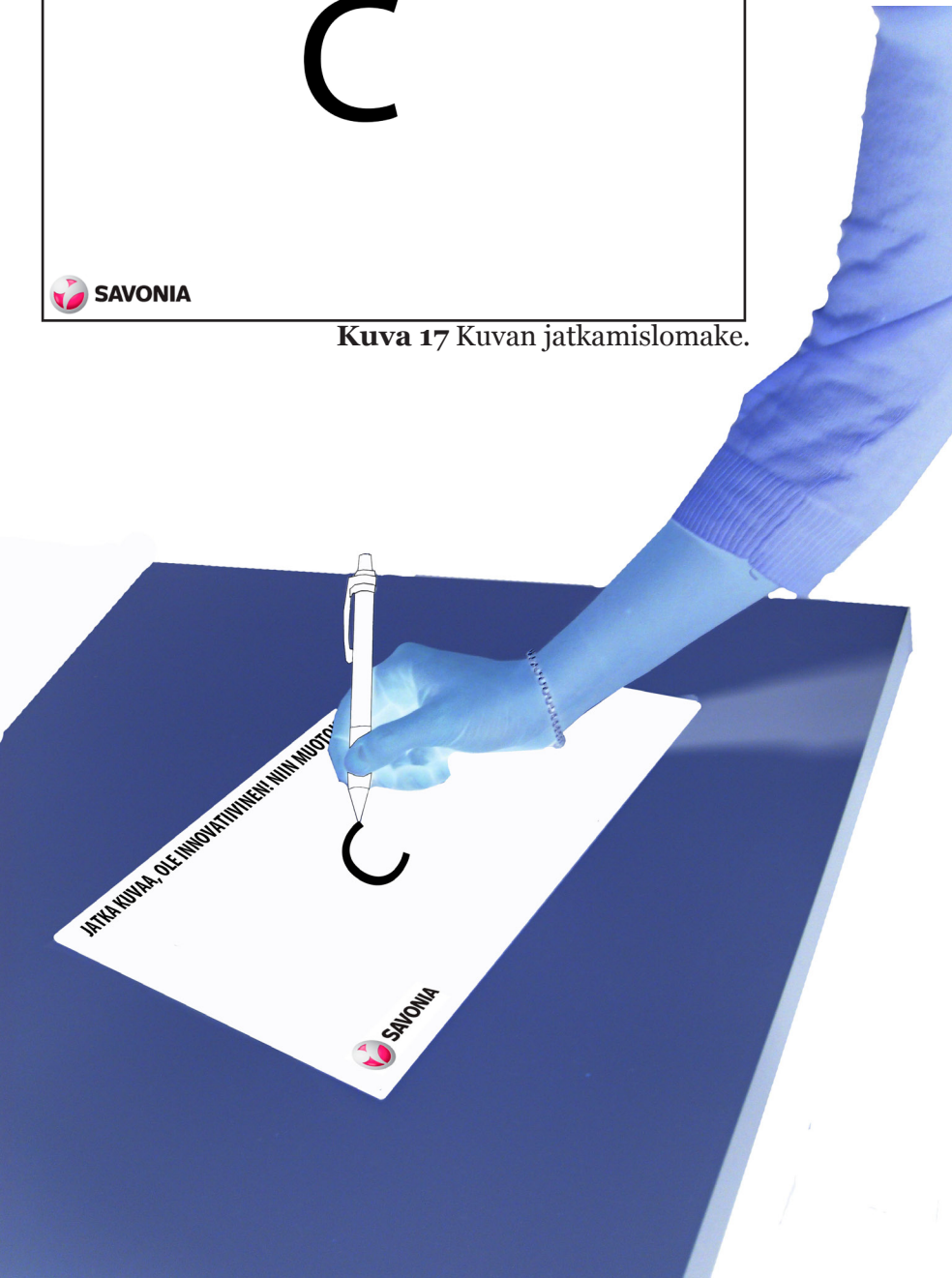
Konsepti 3. Kynä ja paperi

Messuosastolle olisi tuotu kyniä ja paperia. Paperin paloissa olisi viivapiirros puoliympyrästä. Lomakkeissa olisi teksti “Jatka kuvaa, ole innovatiivinen! Niin muotoilija tekisi.” Messuvierailijaa kehoitettaisiin jatkamaan kuvaa mahdollisimman innovatiivisesti. Paperi jätettäisiin messuosastolle ja messujen jälkeen piirrustukset käytäisiin läpi ja innovatiivisin piirros palkittaisiin.

Mielestäni kynä ja paperi on erittäin helposti lähestyttävä ja yksinkertainen tapa luoda interaktiivista toimintaa messuosastolle. Paperia ja kyniä on helppo hankkia ja ne voi helposti laittaa messuosastolla esille.

Muotoilijaksi opiskelemaan haluavan tulee suorittaa ennakkotehtäviä, joissa vaaditaan kuvallisen ilmaisun taitoja.(Opiskelupaikka) Kynä ja paperi ovat muotoilijalle tarpeelliset vaikka nykyaikana muotoilija työskentelee suurimmaksi osaksi tietoteknisten koneiden avulla ja kuvia luodaan erilaisten kuvankäsittelyohjelmien avulla. Mielestäni jokaisen muotoilijan pitäisi pystyä kuvallisesti havainnollistamaan omat ideansa.

Muotoilijan ammatti vaatii monipuolisten taitojen hallintaa.(Valmennuskeskus) Messuosastolla messuvierailija pystyy kokeilemaan omia taitojaan ja lahjakkuuttaan. Piirtäminen on yksi muotoilijalta vaadittavista taidoista ja mikä olisi parempi keino kokeilla omia piirtämistaitoja kuin kynällä piirtäminen.



Kuva 18 Messuvierailija jatkaa piirtämällä valmiiksi aloitettua kuvaa.

6 PÄÄTÄNTÄ

Opinnäytetyö oli prosessina erittäin pitkä ja laaja. Itse opinnäytetyön aiheen valinta vei kauan aikaa ja opinnäytetyön varsinainen aloitus alkoi vasta, kun olin saanut itselleni selväksi mitä olen opinnäytetyönä ryhtymässä tekemään. Aiheen rajaus ja sen ymmärtäminen vei kauan aikaa enkä saanut aluksi otetta opinäytetyöni aiheesta. Opinnäytetyö oli myös prosessina opettavainen, sillä siinä opin oman työskentelyn aikatauluttamista ja johtamista. Laajojen kirjallisten töiden tekeminen ei ole koskaan ollut itselleni luontevaa, sillä esitän asiat usein hyvin ytimekkäästi ja lyhyesti. Opinnäytetyö olikin haaste itselleni enemmän sen laajuuden ja rajauksen osalta.

Narratiivinen eli kertova muotoilu ja kieli-poskessa-suunniteltu muotoilu on ollut aina kiinnostavaa ja sen yhdistäminen omaan opinnäytetyöhön oli mielenkiintoista. Mielestäni muotoilua ei tarvitse ottaa turhan vakavasti ja interaktiivisen toiminnan suunnittelu messuosastolle vaati heittäytymistä ja hullujen ideoiden kanssa pohdiskelua. Tietoperustaa puhtaasti interaktiivisen messuosaston suunnittelusta ei helposti löytynyt ja sitä oli vähän.

Suunnittelemani konseptit interaktiivisesta toiminnasta Kuopion Muotoilukakatemian messuosastolla Habitare messuilla onnistuivat vastaamaan niille asettamiani vaatimuksia. Konseptit mielestäni esittävät matalan teknologian keinoin tuotettuja, yksinkertaisia ja toimivia toimintoja, joihin mahdolliset Habitare messuvierailijat voisivat osallistua messuosastolla.

Toivon mukaan opinnäytetyössä kertyneestä tietoperustasta on hyötyä tulevaisuudessa siirtyessäni työelämään. Työskentely tapahtumasuunnittelun ja messusuunnittelun parissa kiinnostaa ja olisi mielenkiintoista päästä tekemään töitä niiden parissa valmistuttuani muotoilijaksi.

Kuvaluettelo

Kuva 1 <http://www.designrelated.com/inspiration/view/Karen/page/1/entry/3988/aiga-design-journeys-exhibition> (viitattu 31.1.2012)

Kuva 2 <http://www.designrelated.com/inspiration/view/Karen/page/1/entry/3988/aiga-design-journeys-exhibition> (viitattu 31.1.2012)

Kuva 3 <http://www.designrelated.com/inspiration/view/Karen/page/1/entry/3988/aiga-design-journeys-exhibition> (viitattu 31.1.2012)

Kuva 4 <http://www.designrelated.com/inspiration/view/Karen/page/1/entry/3988/aiga-design-journeys-exhibition> (viitattu 31.1.2012)

Kuva 5 <http://www.slideshare.net/Reinders/kubik-fall2010-newsletter> (viitattu 1.3.2012)

Kuva 6 <http://www.slideshare.net/Reinders/kubik-fall2010-newsletter> (viitattu 1.3.2012)

Kuva 7 <http://www.slideshare.net/Reinders/kubik-fall2010-newsletter> (viitattu 1.3.2012)

Kuva 8 <http://www.designkoma.com/> (viitattu 19.2.2012)

Kuva 9 <http://www.designkoma.com/> (viitattu 19.2.2012)

Kuva 10 <http://www.designkoma.com/> (viitattu 19.2.2012)

Kuva 11 <http://www.designkoma.com/> (viitattu 19.2.2012)

Kuva 12 Ida-Mari Voutilainen

Kuva 13 Ida-Mari Voutilainen

Kuva 14 Ida-Mari Voutilainen

Kuva 15 Ida-Mari Voutilainen

Kuva 16 Ida-Mari Voutilainen

Kuva 17 Ida-Mari Voutilainen

Kuva 18 Ida-Mari Voutilainen

Kaavio 1: Opinnäytetyöprosessin aikataulu

Kaavio 2: Opinnäytetyöprosessin etenemiskaavio

Kaavio 3: Interaktiivisen messuosaston rakennusaineet

Lähteet

Kalli, P & Malinen, A. 2005. Konstruktivismi ja realismi, Aikuiskasvatuksen 45. vuosikirja. Vantaa: Kansainvalistus-seura ja Aikuiskasvatuksen Tutkimusseura.

Kauppila, Reijo A. 2007. Ihmisen tapa oppia, Johdatus sosiokonstruktiiiviseen oppimiskäsitykseen. Jyväskylä: PS-kustannus.

Keinonen, S. & Koponen, P. 1997. Menesty messuilla. Yrityksen opas. Helsinki: Hakapaino Oy.

Lorenc, J., Skolnick, L. & Berger, C. 2007. What is exhibition design? Essential design handbooks. Switzerland: RotoVision SA.

Nurmi, T., Rekiaro, I. & Rekiaro, P. 1998. Uusi suomalainen sivistyssanakirja. Jyväskylä: Gummerus.

Turunen, Tuuli 2012. Raamisuunnitelma. Habitare Ahead! design area 12.9-16.9.2012

Nettilähteet

Ahead! www-sivut [viitattu 1.2.2012] Saatavissa: <http://www.aheadhabitare.fi/fi>

Andy J. Millerin kotisivut. [Viitattu 9.3.2012] Saatavissa: <http://www.designkoma.com/>

Balac, M. Messu- ja tapahtumamyynnin pikaopas, ExpoExpert Oy. [Viitattu 23.3.2012] Saatavissa: <http://www.expoexpert.fi/index.php?section=59>

Color_me By Yes- video [Viitattu 9.3.2012] Saatavissa: <http://vimeo.com/20451787>

Design:related [viitattu 31.1.2012] Saatavissa: <http://designrelated.com/inspiration/view/Karen/page/1/entry/3988/aiga-design-journeys-exhibition>

Diagonal mediassa World Design Capital Helsinki 2012 [Viitattu 22.3.2012] Saatavissa: <http://wdchelsinki2012.fi/uutiset/2012-01-02/muotoilijat-videomuotokuvina>

Diagonal. [Viitattu 22.3.2012] Saatavissa: <http://diagonal.fi/>

Exhibitor Online [Viitattu 1.3.2012] Saatavissa: <http://www.exhibitoronline.com/news/enn-display.asp?counter=8715>

Face2Face, "Experiential Marketing Blog" "The Art of Low-Tech Interactive Exhibits" [Viitattu 20.2.2012] Saatavissa: <http://blog.thinkubik.com/2010/05/12/the-art-of-low-tech-interactive-exhibits/>

Face2Face, “Experiential Marketing Blog“ Experiential Trade Shows: Redefining the “Box” [Viitattu 1.3.2012]
Saatavissa: <http://blog.thinkubik.com/2011/05/04/experiential-trade-shows-redefining-the-box/#more-816>

Habitare Media kortti 2012 [Viitattu 1.2.2012] Saatavissa: http://web.finnexpo.fi/Sites2/Habitare11/Habitare/Naytteilleasettajat/Documents/Habitare12_Mediakortti_suomi.pdf

Helsingin messukeskus. [Viitattu 19.2.2012] Saatavissa: <http://web.finnexpo.fi/Sites2/Habitare11/Habitare/Naytteilleasettajat/mahdollisuus/osallistuminen/Sivut/Tietoosallistumisesta.aspx>

Ojanen, S. 2003. Ohjauksesta oivallukseen– ohjausteorian kehittelyä. SUOMEN HARJOITTELUKOULUJEN VUOSIKIRJA N:O 1, 2003 [Viitattu 12.3.2012] Saatavissa: <http://sokl.joensuu.fi/verkkojulkaisut/ohjaus/Ojanen.htm>

Opiskelupaikka [Viitattu 29.3.2012] Saatavissa: <http://www.opiskelupaikka.fi/Paasykoe/Taideteollisen-paasykoe>

Teknologia ja yhteiskunta, Etälukion Teknologia ja yhteiskunta -verkkomateriaali. Opetushallitus. [Viitattu 22.3.2012] Saatavissa: <http://www.o3.edu.fi/oppimateriaalit/teknologia/html/o1-1.html>

Teknologian käsite perusopetuksen kontekstissa [Viitattu 2.4.2012] Saatavissa: <http://per.physics.helsinki.fi/kirjasto/ont/hl/runko.pdf>

Valmennuskeskus [Viitattu 29.3.2012] Saatavissa: http://www.valmennuskeskus.fi/page.php?page_id=36

Suulliset lähteet

Puhelinhaastattelu 22.3.2012: Diagonal, Diagonal Mental Structure Oy. Pursimiehenkatu 26 C, 00150 Helsinki.
Tuomas Lehtonen +358 40 573 9500 tuomas@diagonal.fi

Liite 1

Puhelin haastattelu 23.3.2012
Diagonal, Diagonal Mental Structure Oy
Pursimiehenkatu 26 C, 00150 Helsinki

Lead industrial designer and founder at Diagonal
Tuomas Lehtonen
+358 40 573 9500

- 1. Onko interaktiivisuus messuo- ja näyttelysuunnittelussa teille tuttu?**
- 2. Millaisia vaikutuksia uskoisitte sillä olevan messu- ja näyttelysuunnitteluun? Myönteisiä vai kielteisiä vaikutuksia?**
- 3. Mitä itse ajattelette interaktiivisen toiminnan lisäämisestä messu- ja näyttelysuunnitteluun?**
- 4. Voisitko itse kuvitella käyttävänne toiminnallisia elementtejä messu- ja näyttelysuunnittelussa?**
- 5. Onko low-technology ratkaisut hyvä vaihtoehto high-technologyn sijaan toiminnan luomisessa messu- tai näyttelysuunnitteluun?**
- 6. Tulisiko tällaisen interaktiivisen messuosastosuunnittelun olla sinun mielestäsi yleinen lähtökohta messu- ja näyttelysuunnittelussa?**

Liite 2

Ryhmäideointi

Ida-Mari Voutilainen, tila- ja kalustemuotoilu 4. vuosikurssi
Outi Rahikainen, tila- ja kalustemuotoilu 4. vuosikurssi
Sanni Jääskeläinen, tila- ja kalustemuotoilu 4. vuosikurssi
Annika Heikkinen, tila- ja kalustemuotoilu 4. vuosikurssi

Tuomas Lappalainen, teollinen muotoilu 4. vuosikurssi
Janita Aro, teollinen muotoilu 4. vuosikurssi
Mari Salmela, teollinen muotoilu 4. vuosikurssi
Karoliina Järvinen, teollinen muotoilu 4. vuosikurssi

Mitä interaktiivinen tarkoittaa?

Mihin itse kiinnität messuosastoissa huomiota?

Millaiseen toimintaan haluaisit osallistua messuosastolla?

Haluatko itse osallistua messuosaston toimintaan, olla sivustakatsoja vai jättää osallistumatta?

Toimiiko low-technology mielestäsi messuosaston toiminnan menetelmänä?

Hyvä toiminto/toiminne messuosastolla ?

(to dj-työskentelyä)

Hapteen ja houkutteleva

Pelillisuus? => "toiminta" toteutettu pelimäisesti eli kun toteuttaa "toiminnan" parissa, käyttäjällä on hauskaa ja mukavaa tempaavaa.

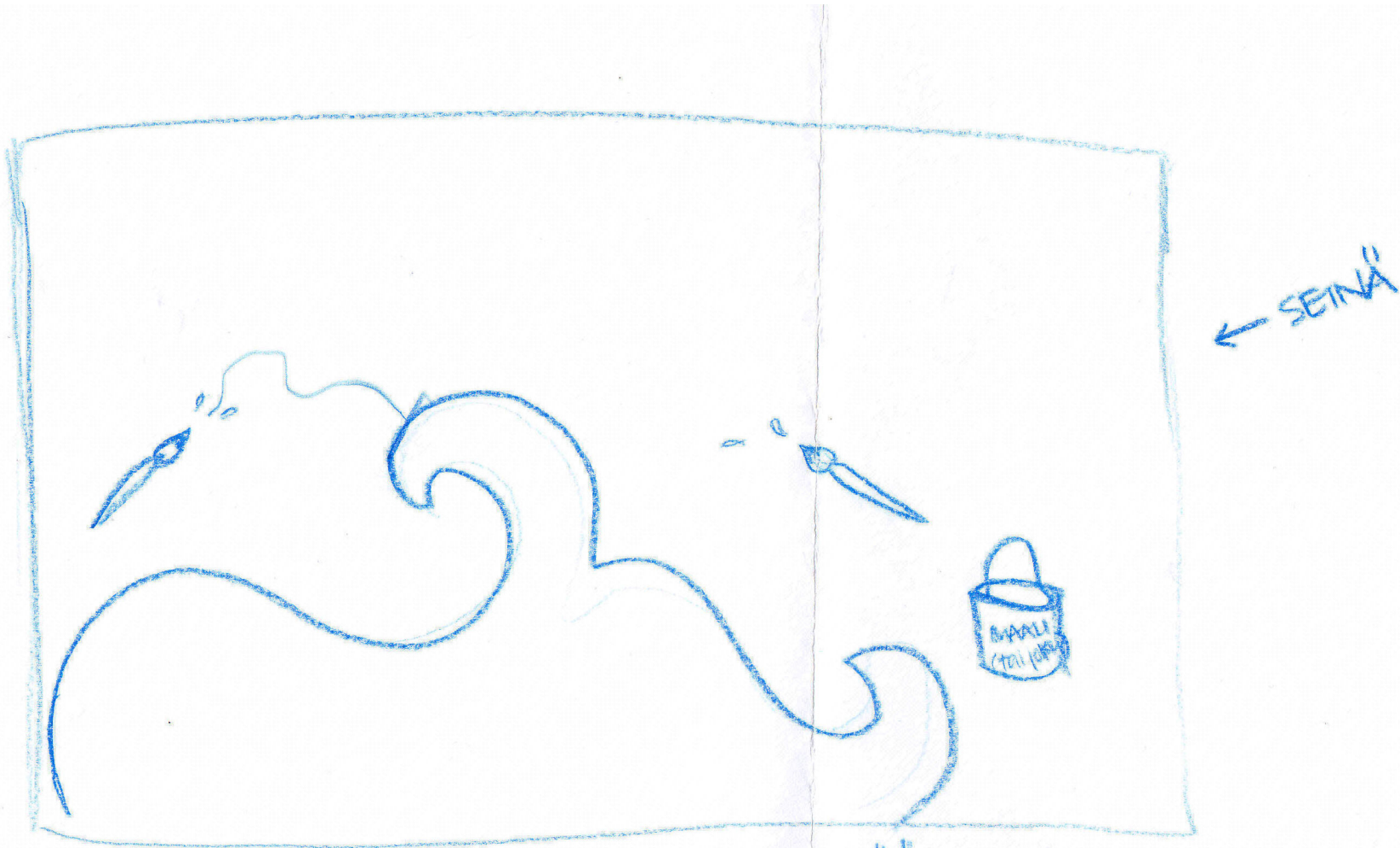
eli ei rypp-
otsaista ja
vakavaa

Mitä käyttäjä hyötty osallistumisesta?
What's in it for me?

Pelimäiset achievements?

Tetris/legomaiset kuviot/palikat, mutta mikä on toiminnan merkitys/lopputulema.

Toiminnassa luonnollisesti taustatoimintoja, jotka eivät näy käyttäjille.



TYYPIT SAA ITE MAALATA, PIIRTÄÄ, JATKAA TOISTEN PIIRUSTUSTA
MAALAUUS JATKUU KOKO TAPAHTUMAN AJAN

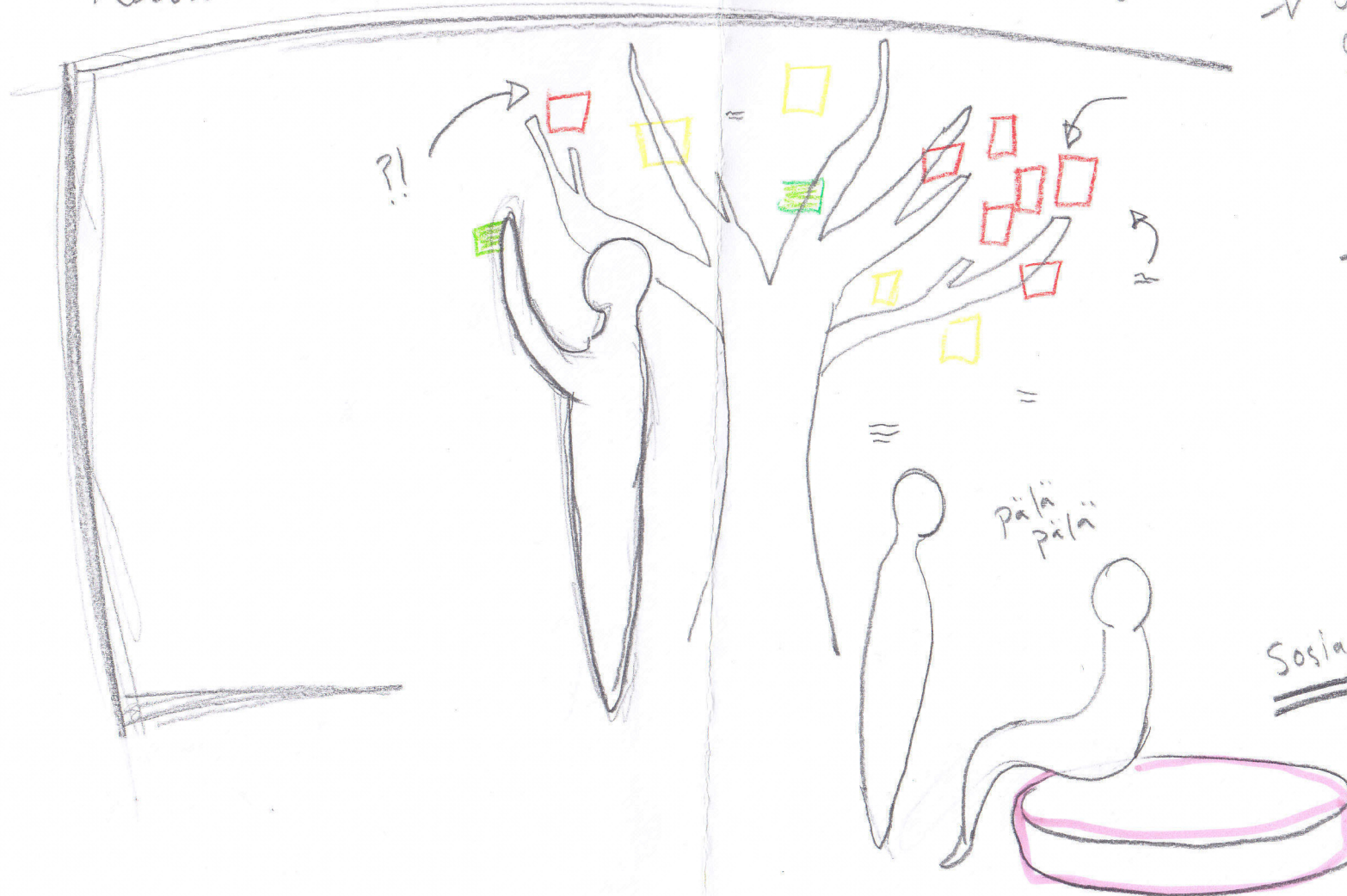
Annikan messuosasto

- Messuosaston toiminnot, visuaalinen ilme ja mahdollinen palvelu tukevat toinen toisiaan
 - Toimiva, mielenkiintoinen kokonaisuus
- Messuosastolla olisi hyvä olla toiminto, josta kävijä saa jonkun mieleenpainuvan "faktan"
 - Toiminnan olisi hyvä olla kenties osa käyttäjän identiteettiä
- Itseäni ei kiinnosta sellaiset ns. randomit toiminnot, joista ei jää mitään myällisempää ~~kuin~~ esim. katselen jotain jatkuvaa tapahtumaa tai pyörityn palloa jossakin

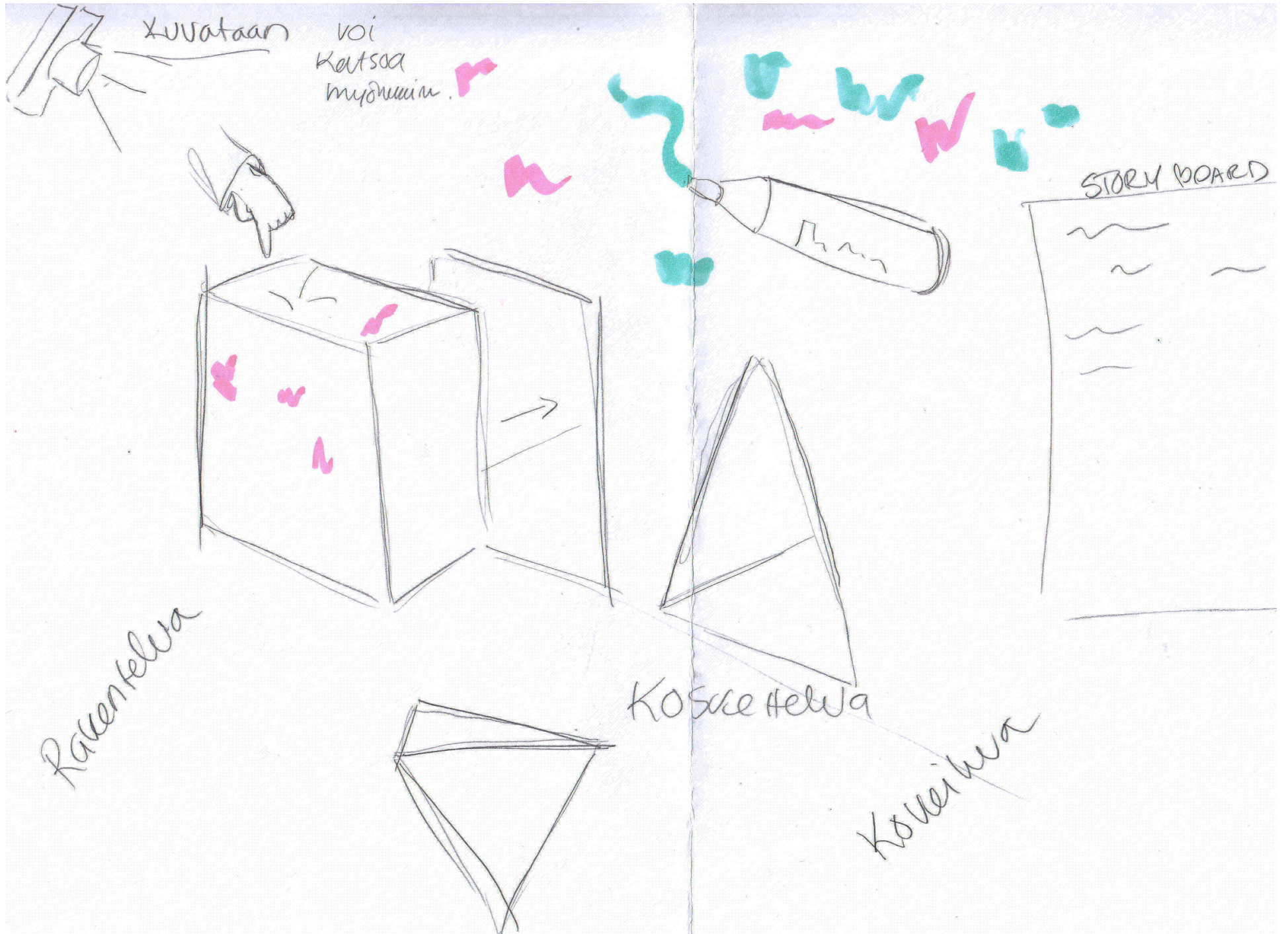
Ideoiden
kehittymisen
kuvaaminen

Ideapuu!

- Ideoinnilla on joku painatti
- Kasvu
- lupaus jatkosta



Sosiaalisuus



Mitä houkuttaa messuosastolle?

- Visuaalisuus
 - Värät
 - muodot
 - valot
- musiikki
 - Ei saa olla liian kovalla
 - tilanteeseen sopiva musiikki herättää, vähdyttää ym.
- Divalenta toiminto joka ei saa olla liian monimutkainen
- Toiminnon tulisi olla jollainlailla henkilökohtainen + ei muuten messuvierasta "hnydyttävä"

