

Emilia Kaartinen

Luova prosessi graafisessa suunnittelussa

Visuaalisen ilmeen toteutus kuvataiteilijalle

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi AMK

Viestinnän koulutusohjelma

Opinnäytetyö

6.3.2014

Tekijä Otsikko	Emilia Kaartinen Luova prosessi graafisessa suunnittelussa: Visuaalisen ilmeen toteutus kuvataiteilijalle
Sivumäärä Aika	53 sivua 6.3.2014
Tutkinto	Medianomi AMK
Koulutusohjelma	Viestinnän koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Graafinen suunnittelu
Ohjaaja	Tuomas Aatola
<p>Opinnäytetyöni käsittelee luovan prosessin merkitystä suunnittelussa. Kimmokkeen tämän aiheen tutkimiseen antoi halu pohtia ja kehittää omaa työskentelyprosessia monipuolisempaan, antoisampaan ja tyydyttävämmän lopputuloksen antavaan suuntaan. Halusin selvittää, miten luovan visuaalisen työn tekijät ratkaisevat suunnitteluongelmia ja miettiä luovuuden osaa suunnittelussa. Toiminnallisen osuuden yhteydessä kokeilin joitakin löytämieni keinojen toimivuutta omassa työssäni.</p> <p>Toiminnallinen osuus koostuu visuaalisen ilmeen suunnittelusta kuvataiteilija Maarit Kotirannalle. Hän työskentelee installaatioiden parissa yhdistäen niihin tyyppillisesti piirtojälgjen, läpinäkyvät pinnat ja valon. Teoksissa pohditaan usein ihmisyyden peruskysymyksiä: olemassaoloa ja kuolemaa. Toiminnallinen osa keskittyi ilmeen tuottamisen lisäksi osittain yhteistyönä toteutetun projektin toimivuuden kokeiluun.</p> <p>Haastatteluihin ja kirjalliseen aineistoon perustuva tutkimus avaa visuaalisen suunnittelun keskeisiä termejä ja käsittelee brändin merkitystä taidemaailmassa. Luovan työn prosessia esittelevässä osuudessa käsitellään graafisen suunnittelun työnkulkua ja luovaa prosessia sekä suunnittelijan että taiteilijan näkökulmasta. Osiossa valotetaan myös, millä keinoin ja työskentelytapojen muutoksin voi parantaa omaa työprosessia. Esimerkiksi työn alussa kannattaa laittaa ylös kaikki mieleen tulevat ideat, minkä jälkeen niistä valitaan yksi tai useampi lupaavalta vaikuttava ajatus, jota lähdetään hiomaan. Miellekarttojen ja assosiaatiosanalistojen laatiminen auttaa pääsemään työssä alkuun. Myös itseä inspiroivien asioiden tekeminen: musiikin kuuntelu, uudenslaisissa paikoissa työskentely ja eri tyyppisiin visuaalisiin materiaaleihin tutustuminen voi johtaa ajatukset uusille ja tuotteliaammille urille.</p> <p>Taiteilijalle suunniteltu tunnus perustuu hänen töidensä leimallisiin piirteisiin: yksinkertaisuuteen ja viivan käyttöön. Samaan henkeen tehtiin myös käyntikortti, osittain yhteistyönä suunniteltu taiteilijan tärkeimpiä töitä esittelevä esite sekä verkkosivujen uusi ulkoasu suunnitelma. Työn tavoitteena oli myös pohtia luovan prosessin merkitystä. Luovuus on jonkin uuden, hyödyllisen ja omaperäisen asian tuottamista. Tärkein viesti, joka lähdemateriaalin sekä oman prosessin tarkastelun kautta välittyi, oli kovan työn merkitys luovuuden edellytyksenä. Aineistossa nousivat esille myös ongelman määrittelyn taito sekä suunnittelua edeltävän tutkimuksen ja aikarajojen asettamisen taito.</p>	
Avainsanat	visuaalinen ilme, luovuus, luova prosessi, kuvataide

Author Title	Emilia Kaartinen Creative Process in Graphic Design: Visual Identity for Visual Artist
Number of Pages Date	53 pages 6 March 2014
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Media
Specialisation option	Graphic Design
Instructor	Tuomas Aatola
<p>The objective of the Thesis was to investigate the importance of creative process in graphic design. This subject was chosen because of the wish to develop one's own working process to give more versatile, rewarding and satisfying results. The aim was to identify the role of creativity in designing process and how other designers resolve problems they come across. The results were then applied into the practical part of the Thesis.</p> <p>The practical part of the Thesis consists of planning the visual identity for visual artist Maarit Kotiranta. She works on site-specific installations that incorporate drawing and transparent materials. The central themes in her works are existence and death. In addition to designing the visual identity was to explore collaboration between a designer and an artist.</p> <p>Based on literary material and interviews, the study explains key terms of visual identity designing and discusses the importance of the brand in the art world. The creative work process presented in this section takes a look at the graphic design workflow and the creative process from both the artist's and the designer's perspective. This section also examines what means it takes to improve one's own creative process. In the beginning it is best to put down all ideas that come to mind. Then one or a few of the most promising ideas are selected for further refining. Mind mapping or making lists of words associated to the task helps to get the work started. Inspiration can come from anywhere: listening to music, changing the working environment or looking at all kinds of visual material can lead the mind to new and more productive paths.</p> <p>The logo designed for the artist is based on the distinctive visual characteristics of her work: simplicity and the use of the hand-drawn line. The business card, the brochure displaying her most recent and essential/key artworks and the new website layout plan were carried out in the same style. The aim of this Thesis was also to discuss the importance of the creative process. The study suggests that willingness to work hard is elementary for being creative. The results also highlight the importance of defining the problem, planning before designing and setting the time limits.</p>	
Keywords	visual identity, creativity, creative process, visual arts

Sisällys

1	<i>Johdanto</i>	1
2	<i>Visuaalisen ilmeen suunnittelu ja brändin merkitys</i>	3
2.1	Mitä suunnittelu on?	4
2.2	Identiteetti, ilme, brändi ja tunnus	5
2.3	Brändi taidemaailmassa	8
3	<i>Luovan työn prosessit</i>	11
3.1	Suunnitteluprosessi	12
3.2	Luova prosessi	14
3.3	Työskentelyprosessini ja sen puutteet	17
3.4	Taiteilijan ja suunnittelijan työn yhteneväisyydet ja erot	18
4	<i>Visuaaliseen ilmeen suunnittelu ja toteutus</i>	25
4.1	Lähtökohta	26
4.2	Tunnus	29
4.3	Käyntikortti	34
4.4	Esite	36
4.5	Verkkosivut	41
5	<i>Yhteenveto</i>	44
	<i>Lähteet</i>	49

1

Johdanto

Mitä luovuus on? Millaisena visuaalisen alan tekijät kokevat luovan työprosessin ja miten he kehittävät sitä? Lopputyönäni suunnittelen visuaalisen ilmeen kuvataiteilija Maarit Kotirannalle. Työn lähtökoh- ta on luovan prosessin tutkimisessa: esimerkkien kartoittamisessa ja omien menetelmien tarkastelussa. Haastattelin työn tilannutta kuva- taiteilijaa sekä kahta eri-ikäistä graafista suunnittelijaa vertaillakseni, miten taiteellisen työn ja asiakaslähtöisen suunnittelutyön prosessit eroavat toisistaan. Tutkin myös lähdekirjallisuuden kautta, mitä luo- vuus on: miten se määritellään ja miten se näkyy käytännössä?

Maarit Kotiranta on valmistunut kuvataiteilijaksi vuonna 2007 Turun Taideakatemiasta pääaineenaan taidegraafikka. Maisteritutkinnon hän suoritti Kuvataideakatemiassa 2010. Hänen teoksiaan on yksityisessä sekä Helsingin kaupungin taidemuseon kokoelmissa ja hän on pitänyt useita yksityisiä ja ryhmänäyttelyitä.

Maaritin töille on tyypillistä installaation ja piirtämisen yhdistäminen sekä läpinäkyvien pintojen, veden ja valon käyttäminen materiaalei- na. Taiteilija haluaa luoda teoksia, joissa tila ja katsoja kommunikoivat keskenään teosten olematta kuitenkaan interaktiivisia. Teokset sisäl- tävät usein piirrosta, viivaa, jonka tyyli vaihtelee naturalistisen, mini- malistisen ja graafisen välillä. Taiteilija pohtii usein teoksissaan ihmi- syyden peruskysymyksiä, olemassaoloa ja kuolemaa. Näiden lisäksi keskeisiä teemoja ovat vanheneminen ja identiteetin tai ruumiin ka- toaminen. Teokset jättävät katsojalle tilaa omien tulkintojen tekemi- seen sekä kutsuvat kääntymään sisäänpäin ja hiljentymään.

Kimmokeena teoreettisen osuuden näkökulmalle toimi halu kehiti- tää omia työskentelytapojani. Koin, etteivät suunnittelussa käyttä- mäni menetelmät tuntuneet johtavan mieleiseen lopputulokseen. Ongel-

ma piili siinä, etten tiennyt, mikä prosessissani oli vialla, joten en sitä myöskään osannut korjata. Kartoittamalla jo vuosia alalla toimineiden ja menestyneiden suunnittelijoiden työskentelytapoja ja erityisesti ajatuksia niiden takana toivoin löytäväni vastauksen itseäni vaivaneeseen ongelmaan. Tarkastelen myös tämän työn lopussa visuaalisen ilmeen syntymiseen johtanutta prosessiani ja pohdin, sainko apua tutkimastani aineistosta.

Työn aiheen valinnan tavoitteena oli saada myös portfolioon edustava ja persoonallinen työnäyte ilmesuunnittelun saralta. Visuaalisen ilmeen suunnittelu on vaativa tehtävä, joka onnistuessaan esittelee tekijänsä osaamista laaja-alaisesti. Tehtävä vaatii näkemystä, osaamista ja vastuullisuutta, ja itseäni kiinnostaa syventää osaamistani kyseisellä alueella. Projekti on kahden eri alan tekijän yhteistyöhön perustuva, siitä ammentava ja sitä tarkasteleva. Miten taiteilijan ja suunnittelijan luovat prosessit eroavat toisistaan? Minkälainen suunnitteluprosessi syntyy kahden erilaisen visuaalisen alan tekijän yhteistyönä ja miten se näkyy lopputuloksessa?

Kirjallisen osion alussa käyn läpi graafiseen suunnitteluun ja yritysilmmeen suunnitteluun liittyviä perusasioita. Luku 2.2 avaa yritysilmmeen suunnittelun termistöä. Seuraava luku 2.3 käsittelee brändin merkitystä taiteilijalle. Pääluke 3 sisältää erilliset osiot suunnitteluprosessille ja luovalle prosessille. Suunnitteluprosessi käy läpi yleisesti työn kulkua graafisen suunnittelun projektissa. Luovan prosessin luku käsittelee luovuutta ja sen ilmenemistä suunnittelun yhteydessä. Luvussa 3.3 valotetaan haastattelujen kautta taiteilijan ja suunnittelijan työprosessien eroja ja samankaltaisuuksia.

Toiminnallinen osuus alkaa luvusta 4.1, jossa esittelen projektin lähtökohdat ja tavoitteet. Sitä seuraavat töiden prosessikuvaukset ideointi- sekä luonnosteluvaiheiden kautta lopputuloksiin saakka. Esittelen erikseen logon, käyntikortin, esitteen ja verkkosivujen suunnitteluprosessit alusta muutaman välivaiheen kautta loppuun. Lopun yhteenvedossa pohdin luovaa prosessiani tämän työn yhteydessä sekä arvioin koko projektin onnistumista sekä hyötyä itselleni, toimeksiantajalle, lukijalle ja alalle.

Visuaalisen ilmeen suunnittelu ja brändin merkitys

2.1 Mitä suunnittelu on?

Suunnittelu on haluttuun tulokseen johtavien toimintojen pohtimista ja järjestämistä. Se pitää sisällään suunnitelman tekemisen ja sen ylläpitämisen. Ajatusprosessi on olennainen suunnitelman luomiseksi, jalostamiseksi tai sen liittämiseksi toisiin suunnitelmiin. Suunnittelu on kehitysten ennustamista sekä skenaarioiden luomista siitä kuinka niihin reagoidaan. (Wikipedia 2013.)

Graafinen suunnittelu on kuvallista viestintää. Sen tehtävänä on antaa viestille ulkoasu, joka auttaa katsojaa ymmärtämään viestin helposti ja halutulla tavalla. (Graafinen.com 2012a.)

Jorma Hinkka määrittelee kirjassaan *Graafisen suunnittelun toinen kieli ja muita kirjoituksia* (2012) graafisen suunnittelun joukko- tai kohdeviestimien kautta tapahtuvaksi kuvallis-sanallisen viestinnän muotoiluksi. Muotoiltavat viestit eivät ole suunnittelijan omia viestejä, vaan yleensä asiakkaasta tai työnantajasta lähtöisin. Tässä piilee olennainen erottava tekijä graafisen suunnittelun ja kuvataiteiden välillä, vaikka graafinen suunnittelu taiteesta keinoja ammentaakin. (Hinkka 2012, 10.)

Kirjassaan *Mainoskuva Suomessa: kehitys ja vaikutteet 1890-luvulta 1930-luvun alkuun* (1990) Päivi Hovi käsittelee mainoskuvan ja korkeampaa taidetta edustavan kuvan eroja. Samojen erojen voidaan ajatella yleisesti olevan graafisen suunnittelun toiminnan tuloksena olevan tuotteen ja taiteellisen työn tuotteen välillä. Keskeisiksi eroiksi hän nostaa funktiosidonnaisuuden, alkuperäkysymyksen ja anonyymisuuden (Hovi 1990, 14).

Mainoskuvan funktion määrittelevät sen kaupalliset intressit. Taiteilija voi antaa sille visuaalisen muodon, mutta kuvan taustalla on myynnin edistäminen ja markkinointi. Mainoksella on tarkoitus, miksi se tehdään, ja sen käyttötarkoitus on etukäteen määritelty. Se on viesti mainostajalta kuluttajalle, ja sen symboliikan tulee olla selkeää ja kohderyhmän ymmärrettävissä. Korkeamman taiteen parissa funktio on esimerkiksi esteettisen tai hengellisen elämyksen tuottaminen. (Hovi 1990, 14-15.)

Mainoskuvan ja taiteen välinen ero näkyy myös kuvan alkuperän ja sen monistamisen yhteydessä. Mainoskuvan voima tulee sen toistamisesta ja levittämisestä, eikä käytön jälkeen originaalilla ole välttämättä väliä. Taiteen puolella originaali on yleensä merkittävin, ja niitä on vain se yksi. Esimerkiksi taidegraafikassa otetaan useita vedoksia, jotka ovat kuitenkin taiteilijan merkitsemiä ja niiden määrä on tarkkaan rajattu. Toisin kuin kaupallisen kuvan yhteydessä, visuaalisesti samankaltaiset vedokset tai valokset voivat kuitenkin olla arvoltaan erilaiset. (Hovi 1990, 15.)

Taideteokset ovat usein signeerattuja, eivät kuitenkaan aina. Joskus teos voi olla fyysisesti tai visuaalisesti sellainen, ettei sitä voida signeerata. Taideteokset ovat kuitenkin tekijäkeskeisiä. Mainos voi olla tekijänsä merkitsemä (vrt. Erik Bruunin julisteet), mutta useimmiten niiden tekijä jää anonyymiksi. Taideteoksissa tekijän persoonallinen osuus on suuri ja henkilökohtainen ilmaisu on selkeästi nähtävissä, vaikka kyseessä olisi esimerkiksi muistomerkin kaltainen tilaustyö. Suunnittelija sen sijaan joutuu usein mukautumaan tilaajan ja käyttötarkoituksen asettamiin rajoihin, ja lopullinen tuotos voi koostua hyvin monen eri ihmisen panoksesta. (Hovi 1990, 16.)

Graafinen suunnittelu on siis suunnitelmallista sanojen, kuvien ja ideoiden järjestämisenä, jonka lopputulos on ennalta päätetyn viestin visualisointi. Suunnittelutyö on aina prosessi sisältäen alun ja lopun sekä monenlaista toimintaa ideoinnista, tutkimuksesta ja luonnostelusta suunnitteluun, testaukseen ja toteutukseen. Kaupallisen ja taiteellisen työn erot näkyvät työn funktiossa, tekijän tiedettävyydessä ja originaalisuuden arvossa.

2.2 Identiteetti, ilme, brändi ja tunnus

Yritysilmeen suunnitteluun liittyy kiinteästi muutamia termejä kuten identiteetti, ilme/profili/visuaalinen identiteetti ja brändi/imago, joi-

ta avataan seuraavaksi. **Kuva 1** havainnollistaa eroja Poikolaisen määrittelyä mukaillen.

Identiteetillä tarkoitetaan yrityksen persoonallisuutta eli sen kuvaa itsestään. Identiteetti sisältää yrityksen perusarvot ja -olettamukset sekä yrityksen asemoinnin suhteessa ympäristön keskeisiin tekijöihin. Tämä tarkoittaa esimerkiksi liikeidean, yrityksen tehtävien ja tavoitteiden sekä yrityskulttuurin, visioiden, strategioiden, kilpailuun ja markkinoihin suhtautumisen määrittelyä. Identiteettiin kuuluvat myös erilaiset tarinat, myytit ja riitit, jotka rakentavat puolestaan sen persoonallisuutta. (Poikolainen 1994, 26.)

Ilme, profiili tai visuaalinen identiteetti on yrityksen lähettämä kuva; se, miltä se haluaa näyttää ulospäin. Se on identiteetin konkreettinen ja aisteihin vetoava visuaalinen ja sanallinen muoto, joka tukee, ilmaisee ja viestii yrityksestä. Ilmeen voi nähdä, kuulla ja koskettaa. Se koostuu valituista elementeistä, joiden johdonmukainen ja jatkuva käyttö tekee yrityksen viestinnästä yhdenmukaista. Tämä puolestaan auttaa yleisesti yrityksen tunnettuuden lisäämisessä. Visuaalisen ilmeen tulisi aina perustua yrityksen ydinarvoihin, sen identiteettiin, jotta se olisi uskottava. Vaikka se viestii usein abstrakteilla keinoilla pitäen sisällään eri tasoisia ja -vahvuisia merkityksiä, ilmeen sisältö ja merkitys kehittyvät myös muun viestinnän ja toiminnan kautta. Ilmeen suunnittelun merkitys korostuu visuaalisen kommunikaation jatkuvasti lisääntyessä. (Poikolainen 1994, 27; Pohjola 2003, 20; Wheeler 2003, 4; Cass 2010.)



Kuva 1. Yritys voi tuoda esiin identiteetistään esiin haluamiansa asioita ilmeen avulla. Brändi tai imago on vastaanottajan saamien tietojen ja sisäisten skeemojen yhdessä muodostama kuva. (Mukaillen: Poikolainen 1994, 27)

Ilme koostuu yleensä:

- yritystunnuksesta (joka voi pitää sisällään logon, eli nimen kirjoitusasuun ja liikemerkin)
- yrityksen käyttämistä väreistä
- yrityksen käyttämästä typografiasta
- yritykseen liittyvistä muista visuaalisista elementeistä, ns. viides elementti
- sloganista
- musiikista tai muista yrityksen käyttämistä aisteihin vetoavista elementeistä

Näitä eri tavoin käyttämällä ja yhdistelemällä voidaan tuottaa esimerkiksi lomakkeisto (lomakepohjat, käyntikortit, kirjekuoret), markkinointimateriaaleja (esitteet, kirjat, verkkosivut), tuotteiden pakkaukset, myymälöiden ja toimistojen ilmeet, henkilökunnan asut sekä eri medioihin tuotettavat mainokset. (Cass 2010.)

Brändi tai imago tarkoittaa yrityskuvaa, joka on kohderyhmän luoma mielikuva tai mielipide yrityksestä. Se ei ole ikinä yrityksen selaisenaan lähettämä, vaan muodostuu aina vastaanottajan asenteiden, luulojen ja vastaanotettujen viestien vaihtelevien tulkintojen pohjalta. Brändi on lupaus, maine ja odotukset, jotka asiakas yhdistää mielessään yritykseen. Se on epäkonkreettinen ja sitä käsitellään tunnetasolla. Kaiken yrityksen toiminnan, tekemisen, tuottamisen tai omistamisen tulisi heijastaa sen arvoja ja tavoitteita, sillä sillä tavoin yritys pystyy tukemaan brändiään. Yritys voi yrittää vaikuttaa omilla toimillaan mielikuvaan, mutta kohde- ja sidosryhmät päättävät aina lopulta, minkälaisena yrityksen kokevat. (Poikolainen 1994, 27; Wheeler 2003, 4.)

Brändi ja ilme voidaan pelkistää yhdeksi tunnistettavaksi merkiksi, yritystunnukseksi. Se toimii yrityksen ja sen toiminnan symbolina. Tunnuksista voidaan erottaa kaksi tasoa: visuaalisen ja sisällöllisen. Tunnuksen viestin pitää tukea brändin ydintä, ei esimerkiksi kuvata toimialaa tai tuotealuetta. Yleisien ja yrityksen toimialaa kuvaavien aiheiden käyttämisessä on vaarana erottamattomuus. Abstraktin ja pelkistetyn tunnuksen etuna on sen ajattomuus ja mukautuminen yrityksen tuotealueiden laajenemiseen. Selkeä muoto saa logon painumaan helpommin mieleen. Värit herättävät tunteita ja mielleyhtymiä sekä auttavat yritystä erottumaan kilpailijoista. (Cass 2010; Wheeler 2003, 7; Pohjola 2003, 130.)

2.3 Brändi taidemaailmassa

Yksinkertaisen määritelmän mukaan taiteilija on henkilö, joka tekee taidetta. Hän on taitava esimerkiksi maalaamaan, piirtämään tai säveltämään. (Merriam-Webster 2014.) Wikipedian määritelmä taas taiteelle on seuraavanlainen:

Taide on yksi kulttuurin peruskäsitteistä. Se koostuu erilaisten elementtien tarkoituksellisen järjestelyn tuloksista ja prosesseista, joilla pyritään vaikuttamaan tunteisiin tai ajatteluun subjektiivisella tasolla. Taide on ilmaisun, viestinnän, kannanoton ja mielihyvän tuottamisen väline. Se, onko jokin teos taidetta, riippuu paljolti tarkastelijan omaksumasta taidekäsitteestä. Taidetta voi olla myös sellainen, joka aiheuttaa kokijassaan muitakin kuin esteettisyyden tunteita. (Wikipedia 2013a.)

Taiteen tarkoitus on siis pyrkiä vaikuttamaan tunteisiin tai ajatteluun. Taideteosta siis ei voida pitää varsinaisesti tarpeellisena hyödykkeenä, vaan sellainen hankitaan mielihyvän takia. Taiteen tarkoitus on kuitenkin myös asettaa ympäröivä maailma sisältöinen kriittisen tarkastelun alle, joka voi aiheuttaa katsojassa ristiriitaisia ja epämiellyttäviä tunteita. Myös teoksen onnistuneisuuden taso tai taiteilijan taidokkuus on subjektiivista. Ei voida aukottomasti osoittaa, että jonkun teos olisi toista parempi. Miten taiteilija voi sitten erottua kollegoistaan? Esimerkiksi brändin avulla.

Vaikkei brändiä voikaan itselleen tai yritykselleen varsinaisesti luoda, voi sen muotoutumista edesauttaa. Taiteilijalle oman imagon kehittäminen voi auttaa erottumaan taidekentällä muista tekijöistä. Erottuminen ja tunnetuksi tuleminen on olennaista, jos haluaa tehdä työkseen taidetta ja elää sillä.

Yksi tunnetuimmista oman imagonsa rakentajista oli Picasso, joka ymmärsi tiedotus- ja suhdetoiminnan sekä median tärkeyden julkisuuskuvan rakentamisessa. Ihmiset ovat kiinnostuneita tuotteen lisäksi "tarinasta", joka kertoo yrityksen synnystä tai henkilön tapauksessa persoonasta ja hänen historiastaan. Mitä mielenkiintoisempi ja erikoisempi, sen mieleenpainuvampi ja myyvämpi. Picasso käytti mediaa apunaan kertoakseen oman tarinansa – ja siten nostaakseen oman brändinsä arvoa. (Adamson 2013.) Iso-Britannialainen taiteilija Banksy nousi kuuluisuuteen poliittisilla ja humoristisilla stencil-tekniikkaa hyödyntävillä graffiteilla. Hän taas on tiukasti pysytellyt anonyyminä suosion ja julkisuuden räjähtäessä. Vaikka anonyymin selitetään graf-

fietien laittomuudella, se herättää paljon spekulatioita hänen henkilöystään lisäten yleisön mielenkiintoa ja mediahuomiota.

Jotta tarinan voi luoda/on uskottava, on tunnettava itsensä persoonana ja taiteilijana. Pitää tietää omat juurensa ja se, miksi taide kiinnostaa. Mitkä ovat motiivit taiteen tekemiselle? Persoonaa ja persoonallista olemusta tärkeämpiä ovat työt. Ne muodostavat sen visuaalisen kuvaston, mistä taiteilija tunnetaan ja tunnistetaan. Teosten teemat ja ydinajatuksukset, samoin kuin niiden muoto, tyyli ja toteutustapa määrittelevät paljon, minkälaiseksi taiteilijan brändi voi muodostua. (Vuollet 2011, 45.) Jos taiteilijan persoonaa ja ulkoinen habitus tukevat tämän taiteilijaidentiteettiä, luo se hyvää yhdenmukaisuutta.

Ilman taidevaikuttajien tukea ei hyväkään taiteilija pääse esille. Eri-laiset instituutiot, kuten museot, galleriat ja taidealan messut sekä taiteen välittäjät, keräilijät ja kriitikot tekevät taiteen ja taiteilijan näkyväksi yleisölle. Hyvät suhteet ja verkostoituminen ovat elintärkeitä. Kuvataiteesta on tullut bisnestä, jossa voi, maasta riippuen liikkuu erittäin suuret summat. Maineikas välittäjä on avainasemassa nostamassa taiteilijaa esille. Haastattelu arvostetussa alan julkaisussa lisää tunnettua ja tarjoaa mahdollisuuden omien töiden lisäksi henkilökohtaiseen esittelyyn. (Adamson 2013.)

Toisenlaisen väylän töiden markkinoimiseen tarjoaa internet. Siellä kuka tahansa voi laittaa teoksiaan esille, ja yleisön on mahdollista katsoa niitä ajasta ja paikasta riippumatta. Esimerkiksi suomalainen taiteilija Jaakko Pallasvuo levittää töitään verkkosivujensa ja muiden nettipalvelujen kautta. Hänkään, kuten aiemmin mainittu Banksy ei paljasta kasvojaan kuvissa vaikka täysin laillista taidetta tekeekin. Kansainvälisesti tunnettu performanssitaiteilija Marina Abramović kerää varoja muun muassa joukkorahoituspalvelu Kickstarterin kautta perustaakseen omaa nimeään kantavan performanssitaiteiden esittelyvälin instituutin New Yorkiin. Abramović on todella tunnettu: hän on brändi, ja siten hänen on ollut mahdollista saada hankkeensa mainoskasvoiksi tunnettuja viihdetähtiä. Myös vähemmän tunnetuille taiteilijoille joukkorahoituspalvelut ovat myös yksi mahdollinen rahan lähde, mutta muuten verkon kautta ansaitseminen voi olla hankalaa ja vaatia kekseliäisyyttä.

Brändi on lupaus jostain. Taiteilijan brändäyksen tai brändäytymisen huonona puolena voi nähdä tämän lupauksen pitämisen mielekkyyden. Tulisiko taiteilijan tehdä vain tietynlaisia taidetta, sellaista, jolla hän saavutti nimeä, hamaan loppuun saakka? Taiteelle ominaista on sen moniselitteisyys, joka tarjoaa mahdollisuuden toisistaan poikkeaa-

viin tulkintoihin (Vuollet 2011, 52). Taide kyseenalaistaa ilmiöitä ja tekee normit näkyviksi. Brändien yhteistyötä on nähty, kun monet luksus tuotteistaan tunnetut brändit, kuten Louis Vuitton ja Chanel, ovat tehneet yhteistyötä tunnettujen taiteilijoiden kanssa. Ensimmäinen tarkoitus tällaisella tempauksilla on mainostaa yritysten olemassaoloa ja nostaa brändien arvoa. Taiteen monitulkintaisuus voi kuitenkin johtaa ristiriitaisiin viesteihin, jolloin kuluttaja hämmentyy, ja mainos voi kääntyä itseään vastaan. (Modern edition.com 2014.)

Luovan työn prosessit

3.1 Suunnitteluprosessi

Prosessi tarkoittaa yleensä sarjaa tapahtumia, toimenpiteitä, muutoksia tai toimintoja, jotka tuottavat määritellyn lopputuloksen (Wikipedia 2012; The Free Dictionary 2013).

Graafisen suunnittelun prosesseista voi kuvata erilaisin painotuksin. Osa keskittyy tekniseen puoleen, kun taas toiset painottavat luovaa lähestymistä. Käytännönläheisimmissä kuvauksissa yhdistetään nämä molemmat. Sosiaalipsykologi Graham Wallas on kuvannut 1926 luovan prosessin ketjulla valmisteleminen – kypsyttelyminen – valaistuminen – todentaminen (Wallas 1926, Ddon 2009 mukaan). Melkein 90 vuotta myöhemmin prosessikuvaus on edelleen hyvin samankaltainen. Käytännön prosessin voi esittää esimerkiksi näin: briiffi–tutkimus–ideointi–luonnostelu–toteutus–kokoonpano.

Graafisen suunnittelun prosessi alkaa usein asiakkaan antamasta toimeksiannosta, briiffistä. Se on yksi tärkeimmistä työkaluista markkinoinnin suunnittelussa. Briiffi sisältää yleensä tiedot työn tavoitteista, lähtökohtatilanteesta ja taustasta, kohderyhmästä, lähetettävästä viestistä, aikataulusta ja budjetista. Hyvä briiffi on selkeä, kattava ja tarkoin määritelty. Kun tavoite on selkeä, se antaa kehyksen luovalle suunnittelulle prosessin kaikissa vaiheissa (Vähäsarja 2014). Suunnittelijan kannattaa varmistaa itselleen, että ymmärtää toimeksiannosta mitä ongelmaa lähdetään ratkaisemaan. Jos ongelmaa ei tunnista, ei voi myöskään löytää luovaa ratkaisua. Vastabriiffin voi tehdä, jos itse briiffi tuntuu hataralta. Siinä esitetään suunnittelijan näkemys tehtävästä asiakkaan antamien tietojen pohjalta. (Vähäsarja 2014; Graafinen.com 2012b.)

Seuraavaksi tulee asiakasta ja sen toimialaa kartoittava tutkimus. On tärkeää ymmärtää kenttää, jolla asiakas toimii ja tuntee tuotteet tai palvelut, joille ollaan suunnittelemassa. Yrityksestä tai organisaatiosta tulisi selvittää esimerkiksi sen historia, ydinarvot, nykytilanne, visiot, tavoitteet sekä vahvuudet ja heikkoudet. Kilpailijoiden ja heidän tuotteidensa tai palveluidensa kartoitus saattaa paljastaa alueen, jolla he eivät ole vahvoilla. Tieto auttaa ymmärtämään, minne asiakasyritys sijoittuu markkinoilla ja minne sen kannattaa suunnata. Tämä vaikuttaa osaltaan myös suunnittelutehtävän muotoutumiseen. (Steurer 2012; Wheeler 2003, 60.)

Ennen ideointivaihetta voi tulla kypsyttelyvaihe. Kypsyttelyn tarkoitus on ohjata tiedostamatonta huomiota tulevaan tehtävään ja ajatusten pyöriä vapaasti käsiteltävän ongelma ympärillä. Ennen ideointivaihetta se toimii myös hetkenä, jolloin voi kerätä raakamateriaalin kerääminen ideoinnin tueksi. Kypsyttelyvaihe on usein myös ideoinnin jälkeen, ja niitä voi olla useita koko prosessin aikana. (Graafinen.com 2012b).

Ideointivaihe saattaa olla prosessin hankalin ja tärkein osuus. Ideat eivät yleensä synny itsestään, vaan ne vaativat tutkimusta ja kokeilua (Roberts & Wright 2010, 222). Ideointivaiheessa voi kokeilla erilaisia metodeja ideoiden tuottamiseksi. Aivoriihi on hyvä keino tuottaa paljon materiaalia, josta lähteä liikkeelle. Ajatuksena on kaikkien pään tupsahtavien ideoiden kirjaaminen muistiin, olivat ne sitten hyviä tai huonoja. Niistä voi jälkikäteen poimia lupaavimmat, ja jalostaa niitä eteenpäin. Miellekartan tekeminen on astetta strukturoidumpi tapa lähestyä suunnitteluongelmaa. Ajatusten puristaminen ulos on helpompaa, kun ongelma pilkotaan yhä pienempiin osiin. Miellekartta auttaa asioiden hallintaa pitäen ne siihen liittyvänä. Ongelmaan tai ratkaisuun liittyvien yksityiskohtien huomaaminen on myös helpompaa kuin kokonaiskuvaa katsomalla. (Steurer 2012.)

Ideoinnin jälkeen alkaa konkreettinen työ. Aluksi kannattaa luonnostella vaikkapa paperilla karkeita luonnoksia, joissa keskittyy ideaan, elementteihin, muotoihin tai yleisen ulkoasun hahmotteluun. Yksityiskohtia ei tässä vaiheessa vielä mietitä. Kun luonnokset ovat valmiit, siirrytään tekemään koneella digitaalisia malleja. Tässä vaiheessa voi palata vielä paperin pariin ja luonnostella yksityiskohtaisempia malleja tarpeen mukaan. Digitaalinen malli muistuttaa jo lopullista tuotetta, mutta ei ole yhtä hiottu. Asiakas saa mallista hyvän käsityksen muun muassa ulkoasun ja hierarkian kautta siitä, miltä lopullinen tuote tulee näyttämään. (Steurer 2012.)

Lopuksi työ viimeistellään kokoonpanovaiheessa. Siihen lisätään lopulliset tekstit, kuvat ja graafiset elementit. Työ lähetetään kommentoitavaksi asiakkaalle, jonka toiveiden perusteella tehdään lopulliset muutokset. Työ saattaa tehdä montakin tällaista kierrosta ennen kuin se on lopullisesti hyväksytty asiakkaan puolelta ja valmis. (Steurer 2012.)

3.2 Luova prosessi

Mitä on luovuus? Luovuuden määrittelyyn ei ole vain yhtä ainoaa tapaa. Englanninkielinen Wikipedia kuvailee sitä näin:

Luovuus on ilmiö, jossa luodaan jotain uutta ja arvokasta kuten idea, vitsi, taiteellinen työ, ratkaisu [ongelmaan] tai keksintö. [...] Luovuus voidaan määritellä myös jonkin omaperäisen ja kannattavan tuotantoprosessina tai jonain, jolle on ominaista omaperäisyys, ilmaisuvoima ja mielikuvituksellisuus. (Wikipedia 2014.)

Jussi T. Koski ja Saku Tuominen näkevät teoksessaan *Kuinka ideat syntyvät: luovan ajattelun käsikirja* luovuuden uusia ideoita tuottavana ajatteluna. Se ei rajoitu pelkästään taiteisiin: kirjallisuuteen, säveltämiseen, maalaamiseen tai ohjaamiseen, vaan levittäytyy kaikille elämän osa-alueille ja voi liittyä mihin tahansa tekemiseen. Se on uusien ajatusten ajattelemista ja soveltamista, asioiden tekemistä aiemmas-ta poikkeavalla tavalla sekä vanhojen asioiden yhdistelemistä uudella tavalla. Siinä on kyse hyödyllisten ja tärkeiden asioiden tuottamista. (Koski & Tuominen 2007, 13-32.)

Kuka sitten on luova? Luovuuden määrittelystä jo käy ilmi, että ei tarvitse työskennellä ns. luovalla alalla ollakseen luova. Alan tutkimuksen mukaan tyypillisiä piirteitä luovalle ihmiselle on avoimuus uusien kokemuksia kohtaan, epäsovinnaisuus, hyvä itseluottamus, itsensä tunteminen ja hyväksyminen, motivoituneisuus, kunnianhimoisuus ja hallitsevuus. Hän saattaa olla ristiriitainen, mutta hallitsee hyvin oman alansa. Huippuluokan taiteilijoilla on yleensä laaja oman alansa tuntemus. Sama pätee myös muihin aloihin. Intohimo ja sen aiheuttama innostus on kaikkien luovien prosessien tärkein polttoaine. Ilman intohimoa ei ole sitkeyttä ja työkuria, jotka taas ovat luovuuden edellytyksiä. (Koski & Tuominen 2007, 58-77.)

Jos pitäisi nostaa esiin vain jokin yksi yhteinen ominaisuus luoville ihmisille, olisi se motivoituneisuus työskennellä paljon (Dudley & Mealing 2000). Mitä enemmän aikaa viettää jonkin asian parissa, sitä enemmän siitä tietää ja sitä paremmin saatua tietoa osataan soveltaa.

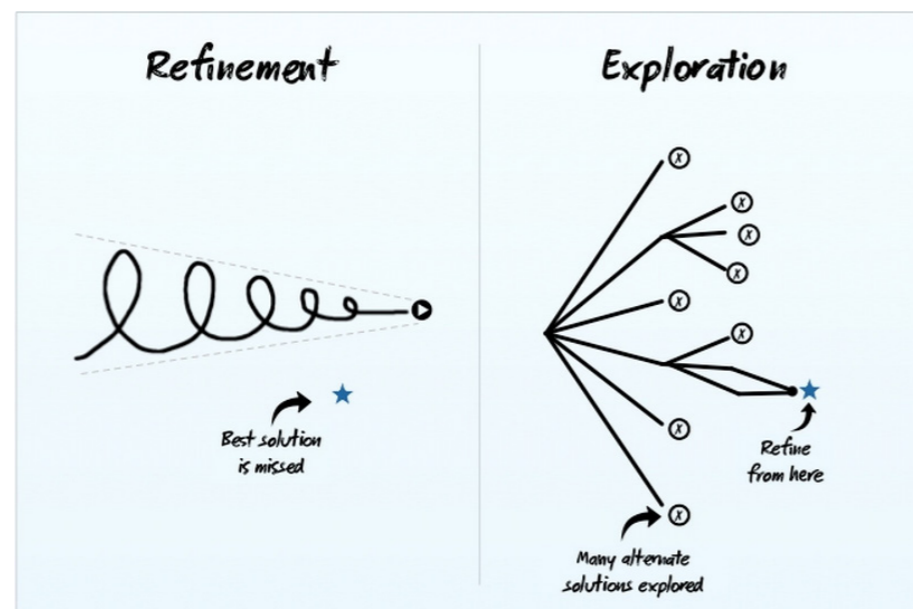
Halu työskennellä ahkerasti vaatii sitkeyttä ja määrätietoisuutta – ymmärrystä siitä, ettei pyyhettä pidä heittää kehään heti ensimmäisen vastoinkäymisen ilmaantuessa. Sähkölampun keksijää, Thomas Alva Edisona lainaten: ”Kaikki 200 toimimatonta sähkölampun prototyyppiä opettivat minulle jotain olennaista, jota ilman lopputulos ei olisi ollut mahdollinen”. (Koski & Tuominen 2007, 46-47.)

Koski ja Tuominen toteavat ajan olevan luovan ajattelun elinehto. Jos on koko ajan kiire, ei uusilla ajatuksilla ole tilaa nousta tietoisuuteen. Ajattelun laatu nousee siihen käytetyn ajan myötä. Sille pitää varata kiireetöntä ja häiriötöntä aikaa, ja sitä pitää ohjata. Parasta olisikin, jos pystyy varaamaan itselleen vaikkapa kaksi kertaa viikossa tunnin, jonka aikana vain ajattelee. Ajattelun pitää tietenkin olla kohdennettua. Harhaileva ajatus, niin luonnollinen kuin se onkin, harvoin johtaa mihinkään arvokkaaseen ja luovaan lopputulokseen. (Koski & Tuominen 2007, 110-119.)

Design Diaries: Creative Process in Graphic Design -kirjassa Lucienne Roberts ja Rebecca Wright valoittavat graafisen suunnittelun luovaa prosessia erilaisten, eri-ikäisten ja -taustaisten suunnittelijoiden kautta. Projektien yhteydessä nousi usein esiin, ettei ole olemassa yhtä kaavaa, joka takaisi hyvän lopputuloksen. Onnistumista edeltää kuitenkin yleensä peräänantamaton asenne, kova työskentely sekä omistautuminen tehtävälle. Sitkeyden, ahkeruuden ja määrätietoisuuden merkitystä luovuuden edistäjänä painottavat myös Koski ja Tuominen. Heidän mielestään luovuus ei ole mystiikkaa vaan työnteon tulos. Keksijä Thomas Alva Edisona on usein siteerattu seuraavasti: ”Tarvitaan yksi prosentti inspiraatiota ja 99 prosenttia perspiraatiota.” (Roberts & Wright 2010; Koski & Tuominen 2007, 44-46.)

Suunnittelijan olisi hyvä olla tietoinen mitä ympärillä tapahtuu, mutta ei pelkästään graafisen alan kentällä. Yleisesti kulttuurin, arkkitehtuurin, musiikin ja kirjallisuuden tuntemus sekä kiinnostus maailman tapahtumiin on olennaista. Ne voivat toimia myös yllättävinä inspiraation lähteinä. Myös projektin todellisen luonteen ymmärtämisen tärkeys on olennaista. Sen löytääkseen suunnittelijan täytyy asiakkaan alustuksen lisäksi tutustua käsiteltävään aiheeseen ja haastaa itsensä kunnolliseen ajatustyöhön.

Monet suunnittelijat kokivat hyötyvänsä toimeksiannon asettamista aika- ja kustannusrajoista. Deadline asettaa rajat muutoin loputtomiin jatkuvalla luomisprosessille ja kannustaa tekemään rohkeasti päätöksiä. Itse itselle asetetut aikarajat hyödyttävät, sillä nopea työskentely lisää tuotteliaisuutta. Työskentelyn jaksottaminen ja häiriötekijöiden



Kuva 2. Ideointivaiheessa kannattaa tutkia erilaisia vaihtoehtoja ennen kuin tarttuu yhteen, jonka hioo loppuun asti. Jalostus: paras ratkaisu jää huomaamatta. Tutkimus: tutkitaan monia vaihtoehtoisia ratkaisuja > jalostus. (Traynor Des 2013.)

poissulkeminen auttaa keskittymään käsillä olevaan tehtävään. Tiiviit luonnostelu- ja ideointisessiot ohjaavat aivot työskentelemään huomaamatta myös vapaalla. Budjetin pienuus voi puolestaan johtaa uusiin ja toimiviin materiaalilöytöihin, jotka epätavanomaisuudellaan voivat erottua edukseen. (Roberts & Wright 2010, 218-219; Vähäsarja 2014.)

Suunnittelu tarkoittaa suunnitelmallista luomista: järjestämistä sekä määrätietoista ideoiden ja ratkaisujen kehittämistä. Vaikka suunnittelutyö on luonteeltaan järjestelmällistä ja rationaalista, siihen kuuluu olennaisesti myös riskinotto. Pelkästään turvallisissa alkuperäisissä ideoissa pysyminen johtaa ennalta arvattaviin, samankaltaisiin ja steriileihin ideoihin, jotka eivät palvele tekijän tai asiakkaan tavoitteita. Innovatiivisuuden ja kekseliäisyyden säilyttäminen vaatii uskallusta hyväksyä epäonnistumisen mahdollisuus. Epäonnistuminen johtaa kuitenkin uuden ja paremman ratkaisun etsimiseen ja on olennainen osa iteratiivista testaus-parannus-testaus-menetelmää. (Roberts & Wright 2010, 220-221.)

Ideoinnissa kannattaa aloittaa määrällä laadun sijaan. Jos tarttuu ensimmäiseen ideaan ja hioo sen loppuun, on vaarana, että paras ratkaisu jää huomaamatta (Kuva 2).

Luovan prosessin ytimessä on ajatusten ja lähtökohtien tutkiminen ja kokeileminen, joita seuraa idean löytäminen ja sen hiominen. Ajatuksia kannattaa kirjoittaa sekä luonnostella paperille, sillä se paljastaa usein nopeasti, toimiiko idea vai ei. Referenssikuvien ja -materiaalien kerääminen, miellekarttojen sekä asiasanalistojen laatiminen ja konseptin puitteiden rajaaminen ovat muita hyviä keinoja päästä työsä alkuun. Erilaisten metodien testaaminen auttaa löytämään itselle sopivat työkalut, joilla ideoita voi synnyttää. (Roberts & Wright 2010, 222-223.)

Jotta suunnittelija osaa vastata hänelle asetettuun tehtävään, pitää se ensin ymmärtää. Tutkimus tarjoaa tietoa ja laaja-alaista ymmärtämistä, kohdentaa fokusta ja tarjoaa ideoita. Se auttaa sekä kehittämään merkityksellisen ja hyvin ajatellun ratkaisun ongelmaan että perustelemaan ratkaisut asiakkaalle. Tutkimus voi pitää sisällään lukemisen ja kuvamateriaalin katsomisen lisäksi vierailuja paikkoihin, esimerkiksi arkistoihin tai keskusteluja ja osallistumista. On myös hyvä tunnistaa omat rajat ja tehdä yhteistyötä asian erikoistuneen ammattilaisen kanssa, kun projekti sitä vaatii. (Roberts & Wright 2010, 228-229.)

3.3 Työskentelyprosessini ja sen puutteet

Lähtöajatuksena opinnäytetyölleni oli oman työskentelyprosessin parantaminen. Koin, että työskentelytapani eivät tuottaneet itseäni miellyttävää lopputulosta. Ongelma on ollut siinä, etten ole tiennyt tarkalleen, mikä prosessissa on vikana ja miten asian korjaisiin.

Usein tehtävänannon saatua olen aloittanut miettimään, miltä haluaisin lopputuloksen näyttävän. Olen siis hypännyt kaikkien niiden tärkeiden kohtien yli, joiden pitäisi edeltää valmista tuotosta. Tietysti olen miettinyt ja luonnostellut lisää vaihtoehtoja, joista olen kuitenkin poiminut sen, joka on vaikuttanut johtavan haluamaani *ulkonäköön*. Tehtävästä riippuen olen katsellut referenssikuvia ja etsinyt inspiraatiota samantyyppisistä toteutuneista töistä. Sen sijaan, tai pikemminkin lisäksi, kannattaisi katsella myös jotain täysin muuta. Esimerkiksi esitettä suunnitellessa on luonnollista tutustua muihin esitteisiin sekä aiheeseen liittyvään visuaaliseen kuvastoon. Lisäksi on hyvä etsiä ideoita myös omista kiinnostuksen kohteista, kuten vaikkapa saksalaisesta nykyvalokuvataiteesta. Yllättävät mielleyhtymät ja erikoiset inspiraationlähteet saattavat ohjata työn kulkemaan pitkin mielenkiintoista polkua, jolle pelkällä luonnostelu- ja referenssikuvien katsomisella ei olisi poikennut.

Luonnosteluvaihe on tuntunut usein erityisen hankalalta. Paperille piirtämällä harvoin olen saanut tehtyä mitään sellaista, joka olisi erityisesti puhutellut. Kyse voi myös olla siitä, etten ole osannut tunnista potentiaalista ideaa rautalankamallista. Olen ehkä sortunut myös turhan aikaisessa vaiheessa itesesensuuriin ja hylännyt jotkut ideat ennen ensimmäistä luonnostakaan. Koen koneella luonnostelun helpommaksi, koska siinä samalla näkee värit, ja muodot ovat virtaviivaisempia. Toisaalta koneella tehdessä helposti tekee sen saman, mitä on tehnyt aikaisemminkin. Koneella istuessa ryhtyy myös helposti selailemaan internetistä muiden ihmisten töitä ja ottaa samalla liikaa vaikutteita. Työ ei helposti tunnu enää omalta sen jälkeen.

Oma tyytymättömyys valmiiseen työhön on tuntunut erityisen ikävältä ja tehnyt olon neuvottomaksi. Tyytymättömyyden olen ajatellut johtuvan siitä, etten ole osannut tehdä työstä tarpeeksi kivannäköistä. Oikeasti kysymys on saattanut joissain tapauksissa olla siitä, etten ole tiennyt, mitä suunnittelulla täsmälleen olisi tarkoitus saavuttaa. Toisin sanoen briiffi on jäänyt epäselväksi, koska se ei ole sisältänyt tarpeeksi informaatiota. Jos kysymys on ollut esimerkiksi koulutyöstä ja asiakasta ei ole ollut, on vastuu työn rajaamisesta ollut itsellä. Silloin esimerkkimetodit olisivat tulleet tarpeeseen, jotta lukemattomat mahdollisuudet viedä työtä suuntaan tai toiseen eivät olisi sekoittaneet ajattelua ja hidastaneet työskentelyä. Kohdentaminen ja keskittyminen olisi ollut helpompaa, ja lopputulos olisi keskinkertaisuuden sijaan ollut hioutunut. Lopputulos on siis kärsinyt tavoitteen epämääräisyydestä.

Opinnäytetyön toiminnallisen osan puitteissa suunnittelin Maaritin kanssa osittain yhdessä hänelle esitteen. Eräänä kertana, kun työstimme esitettä Maaritin kanssa, kävi hyvin ilmi ammattikorkeakoulua käyneen suunnittelijan ja yliopistosta valmistuneen taiteilijan ajattelun erot. Oma ajatteluani hallitsevat koulussa opitut ja muualta omakutut säännöt ja ohjeet. Sitä vastoin kuvataiteilijan mielestä kaikki on mahdollista. Ideaalitalanne on varmasti jotain tästä väliltä. Ajatus, että kaikkea voi ennakkoluulottomasti kokeilla yhdistettynä ymmärrykseen siitä, mitä sääntöä tai ohjetta kulloinkin kannattaa soveltaa luulisi taakavan ymmärrettävän mutta mielenkiintoisen lopputuloksen.

3.4 Taiteilijan ja suunnittelijan työn yhteneväisyydet ja erot

Luvussa 2.2 käsiteltiin kaupallisen ja taiteellisen työn eroja mainoskuvaa esimerkkinä käyttäen. Tässä luvussa vertaillaan suunnittelijan ja kuvataiteilijan työprosessien samankaltaisuuksia ja eroja. Suunnit-

telijan työssä tilatun työn vaatimukset sanelevat sisällön ja formaatin. Taiteilija taas työskentelee itselleen, jolloin on vapaus tehdä oikeastaan mitä vain. Taiteellisen ja kaupallisen työn tavoitteet ovat siis erilaiset, mutta voiko tekijöiden luova prosessi olla silti samankaltainen? Mitä samaa ja mitä erilaista niissä on? Halusin selvittää tämän vapaamuotoisten haastatteluiden avulla.

Mielenkiintoista prosessiaan valottavat kaksi graafista suunnittelijaa ja kuvataiteilijaa. Inka Kosonen on valmistunut medianomiksi 2008 ja tekee tällä hetkellä graafisen suunnittelun maisteritutkintoa Aalto-yliopistossa sekä työskentelee freelancerina. Kari Vähäsarja on aloittanut graafisen suunnittelijan uran vuonna 1984 valmistuttuaan Taideteollisesta korkeakoulusta. Hän on työskennellyt mainostoimistoissa erityisesti yritysilmien suunnittelun parissa. Nykyään hän myös opettaa Metropolia Ammattikorkeakoulussa. Kuvataiteilija Maarit Kotiranta on valmistunut Kuvataideakatemiasta 2010. Hän on tällä hetkellä mukana Helsingin taidemuseon YKSIN-kokoelmanäyttelyssä teoksellaan Yksinäinen mies, ja valmistele seuraavaa teostaan.

Suunnittelijoille laitoin sähköpostitse suuntaa antavan kysymyslistan, jonka kohtia toivoin heidän käsittelevän vapaamuotoisessa vastauksessaan. Kysymyslistassa käsiteltiin muun muassa seuraavia aiheita: työn aloitus, ideointi, inspiraation lähteet, työn jumittaminen ja deadline merkitys. Maaritin haastattelu perustuu opinnäytetyön alkupuolella nauhoittamaani keskusteluun, jossa käsitelimme samoja teemoja. Teema kerrallaan etenee myös seuraava osuus. Ensin on lyhyt alustus, jonka jälkeen tulevat haastateltavien kommentit aiheeseen.

Miten työprosessi alkaa? Asiakkaalla on suuri rooli suunnittelijan työn kannalta. Ilman asiakasta ei työtäkään ole. Taiteilija taas työllistää itse itsensä. Hän asettaa itselleen raamit ja työskentelee niiden puitteissa.

Uuden teoksen työstäminen alkaa sillä, että luodaan keinotekoinen deadline: hankitaan näyttelyaika sekä haetaan apuraha. Sen jälkeen vasta mietitään mitä tehdään. Näyttelyprosessi on yleensä noin vuoden mittainen jakso, jonka aikana syntyy ideoita, joita ei ole voinut toteuttaa käynnissä olevan työn yhteydessä. Usein aloittaessa uutta työtä palataan edellisen luonnoskirjan puoleen, jonne ideat on tallennettu. Kaikkia tehtyjä töitä sitoo myös kantava teema, joka kulkee rinnalla aina, ja josta projekti lähtee käyntiin. (Kotiranta 2013.)

Ensiksi tarvitaan asiakkaan yhteydenotto. Jos kyseessä on uusi asiakas, tämä on usein pohjutanut soittoaan tutustumalla yri-

tykseni nettisivuihin ja saanut jo alustavan käsityksen palveluista, joita yritys tarjoaa. Vakiintunut asiakas taas on jo tietoinen toimiston tarjoamista palveluista. Asiakkaalla on olemassa hanke, tehtävä tai haaste, johon tarvitaan graafisen suunnittelijan asiantuntijaosaamista. [...] Kun yhteinen näkemys suunnittelun perusteista ja tavoitteista on syntynyt ja hyväksytty, on luovan suunnittelun aika. Yritysilmesuunnittelun ja miksei muunkin graafisen suunnittelun toimeksiantojen kohdalla aloitan suunnittelun muistikirjan, piirustuslehtiön ja kynien kanssa. Aloitan työn heti, kun tiedän tarkasti mikä on tehtävän tavoite. (Vähäsarja 2014.)

Suunnittelijan täytyy hankkia tietoa asiakkaastaan ja tämän toimialasta ennen ideointiprosessia. Myös Maaritin täytyy installaatioita tekevänä kuvataiteilijana perehtyä materiaalien ominaisuuksiin ja tekniisiin ratkaisuihin ideoinnin lomassa. Usein hänellä on valmiina jokin ajatus, jonka puitteissa hän lähtee työstämään ajatusta paperilla. Suunnittelijat sen sijaan tuottavat alussa paljon monenlaisia ideoita, joista jokin valikoituu työstettäväksi eteenpäin. Myös he aloittavat suunnittelun paperin ja kynän kanssa.

Ideointiprosessin aikana saatan kiertää näyttelyitä jonkun veran, tai etsiä netin kautta ylimalkaan visuaalista inspiraatiota. [...] Ideat lähtevät piirtämisen kautta, kädestä. Idea jalostuu myös samaa kautta. Piirtäen työskentelyssä pääsee syvälle flow-tilaan. [...] Koska piirtäminen vaatii tarkkuutta, pitkäjänteisyyttä ja sinnikkästä työskentelyä, se voi prosessina johtaa meditatiiviseen tilaan. Installaatioitöissä työskentely on tempoilevampaa, irrallisempaa. Prosessi on siinä hyvin erilainen. Suurin osa ajasta menee teknisten ongelman ratkaisuun, kuten materiaalivalintoihin ja teoksen pystyttämiseen liittyviin asioihin. Visuaalisuuden ja sisällön pohdinta kulkee toki mukana koko ajan. Mikä on katsojan rooli? Miten teos ja katsoja ovat suhteessa toisiinsa ja tilaan? (Kotiranta 2013.)

Visualisoinnissa piirtäminen on kaiken perusta. Piirtämisen avulla, ajatuksia mallintamalla on helppo keskustella asioista työryhmässä ja asiakkaiden kanssa. Kuvat ja piirroksot ovat aina jotakin konkreettista, jotakin johon voidaan ottaa kantaa. [...] Ideoinnissa ja alkuluonnosten teossa käytän tekniikkaa, jonka avulla tuotan mahdollisimman paljon erilaisia lähestymistapoja, jotka voisivat jollain tavalla vastata tehtävän määrittelemiä tavoitteita. Ideoinnissa aihioita runsaasti ja monen eri ideointisession aikana, 'vapaalla' ja milloin vain jokin idea pulpahtaa mieleen. Ja vaikka josain vaiheessa huomaisinkin, että minulla on syntynyt ehdotus,

jonka kohdalla totean, että "tämä se on", jatkan ideointia eteenpäin ikään kuin katsoakseni, löytyisikö nurkan takaa vielä parempi idea. Teen ideointityötä myös "vapaalla": kahviloissa, näyttelyissä, kirjastoissa ja kirja- ja levykaupoissa. Vapaa, alussa täysin kriittikön ideointi toimii myös tiimityössä erinomaisesti. [...] Työskentelytapani perustuu ideointivaiheessa hyvin paljon liikkuvuuteen. En yleensä alkuvaiheessa istu koneen ääressä ja yritä mieltä ratkaisuja vaan etsin ideoita muulla tavoin. Sen jälkeen kun minulla on selvä käsitys siitä, mitä asioita tulen työstämään, kone on mainio työväline. (Vähäsarja 2014.)

Lähden liikkeelle kartoittamalla jo aiemmin tehtyä suunnittelua samasta aiheesta tai suunnittelua jonka uskoisin sopivan tehtävään työhön. Kerään kokoon paljon kuvia ja sitten mietin mikä voisi toimia ja kerään parhaat ideat omaan työhöni. En sensuroi alussa ideoita vaan päästän kaiken paperille. (Kosonen 2014.)

Mistä inspiraatio löytyy? Oman alan töitä katsomalla löytää varmasti innoittavia esimerkkejä, mutta vaarana voi olla liiallinen vaikutteiden ottaminen. Muita hyviä lähteitä ideoiden synnyttämiseen löytää ympäröivästä tilasta tai kulttuurin parista.

Muotoilu inspiroi: esineet, tilat, rakennukset ja pinnat. Internetiä käytän teknisten ratkaisujen apuna: etsin tietoa tai kokemuksia jostain materiaalista. Kun prosessi on käynnissä kunnolla, vältän katsomasta mitä muut tekevät samalla hetkellä. Se saattaa sekoittaa liikaa itseä. Yksittäisten tekijöiden teoksista inspiroituu usein, mutta se unohtuu, mikä idea on keneltäkin idea on "omittu". Se on pään sisällä olevaa ja pyörivää visuaalista tietoa, jota kerääntyy ihan koko ajan kaikkialta. On myös paljon tekijöitä, joista inspiroituu, muttei osaa ajatella itse tekevänsä laisinkaan saman tyylistä. Toisinaan joku tekninen yksityiskohta voi olla niin mielenkiintoinen, että sen toteuttaa itse jollakin toisella tavalla. (Kotiranta 2013.)

Seuraan varsin tiiviisti graafisen suunnittelun, arkkitehtuurin, valokuvauksen ja nykytaiteen virtauksia ja tapahtumia, uudet ajatukset inspiroivat ja antavat uusia näkökulmia myös omaan tekemiseen. Kerään kaikenlaisia ideoita pieniin luonnoskirjoihin ja aika ajoin katselen ja arvioin niihin kirjattuja ja piirrettyjä luonnoksia ja "raffi-ideoita". Tällaisia pieniä luonnoskirjoja minulla on vuosien varrelta kertynyt lukuisia. Joskus niistä löytyy johonkin tehtävään jo valmiiksi raaka-ainetta.[...] Työskennellessäni toimis-

tolla taustalla soi usein abstrakti jazz, klassinen musiikki tai muu instrumentaalimusiikki. Musiikki inspiroi ja vaikuttaa työskentelyyni mukavan positiivisella tavalla. (Vähäsarja 2014.)

Inspiraatiota etsin googlaamalla ja esimerkiksi graafisen suunnittelun blogeja tutkimalla. (Kosonen 2014.)

Maarit asettaa itselleen deadline, koska se auttaa työprosessin alkuun panemisessa. Suunnittelijalle aikaraja voi olla ystävällinen tai vihollinen, riippuen työhön käytettävän ajan ja tehtävän laajuuden suhteesta toisiinsa. Mikä deadline merkitys itsellesi?

Keinotekoinen deadline pakottaa osaltaan luonnostelun aloittamiseen. Voi silti kestää kauan ennen kuin kunnon idea syntyy. Koska teokset ovat sen tyyppisiä, että ne vaativat paljon teknistä ratkaistavaa, on luonnostelusta ja ideoinnista mentävä nopeasti käytännön kokeiluihin. Jo luonnosvaiheessa pitää miettiä, miten teos installoidaan. Ajatustyö voi kestää kuukausia, koska tekninen toteutus saattaa osoittautua hankalaksi. Joskus teoksen työstäminen on pakko keskeyttää, koska toteutus olisi vienyt liikaa aikaa. Viimeisimmän näyttelyn kohdalla kävi juuri näin, ja lopulta näyttelille tuli jo aikaisemmin luonnosteltu työ. (Kotiranta 2013.)

Selkeä deadline on ainakin minulle äärimmäisen tärkeä, se antaa aikataulukehysten koko prosessille, niin luovalle kuin tuotantoprosessillekin. Yritän hahmottaa prosessin deadlinesta taaksepäin huomioiden tuotannon vaatiman ajan, jolloin näen kuinka paljon minulle jää aikaa perussuunnitteluun ja luovaan suunnitteluun. Perussuunnittelu kattaa kaiken tehtävään liittyvän tutkimustyön, vastabriefin ja työn kustannusarvion. (Vähäsarja 2014.)

Oikein mitoitettu deadline on ehdottomasti etu. On tuskallista jos työ jää pyörimään liian pitkäksi aikaa suunnittelupöydälle. Toisaalta liian tiukka deadline on haitaksi suunnittelun onnistumiselle. Täytyy olla aikaa pyöritellä asioita jonkun aikaa, jottei tarvitse tyytyä ensimmäiseen ideaan. (Kosonen 2014.)

Miten oma-aloitteinen projekti eroaa asiakkaalle suunnitellusta työstä? Ruoho voi joskus näyttää vihreämmältä aidan toisella puolella: Maaritin mielestä tilaustöiden antamat raamit on helpotus kun taas Inka kokee itselle tehdyn työn synnyttävän ainutkertaisempaa jälkeä. Kari toteaa omien projektien kohdalla sallivansa itsellensä vapaam-

man aikataulun, mutta tekevänsä työt yhtä kunnianhimoisesti kuin muutkin työt.

[T]ilaustöiden kohdalla on helpompaa. On helpottavaa, että on ulkopuolelta tulevat raamit. Samanlaisia elementtejä on molemmissa töissä [taiteellisessa ja kaupallisessa]: ongelman ratkaisua ja sen muuttamista visuaaliseen muotoon. Taiteen tekemisessä ns. vapaus ja prosessi on pidempi. Tuotetaan erityyppistä sisältöä ja eri tarkoitukseen. (Kotiranta 2013.)

Omassa projektissa pääsee työskentelemään maailman parhaimman ja kriittisimmän asiakkaan kanssa. Suunnittelua voi tehdä vapautuneemmin ja ennakkoluulottomammin. Prosessi on ehkä jollain tapaa taiteellisempi, riippuen tietysti työstä, kuin jos tekisi työtä maksavalle asiakkaalle. Usein itselle tehdessä syntyy ainutkertaisempaa jälkeä, sillä sinänsä kukaan ei aseta tekijälle rajoja. Tilaustöissä täytyy pitää koko ajan mielessä asiakkaan tarpeet ja viestiäkö suunnittelu varmasti sitä mitä on tilattu. Asiakkaitakin on tietysti erilaisia, osan kanssa pystyy olemaan niin sanotusti luovempi kuin toisten. (Kosonen 2014.)

Mitä tehdä jos työ ei etene? Kari ja Inka ottavat etäisyyttä työhön ja katsovat sitä uudestaan myöhemmin. Toimimattoman idean kanssa tappeleminen ei hyödytä, vaan kannattaa miettiä uusia lähestymistapoja tilalle. Maarit kertoo yleisesti oman prosessinsa kompastuksista ja asioista, jotka pohdituttavat työstämisen aikana. Taiteilijaa ei sido annettu tehtävä samalla tavalla kuin suunnittelijaa, ja ratkaisu pitää perustella viime kädessä vain itselleen.

Jos suunnitteluprosessi tuntuu jumittuvan – joka ilmiö on myös erittäin tuttu meille kaikille suunnittelijoille – on hyvä ottaa pieni irtiotto. Jos vain aikaa on, työskentely jossakin tavanomaisesta poikkeavassa ympäristössä voi auttaa yllättävän paljon. Samoin ideointisession uudelleen avaaminen voi myös olla keino löytää täysin uusia lähestymistapoja tehtävän tarkasteluun. Mutta mikäli nämäkään keinot eivät auta, voi jossain aivan äärimmäisessä tapauksessa kysyä asiakkaalta päivän tai parin lisäaikaa niin, ettei tekeminen olisi pelkästään verta, hikeä ja kyyneleitä. (Vähäsarja 2014.)

Pidän taukoa vaikka päivänkin ja katson tehtyä työtä uusin silmin. En jumitu työstämään ideaa jota ei saa toimimaan vaan keksin muuta tilalle. (Kosonen 2014.)

Alku on aina tuskallinen ja turhauttava osuus prosessissa, sillä hyvätkin ideat on hylättävä, jos ei niitä käytännössä pysty toteuttamaan. Myös se mietityttää, onko idea hyvä, vakavasti otettava ja uusi, tai onko toteutustapa uusi ja uuden näkökulman antava. Prosessiin liittyy aina se, miten teoksen tekemisen oikeuttaa ja perustelee itselleen. [...] Lopulta kuitenkin aina tekee sitä, minkä haluaa toteuttaa juuri sillä hetkellä ja mikä on ominaista itselle. (Kotiranta 2013.)

Lopuksi vielä muutamia Karin hyviä ajatuksia graafisesta suunnittelusta, työssä onnistumisesta ja luovuudesta:

Graafisena suunnittelijana olen päässyt tutustumaan satoihin eri yrityksiin, eri toimialoihin, tavannut mielenkiintoisia ihmisiä, tehnyt antoisaa yhteistyötä eri toimijoiden kanssa yhteisissä projekteissa. Kaiken kaikkiaan, harva ammatti voi tarjota tällaisen näköalapaikan ja jokapäiväisen oppimisympäristön kuin juuri graafisen suunnittelijan ammatti tarjoaa. Graafisen suunnittelijan työn herkullisia piirteitä ovat sen tietty käsityömäisyys varsinkin erilaisten painotuotteiden, pakkausten, esitteiden ja kirjojen ulkoasu suunnittelussa. (Vähäsarja 2014.)

Yritän aina jatkaa tekemistä niin kauan, että minulle syntyy vahva tunne onnistumisesta. Tunnetilaa on vaikea kuvata, mutta kun sen saavuttaa, tuntuu hieman samalta kuin tunne urheilusuorituksen tai saunan jälkeen, olo on rentoutunut ja rauhallinen. Tämä syntynyt varma tunne on myös tärkeä työn presentoinnissa asiakkaalle, asiakas kokee ja vakuuttuu siitä, että ratkaisut ovat oikean suuntaisia. Suurin ilo onnistumisesta tulee kuitenkin vasta silloin, kun asiakkaalle tehty työ kantaa hedelmää, kun asiakas saa positiivista palautetta yrityksensä, tuotteensa tai palvelunsa visuaalisesta ilmeestä ja kun ilme toimii käytännössä ja tehty työ auttaa ratkaisevasti tämän liiketoiminnassa. (Vähäsarja 2014.)

Luovuus on mielestäni tapa yhdistellä usein aluksi mahdottomiltakin tuntuvia ajatuksia toimivaksi kokonaisuudeksi. On syntynyt jotain aivan uutta, jotain jota et tiennyt edes olevankaan. (Vähäsarja 2014.)

Visuaaliseen ilmeeseen suunnittelu ja toteutus

4.1 Lähtökohta

Maarit Kotiranta on 33-vuotias helsinkiläinen kuvataiteilija. Hän tekee pääasiassa installaatioita, mutta myös videotaidetta, valokuvausta ja kuvitusta. Kuvataiteen maisteritutkinnon lisäksi hän on opiskellut Turun Taideakatemiassa taidegrafiikkaa ja Lahden Muotoiluinstituutissa vaatesuunnittelua. Hän on ollut mukana kymmenessä ryhmänäyttelyssä ja pitänyt kolme yksityisnäyttelyä, joista viimeisin oli vuonna 2013 Helsingissä.

Taidealalle Maarit on päätyttyä jo lapsuudessa alkaneen piirustusharrastuksen myötä. Hän tekee taidetta, koska hän näkee taiteen välineenä omien ajatusten ja mielipiteiden ilmaisuun. Se on maailman, ympäröivän yhteiskunnan ja erityisesti ihmisyyden tutkimisen väline, jossa on vahvasti mukana tutkiminen, jäsentäminen, erittelemine, hahmottaminen ja ymmärtämisen yrittäminen. Toisaalta hän kokee sen myös itsensä haastamisen ja kehittämisen välineenä. Hän on käsitellyt teoksissaan yhteiskunnallisia, feministisiä ja poliittisia aiheita menneen hengellisempään ja synkempään suuntaan. Viime vuosien kiinnostus kuoleman käsittelyä kohtaan kumpuaa henkilökohtaisista menettämisen kokemuksista. Aiheen mukana on kulkenut ajatus siitä, voiko teos olla terapeutin myös katsojalle. Installaation pariin hän siirtyi jo useampi vuosi sitten, mutta tekemisessä näkyy edelleen menneisyys piirtämisen saralla. Teoksissaan hän pyrkii pelkistettyyn ilmaisuun: minimalismiin, selkeyteen ja harmoniaan.

Taiteilijalle tehtävä suunnittelu eroaa tyyppillisestä, kaupallisen alan toimijalle tehtävästä suunnittelutyöstä. Kaikkia ilmesuunnitteluun liittyviä asioita ei pystytä määrittelemään tai se on ainakin hankalaa. Taiteilijan töissään käsittelemät teemat ja teoriat, joille hän perustaa

tekemisensä voidaan ajatella olevan identiteetin ydin. Teokset ovat ”tuote”, mutta ne ovat myös osa identiteettiä ja muodostavat sen visuaalisen kuvaston, jolle visuaalinen ilme pohjautuu. Tuotanto asettaa rajat sille ja määrittää pitkälle sen, miltä ilme voi näyttää ja tuntua. Lähtökohdaksi ja kaiken perustaksi muodostuu siten olemassa olevat teokset. Yksittäinen osa teos on siis tuote, jolloin identiteetti on automaattisesti osa tuotetta ja tuote identiteettiä. Maaritin tapauksessa kohderyhmään voi kuulua periaatteessa kuka tahansa nykytaiteesta kiinnostunut ja sitä tunteva ihminen, jota kiinnostaa vakavat ja raskaat aiheet. Käytännössä teosten luonteesta johtuen potentiaalinen ostaja on joko museo tai yksityinen nykytaiteen keräilijä.

Maarit halusi itselleen käyntikortin, esitteen ja verkkosivujen ulkoasu-suunnitelman. Esitteen tarkoitus on toimia työnäytevihkosena, jota voi jakaa eteenpäin. Taustatutkimuksen tekeminen oli hankalaa asiakkaan ammatin takia. Kyseenalaistin esimerkiksi kilpailijoiden kartoittamisen mielekkyyden, koska visuaalisen ilmeen tulisi lähteä niin voimakkaasti tekijän identiteetistä. Koska tekijät ovat keskenään niin erilaisia ja käsittelevät eri asioita, ei vertaileminen ollut oleellista. Tutustuin kuitenkin erityyppisiin taidejulkaisuihin: kirjoihin ja näyttelyjulkaisuihin. Mielestäni parhaiten olivat onnistuneet julkaisut, jossa töille oli annettu tarpeeksi tilaa. Tyypillisesti silloin teoskuva oli aukeaman toisella sivulla ja sen tiedot viereisellä (Kuva 3 ja 4). Vähemmän



Kuva 3. Aukeama kirjasta Cámara, joka esittelee valokuvataiteilija Thomas Demandin töitä.



Kuva 4. Aukeama kuvataiteilija Elina Merenmiehen näyttelyjulkaisusta.

onnistuneita olivat sivupinnaltaan tekstillä ja kuvilla melkein kokonaan täytetyt oppikirjamaiset julkaisut. Ahtaus teki ilmeestä tunkkaisen ja kiireisen eikä kuvia tee mieli jäädä katsomaan.

Vierailin myös erilaisten suomalaisten taiteilijoiden verkkosivuilla. Nekin olivat keskenään visuaalisesti erilaisia: osassa oli käytetty esimerkiksi teoskuvaa sivun kokoisena taustakuvana, osassa taas teoskuvat olivat melko pieniä vaalealla taustalla olevia thumbnail-kuvia, jotka sai klikattua suuremmaksi. Verkkosivuista mielestäni visuaalisesti onnistuneimmat olivat Rauha Mäkilällä (Kuva 5). Taiteilijan teosten henki ja visuaalisesti sekä sisällöllisesti nuorekas ja ajan hermolla oleva tyyli näkyi myös sivun ulkoasussa. Käsittelen verkkosivuja lisää luvussa 4.5.

Alustuksena koko projektille pyysin Maaritia kertomaan itsestään taiteilijana ja motiiveistaan lähteä tälle uralle. Vastaukset, joita on käsitelty esimerkiksi luvussa 3.4 tukivat jo syntyneitä kuvia, mutta tarjosivat myös mielenkiintoista lisätietoa taustoista. Tarkastelin töitä lisää, ja yritin löytää niistä sekä visuaalisia että sisällöllisiä yhteneväisyyksiä. Mietin myös, minkälaisen viestin ne lähettävät tai herättävätkö teokset tietynlaisia tunteita katsojassa. Esitteeseen ja verkkosivuille tuleva esittelyteksti avasi tekijän ajatusmaailmaa, motiiveja sekä teemoja teosten taustalla. Luin myös Maaritin Kuvataideakatemia maisterityönsä osana tekemänsä dokumentaation Siirtymiä, joka kä-

sitteli maisterityön muiden osien, kahden näyttelyn, syntyprosessia ja niiden taustalla vaikuttavia teemoja. Muodostuneen kuvan perusteella aloin suunnittelemaan Maaritille tunnusta.

Seuraavissa alaluvuissa käsittelen tunnuksen, käyntikortin, esitteen ja verkkosivujen suunnittelua oman prosessin kautta siinä järjestyksessä, missä ne olen tehnyt. Koska työni perustuu luovan prosessin tutkimiseen, ratkaisut kuvataan pääosin tätä kautta.



Kuva 5. Rauha Mäkilän verkkosivut erottuivat persoonallisuudellaan ja trendikkyydellään.

4.2 Tunnus

Ennen kuin aloitin suunnittelutyön, pidimme palaverin, jossa kävimme läpi Maaritin toiveita. Maarit oli sitä mieltä, että tunnus koostuu vain logosta ilman liikemerkkiä. Itse olin täysin samaa mieltä. Selkeästi yritysmailmaan kuuluva kaupallinen elementti on turha yksityishenkilölle tulevaan tunnukseen. Se saattaisi saada tekijän vaikuttamaan taidetta tuottavalta yritykseltä. Tällainen mielikuva olisi vahingollinen taas vakavasti otettavan taiteilijan imagon kannalta.

Ominaista Maaritin töille on viiva, tila, minimalismi, alleviivaamattomuus sekä jonkinlainen hiljaisuus. Selkeys, harmonia ja värittömyys ovat myös selkeästi esillä. Katoavaisuuden ja kuoleman teemojen käsittelyn vuoksi valkoisuus leimaa tuotantoa. Valkoisessa myös tulee esille Maaritin pyrkimys pelkistämiseen ja turhan karsimiseen, ilmai-

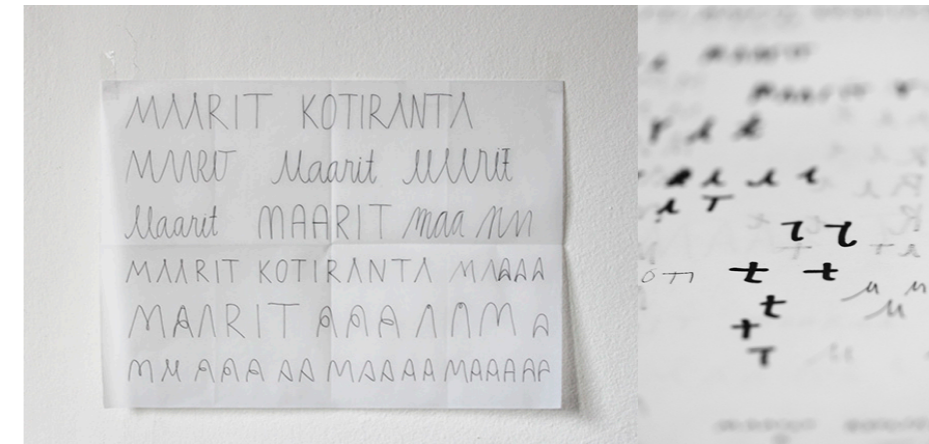
suun mahdollisimman vähällä.

Tunnuksen suunnittelun lähtökohdaksi valitsin viivan ja minimalismin, koska koin ne voimakkaasti teoksissa läsnä oleviksi sekä vetoaviksi. Itselleni syntyi nopeasti käsitys siitä, minkälainen tunnus tulisi olemaan hengeltään. Koska ilmeen perustus oli jo olemassa olevien teosten muodossa koin, että oma toimenkuvani olisi jatkaa tuota linjaa ja kääntää se logoksi. Asiakkaan toimialaa en nähnyt millään tavalla järkeväksi tuoda esille tunnuksesta, sillä lopputulos olisi varmasti ollut alleviivaava ja banaali. Samasta syystä en harkinnut myöskään perinteisen taidekuvastoon kuuluvan signeerauksen käyttöä logona. Signeerauksen tarkoitus on kertoa, kuka teoksen on tehnyt ja se voi toimia myös tekijänsä tuotemerkkinä. Se on perinteisesti nähty maalauksen, piirroksen tai vedoksen kulmassa. Maaritin teokset ovat moniosaisia nykyaideinstallaatioita, joista ei välttämättä pysty erottelemaan etu- ja takapuolta. Jos sellaiseen laittaa signeerauksen, tulee siitä osa teosta. Teosten moniosaisuuden takia signeeraus voi olla myös mahdotonta. Monet nykyaiteilijat eivät signeeraa töitään, sillä se häiritsee teoksen visuaalisuutta ja eikä se kuulu enää nykyaikaan.

Päätin suunnitella logon kokonaan itse käyttämättä valmiita kirjaintyyppisiä. Kävin läpi laajan määrän erilaisia groteskityyppejä etsien hyvää esikuvaa, josta lähteä liikkeelle. Mitään sopivaa ei kuitenkaan löytynyt, joten päädyin luonnostelemaan logon käsin. Päätin, että logon kirjaintyyppi on ohut leikkaukseltaan, jotta se muistuttaisi viivaa. En halunnut esittää viivaa liian kirjaimellisesti esimerkiksi käsin piirretyn kirjaintyyppin muodossa. Maaritin teoksissa on kuitenkin vapaan piirretyn viivan lisäksi selkeämuotoisia ja hallittuja elementtejä: suorakulmioita, neliöitä, ympyröitä. Yleisilme niissä on myös materiaalivalinnoista johtuen selkeä ja esteettinen. Käsin piirretty kirjaintyyppi olisi ollut liian leikkisä ja vienyt yleisilmettä väärään suuntaan.

Tutkin nimeä ja sen sisältämiä kirjaimia piirtämällä niitä käsin paperille. Yritin löytää jotain mielenkiintoista: muodon, johon tarttua (Kuva 6).

Haastatteluissa ja erityisesti lukemissani aineistoissa painotettiin monien erilaisten luonnosten tekemistä ennen kuin tarttuu yhteen. Itse olen yleensä aikaisemmin visualisoinut päässäni, millaiselta lopputulos voisi näyttää, ja vasta sen jälkeen luonnostellut. Tällainen toimintatapa ei ole väärin. Esimerkiksi graafisen suunnittelun elävä legenda Wim Crowel on työskennellessään miettinyt ensin lopputuloksen mielessään ja sen jälkeen mennyt työpöydän ääreen ja yksinkertaisesti toteuttanut sen. Menetelmä sopiikin ehkä parhaiten vuosikymmeniä ammattia harjoittaneelle konkarille, jolla on kokemuksen tuomaa



Kuva 6. Käsinpiirrettyjä hahmotelmia tunnuksesta.

MAARIT KOTIRANTA

Kuva 7. Ensimmäinen versio tunnuksesta.

MAARIT
MAARIT
MAARIT
MAARIT KOTIRANTA

Kuva 8. Koneella luonnosteltuja versioita.

MAARIT KOTIRANTA

Kuva 9. Tunnus sai tussipisteet ja terävämmät muodot.

osaamista ja itsevarmuutta. Muiden kannattaa aloittaa ajatustyöllä, jossa ei vielä mennä fyysisiin yksityiskohtiin. Vaikka nimenomaan olen kokenut lopullisen ilmeen etukäteen visualisoinnin vaikuttavan huonontavasti lopputulokseen, tämän työn kohdalla se on mielestäni jossain määrin perusteltua. Lähtökohta on jo jokin visuaalinen tuote, jonka tyyli sanelee myös ilmeen.

Melko nopeasti päädyin kokeilemaan kirjasinta, jossa ei ole ollenkaan paksuusvaihtelua. A-kirjaimen halusin yksinkertaistaa poistamalla siitä poikkiviivan. Ajattelin myös tuoda luonnosmaisuuksia lisäämällä pienen silmukan A:n huipulle, hieman kuin käsin kirjoitettaessa A-kirjaimen voi muodostua (Kuva 7).

Sekä minä että asiakas pidimme tästä luonnoksesta, mutta silmukallisen A:n saattoi sekoittaa Å-kirjaimen, joten ajatuksesta oli luovuttava. Seuraavaksi aloin tutkia, voisiko käsin kirjoitettujen kirjainten tuntua tuoda tasavahvuiseen kirjaintyyppiin.

Olin saanut selailtavakseni Maaritin työpäiväkirjan viimeisimmästä näyttelystä, Ovet/Doors. Sieltä silmäni osui muistiinpanoissa hauskaasti piirretty gemena i. Kokeilin luonnostella suoraan koneella vektorilla logoa i:n pohjalta (Kuva 8).

Kursiivi yhdistettynä kaareviin muotoihin tuntui kuitenkin hengeltään vääränlaiselta. Se oli liian kepeä. Pysyttelin kursiivissa, mutta palasin takaisin terävämpiin muotoihin. Yhdistin niihin pisteet, jotka muistuttivat hieman jälkiä, joita jää huopakynällä kirjoitettaessa (Kuva 9).

Sekään ei toiminut halutulla tavalla, sillä lopputulos oli hieman sekava ja käsityömäinen, eivätkä kirjainten muodot toimineet yhdessä. Juha Pohjolan kirjassa Ilme todetaan, että tunnuksen visuaalinen tasapaino voi olla kiinni erittäin pienistä muotojen muutoksista ja osien keskinäisten suhteiden hienovaraisista säätämisestä. Käsin piirretyn luonnoksen tuntua ja muotojen tasapainoista suhdetta on joskus vaikea tavoittaa koneella piirtämällä. Silmä ilmeisesti on armollisempi käsivaralla piirrettyä luonnosta kuin koneella tehtyä tarkkaa kuvaa kohtaan korjaten ja täydentäen luonnosta. (Pohjola 2003, 139.) Tämä selittää hyvin miksi olen kokenut käsin luonnostelun haasteelliselta ja tehnyt usein asiat mieluummin suoraan koneella. Ristiriita käsivaralla piirretyn kuvan ja koneella tehdyn version välillä on ollut hämmäntävä kun en ole ollut tietoinen mistä se johtuu.

Hahmottaakseni paremmin, minkälainen tunne logosta tulisi välittyä, pyysin Maaritilta listan sanoista, joita hänelle tulee mieleen omasta

yksinkertainen / kysyminen: esim. mitä ihmisyyys tarkoittaa? / kuolema / yksinäisyys / yhteiskunta / ihminen / yritys määritellä ympärillä olevaa, kokemusmaailmaa / ihmisyyys / keho / poliittisuus / olemassaolo / pimeys / pikkutarkka / onko taide merkityksellistä? / vesi / perfektionismi / symboliikka / jälki / hitaus / hiljaisuus / kuvan synnyttäminen / taito vai luovuus? / itsensä haastaminen taidollisesti, itsensä haastaminen ajatuksen ja idean tasolla / meditatiivisuus / piiräminen / identiteetti / sielu / onko ok olla esteettinen? / naiseus / feminismi / hidas / tutkimus ja tutkiminen / tiede

Kuva 10. Maaritin sanalista.

työstään, tuotannostaan ja taiteilijuudestaan. Eräänlaisen adjektiiveja, substantiiveja ja verbejä sisältävän assosiaatiosanalistan siis. Idean tähän sain Robertsinkin ja Wrightin kirjan esimerkitapauksesta, jossa graafikko teki ilmeen vaatesuunnittelijalle, jolla oli pieni budjetti ja massayleisön makuun epäkonventionaalinen tyyli. Vastaanottamani lista vaikutti kuitenkin hyvin abstraktilta kun ajatteli sen kääntämistä visuaaliseksi elementiksi (Kuva 10). Se sisälsi tekijänsä ajatuksia monien vuosien takaa. Epäkonkreettisuudestaan huolimatta sanat tuntuivat tukevan ja syventävän sitä mielikuvaa, jonka olin jo muodostanut aikaisempien keskusteluiden, lukemieni tekstien ja näkemieni teosten perusteella.

Yleensä en erityisemmin pidä gemena- ja versaalikirjainten yhdistämisestä tunnuksessa, mutta tässä tapauksessa se tuntui kuitenkin lisätutkimisen arvoiselta. Päätin pitää siitä kiinni ja muuttaa tyyliä enemmän geometriseksi ja selkeämmäksi. Geometrisissa groteskeissa O-kirjain on yleensä visuaalisesti symmetrinen ympyrä, joten muutin alkujaan soikean O:n sellaiseksi. Suunnittelin logon ensin myös leikkaukseltaan paksummaksi, sillä halusin nähdä, voisiko se toimia. Samalla laitoin etu- ja sukunimen allekkain, jotta muodostuisi parempi sanakuva (Kuva 11).

Logon tummuus oli kuitenkin liikaa, joten ohensin sitä takaisin viivamaiseksi. Suoristin myös M-kirjaimen jalat, jotta etunimen alussa ei olisi kolmea samantyyppistä muotoa peräkkäin (Kuva 12).

Tähän versioon olimme molemmat, minä ja asiakas, tyytyväisiä. Tunus on minimalistinen ja siinä on läsnä viiva. Se on selkeä sekä hal-

MAARIT KOTIRANTA

Kuva 11. Etu ja sukunimi siirtyivät allekkain.

MAARIT KOTIRANTA

Kuva 12. Logo oheni uudestaan ja M-kirjaimen jalat suorenvivat.

littu ja siinä on pieni juju, joka tekee siitä mielenkiintoisen. Yksinkertainen olemus antaa viitettä taiteilijan tyylistä, muttei määrittele sitä liian tarkkaan. Tulevat teokset saattavat erota ulkoisesti merkittäväsikin tämänhetkisistä, mutta taiteilijan identiteetti, jolle tunnus myös perustuu, pysyy.

4.3 Käyntikortti

Kahdessa Maaritin teoksessa on käytetty läpinäkyvää muovipleksiä kerroksittain, mikä määrittelee teosten visuaalisen luonteen voimakkaasti. Siitä syntyi ajatus läpinäkyvästä käyntikortista, joka jäljittelee teosten materiaalia. Samalla kortti toimisi muistutuksena, minkä tyylistä taidetta käyntikortin antaja tekeekään. Harvinaisempi materiaalivalinta herättäisi myös huomiota.

Käydessämme Maaritin kanssa läpi muovisia kortteja tekevien painojen referenssikuvia sanat "tyylikkyys" ja "laadukkuus" eivät valitetta-

vasti tulleet ensimmäisenä mieleen. Emme halunneet ottaa riskiä, että lopputulos olisi ollut halvan muoviläpyskän oloinen. Tämän tyyppisessä ratkaisussa juuri oikeanlainen muovi olisi tärkeä hyvän lopputuloksen kannalta. Silkkipaino olisi mahdollistanut myös valkoisella painamisen, mutta on painomenetelmänä kallis, ja budjetti oli pieni.

Halusin tuoda kortissa kuitenkin jollain tavalla, edes hyvin viitteellisesti, tuoda esille installaatioiden hengen. Läpinäkyvän muovin jälkeen seuraava materiaalivaihtoehto oli perinteinen valkoinen kartonki. Tulimme siihen tulokseen, että preglaus eli korkopuristus sopisi hyvin korttiin. Halusimme edelleen jotain hieman perinteisestä käyntikortista poikkeavaa, koska kyseessä on kuitenkin luovan alan ammattilainen. Preeglattuja kortteja ei ole tullut juurikaan vastaan, ja se on tehostekeinona hillitty sekä konkreettinen, käsin kosketeltava. Se tuo kolmiulotteisuutta muuten kaksiulotteiseen korttiin. Kortti hahmottiin pitää hyvin yksinkertaisena, joten luonnollista oli laittaa tunnus preglauksena ja muut tiedot yhdellä värillä. Aluksi tiedot olivat mustalla ja lopullinen väri sekä kirjaintyyppi päätettiin myöhemmin esitteen suunnittelun yhteydessä. Kohokuvio yhdessä valkoisen värin kanssa linkittyy visuaalisesti hyvin Maaritin töihin. Se on moniulotteinen, rauhallinen ja selkeä (Kuva 13).

Kortti on mattavalkoista 290 g/m² käyntikorttikartonkia, joka kestää parhaiten eri painotekniikoita. Maaritin tiedot: sähköpostiosoite, pu-



Kuva 13. Lopullinen käyntikortti, jossa on preeglattu tunnus.

helinnumero ja verkkosivujen osoite tulivat korttiin yksiväripainatuk-
sena Pantone 7417 -värillä. Kirjaintyyppi on Helvetica Neue LT Std
Light. Kortit painettiin Käyntikorttipalvelussa Helsingissä.

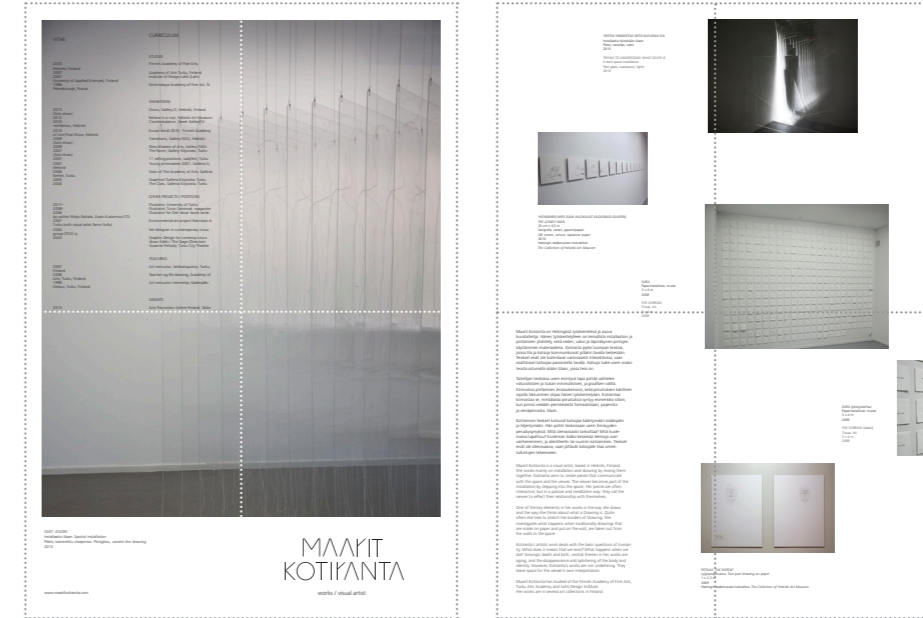
Käyntikortin suunnittelu oli prosessina melko nopea ja vaivaton ver-
rattuna muihin suunnitteluun vaativiin osiin koko projektissa. Se on for-
maattina pieni ja sen tulee sisältää tietyt asiat. Kortin painamiseen
tarkoitettu budjetti oli pieni, joka asetti osaltaan rajat.

4.4 Esite

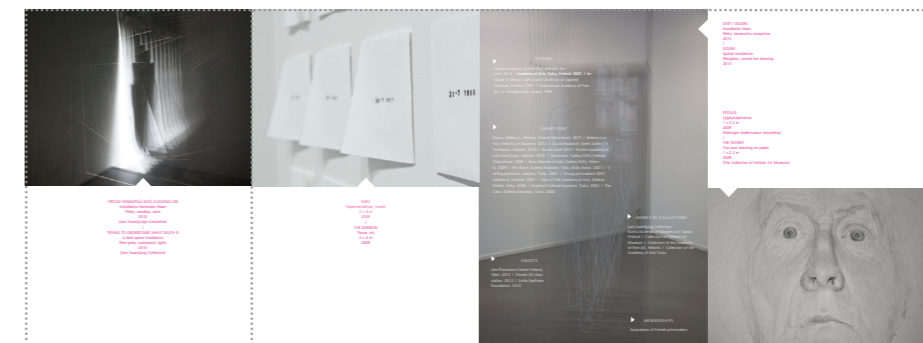
Esitteeseen tulevat tekstit ja kuvat sain hyvissä ajoin ennen suunnitte-
lun aloittamista. Aluksi esitteeseen oli tarkoitus tulla seitsemän työtä,
mutta määrää päätettiin karsia. Mukaan valikoitui viimeisimmät ja kes-
keisimmät viisi teosta. Kuvia teoksista oli enemmän kuin esitteeseen
tarvitsi, joten sain valita niistä sopivimmat. Alustavasti olimme puhu-
neet, että laittaisin yhden ison kuvan yhdestä teoksesta, ja muut teos-
kuvat tulisivat pienenä. Täältä pohjalta aloin tehdä kahdeksansivuista
(sivukoko 135 x 200 mm) haitaritaittoa sekä A3-kokoista, kahteen ker-
taan keskeltä A5-kokoiseksi taitettua esitettä. Hieman esitteitä pyö-
riteltyäni jatkoin pelkästään A3:n kanssa, sillä siitä välittyi mielestäni
nykyaikainen ja pakottamaton tunne. Haitaritaitto puolestaan vaikutti
tässä yhteydessä hieman vanhanaikaiselta ja väkinäisemmältä.

Laitoin esitteen toiselle puolelle yhden ison kuvan, jolloin siitä tuli ju-
listemainen. Toiselle puolelle sijoitin pienemmät teoskuvat niin, ett-
eivät ne olleet gridissä (Kuva 14). Näytin ensimmäisen version Maaritille,
mutta hän ei pitänyt esitteen formaatista eikä siitä että tekstit
olivat kuvan päällä. Päätimme pitää yhteisen ideointipalaverin. Tapaa-
misessa tutkimme aikaisemmin haalimiamme esitteitä ja mietimme,
mikä formaatti olisi sopivin. Maarit oli vahvasti haitaritaiton kannalla,
joten aloitimme siitä. Sivuja hieman eri tavalla taittamalla haitaritai-
tosta sai ikkunataiton, joka oli molempien mielestä toimivampi ratkai-
su. Jatkoin ensimmäiseksi aloittamani taiton parissa, sillä sivumäärä ja
koko pysyivät samoina.

Suurin ongelma olivat teoskuvat. Niiden laatu oli paikoitellen melko
huono. Resoluutiot olivat riittävät, mutta monissa kuvissa vähintään
valkotasapaino oli ollut kuvatussa väärin. Joukossa oli myös alivalot-
tuneita ja perspektiiviltään vääristyneitä kuvia. Itse teokset ovat toki
vaikeita kuvattavia: haaleita lyijykynäpiirroksia, läpinäkyviä materiaa-
leja ja paljon valkoista. Joistain teoksista oli vain muutama kuva, ja



Kuva 14. A3-kokoinen ensimmäinen ehdotus esitteeksi.



Kuva 15. Erilaisia versioita esitteestä.

nekään eivät parhaasta mahdollisesta kulmasta otettuja. Kuvien laatu saneli melko pitkälle sen, minkälaisen esitteestä pystyi tekemään. Kaikista teoksista ei ollut kuvaa, jota olisi voinut käyttää isona.

Aloittaessani esitteen taittoa olin ollut siinä käsityksessä, että teoskuvat olisivat pääosassa. Työn edetessä (tai polkiessa paikallaan) kävi ilmi, ettei näin suinkaan tarvinnut olla. Maarit itse oli viehtynyt erityisesti pyöreään muotoisiin tai muihin perinteisestä suorakulmioformaattista poikkeaviin kuviin. Itse taas ajattelin, että teos kuuluu esittää sellaisena kuin se on, ja mahdollisimman selkeästi. Jotkut taiteilijat kun ovat erittäin herkkiä omien töidensä ja niiden esittämisen suhteen. Nyt olikin päinvastoin. Kokeilimme yhdessä erilaisiin muotoihin leikatutuja kuvia, mutta ne eivät näyttäneet hyvältä. Kuvien keskinäinen erillaisuus todella rajoitti työskentelyä. Maarit tarkensi myös, mitä muuta hän esitteeltään haluaa: ansioluettelo ei saanut olla perinteisesti listana ja typografia saisi mielellään olla jotenkin erikoisesti, leikkisästi. Esitteen tulisi herättää ihmisessä halu nostaa se pöydältä ja katsoa sitä tarkemmin. Viimeisestä olin samaa mieltä, mutta leikkisä typografia ei ole itselle mieluisinta, eikä mielestäni teosten tyyliin sopivaa.

Jatkoin esitteen työstämistä käyttämällä yhtä kuvaa kustakin teoksesta. Aluksi syntyneet versiot (**Kuva 15**) eivät kuitenkaan vastanneet Maaritin mielikuvaa lopullisesta esitteestä. Haastavaksi työskentelyn teki tämän mielikuvan epämääräisyys.

Useampien versioiden ja kokeilujen jälkeen sain tehtyä kaksi alustavaa ehdotusta, joihin itse olin tyytyväinen. Näistä valitsimme toisen, joka oli molempien mielestä paras (**Kuva 16**).

Päädyin laittamaan useamman kuvan kustakin teoksesta pienessä koossa. Ratkaisu oli armollisempi huonolaatuisille kuville, ja esitteeseen tuli ”liikettä”. Se heijastaa myös enemmän tämän ajan suuntauksia graafisen suunnittelun kentällä: gridistä irrottautumista ja kuvien hajanaista sijoittelua. Esitteen ilme pyrittiin muuten pitämään mahdollisimman yksinkertaisena välttämällä turhien elementtien tuomista mukaan. Kanteen laitoimme nimeksi ”Works” (työt), jonka kirjaimia (w, o, r, k, s) käytettiin merkitsemään myös teoskuvien ja -tietojen yhteenkuuluvuutta. Jo aikaisemmin oli päätetty, että takakanteen tulee esittelyteksti ja taiteilijan valokuva. Myös esitteen sisällä oleviin auki käännettäviin sivuihin olin valinnut yhden ison teoskuvan, jossa näkyy myös teoksen ympärillä olevaa tilaa. Se ikään kuin johdattaa esitteen sisään katsomaan töitä.

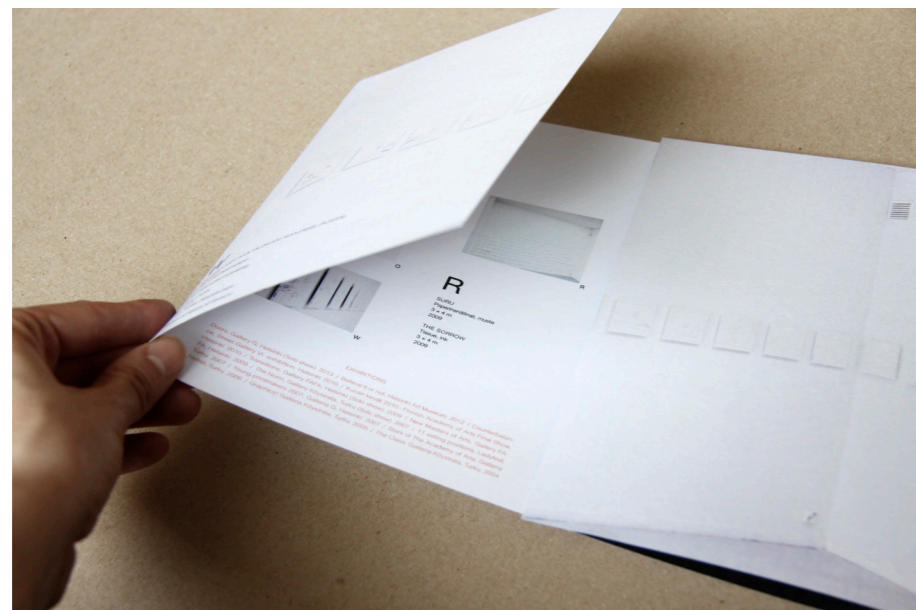
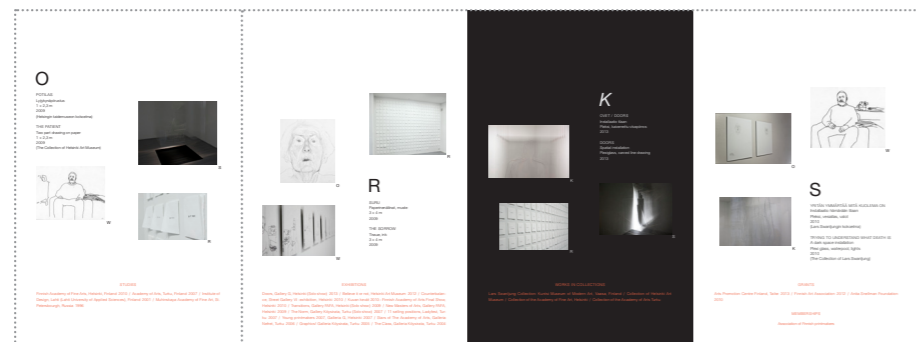
Kun olin saanut tunnuksen valmiiksi, tutkin erilaisten kirjaintyyppien

soveltuvuutta sen kanssa. Yritin etsiä tuloksetta ilmaisia laadukkaita fontteja tarjoavalta sivustolta jotakin, joka olisi logon kanssa muotokieleltään samanlaista. Päädyin sitten vertailemaan keskenään groteskeja: Frutigeria, Frutiger Nextiä, Futuraa ja Helveticaa. Groteski oli itsestään selvä valinta kirjaintyyppiä. Se viestii nykyaikaa ja sopii siten nykytaiteen yhteyteen. Monissa tutkimissani alan julkaisuissa oli käytetty esimerkiksi Helveticaa. Antiikva ei päätteellisenä ja monimutkaisempana sopinut teosten eikä tunnuksen kanssa.

Kirjaintyyppiä valikoitui pitkän pohtimisen ja kokeilemisen jälkeen Helvetica Neue LT Std, josta käytettiin light- ja roman-leikkauksia. Helvetica Neussa on suuri x-korkeus, joka helpottaa tekstin luettavuutta pienessä pisteokoossa. Myös kirjaintyyppiin selkeät muodot ja tasavahvuus olivat hengeltään samanlaisia suunnittelemani logon kanssa. Huono puoli Helveticassa on sen yleisyys, varsinkin yritystypografiasa. Jos käytettävissä olisi ollut rahaa, olisin luultavasti ostanut jonkin samankaltaisen, mutta kuitenkin Helveticasta erottuvan fontin. Näin esitteen typografia olisi ollut vähemmän yleisluontoista. Toisaalta juuri sen yleisyys tekee siitä huomaamattoman antaen teoskuville tilaa.

Esitteen ansioluettelo eroteltiin omiin osiin kullekin sivulle ja laitettiin kulkemaan leipätekstinomaisesti. Luettelon eri kohtien erotukseksi oli vinoviiva. Ansioluettelo haluttiin erottaa selkeästi teostiedoista, joten sille annettiin oma väri. Väriä valinta ei ollut helppoa, sillä esitteen väritys rajasi sävyvalintoja ja toisaalta omat ja asiakkaan makumieltymykset poikkesivat toisistaan. Yksi sivuista oli pohjaväriksi musta, josta tummat värit eivät erotu. Toisaalta teoskuvien ollessa enimmäkseen erisävyisiä harmaita ja ruskeita kirkas väri saisi ne näyttämään entistä nuhjuisemmilta. Lopulta päädyimme valitsemaan PMS 7417 -väriä, joka on murrettu oranssi. Kyseiseen väriin päädyimme makumieltymysten ja esitteen asettamien rajojen kompromissien summana.

Kun aloin suunnittelemaan esitettä, ajattelin kokeilla nopeampaa työskentelytyyliä. Tutkimassani aineistossa oli tullut esille esimerkiksi jaksottaminen, jossa työskennellään ensin intensiivisesti tuottaen paljon ideoita ja sen jälkeen jätetään ne hautumaan. Tein melko nopeassa tahdissa ensimmäiset luonnokset, joista näytin mielestäni kehityskelpoisimman Maaritille. Myöhemmässä vaiheessa pidimme yhdessä suunnitteluistuntoja, jossa tuotimme useita ideoita esitteen sisällöksi. Tämän jälkeen pyörittelin yksin lupaavimpia versioita. Tällainen työskentelytapa vaikuttaa mielestäni järkevältä, sillä tauko intensiivisen ideointijakson jälkeen auttaa näkemään tuotoksen uusin silmin.



Kuva 16. Lopullisen esitteen molemmat puolet ja lähikuva tulostetusta esimerkiversiosta.

4.5 Verkkosivut

Maaritilla oli olemassa verkkosivut, jossa oli sekä hänen taiteellista tuotantonsa että tilaustöitä, esimerkiksi kuvituksia. Pidimme järkevänä erottaa nämä kaksi, jotta molemmat osuudet saavat ansaitsemansa huomion eivätkä kilpaile keskenään. Hänen kuvitustyyliinsä ja taiteellinen tuotantonsa poikkeavat toisistaan tyyllisesti ja tietysti sisällöllisesti melko paljon, jolloin sivuston kokonaisuus ja yhtenäinen ilme kärsi.

Aivan opinnäytetyön aloittamisen alussa tutkin suomalaisten nykytaiteilijoiden verkkosivuja nähdäkseni minkälaisia ratkaisuja niissä oli tehty. Mukana oli eri tekniikoita käyttäviä kuvataiteilijoita. Vierailin parille kymmenelle sivulle yhteistä oli tietynlainen konstailematomuus. Sen sijaan navigoinnin selkeydessä, sisällön järkevässä jaottelussa ja ulkoasun nykyaikaisuudessa oli eroja. Yleisesti ottaen sivut olivat hieman kömpelöitä ja vanhanaikaisen näköisiä muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Arvelen tämän johtuvan siitä että sivut on tehty joko itse tai suunnittelu sekä toteutus on ostettu edullisesti ammattilaiselta. Sivusuunnitteluun ei joko ole laittaa rahaa tai sitä ei pidetä niin tärkeänä että siihen haluttaisiin panostaa. Joidenkin osalta "kökkö-estetiikka" on myös varmasti tarkasti harkittua ja osa taiteilijan imagoa. Eräältä erittäin tunnetulta taiteilijalta ei löytynyt verkkosivuja ollenkaan, yksi oli vain facebookissa ja osaa edusti galleria.

Alkuperäisenä ajatuksena oli käyttää Maaritin Squarespace-tiliä, jossa vanhat sivut olivat. Squarespace on verkkosivujen sisällönhallintajärjestelmä, joka sisältää sivujen rakentamisen, blogialustan ja webhotellin. Se tarjoaa erilaisia valmiita verkkosivupohjia, joita voi muokata omien tarpeiden mukaan. Valmiista pohjista ei kuitenkaan löytynyt tarkoitukseen sopivaa, joten päätin suunnitella sivut itse alusta asti. Pohjia voi muokata, joten suunnitelmaa voi mahdollisesti käyttää Squarespacessa joka tapauksessa.

Aikaisemman verkkosivun päänavigaatiossa oli linkit esittelytekstiin, yhteystietoihin, ansioluetteloon ja blogiin. Siellä oli myös ruudukossa pikkukuvat teoksista, joita klikkaamalla pääsi kyseisen teoksen tietoihin. Blogia ei käytetty, joten poistin sen. Lopun sisällön jaoin kolmeen osaan: töihin, taiteilijan esittelyyn ja yhteystietoihin. Ansioluettelon laitoin samalle sivulle taiteilijan esittelyn kanssa, koska tuntui turhalta pitää sitä omalla sivullaan. Esittelysivulta löytyy myös taiteilijan valokuva.

Ylimpänä pääsivulla on iso kuva joko viimeisimmästä teoksesta tai tulevan näyttelyn työstä. Mikäli näyttely on tulossa, voi kuvan yhteyteen laittaa siitä tiedot. Se tuo ajankohtaisuutta sivuille ja kävijä ei voi olla huomaamatta tietoa. Kuvan alapuolella on Maaritin tunnus. Vierittämällä alaspäin valkoisella pohjalla oleva sisältö liukuu pääkuvan päälle. Tunnuksen alla on päänavigaatio: esittely, työt ja yhteystiedot. Kun kursorin vie linkin päälle, muuttuu se mustasta oranssiksi. Vierittämällä alaspäin näkee teoskuvia yksitellen uusimmasta vanhimpaan. Kuvat ovat siksi yksitellen, että ne saavat tilaa ja huomiota enemmän kuin esimerkiksi 2 x 4 -kokoisessa ruudukossa. Jos teoksia ei ole kovin montaa, kuten nyt, ruudukko tai muu vastaava useamman kuvan kokonaisuus ei näytä hyvältä. Kuvien ollessa yksitellen ne voi myös laittaa isompina, ja ennen kaikkea kokonaisuus on selkeä ja yksinkertainen. **Kuva 17** esittää verkkosivujen ulkoasun.

Kun kursorin vie kuvan päälle, muuttuu kuva tummemmaksi ja kuvan päälle ilmestyy teoksen nimi. Klikkaamalla kuvasta pääsee alasivulle, josta löytyy lisää teoskuvia ja teoksen tiedot. Vierittäessä alaspäin pää- tai alasivuilla, seuraa päänavigaatiopalkki mukana sivun ylälaudassa. Mukana seuraava palkki on selkeä ja tekee takaisin- tai nuolipainikkeet tarpeettomiksi.

Sivuilla käytettävä kirjaintyyppi on Helvetica Light-leikkauksella tai muu vastaava groteski. Väreinä on 80% musta ja oranssi (PMS 7471 > RGB 235, 93, 64). Yleisilmeeltään sivut ovat vaaleat, ilmatavat ja rauhalliset oranssin tuodessa hieman väriä.



Kuva 17. Verkkosivujen pääsivulla on iso teoskuva, jonka yhteydessä voi olla ilmoitus tulevasta näyttelystä. Pääsivun sisältöä, teoskuvia, voi vierittää alaspäin. Kun kursorin vie kuvan päälle, ilmestyy teoksen nimi oranssilla. Kuvaa klikkaamalla pääsee alasivulle, jossa on lisää kuvia teoksesta ja teostiedot. Taiteilijan esittelysivulla on tekstin lisäksi kuva ja cv.

Yhteenveto

Lähdin tutkimaan, mikä on luova prosessi – mistä se voi koostua ja minkälainen se on eri suunnittelijoilla. Tavoitteenani oli pohtia omaa identiteettiäni suunnittelijana sekä kehittää työskentelymetodejani löytämieni tietojen ja esimerkkien avulla. Esimerkkiprojektina suunnittelin kuvataiteilija Maarit Kotirannalle logon, käyntikortin, esitteen ja uudistin verkkosivujen ulkoasun. Projektin puitteissa kokeilin erilaisia löytämiäni ideointitekniikoita tai suunnittelumetodeja, joiden arvelin olevan hyödyksi ja avuksi.

Työni keskittyi luovan prosessin tarkastelemiseen, mutta tutkin hieman myös brändin merkitystä taidemaailmassa. Vaikka yritystä, tuotetta, palvelua tai henkilöä ei varsinaisesti voi brändätä, voi brändikuvaan yrittää vaikuttaa viestimällä ydinarvoista johdonmukaisella toiminnalla. Kuvataiteilijan ollessa kyseessä tunnettuutta ja oman brändin muodostumista edistää esimerkiksi profiloituminen tiettytyyppisen taiteen tekijäksi. Se auttaa yleisöä muodostamaan tunnistettavan kuvan, vaikkakin voi muodostua myöhemmin rajoittavaksi tekijäksi. Taiteilijan teokset muodostavat joka tapauksessa sen visuaalisen kuvaston, josta tekijä tunnistetaan. Henkilöbrändin syntyyn voi vaikuttaa esimerkiksi mielenkiintoisilla ja persoonan imagoa tukevilla tarinoilla. Taidemaailmassa olennaisia ovat edelleen suhdetoiminta ja verkostoituminen.

Kirjallinen aineisto ja haastattelut tarjosivat hyviä näkökulmia ja ajatuksia luovuudesta ja luovasta prosessista. Luovuuden voisi ehkä tiivistää ominaisuudeksi, joka koostuu intohimosta, kovasta työstä, ajan hallitsemisesta, uskosta itseensä sekä omaperäisyydestä. Luova prosessi eri tekijöiden välillä taas on kaukaa katsottuna samanlainen, mutta läheltä tarkasteltuna hyvinkin erilainen. Työskentely-, ideointi- ja inspiroitumistapoja on melkein yhtä monta kuin tekijöitäkin, pitää

vain kokeilemalla etsiä se itselle sopivin. Suurimpana erona taiteellisen ja kaupallisen produktion välillä ovat ulkopuolisen tilaajan intressit: tehtävän työn tarkoitus ja työn rajoitteet. Suunnittelijoiden ja taiteilijan haastatteluista ilmeni, että inspiraatio ja ideat voivat tulla kaikilla hyvinkin samanlaisista lähteistä: nähdystä oman alan töistä ja visuaalisesta ympäristöstä. Omassa projektissa tai taiteellisessa työssä suurin kriitikko on tekijä itse ja työllä on periaatteessa rajattomat toteuttamismahdollisuudet. Rajoitteista ja aikatauluista on kuitenkin hyötyä, sillä ne antavat raamit, joiden sisällä työskennellä.

Tärkeimpinä kohtana nousi esiin kyky määritellä ongelma, jotta osaa etsiä siihen ratkaisun. Tutkimus auttaa sekä kehittämään merkityksellisen ja hyvin ajatellun ratkaisun ongelmaan että perustelevaan ratkaisuun asiakkaalle. Ideointivaiheessa kannattaa tutkia eri vaihtoehtoja ennen kuin tarttuu yhteen. Intensiivisen ideointijakson aikana voi tuottaa paljon erilaisia alkuja, joista sitten tarttuu yhteen tai useampaan jalostaakseen niitä pidemmälle. Esimerkiksi referenssikuvien etsiminen ja miellekarttojen tekeminen auttaa nopeasti alkuun. Jos työ ei tunnu etenevän, kannattaa siitä pitää pieni tauko ja miettiä toisenlaista lähestymistapaa. Myös ulkopuolelta tulevat mielipiteet voivat olla arvokas apu, mutta ohjaukset kannattaa pitää itsellä ettei työ leviä käsiin. Riskin ottaminen ja epäonnistumisen mahdollisuuden hyväksyminen voi johtaa loistavaan uudenlaiseen ratkaisuun tai toimia harmillisena, mutta opettavaisena kokemuksena.

Suunnitellessani visuaalista ilmettä kokeilin erilaisia tutkimuksen avulla löytämiäni ideoita prosessin aikana. Tuotin alussa enemmän luonnoksia esimerkiksi tunnuksesta kuin yleensä aiemmin luonnostellessani. Se loi varmuutta myöhemmissä vaiheissa siitä, että olin kokeillut monia vaihtoehtoja ennen kuin valitsin tietyn suunnan. Yritin myös saada asiakkaasta ja aiheesta paljon tietoa. Maaritin oma kuvaus tyylistään ja käsittelemistään teemoista auttoi vahvistamaan sitä kuvaa, joka oli syntynyt teoskuvia katsoessa. Taustojen tunteminen tuo syvyyttä suunnitteluun ja luo tunteen siitä, että tietää mitä tekee. Kokeilin myös eräässä aineistossa vastaan tullutta hyvällä tavalla erikoista inspiraation synnyttämismetodia. Siinä asiakkaalta pyydetään lista sanoista, jotka hän assosioi työhönsä. Syntyneen listan perusteella aloitetaan visuaalisen ilmeen suunnittelu. Metodi sopinee vain kokeelliseen luovan alan suunnitteluprojektiin. Omalla kohdalla menetelmä ei oikeastaan tuottanut tulosta, koska olin jo nähnyt millaisia Maaritin työt ovat. Niistä syntyneitä visuaalista mielikuvaa eivät sanat enää pystyneet muuttamaan. Myös sitkeän työskentelyn ja taukojen pitämisen merkitys myös todella kristallisoitui tämän projektin aikana. Monessa vaiheessa tuntui, ettei työ etene toivottuun suuntaan ja teki

mieli tyytyä siihen, mitä viimeksi oli saanut aikaan. Kun työhön otti ensin hieman etäisyyttä, niin näki paremmin mihin suuntaan jatkaa.

Kirjallisen aikataulun asettamisen tärkeyden sain kokea kantapään kautta. Projekti venyi suunniteltua pidemmäksi, ja vaati enemmän aikaa ja vaivaa kuin olin alun perin ajatellut. Ymmärsin projektin yhteydessä myös muistikirjan pitämisen hyödyllisyyden. Vaikka kuinka juuri idean syntyhetkellä tuntuu siltä, että sitä ei unohda, unohtuu se silti. Muistikirjaan voi palata aina uudestaan muiden projektien yhteydessä ja löytää sieltä inspiraatiota. Hedelmällisintä on laittaa ajatukset ylös juuri jonkin työn tai projektin valmistumisen jälkeisen idearyöpön yhteydessä. Ne ovat silloin pakottamatta tulleita ja siksi uusia ja jopa mahdollisesti luovia.

Koko opinnäytetyön suurimmaksi ongelmaksi muodostui aikataulun puuttuminen. Sellaista ei laadittu asiakkaan eikä ohjaajan kanssa. Tarkarajattomuus aiheutti priorisointi- ja fokusointiongelmia, mikä osaltaan johti työprosessin pirstaloitumiseen ja turhaan työhön. Myös tutkimusaiheen ja toiminnallisen osuuden yhteen sovittaminen osoittautui haastavaksi. Yhdessä ne muodostivat melko laajan kokonaisuuden. Työn aiheen tarkempi rajaaminen olisi helpottanut kirjallisen osuuden näkökulman löytämisessä. Osuudessa olisi voinut käsitellä pelkästään vaikkapa brändiä taidemaailmassa tai typografiaa taidepainatteissa. Opinnäytetyön henkilökohtainen luonne teki prosessista mielenkiintoisen mutta raskaan. Itsensä ja omien toimiensa tarkastelu vaati aikaa ja viitseliäisyyttä, mutta se oli myös opettavaista ja antoisaa.

Arvioisin opinnäytetyön kokonaisuudessaan vastaavan sille asetettuihin tavoitteisiin. Koin löytäneeni hyviä esimerkkejä siitä, mitä elementtejä hyvä suunnitteluprosessi pitää sisällään. Ymmärrän myös paremmin mitä kohtia omassa työssäni pitää parantaa ja miten. Toiminnallisen osuuden visuaalinen ilme on mielestäni myös kohtuullisen onnistunut. Suunnittelemani tunnus kuvastaa taiteilijan identiteettiä. Se on alleviivaamaton, minimalistinen ja toistaa taiteilijan töiden henkeä. Myös käyntikortti on yksinkertainen ja yleisilmeeltään valkoinen – kuten teoksetkin ovat. Esitteestä tuli ilmava, mutta myös dynaaminen ja kiinnostava. Verkkosivujen ulkoasu suunnitelma jatkaa osaltaan yksinkertaista ja hiljaista ilmettä esitellen edustavasti ja informatiivisesti teokset.

Jos tekisin työn nyt uudestaan, lähtisin hieman eri tavalla liikkeelle. Graafisen suunnittelun prosesseista kertovat tekstit painottivat ongelman tunnistamista. Asiakas pyysi minulta käyntikortin ja esitteen,

verkkosivun suunnittelua ehdotin itse. Verkkosivut ovat kuitenkin tärkeät nykyään, ja ennen kaikkea ne ovat muokattavissa tarpeen vaatiessa. Taiteilija tuottaa uusia teoksia ennemmin tai myöhemmin, ja verkkoon niitä on helppo lisätä. Esitteen sijaan paukut olisi voinut laittaa verkkosivujen suunnitteluun ja toteuttamiseen. Esitekin olisi toki tehty, mutta pienempänä. Se olisi mielestäni voinut toimia jopa vain verkkosivujen ”teaserina”. Hienona ja ytimekkäänä sellaisena tietysti. Teoskuvien laadussa oli parantamisen varaa, ja jouduimme tekemään esitteen tätä silmällä pitäen. Ruutu välineenä antaa paperia paremmin anteeksi puutteet kuvanlaadussa eikä rajoita kuvien määrää. Domain- ja sivujen ylläpitomaksut ovat myös huomattavasti edullisemmat kuin vaikkapa 100 kappaleen erän painattaminen 8-sivuista esitettä hyvälle paperille.

Itselleni on tyypillistä olla tyytymätön työn valmistuessa: lopputulos ei tyydytä ja tuntuu, että juuri kun olen saanut sen valmiiksi, keksin paremman idean. Luultavasti kyse on suorittamisen ja luomisen loppumisesta. Paine onnistua poistuu ja silloin aidosti uusille ajatuksille tulee tilaa nousta esiin. Ajatukset ovat työstäneet tehtävää jo oman aikansa ja mieli on orientoitunut siihen liittyvien ideoiden vastaanottamiselle. Pieni suvantovaihe suorittamisen jälkeen antaa mahdollisuuden palautumiseen ja auttaa ajatustyötä eteenpäin. Sama asia todettiin Kosken ja Tuomisen kirjassa. Inspiraatio tulee vasta kun mieli on valmis siihen. Sitä ennen pitää tehdä töitä sen eteen. Luova tuote ei myöskään synny heti inspiraation jälkeen, vaan se kaipaa paljon työtä ja kehittämistä. Itse näkisin myös, että jos ei keksi mitään parannettavaa, se tarkoittaa sitä, että joko lopputulos on täydellinen tai sitä, ettei ole ymmärretty alkuperäistä ongelmaa.

Työ jatkuu vielä verkkosivujen toteuttamisen merkeissä. Myös esite odottaa vielä painattamista. Uskon, että opinnäytetyöni voi tarjota hyviä ajatuksia ja havaintoja sellaiselle, joka painii riittämättömältä tuntuvien työskentelymetodien kanssa tai on vasta muodostamassa niitä. Lähdeluettelossa mainituista kirjoista voi löytyä sellaisia itselle sopivampia työskentelytapoja, joita en ole tässä työssä maininnut. Fyysisen työn osuus työtehtävistä vähenee jatkuvasti ja ajatustyöläisten osuus kasvaa. Luovan ajattelun ja toiminnan ymmärtäminen auttaa pärjäämään tällaisissa työympäristössä ja -tehtävissä. Huipuksi ei ehkä yllä kuin muutama lahjakas, mutta erittäin hyväksi voi tulla kovalla työllä. Myös luovuutta voi harjoittaa kuin hauista.

Lähteet

Adamson Allen 2013. What Picasso Knew: Branding Tips For Artists From An Art Basel Insider. Forbes. [verkkosivu] <<http://www.forbes.com/sites/allenadamson/2013/05/22/what-picasso-knew-branding-tips-for-artists-from-an-art-basel-insider/>> (Luettu 10.2.2014)

Cass Jacob 2010. Branding, Identity & Logo Design Explained. [verkkosivu] <<http://justcreative.com/2010/04/06/branding-identity-logo-design-explained/>> (Luettu 10.2.2014)

Ddo 2009. A Model of the Creative Process. [PDF] <<http://www.dubberly.com/concept-maps/creative-process.html>> (Haettu 28.2.2013)

Dudley Esther & Mealing Stuart 2000. Becoming Designers. Bristol, GBR: Intellect Ltd.

Graafinen.com 2012a. Graafinen suunnittelu pähkinäkuoressa. [verkkosivu] <<http://www.graafinen.com/suunnittelu/graafinen-suunnittelu-pahkinankuoressa/>> (Luettu 26.2.2013)

Graafinen.com 2012b. Luova prosessi. [verkkosivu] <<http://www.graafinen.com/luovuus/luova-prosessi/>> (Luettu 10.3.2013)

Hinkka Jorma 2012. Graafisen suunnittelijan toinen kieli ja muita kirjoituksia. Helsinki: Aalto ARTS Books.

Hovi Päivi 1990. Mainonta Suomessa. Kehitys ja vaikutteet 1890-luvulta 1930-luvun alkuun. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja A8.

Koski Jussi T. & Tuominen Saku 2007. Kuinka ideat syntyvät: luovan ajattelun käsikirja. Helsinki: WSOY.

Lucienne Roberts & Rebecca Wright 2010. Design Diaries: Creative Process in Graphic Design. London: Laurence King Publishing Ltd.

Merriam-Webster 2014. Artist. [verkkosivu] <<http://www.merriam-webster.com/dictionary/artist>> (Luettu 23.2.2014)

Modern edition.com 2014. Branding in contemporary art. [verkkosivu] <<http://www.modernedition.com/art-articles/branding-and-art-art-as-brand.html>> (Luettu 20.2.2014)

Poikolainen Liisa 1994. Design Management. Yrityskuvasta kilpailuvaltti. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Pohjola Juha 2003. Ilme. Visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Infoviestintä Oy.

Skolos Nancy & Wedell Thomas 2012. Graphic Design Process: From Problem to Solution. London: Laurence King Publishing Ltd.

Steurer Chris 2012. An Effective Graphic Design Process. Paternogroup.com 20.6.2012. [verkkosivu] <<http://paternogroup.com/PGroupBlog/2012/06/20/an-effective-graphic-design-process/>> (Luettu 10.3.2013)

The Free Dictionary 2013. Process. [verkkosivu] <<http://www.thefreedictionary.com/process>> (Luettu 25.2.2013)

Vuollet Janne 2011. Taiteilijan brändin paloja. Opinnäytetyö. Pori: Aalto-yliopiston taideteollinen korkeakoulu, Porin taiteen ja median laitos. Luettavissa osoitteessa <www.taik.fi/optika/index.php?id=54> (Luettu 22.1.2014)

Wheeler Alina 2003. Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building and Maintaining Strong Brands. New Jersey: John Wiley & Sons.

Wikipedia 2012. Prosessi. [verkkosivu] <<http://fi.wikipedia.org/wiki/Prosessi>> (Luettu 25.2.2013)

Wikipedia 2013a. Taide. [verkkosivu] <<http://fi.wikipedia.org/wiki/Taide>> (Luettu 3.3.2014)

Wikipedia 2013b. Planning. [verkkosivu] <<http://en.wikipedia.org/wiki/Planning>> (Luettu 25.2.2013)

Wikipedia 2014. Creativity. [verkkosivu] <<http://en.wikipedia.org/wiki/Creativity>> (Luettu 22.2.2014)

Kuvalähteet:

Kuva 2. Traynor Des 2013. Criticism and Two Way Streets.
[verkkosivu] <<http://insideintercom.io/criticism-and-two-way-streets/>> (28.2.2013)

Kuva 3. Cámara: Thomas Demand. 2008. La Fábrica y Fundación Telefónica. Espanja: La Fábrica y Fundación Telefónica.

Kuva 4. Elina Merenmies. 2004. Galerie Anhava. Helsinki: Galerie Anhava.

Kuva 5. Rauha Mäkilä 2014. [verkkosivu] <<http://www.rauhamakila.com/>> (Luettu 26.9.2013)

Haastattelut:

Kotiranta Maarit 2013. Kuvataiteilija. Haastattelu: 7.11.2013.

Kosonen Inka 2014. Graafinen suunnittelija. Freelance. Haastattelu: 26.2.2014.

Vähäsarja Kari 2014. Graafisen suunnittelun tuntiopettaja. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Haastattelu: 26.2.2014.