

Vili-Veikko Makkonen

SMILE YOU'RE ALIVE – printtituoteperheen suunnittelu

Opinnäytetyö

Muotoilija AMK

Muoti ja puvustus

2024



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Muotoilija (AMK)
Tekijä/Tekijät	Vili-Veikko Makkonen
Työn nimi	SMILE YOU'RE ALIVE - printtituoteperheen suunnittelu
Toimeksiantaja	Creature grove, perusteilla oleva yritys
Vuosi	2024
Sivut	60 sivua, liitteitä 0 sivua
Työn ohjaaja(t)	Iida Silvennoinen

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyössä suunniteltiin viidestä printistä koostuva hahmokeskeinen printtituoteperhe. Printtituoteperhe luotiin osaksi henkilökohtaista brändiä eikä tutkimukselle ollut ulkopuolista tilaajaa. Printtituoteperheen tarkoituksena on kasvattaa ja tuoda näkyvyyttä brändille ja samalla tutusta printtien maailmaan.

Tutkimusmenetelminä opinnäytetyössä käytettiin Pirkko Anttilan käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistusprosessin teoreettista mallia, kuva-analyysia sekä moodboard-työskentelyä. Työn suunnitteluprosessia dokumentoitiin valokuvien avulla. Tutkimuksen pääkysymyksenä oli: ”Kuinka suunnitella hahmokeskeinen printtituoteperhe?” Alakysymyksenä oli: ”Kuinka luon printtituoteperheeseen kuuluvan yhteneväisyyden?”

Työssä tutkittiin printtejä ja niissä esiintyviä elementtejä, kuten värejä. Tutkimuksen aikana otettiin myös selvää printtien ja kuosien välisestä eroista. Tutkimusta printeistä tehtiin lähdekirjallisuuden avulla ja samalla tutustuttiin erilaisiin suunnittelijoihin ja heidän printteihinsä. Tove Janssonin printteihin tutustuttiin esimerkinomaisesti työn aikana, ja hänen printteistään tehtiin laajempaa tutkimusta kuva-analyysin muodossa.

Työn produktiivisessa osassa valmistettiin viidestä printistä koostuva hahmokeskeinen printtituoteperhe. Printteihin luotiin tuoteperheeseen kuuluva yhteneväisyys toistuvan hahmon sekä maalaustekniikoiden avulla. Printit luotiin maalaus pohjille käyttäen akryylimaalaja ja tusseja. Printtituoteperheelle päädyttiin antamaan nimi SMILE YOU'RE ALIVE. Printtituoteperheen nimi viittaa printeissä esiintyvään hahmoon ja hänen toimintoihinsa. Työssä käytettiin paljon erilaista lähdemateriaalia ja kaikkiin tutkimuskysymyksiin saatiin vastaus.

Asiasanat: kuosi, kankaanpainanta, printti, tuoteperhe, väripsykologia

Degree title	Bachelor of Culture and Arts
Author (authors)	Vili-Veikko Makkonen
Thesis title	Designing SMILE YOU'RE ALIVE print product family
Commissioned by	Creature grove, an upcoming business
Time	2024
Pages	60 pages, 0 pages of appendices
Supervisor	lida Silvennoinen

ABSTRACT

The objective of this thesis was to design a print product family consisting of five different prints. This product family was created for a personal brand, without an external client for the thesis. The purpose of the print family was to enhance the visibility and growth of the brand while also studying the world of prints.

The research methods used in the thesis included Pirkko Anttila's model of theoretical handcraft design and production process, picture analysis and the use of mood boards. The design process was documented with the use of photographs. The main question of the thesis was: "How to design a character-centered print product family?" The sub-question was "How to create consistency within the print product family?"

The thesis examined different prints and the elements within them, such as colours. During the research process, the differences between prints and patterns were studied. Different kinds of literature was used to study prints and various designers and their creations. An example of this was a study into the prints of Tove Jansson in the form of picture analysis.

In the productive part of this thesis, a character driven print product family consisting of five different prints was created. The cohesion in the prints was created with the use of a recurring character and painting techniques. The prints were created on painting canvases using acrylic paints and markers as materials. The product family was named SMILE YOU'RE ALIVE. The name refers to the recurring character and its actions in the prints. An extensive amount of reference material was used during the thesis and all the research questions were successfully answered.

Keywords: pattern, textile printing, print, product family, colour psychology

SISÄLLYS

KÄSITTEET	5
1 JOHDANTO	6
2 TUTKIMUSASETELMA	6
2.1 Aikaisemmat tutkimukset	7
2.2 Käsitekartta	8
2.3 Viitekehys	9
2.4 Tutkimuskysymykset ja tavoite	11
3 TUTKIMUSMENETELMÄT	11
3.1 Suunnittelu- ja ongelmanratkaisumalli	12
3.2 Moodboard-työskentely	13
3.3 Kuva-analyysi	14
4 PRINTTI VAI KUOSI?	14
5 MUUMIT KUVA-ANALYYSIN KOHTEENA	17
6 SMILE YOU'RE ALIVE -PRINTTITUOTEPERHEEN SUUNNITTELU	23
6.1 Alkumielikuva ja perustoimintojen määrittely	24
6.2 Brändi	27
6.3 Tunnelmataulut	28
6.4 Tutkimustyö	32
6.5 Väripsykologia	33
6.6 Mielikuvan täsmentyminen ja toimintakierrokset	36
6.7 Valmiit työt	39
7 SMILE YOU'RE ALIVE TUOTEPERHE	45
8 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI	51
9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO	52
10 POHDINTA	53
LÄHDELUETTELO	55
KUVALUETTELO	58

KÄSITTEET

Kankaanpainanta, textile printing

Prosessi, jossa valmiiksi luotu kuva painetaan kuvioksi kankaalle (Abraham, Whewell, 2024).

Kuosi, pattern

Toistuva kuvio esineen tai asian pinnassa (Designarkisto s.a.).

Printti, print

Yksittäinen kuva tai teksti, joka painetaan esineen tai asian pintaan (Cambridge dictionary s.a.).

Tuoteperhe, product family

Yhteneväinen sarja tuotteita, joissa toistuu samankaltaiset elementit. Tuotteet ovat saman brändin tai henkilön luomia. (Cambridge dictionary s.a.).

Väripsykologia, color psychology

Väripsykologia tutkii värien vaikutusta ihmisten aisteihin, toimintoihin ja käyttäytymiseen (Masterclass 2021).

1 JOHDANTO

Hahmojen luominen on ollut itselleni aina mielenkiintoista, jonka vuoksi halusin hyödyntää itse luomia hahmojani osana opinnäytetyöni kokonaisuutta. Kiinnostus printteihin on kasvanut opintojeni aikana, jonka myötä halusin yhdistää hahmojen suunnittelun ja printit osaksi opinnäytetyötäni.

Opinnäytetyöni aiheena on suunnitella hahmokeskeinen printtituoteperhe. Tuoteperheen suunnittelua on lähestytty erilaisia tutkimusmenetelmiä käyttäen. Suunnitteluprosessin pohjana käytän Pirkko Anttilan käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistusprosessin teoreettista mallia. Menetelmien lisäksi tutkin prosessin aikana erilaisia elementtejä, joita printeissä esiintyy, kuten värejä ja niiden psykologiaa. Printit valmistetaan maalaus pohjille käyttäen akryylimaalaa sekä tusseja. Lopullinen tuoteperhe koostuu viidestä erilaisesta uniikista hahmokeskeisestä printistä.

Työlleni ei ole ulkopuolista tilaajaa, jonka takia tein printtituoteperheen omalle brändilleni. Tarkoituksena on jatkossa tuotteistaa printtituoteperheessä esiintyviä printtejä ja samalla kasvattaa henkilöbrändiäni. Brändäyksen avulla pyrin kaupallistamaan omaa osaamistani sekä tuoteperheeni.

Aihetta lähestyessäni tutkin aikaisempia tutkimuksia aiheesta ja huomasin, ettei hahmokeskeisiä tutkimuksia printeistä ole aikaisemmin tehty tai niitä on hyvin vaikea löytää. Monet printeistä tehdyt tutkimukset keskittyvät printteihin yleisellä tasolla, jonka takia tutkimukseni hahmokeskeinen näkökulma on uniikki muiden tutkimuksien ohella.

2 TUTKIMUSASETELMA

Opinnäytetyöprosessin aikana on tutkittu elektronisia lähteitä, kirjallisuutta ja aikaisempia tutkimuksia liittyen aiheeseen. Tutkimusasetelmaa on lähestytty käyttäen käsittekarttaa, viitekehystä sekä suunnittelumallia. Käsittekartan ja viitekehysten avulla tutkimus on rajattu selkeisiin osa-alueisiin ja tavoitteisiin. Viitekehys sisältää tutkittavan aiheen kannalta oleelliset käsitteet.

Opinnäytetyössä on keskitytty hahmokeskeisten printtien ja tuoteperheen suunnitteluprosessiin.

2.1 Aikaisemmat tutkimukset

Kirjallisuutta etsiessä löysin lukuisia tutkimuksia, joiden pääpainotuksena oli printin luominen. Suurin osa tutkimuksista löytyi verkkokirjastosta amk-opin- näytetöiden muodossa. Pro gradu- ja väitös tutkimuksia aiheesta oli vaikea löytää. Suurin osa printtikeskeisistä tutkimuksista keskittyy mallistojen tekemi- seen tai kuvitustyöhön. Tutkimustyötä tehdessäni en löytänyt aikaisempia tut- kimuksia hahmokeskeisistä printeistä ja niiden suunnittelusta. Tämän takia olen valinnut tutkimuksia, jotka ovat mahdollisimman lähellä omaa aihealuet- tani. Suurin osa aikaisemmista tutkimuksista on tehty yhteistyössä toimeksian- tajan tai kuvittajan kanssa. Omassa opinnäytetyössäni keskityn luomaan print- tituoteperhettä omalle brändilleni ilman yhteistyökumppaneita.

Palovuoren (2016) tekemä opinnäytetyö ”Haave -mallisto, printtimallisto inspi- roituneena Oili Tannisen Nunnu-kirjojen kuvituksista” keskittyy printtimalliston suunnitteluun, joka valmistettiin inspiroituneena Oili Tannisen Nunnu-kirjojen kuvituksista. Lähtökohtana tutkimuksessa oli luoda lapsuudesta mieleen jää- neen kirjan pohjalta printtejä (Palovuori 2016, 7). Tavoitteena työssä oli luoda printtimallisto. Tutkimusmenetelminä opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivisia menetelmiä ja etnografisen tutkimuksen menetelmiä. Tutkimuksen lopputulok- seen päästiin kuva-analyysin sekä haastattelun avulla. Produktiivinen osa opinnäytetyötä tehtiin Nunnu-kirjojen kirjailijan Oili Tannisen selkeitä raameja noudattaen, jolloin kirjojen kuvitukset toimivat selkeinä vaikutteina ilman, että työ olisi alkuperäisten kuvituksien kopioimista (Palovuori 2016, 56).

Partasen (2011) opinnäytetyö käsittelee kuosisuunnittelua vaateustekstiileihin kuvittajan näkökulmasta. Tavoitteena opinnäytetyössä oli luoda toteuttamis- kelpoisia kuosikuvituksia, jotka ilmaisevat tekijän omaa tyyliä (Partanen 2011, 11). Opinnäytetyössä on perehdytty kuvittamisen kirjallisuuteen sekä histori- aan. Tämän lisäksi opinnäytetyössä on hyödynnetty eri taiteilijoiden elämän- kertoja ja kuvitukseen liittyvää symboliikkaa (Partanen 2011, 13). Opinnäyte- työssä on luotu useita erilaisia kuoseja. Opinnäytetyössä läpikäydään useita erilaisia printtien painamiseen liittyviä menetelmiä, ja niiden hyviä ja huonoja

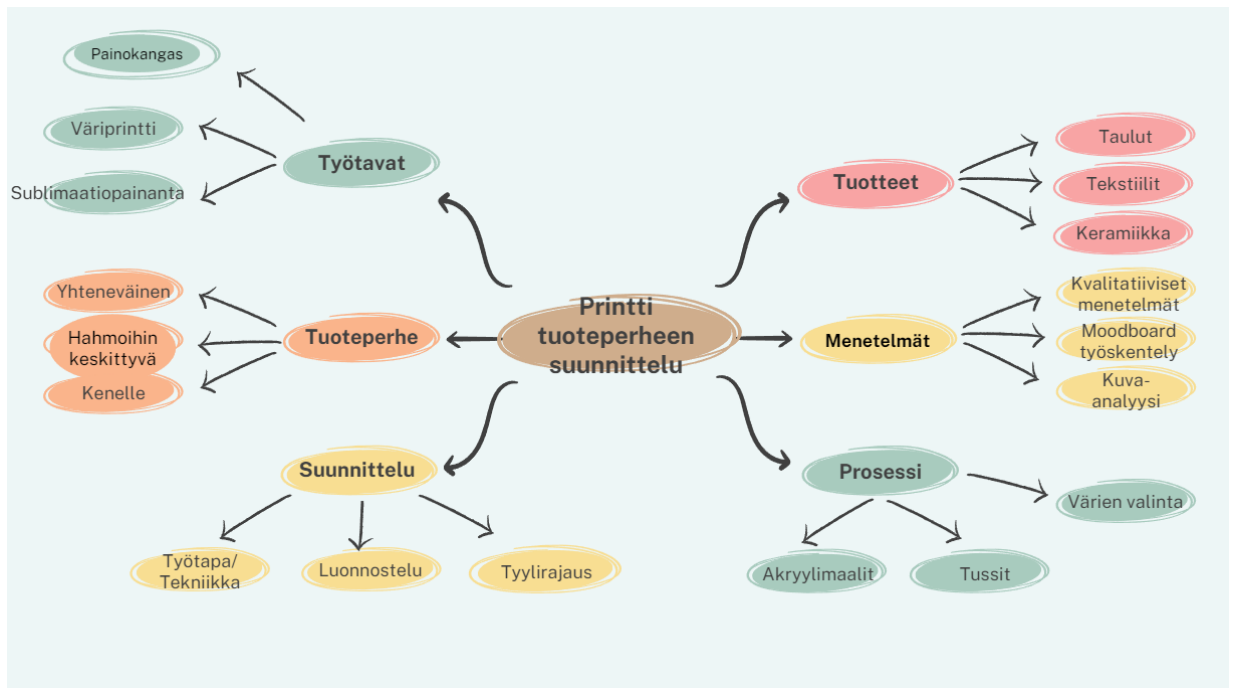
puolia tuodaan ilmi työn edetessä. Tuloksena opinnäytetyössä oli kuosit, jotka ovat osana tekstiilejä.

Harjun (2013) opinnäytetyössä suunnitellaan lasten kuosimallisto Lennol Oy:lle. Tavoitteena opinnäytetyössä oli luoda mallisto, joka sopii toimeksiantajan brändiin (Harju 2013, 10). Opinnäytetyössä on käytetty monipuolisesti tutkimusmenetelmiä. Menetelminä on käytetty teemahaastattelua, trendianalyysia sekä osallistavan suunnittelun menetelmiä. Työssä perehdytään kankaanpainannan erilaisiin menetelmiin ja niiden tuomiin etuihin sekä haasteisiin. Opinnäytetyössä painotetaan suuresti kuosien käyttäjäkeskeisyyttä. Kuoseissa on huomioitu värit ja kuvitukset käyttäjälähtöisesti. Kuoseja on suunniteltu sekä pojille että tytöille, mutta myös molemmille sukupuolille tarkoitettuja kuoseja löytyy. Opinnäytetyön produktiivisen osion tuloksena syntyi kolme kuosiperhettä, joilla jokaisella on oma teemansa. (Harju 2013, 2.)

Forsman (2017) keskittyy pro gradu -tutkielmassaan suomalaiseen kuosisuunnitteluun ja sen vetovoimaisuuteen Japanissa. Tutkielmassa on selvitetty, mikä suomalaisessa kuosisuunnittelussa kiehtoo japanilaisia ja miksi suomalaisella designilla on niin paljon vetovoimaa Japanissa. Tutkimus sisältää teollisen osion lisäksi taiteellisen osion, jossa kerätyn tiedon pohjalta on suunniteltu oma kuosimallisto. Kuosit, jotka on suunniteltu tutkielman taiteellisessa osiossa, ovat osana sisustus ja tekstiilituotteita. Tutkimus sisältää sisustuksen näkökulmasta myös kulttuurista tutkimusta, sillä tärkeässä roolissa on ollut tutustuminen japanilaisen estetiikan käsityksiin. (Forsman 2017, 2.)

2.2 Käsitekartta

Käsitekartta on työkalu, jonka avulla voidaan esittää tutkimuksen olennaisia asioita graafisessa muodossa. Käsitekartan avulla selkeytetään ja rajataan tutkimuksen tekemistä sekä osoitetaan, miten käsitekartan käsitteet liittyvät toisiinsa. (Metodix 2014).



Kuva 1. Opinnäytetyön käsittekartta

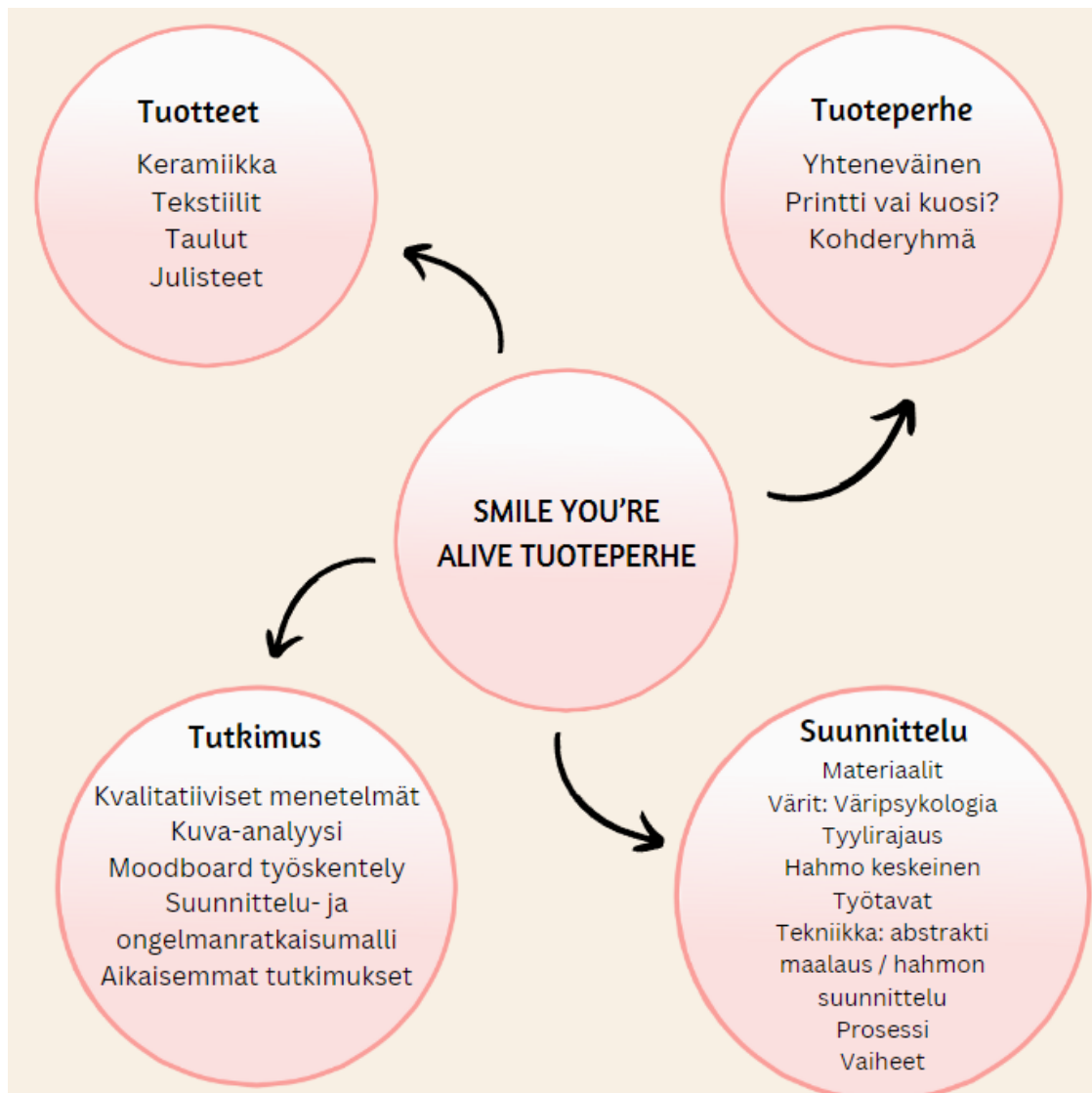
Käsittekartan (kuva 1) avulla ilmenee mitä tutkimuksessa tavoitellaan ja mitä käsitteitä sen ympärillä on. Opinnäytetyön tavoitteena suunnitellaan tuoteperhe, joka koostuu printeistä. Tämän takia käsittekartta on rakennettu tutkimuksen tavoitteen ympärille. Käsittekartan avulla on helpompi ymmärtää se, mitä kaikkea tavoitteeseen pääseminen vaatii.

Käsittekartassa (kuva 1) kuvataan, mitä suunnitteluprosessin aikana tulee ottaa huomioon, kun suunnittelen printtituoteperhettä. Käsitteet on jaettu kuuteen kokonaisuuteen, jotka ovat työtavat, tuoteperhe, suunnittelu, prosessi, menetelmät ja tuotteet. Nämä kuusi kokonaisuutta jakautuvat pieniin osioihin, jotka ovat liitännäisiä niihin yhdistettyyn käsitteeseen. Osioista saadaan selvää mitä kaikkea suunnittelutyö pitää sisällään, ja mitä työn aikana täytyy huomioida. Kaikkien käsitteiden ja osioiden yhdistelmä antaa kuvan printtituoteperheen suunnitteluprosessista.

2.3 Viitekehys

Viitekehys antaa perustan tutkimukselle ja sisältää tutkimuksen kannalta oleelliset käsitteet. Viitekehys koostuu erilaisista aiheeseen liittyvistä perspektiiveistä, joiden näkökulmasta tutkimusta tarkastellaan. Viitekehys sisältää

keskeisen aiheeseen ja toisiinsa liittyvän aineiston. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)



Kuva 2. Opinnäytetyön viitekehys

Viitekehyksestä (kuva 2) selviää tutkimuksen keskeisimmät käsitteet. Viitekehysten keskiössä on tavoite, johon pyritään ja sitä ympäröi eri osa-alueet, jotka täytyy huomioida, jotta tavoite toteutuu.

Viitekehyksessäni (kuva 2) kuvaan asioita, jotka vaikuttavat tutkielmani lopputulokseen. Tutkielman lopputulos on viitekehysten keskellä ja se jakautuu neljään eri osioon. Osiot pitävät sisällään esimerkiksi suunnitteluun ja tekemiseen käytetyn ajan, materiaalit ja työtavat. Tuoteperheeseen liittyviä tekijöitä on sen luoma yhteneväisyys, kohderyhmä sekä printin ja kuosin erottelu toisistaan. Viitekehyksessä myös tulee ilmi tuoteperheen mahdollinen tuotteistaminen,

joka on jaettu keramiikkaan, tekstiileihin, tauluihin ja julisteisiin. Viimeisenä viitekehyksessä tulee ilmi tutkielmassa käytetyt tutkimusmenetelmät, kuten kuva-analyysi, mood-board työskentely ja suunnittelu- ja ongelmanratkaisumallin käyttö. Neljä käsitettä eli suunnittelu, tuoteperhe, tuotteet ja tutkimus ovat kaikki tärkeitä tekijöitä, jotka liittyvät kehyksessä esiintyvään pääkäsitteeseen ja sen saavuttamiseen.

2.4 Tutkimuskysymykset ja tavoite

Tutkimus lähtee liikkeelle, kun tutkija löytää tutkittavasta ilmiöstä olennaisen kysymyksen, johon pyritään löytämään vastaus. Kysymykset on muotoiltava niin, että niihin saadaan vastaukset aineiston avulla. Tutkimukselle on asetettava pääkysymys ja sitä voidaan tarkentaa alakysymyksillä (Anttila 2000, 168).

Opinnäytetyöni päätutkimuskysymykseni on: ”Kuinka suunnitella hahmokeskeinen printtituoteperhe?”.

Alakysymykseni opinnäytetyössä on: ” Kuinka luon printtituoteperheeseen kuuluvan yhteneväisyyden?”.

Kysymyksiin etsitään vastauksia aikaisempien tutkimusten, kirjallisuuden ja printtien kautta. Printtien kohdalla vastauksia etsitään printeistä löytyvistä elementeistä, kuten väreistä ja tekniikoista. Pääkysymykseen vastatakseni keskityn tutkimaan printtejä, joissa hahmo on työn pääpiirteenä. Printeistä otetaan suunnittelutyössä korkeintaan vaikutteita, jotta työskentely ei menisi kopioimisen puolelle. Samalla otetaan selvää, miten tuoteperheen voi luoda erilaisin keinoin. Työn tavoitteena on suunnitella hahmokeskeinen printtituoteperhe. Työn painotus on produktiivinen.

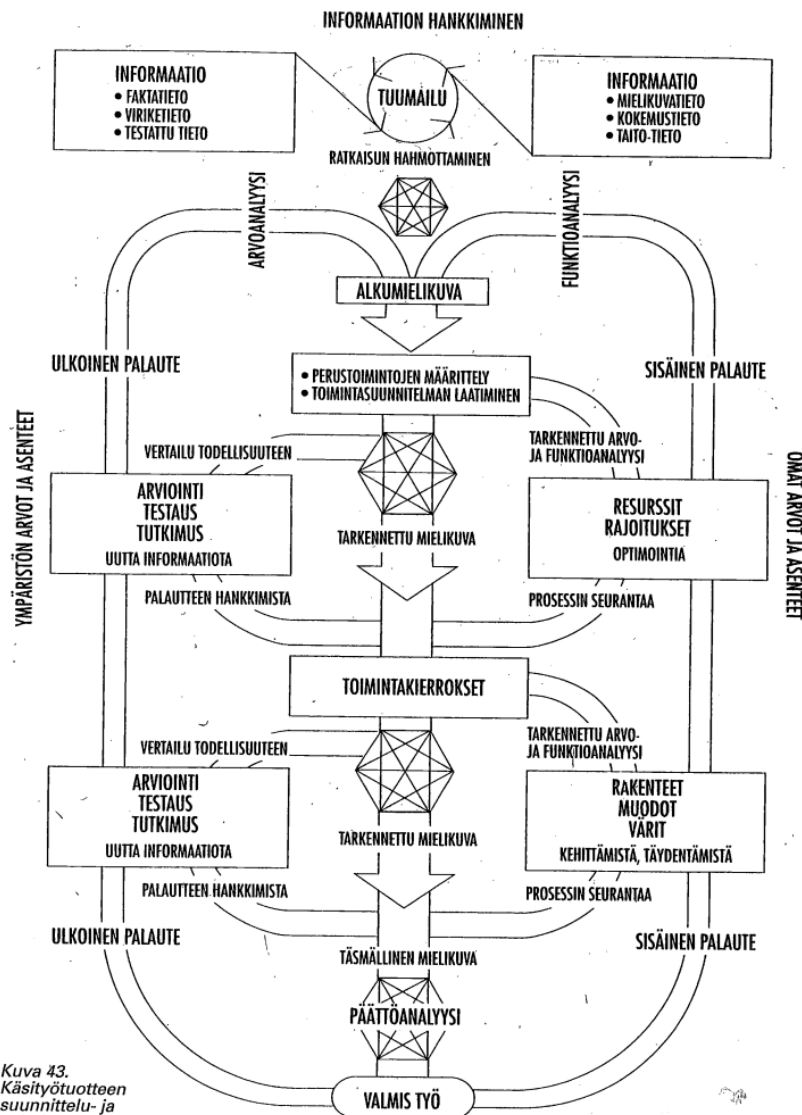
3 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tutkimusmenetelmät opinnäytetyössä ovat laadullisia eli kvalitatiivisia menetelmiä. Laadullinen tutkimus on aina erilaisiin aineistoihin ja niiden analyysiin perustuvaa (Juhila 2021). Tutkimusmenetelmiksi valitsin moodboard-työskentelyn ja kuva-analyysin, sillä koin ne sopivimmaksi tutkielman sisältöä

ajatellen. Käytän suunnitteluprosessissa myös Pirkko Anttilan käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistusprosessin teoreettista mallia.

3.1 Suunnittelu- ja ongelmanratkaisumalli

Käytän opinnäytetyössäni Pirkko Anttilan käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistusprosessin teoreettista mallia (kuva 3) suunnitteluprosessin aikana. Mallin avulla saan hyvän pohjan suunnitteluprosessilleni ja siihen voi palata opinnäytetyön jokaisessa vaiheessa. Suunnitteluprosessissa käyn mallia läpi vaiheittain. Eri vaiheet mallista pitävät sisällään osan suunnitteluprosessin etenemisestä. Prosessin edetessä avaan vaiheiden sisällön ja kerron mitä käyn läpi työn eri vaiheissa.



Kuva 3. Käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistus-

Kuva 3. Käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistusprosessin teoreettinen malli (Anttila 1993, 111)

Käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistusprosessin teoreettinen malli (kuva 3, 12) on Pirkko Anttilan kehittämä kaavio, jonka avulla pyritään todentamaan suunnitteluprosessiin liittyviä mielikuvia. Malli soveltuu hyvin suunnittelutyöhön, sillä siinä käydään läpi suunniteltavaan tuotteeseen vaikuttavia tekijöitä useista näkökulmista. Malli on moniulotteinen ja siihen on panostettava oman persoonallisuuden kaikki ulottuvuudet (Anttila 1993, 108).

Mallia käyttäessä tekijän on itsensä hallittava sekä prosessin ideointi- että tuotantovaihe, samoin kuin valmistuvan tuotteen arviointi. Tekijän täytyy hankkia kaikki tarpeellinen tieto, taidot sekä resurssit. Joskus työhön ryhdyttäessä suunnittelijalla ei ole selkeää mielikuvaa siitä, mitä työltä tahdotaan, jonka takia lopputulos saattaa muovautua suunnitteluprosessin aikana toisenlaiseksi, mitä on tarkoitettu. (Anttila 1993, 108.)

Käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistusprosessin teoreettista mallia (kuva 3, 12) luetaan ylhäältä alas. Suunnitteluprosessi saa alkunsa alkumielikuvasta ja päättyy valmiiseen työhön.

3.2 Moodboard -työskentely

Tunnelmataulu eli moodboard on visuaalinen esitys, jonka avulla tuodaan suunniteltavasta tuotteesta esille sen sisältämiä erilaisia elementtejä. Tunnelmataulun elementtejä ovat esimerkiksi muodot, värit ja materiaalit. Nimensä mukaisesti taulu kuvastaa tunnelmaa, joka ideoista välittyy. (Savolainen 2016, 4.)

Tunnelmataulujen avulla pyrin avaamaan erilaisia elementtejä, joita printit pitävät sisällään. Tunnelmatauluja on tehty useampi, joista jokainen keskittyy yhteen printtiin kuuluvaan elementtiin. Tunnelmataulut keskittyvät printtejä sisältäviin väreihin ja tekniikoihin, printtien hahmoon sekä niissä käytettäviin materiaaleihin. Tunnelmataulut toimivat suunnittelun apuna, joihin voi aina palata, kun täytyy muistaa, mitä idealta kaivataan.

3.3 Kuva-analyysi

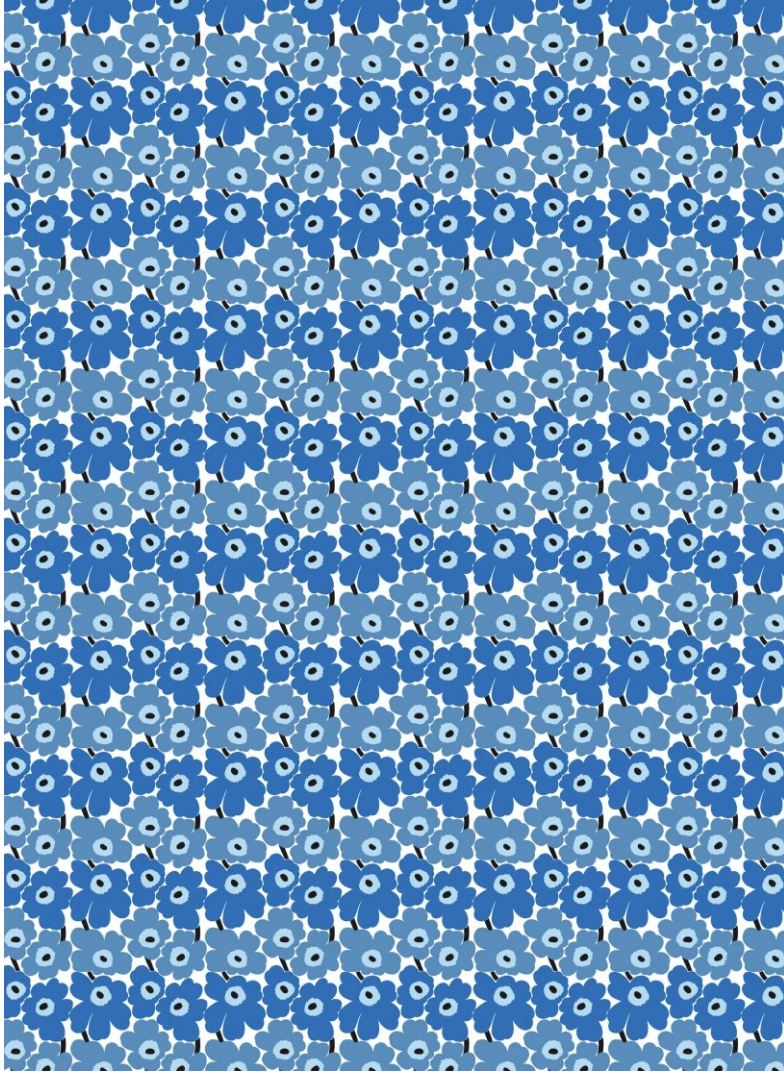
Kuva-analyysi on analyysia, jonka tavoitteena on tarkastella kohdetta suhteessa etukäteen asetettuihin sääntöihin. Kuvaa analysoitaessa analysoidaan sisällön lisäksi kuvassa esiintyviä värejä, muotoja, sommittelua ja tunnelmaa. Kuvan tulkitsemiseen vaikuttaa tulkitsijan kompetenssi. Kuvaa analysoitaessa pyritään saamaan kuvasta mahdollisimman paljon tietoa. Varmojen tulosten saaminen edellyttää tavoitteellista työskentelyä ja käytännönläheistä työskentelytapaa. (Muotio, 2022.)

Tutkielmassani analysoin Tove Janssonin muumeja niiden elementtejä ja tuotteistamista. Kuva-analyysissä keskityn printeissä esiintyviin hahmoihin, tekniikoihin ja sommitteluun. Analyysin avulla katson myös tuotteita, joihin printit soveltuvat, ja kuinka printeissä esiintyvät elementit eroavat toisistaan.

4 PRINTTI VAI KUOSI?

Tuoteperhettä suunnitellessa päätin keskittyä printtituoteperheen luomiseen. Oli tärkeää, että tuotokset pysyvät printteinä ilman, että niistä syntyisi kuoseja, joten oli tärkeä ymmärtää niiden selkeä ero. Selkeä ero printtien ja kuosien välillä löytyy niiden toistuvuudesta. Eroista huolimatta kuoseja ja printtejä voidaan käyttää moneen samanlaiseen käyttötarkoitukseen. Printtejä ja kuoseja voi löytää kodin tekstiileistä, keramiikasta ja vaatteista, kuten paidoista ja laukuista sekä huonekaluista.

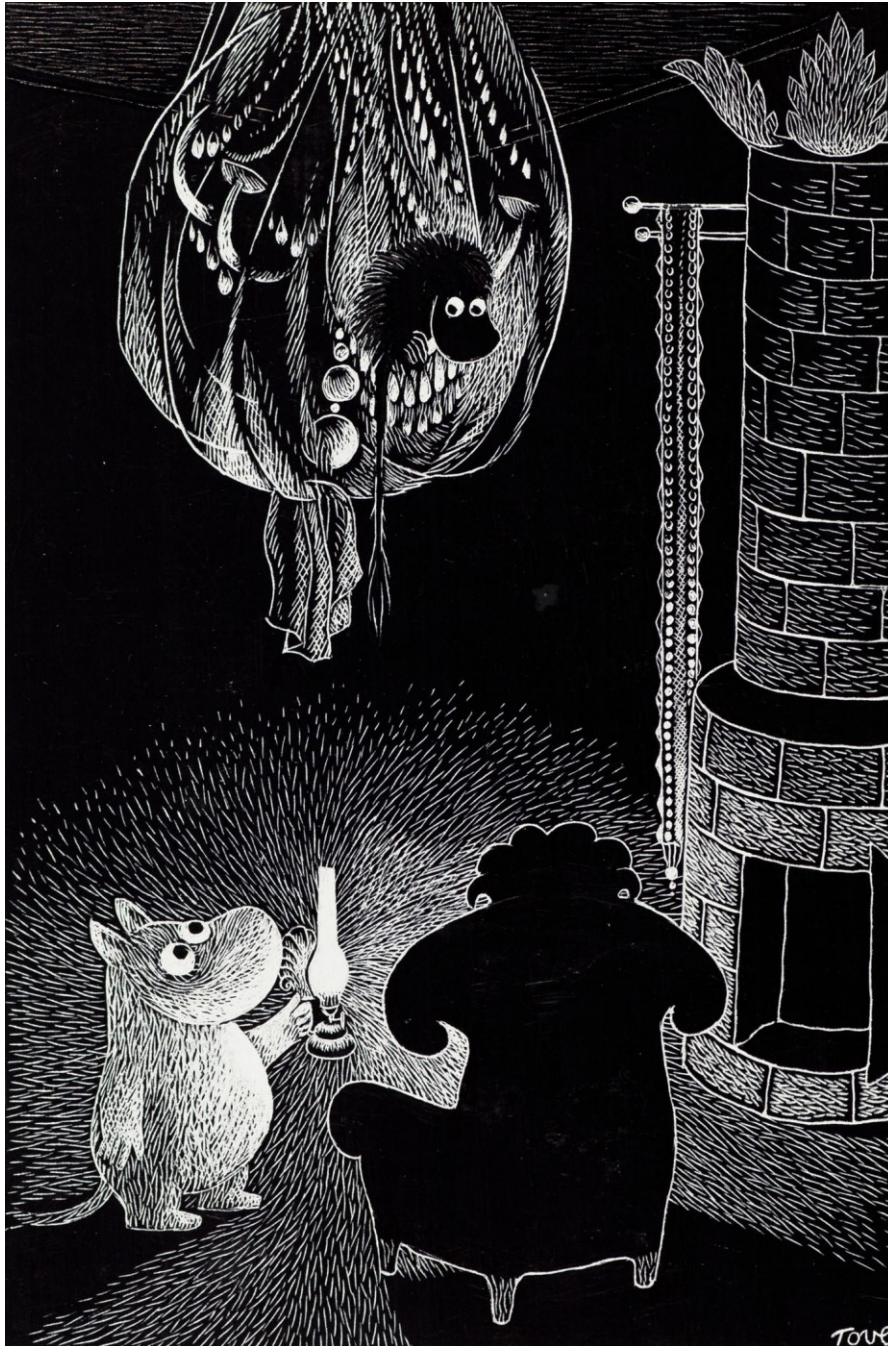
Kuosit koostuvat selkeistä toistuvista elementeistä. Kuoseissa on tyypillistä nähdä geometrisiä muotoja, kuten raitoja, ympyröitä ja ruutuja. Jatkuva elementti on kuosien pääpiirre ja se usein peittää kokonaan asian tai esineen, johon kuosi on asetettu (Garai 2022)



Kuva 4. Mini Unikko-kuosi (Marimekko s.a.)

Jo ikoniseksi muodostunut Marimekon Unikko-kuosi (kuva 9) on hyvä esimerkki toimivasta kuosista. Kuosissa on selkeää toistuvuus ja sitä voi mahdollisesti jatkaa loputtomiin. Kuosi on helposti toteutettavissa useissa väreissä.

Printti on yksittäinen kuva, joka voidaan painaa jonkin asian tai esineen pintaan. Printit ovat kuoseihin verrattuna vähemmän organisoituja. Printeissä ei ole selkeää toistuvuutta, kuten kuoseissa, ja ne voivat koostua lähes mistä vain. Printit voivat tästä syystä olla selkeitä kuvituksia tai kokonaan abstrakteja kokonaisuuksia (Suzuki 2011, 9–11)



Kuva 5. Muumipeikko ja Esi-isä (Tove Jansson 1957)

Kuva-analyysin kohteena käyttämäni Tove Janssonin muumiprintit pitävät usein hahmot printtien pääkohteena. Muumi-aiheiset printit ovat useimmiten yksittäisiä kuvituksia erilaisista tilanteista, joita hahmot kokevat. Muumi printtejä löytyy useita erilaisia ja niissä on hyödynnetty monipuolisesti eri värejä ja tekniikoita.

5 MUUMIT KUVA-ANALYYSIN KOHTEENA

Kuva-analyysin kohteekseni valitsin Tove Janssonin suunnittelemat muumit. Valitsin muumit analyysin kohteeksi, sillä useat muumikeskeiset printit ja tuotteet ovat hahmokeskeisiä, kuten myös minun suunnittelemani tuoteperhe. Kuva-analyysin motiivina oli ottaa selvää hahmokeskeisten printtien elementeistä ja tuotteistamisesta sekä hyödyntää oppimaani tietoa omien printtien luomisessa.

Kuva-analyysi suoritetaan vastaanottajakeskeisenä kuva-analyysinä. Vastaanottajakeskeisessä kuva-analyysissä kuvan katsojan näkökulma on ensisijaisena huomion kohteena. Kuva-analyysi on tällöin subjektiivinen ja siinä huomataan, miten jokainen kokee kuvan erilaisena. Vastaanottajakeskeisessä kuva-analyysissä katsojan ”minä” on tällöin olennaisesti läsnä. Katsojan täytyy huomioida kuvaa analysoidessa analysoinnin lähtökohdat, aiheen ymmärrys ja lopulta luoda yhteenveto katsottavasta kuvasta. (Muotio, 2022.)

Tove Jansson on luonut muumeillaan kokonaisen maailman, jonka myötä myös hahmoja on kerääntynyt suuri määrä. Muumiaiheiset printit eivät keskity vain yksittäiseen hahmoon vaan niissä saattaa esiintyä kerrallaan useita hahmoja tai hahmot vaihtelevat printtien välillä. Muumeista on luotu printtejä Tove Janssonin kirjojen sekä yksittäisten kuvitusten pohjalta.

Värimaailmat, jotka esiintyvät muumiprinteissä ovat monipuolisia, mutta kaikista kuuluisimmiksi ovat muodostuneet Tove Janssonin luomat printit, jotka on luotu käyttäen vain mustaa ja valkoista. Kuvituksissa mustan ja valkoisen värin voimakkuutta muuttamalla luodaan kuvituksessa esiintyvät värierot. Värien intensiteettiä muuttamalla Tove Jansson on pystynyt selkeästi kuvittamaan monipuolisia printtejä, joissa esiintyvä valotus vaihtelee. Pimeillä alueilla musta on huomattavasti tummempaa kuin valoisilla alueilla.



Kuva 6. Muumipeikko (Tove Jansson 1957)

Muumit esiintyvät printeissä erilaisissa paikoissa ja tilanteissa, joka tuodaan ilmi selkeällä kuvituksella. Kuten muumipeikko (kuva 6) joka makaa lammen äärellä ruohikon ja lumpeiden peittelemänä. Kuvassa muumipeikon ilme välittää katsojalleen huolen sekä mietiskelyn tunteita. Muumipeikko on käpertyneenä suurien lumpeiden ja ruohikon ääreen ja häntä ympäröivä maailma näyttää hahmoa isommalta. Hahmon ja taustalla esiintyvien elementtien kokoero luo tunnelman, siitä kuinka pieneksi muumipeikko kokee itsensä kaiken keskellä. Lammen ääreen asettunut muumipeikko on päättänyt, että juuri tässä on hyvä paikka levätä hetkellisesti. Kuva asettaa luomalla tunnelmallaan myös katsojan miettimään. Se hetki, jonka katsoja käyttää kuvaa katsoessaan voi hän luoda kuvasta useita erilaisia näkemyksiä. Vaihtoehtoisesti muumipeikon olemuksen voi kokea hätääntyneenä. Hätäntynyt ajatus kuvasta luo sille heti täysin erilaisen tunnelman. Kuva ei enää ole rauhallinen, jonka keskellä muumipeikko lepää ja mietiskelee vaan hahmon ilme, ja häntä ympäröivät suuret lumpeet muodostavat muumipeikolle piilopaikan. Muumipeikko käpertyy ja pyrkii piiloutumaan joltain asialta suurien ruohojen ja lumpeiden keskelle.



Kuva 7. Moomin – Just a thought tuotteita (Piironki s.a.)

Muumipeikko printtiä on tuotteistettu ja kuvan tunnelmaan liitetty nimi Just a thought hyvin kuvastaa printin sisältöä. Printti esiintyy tuotteissa alkuperäisissä väreissään, eikä siitä ole luotu vaihtoehtoisia versioita. Printin kokoa on skaalattu eri kokoisiksi riippuen tuotteesta, joihin se on asetettu. Joissain tuotteissa, kuten tynnysojissa printti peittää tuotteen koko pinta-alan, kun taas joissain tuotteissa printti vie vain osan tuotteen pinta-alasta. Printti on alkuperäisessä neliskanttisessa muodossaan, eikä siitä ole otettu mitään elementtejä pois.

Muumeja on tuotteistettu jo pitkän aikaa, jonka takia tuotteita, joissa muumeja esiintyy, on lukuisia. Muumeja voi löytää keramiikasta, kuten kahvikupeista, kodintekstiileistä, kahvipaketeista, vaatteista, julisteista tai vaikka pelikorteista. Koska muumiprinttejä on niin paljon ja muumeista on paljon erilaisia kuvituksia, on myös tuotteistamista voitu viedä todella pitkälle.



©Moomin Characters™

Kuva 8. Magic of midsummer (Tove Jansson 1954)

Magic of midsummer (kuva 8) printissä esiintyy kaksi erillistä muumimaailman hahmoa. Kuvassa hahmot ovat asetettu keskelle ja katsojan huomio kiinnittyy niihin ensimmäisenä. Hahmot ovat asetettu kuvaan suuressa koossa ja ne vievät suurimman osan kuvan pinta-alasta. Kuva on värimaailmaltaan mustavalkoinen, mutta kuvassa esiintyy enemmän valkoisia sävyjä, joka luo tunnelman, että kuva sijoittuu päiväsajalle. Kuvassa hahmot ovat keräämässä kukkia niityltä. Niityn takana savupilvi nousee taivaalle. Savupilvi luultavasti muodostuu kaukana olevasta juhannuskokosta. Kuvan tunnelma on rauhallinen ja siinä esiintyvät hahmot näyttävät nauttivan toiminnastaan. Kuva herättää katsojassaan ilon tunteita. Kaunis juhannuspäivä, iloisen näköiset hahmot ja mieluinen toiminta luovat tunnelman onnellisuudesta. Kuva on hyvin yksiselitteinen ja siitä on vaikea muodostaa vaihtoehtoisia ymmärrysmalleja.



Kuva 9. Midsummer tuotekollaasi

Juhannuspäivään keskittyvästä Magic of midsummer (kuva 9, 20) printistä on luotu lukuisia tuotteita. Tuotteita löytyy kodintekstiilien, vaatteiden ja keramiikan muodossa. Tuotteen mukaan printistä on luotu vaihtoehtoisia versioita ja sen kokoa on muokattu. Midsummer aiheinen muki eroaa selkeimmin muiden tuotteiden joukosta. Kyseisessä mukissa alkuperäinen printti on väritetty, sekä siihen on lisätty ylimääräinen hahmo toisesta kirjasta ja sen kuvituksesta nimeltä Winter Follies. Kuvaa on venytetty pituussuunnassa, jotta se peittäisi mukin koko ympäryksen. Kuvasta on rajattu pois taivaalle nouseva savu ja muut taivaalla esiintyvät yksityiskohdat. Printtiin on lisätty suuri määrä kukkia, joita alkuperäisessä versiossa ei ole. Lisätyt kukat täyttävät niittyä, joka on printissä esiintyvien hahmojen takana. Alkuperäisestä printistä on jäljellä elementtejä kuten siinä esiintyvät hahmot ja niitty, jossa hahmot esiintyvät, mutta kokonaisuudessaan printille on luotu täysin uusi olemus, jonka avulla se soveltuu paremmin osaksi mukia.

Muissa tuotteissa printti esiintyy alkuperäisessä muodossaan mustavalkoisena lukuun ottamatta paitaa, jossa printin kukkiin on lisätty liila väri. Tuotteissa printin koko vaihtelee. Tyynyliinoissa printti peittää tuotteen koko pinta-alan. Muissa tuotteissa kuten paidoissa printti esiintyy alkuperäisessä neliskanttisessa muodossaan ja peittää vain osan tuotteesta. Printistä ei ole otettu

kyseisten tuotteiden kohdalla mitään elementtiä pois. Tuotteista ei ole tehty vaihtoehtoisia versioita, joissa printit olisivat suuresti muunneltuja tai väritettyjä kuten (kuva 9, 21) esiintyvissä mukissa.



Kuva 10. Make it rain (Makia 2019)

Make it rain (kuva 10) on printti, joka on tehty yhteistyössä suomalaisen Makia Clothing Oy ja Tove Janssonin muumien kanssa. Printin alkuperäinen kuvitus on osa Muumipappa ja meri kirjaa, joka on julkaistu vuonna 1965. Printtiä käytettiin osana muumiaiheista vaatemallistoa nimeltään Moominpappa's Adventures.

Kuvassa muumipappa on uponnut mereen ja näyttää ärsyyntyneeltä. Ärtynisyys hahmosta välittyy tämän silmistä. Muumipapan hattu kelluu veden pinnalla muumipapan takana. Kuva keskittyy pelkästään siinä esiintyvään hahmoon. Kuvan tausta on yksivärinen eikä siinä esiinny yksityiskohtia. Hahmon ympärille piirretyt yksityiskohdat luovat selväksi, että hahmo on uppoutuneena veteen. Kuvassa esiintyvään hattuun on luotu tunnelma sen liikkumisesta viivojen avulla. Pienemmässä koossa esiintyvä hattu on selkeästi kauempana kuvan etuosassa sijaitsevaan hahmoon verrattuna. Kuvassa esiintyvä hahmo on väritetty valkoiseksi, jotta se erottuisi vaaleanpunaisesta värisestä taustasta.



Kuva 11. Make it rain malliston tuotteita (Makia 2019)

Printtiä on käytetty etenkin vaatetekstiileissä, mutta se myös esiintyy osana kangaskasseja sekä termosmukeja. Joissakin tuotteissa printin hahmolta on otettu sen alkuperäinen valkoinen väri pois, jolloin printti sulautuu osaksi tuotteen taustaa. Osassa tuotteissa printti esiintyy täysin alkuperäisessä muodossaan. Tuotteisiin on lisätty printin lisäksi tekstiä, joka sisältää printin nimen ja tietoa muumien, ja Makia Clothingin yhteistyöstä. Printin koko vaihtelee tuotteen mukaan. Termosmukiin painettua printtiä on muokattu hyvin lievästi. Mukissa esiintyvässä printissä, printin taustalla esiintyvä hattu on siirretty entistä kauemmaksi keskellä esiintyvistä hahmosta. Printti muovautuu paremmin osaksi mukia tämän muokkauksen myötä.

6 SMILE YOU'RE ALIVE-PRINTTITUOTEPERHEEN SUUNNITTELU

Printtituotepihe, jonka suunnittelen opinnäytetyössäni, koostuu viidestä printistä, jotka muodostavat yhdessä tuotepiheen. Tuotepiheellä tarkoitetaan useasta tuotteesta muodostettua kokonaisuutta, jonka avulla tuotteet täydentävät toisiaan (Heinonen 2006, 36).

Suunnitteluprosessi kattaa opinnäytetyön produktiivisen osion. Suunnitteluprosessin aikana olen käyttänyt Pirkko Anttilan (kuva 3, sivu 12) käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistusprosessin teoreettista mallia suunnitteluprosessin eri vaiheissa. Avaan prosessin edetessä vaiheiden sisällön ja kerron työskentelyni etenemisestä. Vaiheet etenevät työssä alkumielikuvasta valmiiseen työhön.

6.1 Alkumielikuva ja perustoimintojen määrittely

Suunnittelu aloitetaan luomalla alkumielikuva. Alkumielikuvat syntyvät havainnoista, aikaisemmista tutkimuksista ja lähteistä sekä aikaisemmista kokemuksista. Tässä vaiheessa luodaan ensimmäisiä luonnoksia. Alkumielikuvan muodostamisen vaiheeseen kuuluu myös mallissa esiintyvä tuumailu. Tuumailun aikana tutkija miettii mitä ja minkälaista tietoa hän tarvitsee prosessia varten. Alkumielikuvaa kehittäessä on tärkeää hahmottaa ratkaisu, mihin ajatustyöllä pyritään. Mielikuvan avulla täsmennetään suunnitteluprosessiin liittyviä ongelmia. (Anttila 1993, 108–109, 127–129.)

Alkumielikuvani oli luoda printtituoteperheeseen toistuva hahmo, joka suorittaa arkipäiväisiä askareita leveä hymy kasvoillaan. Hahmo on kuitenkin olemukseltaan hieman vastenmielinen, jota pyrin tuomaan esille hänen ylipitkillä raajoillaan ja anatomialla, joka ei ole mittasuhteiltaan oikeankaltainen. Hahmon on tarkoituksena muistuttaa olentoa, joka on pohjimmiltaan kuitenkin ihminen. Mielikuvat hahmosta pohjautuivat omiin ajatuksiini sekä tietoon siitä, miten luoda hahmo, jonka olemus on vastenmielinen.

Hahmo suorittaa askareitaan abstrakteilla ja värikkäillä taustoilla. Taustalla esiintyvät värit edustavat hahmon kokemia tunnetiloja aktiviteettia suorittaessaan. Halusin keskittyä hahmojen lisäksi printtien luomaan tunnelmaan, jonka takia olen tutkimuksessani myös perehtynyt värien psykologiaan ja siihen, miten värit vaikuttavat ihmisen tunnetiloihin. Vaikka printistä välittyvä tunnetila olisi negatiivinen, halusin luomani hahmon olevan iloisen näköinen tilanteesta huolimatta. Hahmon ja värien luoma tyyli toimivat kontrastina toisilleen.

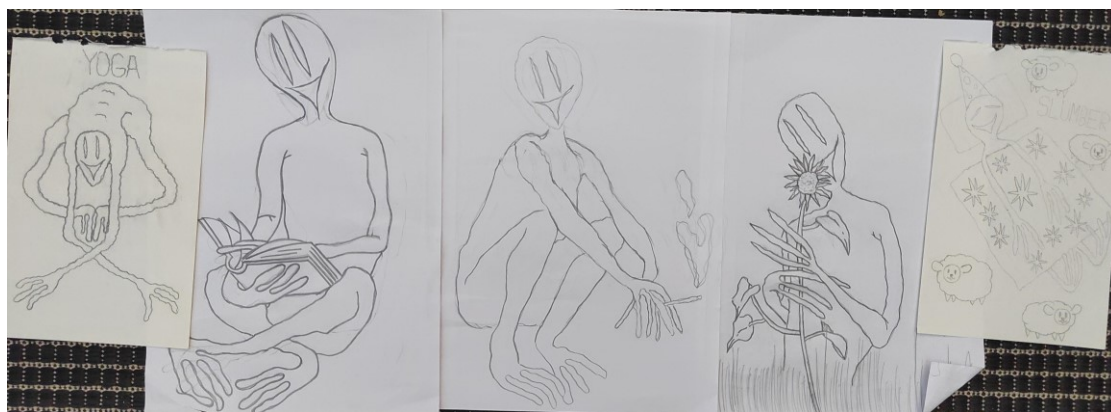
Tuoteperheen ajatuksena on ottaa kaikki ilo irti elämän tapahtumista. Mitä ikinä tapahtuukaan, on tärkeä hymyillä. Printti tuoteperheen nimeksi päädyin tästä syystä antamaan nimen SMILE YOU'RE ALIVE.



Kuva 12. Vaihe 1

Ajatuksena minulla oli luoda hahmokeskeinen printtituoteperhe. Tästä syystä alkumielikuvani johtivat sellaisen hahmon suunnitteluun, joka esiintyy jokaisessa tuoteperheen printeissä. Alkumielikuvieni määrittämiseen käytin apunani asettamiani tutkimusmenetelmiä. Tein tunnelmataulut osana alkumielikuvan hahmottamista ja niiden avulla sain selkeän suunnan siitä mihin prosessini etenee. Kuva-analyysin avulla sain tietoa ja inspiraatio hahmokeskeisestä tuoteperheestä, jota hyödynsin hahmoni suunnittelussa. Analyysi ja tunnelmataulut antoivat suuntaa myös prosessin seuraaviin vaiheisiin ja tiedonhankintaan.

Mielikuvani johtivat ihmismäiseen hahmoon, joka suorittaa arkipäiväisiä askareita. Kun mielikuva hahmosta oli selkeä, oli aika aloittaa luonnostelutyö. Käytin luonnostelutyön aikana hahmosta luotua tunnelmataulua (kuva 15, 29) hyödynseni, ja käytin siinä esiintyviä elementtejä hahmon suunnittelussa.



Kuva 14. Printtituoteperheen lopulliset luonnokset

Valitsin luonnoksista viisi kokonaisuutta, jotka puhuttelivat itseäni eniten. Halusin valitsemieni luonnosten luovan monipuolisen kokonaisuuden. Jokaisessa luonnoksessa esiintyy sama hahmo, mutta tilanteet, joissa hahmo esiintyy ovat erilaisia.

6.2 Brändi

Brändi on sanana vaikeasti määriteltävissä, sillä jokaisella ihmisellä on erilainen käsitys siitä, mikä on brändi. Jokainen yksilö luo oman kuvan brändistä tämän tuotteiden, henkilöiden tai yrityksen tunnettavuuden pohjalta. Yksilöiden ajatusten pohjalta muodostuu kokonaisuus, joka luo brändille oman selkeän identiteetin (Maurya & Mishra 122–126). Opinnäytetyössäni luomani tuoteperheen printit ovat luotu tuotteeksi omalle brändilleni.

Brändi jolle tuoteperhettä suunnitellaan, on omalla nimelläni toimiva yrityksen brändi. Brändäyksen avulla pyrin kaupallistamaan omaa osaamistani ja sen avulla saamaan myös lisää huomiota omalle taiteelleni. Brändissä tiivistyy yrityksen ydin. Brändin avulla tuodaan ilmi yrityksen arvot. Yritys ei voi itse määrittellä brändiään vaan se rakentuu myös siitä, miten asiakkaat näkevät yrityksen. Brändiä rakentaessa on tärkeää, että yritys on asiakaslähtöinen. Yritys voi rakentaa alustaa ja ilmettä brändille, mutta lopulta kuluttajat ja asiakkaat tekevät brändin. Brändiä rakentaessa on tärkeää, että yritys on asiakaslähtöinen. (Design Inspis 2019.)

Brändini tavoitteena on luoda uniikkeja kokonaisuuksia, jotka miellyttävät omaa taiteellista näkemystä, mutta myös puhuttelisivat mahdollisia asiakkaita.

Visuaalisuus on yksi tärkeimpiä brändin elementtejä. Tavoitteena on luoda brändille selkeä visuaalinen ilme, joka erottuu muista markkinoilla olevista tuotteista värien, hahmojen ja logon avulla. Brändin luomat tuotteet ovat printtipohjaisia ja brändin printtejä pystyy hyödyntämään lukuisissa tuotteissa, kuten julisteissa, vaatteissa ja kodin tekstiileissä ja keramiikassa, kuten kahvikuppeissa. Tuotteissa esiintyvät printit ovat usein hahmoin keskittyviä. Brändini avulla pyrin luomaan maailman, joka pitää sisällään useita erilaisia hahmoja, jotka ovat tuotteistettavissa. Hahmojen avulla luon brändilleni yhteneväisen kuvamaailman, joka samalla selkeyttää brändi-identiteettiäni.

Kohderyhmänä tuotteilleni ovat etenkin hahmo- ja printtitaiteen, kuten sarjakuvien fanit. Tuotteissa on hyödynnetty myös graffititaiteessa esiintyviä tekniikoita ja materiaaleja, joten myös eri alakulttuurien edustajat voisivat kuulua tavoittelemaani asiakaskuntaan. Kohderyhmälle ei ole asetettu selkeää ikähaarukkaa, sillä tuotteet sopivat kaikille, jotka arvostavat printtitaiteita. Sosiaalinen media on yksi nykyisistä tärkeimmistä tavoista mainostaa itseään, jonka takia brändi pyrkii tavoittelemaan asiakaskuntaa erilaisten sosiaalisen median kanavoiden, kuten Instagramin ja Tiktokin avulla. Sosiaalisen median alustat voivat myös toimia kaupankäynnin paikkana sovellusten sisäisten kauppojen avulla. Sosiaalisten medioiden lisäksi tavoitteenani on tulevaisuudessa luoda brändille omat verkkosivustot, jotka toimivat sekä verkkokauppana että kohtaamissivustona, josta saa lisätietoa tuotteista ja brändistä.

6.3 Tunnelmataulut

Suunnitteluprosessin aikana loin printtejä varten kolme tunnelmataulua. Tunnelmataulut käsittelevät eri elementtejä, joita printeissä esiintyy. Aihealueet tunnelmatauluille ovat hahmo, värit ja tekniikat sekä tuotteet. Tunnelmataulumenetelmän avulla haetaan tunnelmaa, jota taulun visualisoinnit luovat (Journal of business research 2016).

Ensimmäinen tunnelmataulu käsittelee luomani hahmon visuaalista ilmettä. Halusin luoda ihmismäisen hahmon, joka jatkuvasti hymyilee tilanteesta riippumatta. Hahmon raajat ovat erityisen pitkät ja sen anatomia on tämän takia erilainen. Tunnelmataulun ilmettä luodessa tutkin kauhuelokuvien hahmoja ja etsin kuvia ihmisistä ja olennoista, joilla on hymy kasvoillaan.



Kuva 15. Hahmon tunnelmataulu

Hahmoa kehitellessäni halusin, että jokaisessa printissä hahmolla on leveä hymy kasvoillaan. Hymy ymmärretään usein positiivisena ilmeenä, jonka avulla viestitään positiivisia tunteita. Hymyt ovat kuitenkin paljon enemmän kuin vain positiivisuuden merkki. Hymy on vahva sosiaalisen viestinnän keino, joka tilanteen mukaan voi olla tarkoituksellinen tai tahallinen. Tämän takia usein hymyilevän ja hymyn näkijän tunteukset voivat olla ristiriidassa toistensa kanssa ja he voivat kokea tilanteen täysin eri tavoin (Lafrance 2011 3–6).

Hymyjen voiman takia päädyin asettamaan hahmon jatkuvasti hymyilemään. Printtien katsojalle jää itselleen selvitetäväksi, mitä hahmon hymy viestii heille ja mikä sen oikea tarkoitus on. Hahmon tarkoituksena on olla hieman hämmentävä olemuksellaan, jonka takia päädyin asettamaan tämän jatkuvasti hymyilevän hieman pelottavan hahmon tekemään arkipäiväisiä asioita tuoteperheessä esiintyviin printteihin.

Toinen tunnelmataulu käsittelee printeissä esiintyviä värejä sekä käytettyjä tekniikoita. Tunnelmataulut pitävät sisällään monipuolisesti värejä, eikä mikään yksittäinen väri ole pääosassa. Suurin osa tunnelmataulun väreistä on

osana abstrakteja maalauksia, jotka ovat tehty käyttäen monipuolisia maalaustekniikoita.



Kuva 16. Värit ja tekniikat tunnelmataulu

Olen hyödyntänyt printtejä luodessani väripsykologiaa, jonka vuoksi asetin ihmisen pään tunnelmataulun keskelle edistämään ajatusta siitä, mitä värit saavat meidät tuntemaan. Printtejä tehdessä olen antanut jokaiselle teokselle oman värimaailman, jonka takia tunnelmataulunkin täytyi sisältää värejä monipuolisesti ilman, että mikään niistä on pääosassa.

Printeissä käyttämäni värit pohjautuvat värien luomiin tunnetiloihin. Hahmo, joka esiintyy printeissä, on asetettu värien keskelle, jotka kuvastavat jotakin tiettyä tunnetilaa, jota hahmo kokee printin sisällä. Abstrakti maalaustekniikka, jota olen hyödyntänyt, luovat värikkään ja uniikin maailman jokaiseen printtiin. Useimmissa printeissä olen valinnut kaksi tai kolme väriä, jotka muodostavat printin taustan ja tunnelman.

Värit ovat yleisesti osana tunteiden kuvaamista taiteessa. Värit ovat osana maalauksia ja elokuvia sekä useita muita taiteenaloja. Värien käyttö voi olla hyvin selkeää tai symbolista, jonka avulla ohjataan katsojan tunteita ja ajatuksia johonkin tiettyyn suuntaan. Värejä ja niiden sävyjä voidaan yleisesti yhdistää tiettyihin tunnetiloihin. Vaaleat värit ovat usein positiivisia ja tummat

negatiivisia. Mutta aina kuitenkin tulkinta ei ole niin suoraviivaista, sillä värit voivat kuvastaa päinvastaisia asioita. Eri maissa, kulttuureissa ja uskonnoissa värit kuvastat eri asioita. Länsimaissa musta on kuoleman väri mutta esimerkiksi hindulaisessa uskonnossa valkoinen kuvastaa kuolemaa (Tarkanmäki 2024).

Abstrakti taide on epäesittävää taidetta. Abstraktista taiteesta on vaikea löytää selkeitä viestejä ja narratiivia. Abstraktit teokset usein tuovat tunnetta ja tarinaa esiin erilaisia tekniikoita ja värejä hyödyntäen. Abstraktio ei pyri esittävyyteen eikä minkäänlaiseen vastaavuuteen ulkoisen maailman kanssa. Jokaisella elementillä on oma resonanssinsa abstraktissa taiteessa, ne koostuvat yksityiskohdista ja variaatioista, ja liittyvät kuvan kokonaissommitteluun muodostaen lopputuloksen. Sommitelmat abstraktissa taiteessa voivat olla yksinkertaisia, melodisia tai monimutkaisia. (Seddiki 2005, 56–58.)

Abstraktit taustat printeissä on luotu maalaamalla, erilaisia työkaluja ja tekniikoita käyttäen. Maalit, joita olen käyttänyt ovat akryylimaaleja. Maalauksia tehdessä olen käyttänyt apuna siveltimiä, maalausveitsiä sekä arkipäiväisiä esineitä, kuten talouspaperia ja laseja. Pyrin kokeilemaan useita erilaisia maalaustekniikoita, joilla sain aikaan jokaiseen printtiin erilaisen ja uniikin abstraktin taustan.

Kolmas tunnelmataulu kuvastaa printtiperheen erilaisia tuotteistamisvaihtoehtoja. Tuotteistamisen avulla pyritään saamaan jostain asiasta houkutteleva ja myytävä tuote. Tuotteistamisen avulla saadaan käsitys tuotteen kilpailukyvyistä, jonka muodostaa muun muassa kohderyhmä ja tuotteen tarve (Korhonen 2019, 9–10). Tunnelmataulu sisältää erilaisia tekstiilejä, keramiikkaa, julisteita sekä maalauksia.

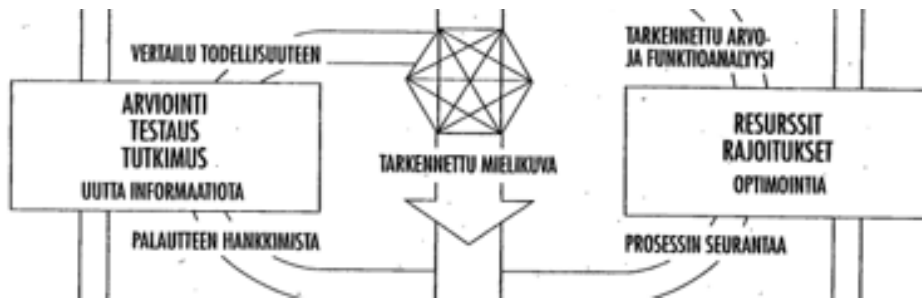


Kuva 17. Tuote -tunnelmataulu

Tunnelmatauluun on asetettu erilaisia tuotteistamisideoita, joissa suunnittelmiani printtejä pystyisi hyödyntämään. Printit ovat tehty maalauksina maalaukspohjalle, jonka takia ne toimivat suoraan alkuperäiskappaleina ja tuotteena maalauksen muodossa. Maalauksessa esiintyvän printin voi myös kopioida elektroniseen muotoon, minkä kautta sen muuntaminen eri kokoihin helpottaa sen käyttämistä myös muihin käyttötarkoituksiin. Printeissä esiintyvät monipuoliset värit mahdollistaisivat myös moniväristen tuotteiden valmistamisen.

6.4 Tutkimustyö

Alkumielikuvien jälkeen oli aika määritellä, mitä ja minkälaista tietoa työtä tehdessä tullaan tarvitsemaan. Informaation hankinta on erillinen vaihe suunnittelun ja valmistuksen prosessissa, mutta se liittyy jokaiseen päävaiheeseen vaiheissa tarvittavan tiedon vuoksi. Informaatiota etsiessä otetaan huomioon työn olennaiset näkökohdat. Suunnittelussa tarvittava tieto on mielikuva sekä testitietoa. (Anttila 1993, 129–131.) Tässä vaiheessa selvitetään prosessin kohteesta seikat, jotka tulee toteuttaa suunnitteluprosessin tavoitteen saavuttamiseksi. Vaiheen aikana tutkitaan aikaisempaa asiantietoa, mielikuvia ja taitoja tutkimusongelman ratkaisemiseksi. (Anttila 1993, 199.)



Kuva 18. Vaihe 2

Tieto, jota suunnitteluprosessissa tarvitsin, oli erityisesti mielikuvatietoa, joka käsittelee työn psykologisia ja esteettisiä tekijöitä. Tieto, jota suunnitteluprosessin aikana tarvitsin, kohdistui eritoten väreihin ja niiden psykologiaan. Tutkimus väripsykologiasta toimi pohjana värien valitsemiselle printtejä suunnitella. Hankin aiheesta tietoa kirjojen ja internetistä löytyvän tiedon avulla. Lähestyin väripsykologiaa myös aiheena omien kokemuksieni pohjalta, sillä värit ovat yksilöllinen kokemus kaikille. Värit luovat yksilöllisiä assosiaatioita eli mielleyhtymiä jokaiselle. Assosiaatiot voivat olla peräisin jo lapsuudesta. Assosiaatiot liittyvät tiedostamattomasti syvälle juurtuneisiin arvoihin. Muotoilija voi tuotteellaan vaikuttaa siihen, millaisia assosiaatioita hän luo. (Anttila 1993, 162.)

Hahmon aktiviteetit ja niiden herättämät tunnetilat toimivat lopullisena pohjana värien valinnassa. Informaation etsimisen jälkeen tutkitaan tiedon toimivuutta ja ideat toteutetaan käytännössä (Anttila 1993, 199).

6.5 Väripsykologia

Olen hyödyntänyt printtituoteperheen suunnitteluprosessin aikana väripsykologiaa. Väripsykologia on tutkimusta siitä, miten eri värit vaikuttavat ihmisen aisteihin ja sitä kautta myös tunnetiloihin. Ihmisten tunnereaktiot eivät kuitenkaan ole täysin samanlaisia, sillä eri värit voivat herättää erilaisia ajatuksia jokaisessa yksilössä. Yksilöiden omista kokemuksista huolimatta värien luomia kokemuksia voidaan yleistää ja niiden pohjalta luodaan käsitys yleisimmistä tunnetiloista, mitä eri värit viestivät katsojalleen (Elliot, Fairchild & Franklin 2015). Värien herättämät tunnetilat voivat vaihdella värin sävyjen, valituksen tai jopa esineen tai asian muodon vuoksi, jossa väri esiintyy. Tämän takia värien psykologia ei ole yksiselitteinen ilmiö vaan siinä on huomioitava värin näkemiseen

vaikuttavat tekijät. Väriä katsoessa on huomioitava kuusi eri elementtiä, jotka väri pitää sisällään, kuten kirkkaus, sävy, keveys, kylläisyys, ja värin kirjavuus (Elliot, Fairchild & Franklin 2015).

Värit herättävät meissä mielikuvia ja jokainen väri muodostaa yksilöille erilaisen mielikuvan. Mielikuvien lisäksi värit voivat herättää erilaisia fyysisiä reaktioita. Kylmät sävyt voivat vahvistaa viileyden tunnetta ja lämpimät sävyt voivat lisätä kuumuuden tunnetta. Fyysiset ja psyykkiset reaktiot usein tapahtuvat yhdessä värejä katsottaessa, jonka takia niitä on vaikea erottaa toisistaan. Värit kuitenkin ovat pääsääntöisesti psyykinen kokemus, jonka takia fyysinen kokemus voi syntyä vain psyykeen kautta. (Gorzaldini 2016, 227.)

Tekemissäni printeissä esiintyy useita eri värejä. Olen yhdistänyt printeissä jonkin aktiviteetin ja sen herättämän tunnetilan värien avulla. Jokaisella printillä on oma väripalettinsa, joka koostuu usein kahdesta väristä ja niiden eri sävyistä. Värit, joita printit pitävät sisällään ovat punainen, keltainen, sininen, vihreä, ruskea, musta, valkoinen, violetti ja oranssi. Päävärit, jotka peittävät suurimman osan eri printeistä ovat punainen, musta, violetti, keltainen ja sininen. Värien keskellä esiintyy luomani hahmo, jonka kokemat tunnetilat printin sisällä tulevat ilmi printissä esiintyvistä väreistä.

<p>Red</p> <p>Excitement Strength Love Energy</p>	<p>Orange</p> <p>Confidence Success Bravery Sociability</p>	<p>Yellow</p> <p>Creativity Happiness Warmth Cheer</p>	<p>Green</p> <p>Nature Healing Freshness Quality</p>	<p>Blue</p> <p>Trust Peace Loyalty Competence</p>
<p>Pink</p> <p>Compassion Sincerity Sophistication Sweet</p>	<p>Purple</p> <p>Royalty Luxury Spirituality Ambition</p>	<p>Brown</p> <p>Dependable Rugged Trustworthy Simple</p>	<p>Black</p> <p>Formality Dramatic Sophistication Security</p>	<p>White</p> <p>Clean Simplicity Innocence Honest</p>

Kuva 19. Meaning of colors (London Image Institute s.a.)

Värit (kuva 19) ja niiden sävyt yhdistetään usein tiettyihin ajatuksiin ja tunteisiin. Tunnetilojen lisäksi värejä pystyy käyttämään toiminnan viestimisenä.

Erilaiset toiminnot herättävät meissä monia tunnetiloja ja toiminnoista heränneet toiminnot voidaan yhdistää väreihin.

Punainen väri lisää lämpöä ja korostaa usein ajatuksia energiasta ja voimasta. Punainen nostaa verenpainetta, nopeuttaa pulssia ja lisää aggressiivisuutta. Punaista väriä näkee usein urheiluvälineissä (Hintsanen 2023). Tämän takia usein urheilu ajatuksena kuvitellaan punaisena sen luoman intensiteetin vuoksi. Punainen näkyy myös fyysisenä reaktiona hikoilun yhteydessä monien kasvoilla sekä kehon lämmitessä pystymme oikeasti näkemään, kuinka kehomme on sisältä päin punainen esimerkiksi lämpökameran avustuksella.

Mustaa pidetään värinä, joka hautaa alleen muut värit. Väri yhdistetään kuoleman ja surun väriksi länsimaisissa kulttuureissa (Hintsanen 2024). Toiminnat, joissa mustaa väriä näkee, on usein surutilanteita, kuten hautajaiset. Mustaa väriä käytetään myös kuvastamaan pääsääntöisesti negatiivisia tunnetiloja ja tapahtumia.

Violetti on väri, joka yhdistetään viisauteen ja maagiseen. Violetin sanotaan parantavan mielikuvitusta ja sillä on uskottu olevan parantavia vaikutuksia ihmiseen (Hintsanen 2024). Violetti yhdistetään toimintoihin, kuten lukemiseen ja uudenoppimiseen sekä spiritualistisiin aktiviteetteihin.

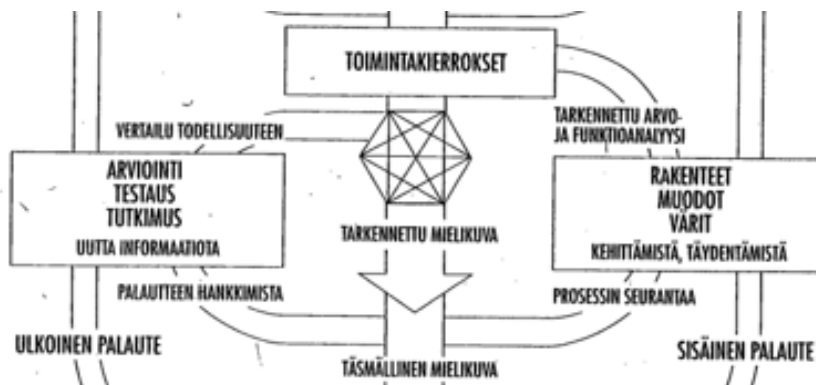
Hintsasen (2023) mukaan keltainen on onnellisuuden ja viisauden väri, mutta sillä on myös monia negatiivisia tulkintoja. Keltainen voidaan tulkita sairauksien tai epäonnen väriksi. Keltainen kuvastaa monissa kulttuureissa myös auringon luomaa valoa (Hintsanen 2023). Negatiivisista assosiaatioista huolimatta yleisimmin keltainen koetaan positiivisena värinä. Keltainen on huomioväri ja se kiinnittää helposti katsojan huomion.

Sininen on väri, joka on lempeä ja rauhallinen. Lähes kaikissa kulttuureissa sininen korostaa hiljaisuutta. Sininen lisää kylmyyttä sekä rauhoittaa ihmisen mieltä (Hintsanen 2024). Sinisen sanotaan olevan punaisen vastakohta. Sininen edustaa vastakkaisia tunteita kuin punainen. Sininen väri madaltaa verenpainetta ja hidastaa pulssia. Monissa lastenhuoneissa pääsääntöinen väri on sininen, sillä sen uskotaan hillitsevän ihmisen tunteita ja parantavan heidän unenlaatuaan.

6.6 Mielikuvan täsmentyminen ja toimintakierrokset

Värien valinnan jälkeen mielikuva lopullisesta tuoteperheestä alkoi muodostamaan, jonka myötä pääsin printtien toteutusvaiheeseen ja aloitin sen väritysmällä printtien pohjat valmiiksi. Toteuttamisvaiheessa ideat toteutuvat käytännössä ja niistä valmistuu prototyyppejä tai valmiita luomuksia. Työn tekijä valmistaa usein vain yhden työn, mutta se voi olla laajempaan tuotantoon soveltuva idea (Anttila 1993, 199–200).

Tässä vaiheessa tutkimustyöni tuloksia aloitettiin toteuttamaan käytännössä. Hyödynsin väripsykologian tutkimusta mielikuvieni toteuttamisessa. Mielikuvien tarkentuessa printeissä esiintyvät rakenteet ja muodot myös selkenivät. Päädyin luomaan valitsemieni värien avulla printteihini abstraktit taustat, jotka on luotu useita maalaustekniikoita hyödyntäen. Käytin muotojen ja rakenteiden luomiseen apuna tekemääni värien ja tekniikoiden tunnelmataulua (kuva 16, 30). Tässä vaiheessa mielikuvat muuttuivat aikaisemmin tehtyjen vaiheiden pohjalta täsmällisiksi. Täsmällinen mielikuva mahdollisti lopullisten printtien toteuttamisen aloittamisen.



Kuva 20. Vaihe 3

Väripsykologian tutkimus oli jatkuva elementti, jota hyödynsin väritymisprosessissa. Värit valittiin jokaiseen printtiin luonnoksissa esiintyvien aktiviteettien pohjalta, joita hahmo suorittaa. Pohjia värittäessä kokeilin printtipohjissa esiintyvistä väreistä useita erilaisia sävyjä ja valitsin niistä itselleni mieluisimmat.



Kuva 21. Maalattut printtipohjat

Printtipohjissa on useita värejä, mutta niissä on yksittäinen väri, joka esiintyy ylitse muiden. Pääväreinä pohjissa toimivat violetti, sininen, punainen, musta ja keltainen. Printtipohjissa esiintyvät värit ovat maalattu akryyliväreillä. Akryylimaalien avulla pystyin luomaan kokonaisuuksia, joissa värit sulautuvat toisiinsa. Printtipohjat (kuva 21) ovat abstrakteja maalauksia, sillä niiden oli tarkoituksena kuvastaa monipuolisia tunnetiloja. Printtipohjien maalaamisen jälkeen täytyi odottaa maalien kuivumista, jotta pääsin toteutuksen seuraavaan vaiheeseen.

Printtipohjien kuivumisen jälkeen oli aika piirtää hahmot osaksi printtejä. Hahmojen piirtämiseen käytin molotow one4all -akryylipohjaisia tusseja. Hahmot piirsin osaksi printtejä mustalla sekä valkoisella tussilla. Jotta hahmot vastaisivat mahdollisimman paljon luonnoksia, käytin piirtämisen apuna leivinpaperia, jonka avulla pystyin kopioimaan luonnokset suoraan osaksi printtiä.



Kuva 22. Luonnoksen kopioiminen leivinpaperin avulla

Piirsin luonnoksen peilikuvana leivinpaperille mahdollisimman pehmeällä lyijykynällä, jotta sen kopioiminen printtiin onnistuisi helpommin. Tämän jälkeen asetin teipin avulla leivinpaperin osaksi pohjaa ja kävin piirustuksen vielä kertaalleen läpi lyijykynällä seuraten paperista läpinäkyviä viivoja. Toiselle puolelle piirretty pehmeän lyijykynän jälki asettui osaksi pohjaa, jonka avulla lopullisen hahmon piirtäminen osaksi printtiä onnistui helpommin. Tekniikan avulla vältin mahdolliset virheet, joita olisi syntynyt helpommin, jos olisin piirtänyt hahmot täysin vapaalla kädellä.

Kun luonnokset oli asetettu osaksi printtipohjaa, oli jäljellä enää lyijykynän jäljen seuraaminen tussilla. Valitsin tussin väreiksi mustan tai valkoisen printtipohjan mukaan. Valitsin hahmolle värin, joka mielestäni erottui helpommin printin värimaailman keskeltä. Hahmot on toteutettu viivapiirroksina, jolloin printin pohjan värit paistavat läpi hahmosta. Hahmo on piirretty suuressa koossa jokaiseen printtiin ja se vie printeissä paljon pinta-alaa.

6.7 Valmiit työt

Anttilan (1993) mukaan työ on valmis silloin, kun tekijä niin itse päättää. Usein luotu kokonaisuus tuntuu siltä, että se pystyisi olemaan parempi mutta työtä ei voi jatkaa loputtomasti, vaan se on vietävä päätökseen. Monet lopputuloksessa esiintyvät elementit, kuten värit, muodot ja materiaalit on päätetty jo projektin alkuvaiheissa ja valinnat, jotka on tehty ovat peruuttamattomia. Tekijä voi kuitenkin muuttaa ja etsiä vaihtoehtoisia ratkaisuja työn edetessä (Anttila 1993, 214–215)



Kuva 23. Valmis työ vaihde

Viimeinen vaihe käsittelee suunnitteluprosessin aikana syntynyttä lopputulosta. Valmiit työt koostuvat tutkielmassani viidestä printistä, jotka muodostavat yhdessä tuoteperheen. Tässä vaiheessa käydään läpi valmiit työt. Printtejä olisi pystynyt luomaan enemmän ja ideoita olisi varmasti voinut viedä pidemmälle, mutta jossain kohtaa täytyi päättää, että työn produktiivinen vaihe on saapunut päätökseen.



Kuva 24. The smell of flowers -printti

Ensimmäinen printti kuvastaa hetkeä, kun printtituoteperheen keskiössä oleva hahmo nautiskelee kukkien tuoksusta. Hahmo on piirretty mustalla tussilla taustalle, joka pitää sisällään keltaista, vihreää ja ruskeaa väriä. Värit voivat herättää katsojassa kokemuksia luonnonläheisyydestä ja ilosta, mutta jokaisen kokemus väreistä on yksilöllinen. Kyseiset ajatukset väreistä (kuva 12) ovat kuitenkin yleisiä joihin värit liitetään.

Toisen printin hahmon piirsin pohjalle, jossa esiintyy väreinä musta ja valkoinen. Printissä hahmo kyykkäilee ja nautiskelee savuketta. Hahmo on piirretty valkoisella tussilla. Printtiin on lisätty kolmantena värinä oranssi. Oranssi on ainut selkeä eroavaisuus mustan ja valkoisen luoman tunnelman keskellä.



Kuva 25. Sweet cigarette -printti

Musta yhdistetään usein kuolemaan, jonka takia hahmo on asetettu polttamaan savuketta. Tupakan tuoma hetkellinen rauha esiintyy valkoisessa ja se toimii vastapainona tupakan aiheuttamille negatiivisille vaikutuksille. Oranssi toimii valon sekä lämmön lähteenä, jota savuke luo.

Kolmannessa tuoteperheen printissä hahmo suorittaa venytyksiä. Printissä päävärinä toimii punainen, joka yleisesti yhdistetään liikkumiseen ja lämpöön.



Kuva 26. Morning exercise -printti

Punaisen lisäksi printissä esiintyy keltainen, joka yhdistyy punaisen kanssa osittain myös oranssin sävyyn. Hahmo on piirretty osaksi printtiä valkoisella tussilla.

Uneen yhdistetään usein sininen ja sen eri sävyt, jonka takia neljännessä printissä hahmo on unessa.



Kuva 27. Dreamworld -printti

Printtiin luotu värimaailma luo tunnelman, jonka myötä tuntuu kuin hahmo leijailisi unessaan. Hahmo on piirretty mustalla tussilla osaksi printtiä. Sinisen värin lisäksi printissä esiintyy vaaleanpunaista. Vaaleanpunainen yhdistetään usein herkkyyden ja turvan tunteisiin.

Viides ja viimeinen tuoteperheen printti on värimaailmaltaan violetti. Violetin värin keskelle on asetettu hahmo lukemaan kirjaa. Violetti väri yhdistetään usein viisauteen. Violetti yhdistetään myös toimintoihin, kuten lukemiseen. Hahmo on piirretty osaksi printtiä valkoisella.



Kuva 28. Bookworm -printti

Printti tuntui mielestäni harmillisen tyhjältä muihin printteihin verrattuna, jonka takia päätin lisätä siihen lisää valkoista väriä hahmon lisäksi. Valkoiset roiskeet tein käyttämällä tussien täyttöpulloa apunani. Täyttöpulloa puristamalla ja heilauttamalla sain aikaan roiskeita, jotka toimivat hyvänä lisukkeena printille. Kyseinen roiske-elementti esiintyy vain tässä printissä, mutta siitä huolimatta kokonaisuus pysyy toimivana. Roiskeet lisäävät valoja muuten hyvin pimeään printtiin. Tämän pienen lisäyksen jälkeen printti oli valmis ja sen myötä myös koko printtituoteperhe.

7 SMILE YOU'RE ALIVE-TUOTEPERHE

Lopullinen printtituoteperhe (kuva 22) koostuu viidestä 28 x 35 cm kokoisesta printistä, joissa esiintyy toistuva hahmo monivärisillä taustoilla. Jokaisen printin luoma tunnelma on erilainen, mutta hahmon toistuvuuden ja abstraktien taustojen avulla siihen on luotu selkeä yhteneväisyys.



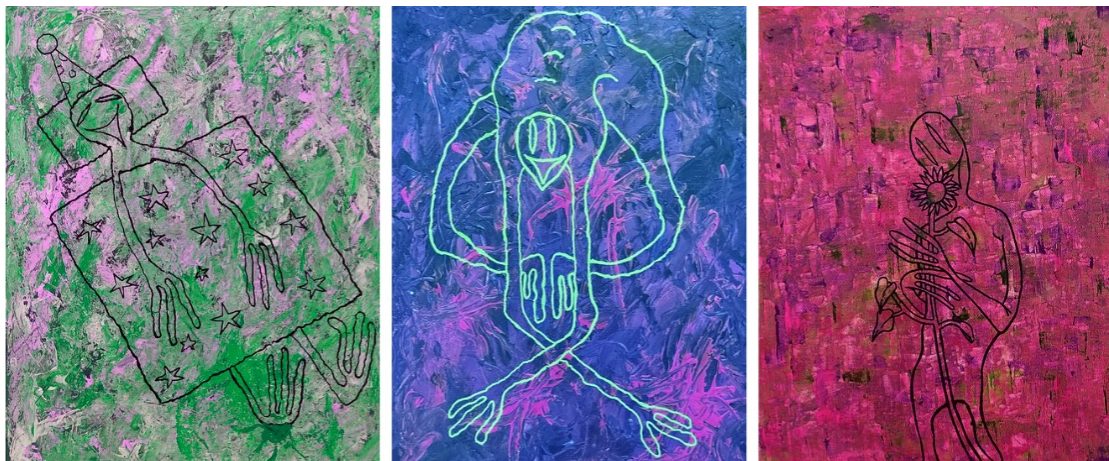
Kuva 29. SMILE YOU'RE ALIVE-printit

Valmiiden suunnitelmien jälkeen printit siirretään osaksi tuotteita, jotta niistä syntyy tuoteperhe. Tunnelmataulussa (kuva 9, 25) jossa mietin printtieni tuotteistamista, on esimerkkejä erilaisista tuotteista, joissa printtejä voitaisiin hyödyntää. Tuotteet, kuten kangaskassit, vaatteet, postikortit ja keramiikka sisältävät pintoja joihin printit voitaisiin painaa. Printit ovat luotu maalaus pohjille, jonka takia ne toimisivat myös maalauksina alkuperäiskappaleina.

Printeissä esiintyvien moniväristen taustojen ja hahmojen vuoksi toimivin tekniikka niiden painamiseen olisi sublimaatiopainanta. Sublimaatiopainannassa painatuksen kohteesta tulee osa tuotetta. Värit painetaan sublimaatiopainannassa tuotteen pintaan. Sublimaatiopainanta on monipuolinen painantamenetelmä, joka soveltuu monenlaisiin tuotteisiin, kuten tekstiileihin ja keramiikkaan. Painanta kestää korkeita lämpötiloja, jonka takia sitä käytetään usein esimerkiksi kahvimukeissa, joiden lämpötila vaihtelee suuresti niitä käytettäessä. Sublimaatiopainannan avulla voi painaa kokonaisuuksia, jotka pitävät sisällään paljon värejä. Menetelmä tuottaa korkealaatuisia tuloksia, joissa lopputulos kestää aikaa ja käyttöä pitkään. (Habib, 165–169).

Sublimaatiopainannan avulla printeissä säilyisi niiden monivärisyys. Monipuolinen väripinta pysyisi ennallaan tekniikan avulla. Tekniikka mahdollistaisi monipuolisia mahdollisuuksia tuotteiden ja väri vaihtoehtojen suhteen. Printeistä

pystyisi luomaan erilaisia väri vaihtoehtoja esimerkiksi Adoben PhotoShop muokkaus työkalujen avulla, jolloin printeistä olisi mahdollista saada useita erilaisia vaihtoehtoja tuotteisiin. Sublimaatiopainantaa hyödynnettäisiin kaikkien printtien painamisprosessissa, joka tehdään tekstiili tai keraamiseen pohjaan.



Kuva 30. Vaihtoehtoisia värejä printeistä

Erilaiset väri vaihtoehdot printeissä luovat printteihin täysin erilaisen tunnelman. Väri vaihtoehtojen avulla printtejä voi tuotteistaa pidemmälle ja niiden ostajalla on enemmän vaihtoehtoja saada mieluinen tuote, jos printin alkuperäinen versio ei olekaan värimaailmaltaan miellyttävä. Väri vaihtoehtoja pystyisi luomaan muokkauksen avulla useita erilaisia. Printit voitaisiin myös työstää uusille pohjille täysin uusilla väreillä ilman muokkaustyökalujen käyttöä.

Printtien väri vaihtoehtojen lisäksi myös tuotteen tai asian sisältämä alkuperäinen väri lisäisi monipuolisuutta tuotteisiin. Tuotteiden värit voivat olla yhteneväisiä printtien kanssa, jolloin printit sulautuvat osaksi tuotetta tai tuotteen pohja voi pitää sisällään vain yhtä väriä, joka yhdistäisi tuotteita.



Kuva 31. Mustat ja valkoiset kangaskassi vaihtoehdot

Kangaskasseissa tuoteperheen printit painettaisiin osaksi mustaa ja valkoista taustaa. Kasseista olisi saatavilla molemmat väri vaihtoehdot jokaisella printillä. Kangaskassien muoto mahdollistaa printtien asettamisen suureen kokoon osaksi tuotetta. Printti esiintyisi kasseissa vain kassin toisella puolella.



Kuva 32. Moniväriset kangaskassit

Mustien ja valkoisten kangaskassien lisäksi kasseja voitaisiin tuottaa väreissä, jotka esiintyvät osana printtejä. Tällöin printit sulautuvat paremmin osaksi kasseja. Printtien taustaväriä mukaillen olisi mahdollista värjätä kangasta pitämään sisällään kaikki printissä esiintyvät värit. Tekstiilien värjäysprosessin jälkeen hahmon voisi eristää valmiista printeistä ja painaa suoraan osaksi kasseja, jolloin lopputulos olisi saumattomampi.

Kangaskassien lisäksi printtejä voitaisiin hyödyntää osana vaatetekstiilejä. Printtejä voitaisiin painaa osaksi paitoja. Paidoista olisi saatavilla pitkä -sekä lyhythihaisia versioita. Printtejä pystyttäisiin painamaan osaksi mitä tahansa paitaa niiden muodosta riippumatta.



Kuva 33. Paita vaihtoehtoja

Printit esiintyisivät paidoissa alkuperäisinä versioinaan neliskanttisessa muodossa. Paidoista olisi mahdollista tehdä useita erilaisia väri vaihtoehtoja kuten kangaskasseista (kuva 25, 40).

Tekstiilien ohella printtejä olisi mahdollista painaa osaksi keramiikkaa. Printit soveltuisivat parhaiten erilaisiin juomalaseihin ja kuppeihin. Keraamiset tuotteet toisivat monipuolisuutta ja uusia vaihtoehtoja tekstiilien ohelle. Tuotteen hintataso vaihtelisi tuotteiden välillä. Eri hintatasoilla esiintyvät tuotteet lisäävät mahdollista asiakaskuntaa.



Kuva 34. Kupit

Kahvikuppeihin painettaisiin printit käyttäen sublimaatiopainantaa. Sublimaatiopainannalla painetut printit kestäisivät kahvikupin lämmön vaihtelun ilman, että printtien väripinta kärsisi. Esimerkki kupeissa printit on asetettu osaksi valkoista kahvikuppisettiä.

Printtien neliskanttisen muodon vuoksi, printit soveltuisivat täydellisesti osaksi postikortteja. Printti peittäisi kortista toisen puolen kokonaan ja toinen puoli jäisi tyhjäksi, joka sisältää tilan mihin kortin tiedot voitaisiin täyttää. Postikortit olisivat hintatasoltaan matalin ja tällöin saatavissa suurimmalle osalle asiakaskunnasta.



Kuva 35. Postikortit

Postikortteja valmistaessa ei olisi tarvetta käyttää sublimaatiopainantaa. Printteistä otetut hyvälaatuiset kuvat voitaisiin tulostaa osaksi postikorttia. Tulostaminen mahdollistaisi tuotteiden nopean valmistamisen. Postikorttien tulostamista varten täytyisi huomioida korttien paksuus ja paperinlaatu. Korttien valmistamiseen tarvittaisiin tulostin, joka pystyy käsittelemään kortteihin soveltuvaa paperia, tai korttien tulostamisen pystyisi hoitamaan ulkoista tulostuspalvelua käyttämällä.

Printtejä esiintyy tekstiileissä, keramiikassa, postikorteissa ja yksilöllisinä alkuperäiskappaleina maalauksien muodossa. Tuoteperhe on monipuolinen ja printtien tuotteistamista pystyy viemään pitkälle. Tuotteiden materiaalin mukaan printit painettaisiin osaksi tuotteita sublimaatiopainannan avulla tai tulostusta apuna käyttäen.



Kuva 36. SMILE YOU'RE ALIVE tuoteperhe kuvakollaasi

Useat erilaiset tuotteet loivat monipuolisen hahmokeskeisen tuoteperheen. Tuoteperheestä löytyy monipuolinen valikoima tuotteita, joiden hinta vaihtelee tuotteiden mukaan. Monipuolinen valikoima mahdollistaa mahdollisimman suuren asiakaskunnan. Asetin tuoteperheen alkuperäiset printit ja tuotteet osaksi kuvakollaasia, jotta tuoteperheen kokonaiskuva olisi selkeä.

8 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI

Tutkimuksen luotettavuutta mitataan sen validiteetilla eli sen pätevyydellä. Validiteetilla arvioidaan, onko tutkimustieto teoreettisella ja operationaalisella tasolla pätevää. Validiteetin totaalinen puuttuminen tekee tutkimuksesta arvottoman (Anttila 2000 402–403). Validiteetin lisäksi tutkimuksen arvioinnissa mitataan sen reliabiliteettia eli luotettavuutta. Reliabiliteetilla viitataan haluttujen tuloksien saavutettavuuteen (Anttila 2000 405).

Olen käyttänyt tutkimuksessa runsaasti lähteitä. Lähdetietoa on kerätty kirjallisuudesta sekä internetistä. Lähteitä kerätessä pyrin vertailemaan lähteitä ja katsoin, löytyykö aiheista samaa tietoa eri lähteistä. Sähköisiä lähteitä käyttäessä pyrin käyttämään asiantuntijoiden kirjoittamia julkaisua. Printtiaiheisia tutkimuksia on tehty historian saatossa paljon, ja monet julkaisut aiheesta olivat tutkimuksia printtien historiasta. Printtiaiheiset julkaisut ovat monesti myös päteviä, vaikka ne eivät ole aivan viimeaikaisia. Monet tekniikat ovat pysyneet

samoina vuosien varrella, jonka takia tietoa pystyi etsimään myös vanhemmista lähteistä. Vertasin vanhempia lähteitä uusien kanssa ja pyrin valitsemaan aina lähteistä uudemman. Etsin tutkimukseeni lähteitä kahdella eri kielellä. Lähteet ovat joko suomen tai englanninkielisiä.

Käyttämäni tutkimusmenetelmät sopivat mielestäni osaksi tutkimusta ja sain niiden avulla vastauksia tutkimuskysymyksiini. Suunnitteluprosessissa käytetty Pirkko Anttilan käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistusprosessin teoreettinen malli (kuva 3, sivu 12) antoi printtien suunnittelu prosessiin hyvän rungon. Mallin avulla tutkimuksen prosessivaiheet tulevat selkeästi esille. Menetelmien lisäksi dokumentoin suunnitteluprosessini ja valmiit suunnitelmat valokuvien avulla.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO

Arviointivaiheessa pohditaan suunnittelun tavoitteita, mielikuvien toteutumista ja lopullista kokonaisuutta. Arviointivaihe on suunnitteluprosessissa vaihe, jota suoritetaan koko työprosessin ajan. Prosessin aikana tehty arviointi auttaa edistämään suunnitelmia haluttuun suuntaan (Anttila 209–213)

Tutkimukseni pääkysymys oli: ”Kuinka suunnitella hahmokeskeinen printtituotepihe?” Alakysymykseni oli: ”Kuinka luon printtituotepiheeseen kuuluvan yhteneväisyyden?”. Kysymyksiin vastatakseni perehdyin aikaisempaan kirjallisuuteen ja tutkimuksiin printeistä ja niihin kuuluvista elementeistä, kuten väreistä. Suunnitteluprosessissa käytin apuna Pirkko Anttilan käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistusprosessin teoreettista mallia (kuva 3, sivu 12).

Printtejä suunnitellessa loin paljon luonnoksia tuotepiheeseen liitetystä hahmosta ja valitsin niistä mielestäni parhaimmat. Tuotepiheeseen liitetty hahmo on toistuva elementti, joka loi printeille yhteneväisyyden. Hahmo on printeissä aina sama, mutta printtien välillä hahmon asennot ja printin värit vaihtelevat. Värejä valikoidessa hyödynnettiin väripsykologiaa ja printtien taustat maalattiin abstraktilla tyyllillä.

Printtituotepiheessä esiintyvät värit liitettiin osaksi printtejä väripsykologiaa hyödyntäen. Värit kuvastavat printeissä hahmon kokemia tunnetiloja. Värien

assosiaatiot psykologian teorioista huolimatta ovat yksilöllisiä, jonka takia printit eivät välttämättä luo jokaiselle katsojalle samanlaista kokemusta tai tunnetilaa. Värit printteihin valittiin tästä syystä omien tunnetilojen pohjalta, joita värit itsessään herättävät lähdekirjallisuutta hyödyntäen.

Lopputuloksena opinnäytetyössä syntyi valmis suunniteltu printtituoteperhe, joka koostuu viidestä printtikokonaisuudesta. Suunnittelun aikana tehdyn taustatyön ja huolellisen produktiivisen osan ansiosta tutkimuksen tavoitteet toteutuivat ja onnistuin vastaamaan tutkimuskysymyksiini. Toistuvan hahmon ja toistuvien tekniikoiden avulla onnistuin luomaan printtituoteperheen, jolla on selkeä oma identiteetti.

Jatkossa pystyisin viemään printtituoteperheen ideaa vielä pidemmälle. Printtejä voisi valmistaa lisää lukuisia kappaleita, jolloin tuoteperheen koko kasvaisi entisestään. Useat erilaiset printit myös loisivat tuoteperheelle enemmän mahdollisuuksia sen tuotteistamiselle. Tutkimukseeni luodut printit on tehty tauuilulle, jota pystyisin hyödyntämään myös jatkossa. Jos tuoteperhe saisi enemmän huomiota tai näyttelymahdollisuus avautuisi, printit voitaisiin pystyttää fyysisinä alkuperäisinä kappaleina esimerkiksi taidegalleriaan. Fyysisten alkuperäiskappaleiden lisäksi printtejä voitaisiin painaa erilaisiin tuotteisiin, joita on mahdollista ostaa itselleen.

10 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessi oli kokonaisuutena mielenkiintoinen, mutta haastava. Itselleni aihe oli erittäin mielenkiintoinen, ja se edesauttoi opinnäytetyön edistämässä. Haasteita tuli vastaan etenkin kirjallisen osion kohdalla. Kirjallisessa osiossa haasteita syntyi lähteiden etsinnässä ja kirjoittamisprosessissa. Minulla oli myös haasteita oikeiden tutkimusmenetelmien löytämisessä aiheeseen liittyen. Opinnäytetyön aikana opin erityisesti paljon uutta printeistä ja väreistä aiheeseen liittyvän kirjallisuuden avulla. Erilaiset tekniikat ja printit antoivat itselleni inspiraatiota oman printtituoteperheen luomisessa. Lopputuloksena opinnäytetyössä syntyi viidestä printistä koostuva tuoteperhe. Printtituoteperhe on minun näköiseni ja olen tyytyväinen lopputulokseen. Uskon, että tutkimuksen jälkeen jatkan printtien luomista ja vien tuoteperheen ideaa entistä pidemmälle.

Värien psykologinen vaikutus kiinnostaa minua, jonka takia päätin käyttää väripsykologiaa osana printtejä. Monenlaiset näkemykset väreistä ja niiden luomista vaikutuksista kiehtoivat minua, sillä tutkimusta, on tehty pitkään historian saatossa. Värien kulttuuriset ja tunnetiloja herättävät erot varmasti antavat uniikin kokemuksen jokaiselle printtejä katsovalle. Tutkimusta tehdessäni sain paljon tietoa väreistä ja niiden käyttämisestä, ja tulen hyödyntämään saamaani tietoa myös jatkossa.

Produktiivisessa osiossa pyrin etenemään printtien valmistuksessa vaiheittaisesti. Etenin askel askeleelta ja pyrin saamaan printit samoihin vaiheisiin valmistusprosessin aikana ennen kuin siirryin seuraavaan osioon. Tämän työskentelytyylin avulla minun oli helpompaa aikatauluttaa työprosessia ja sain selkeän kuvan siitä paljonko yhden printin luomisessa, kuluu aikaa. Produktiivisen osion aikana kohdannut monia haasteita, sillä edeltävän tutkimustyön avulla värien valitseminen ja prosessissa eteneminen oli selkeää. Ennen produktiivista osiota olin myös hankkinut monet materiaalit työskentelyä varten entuudestaan. Jouduin kuitenkin ostamaan materiaaleja kuten, maaleja lisää prosessin aikana. Nautin printtien valmistamisesta ja siitä syystä tutkimuksen produktiivinen osa oli itselleni antoisa. Nautinnollisen työskentelyn ansiosta sain paljon inspiraatiota printtien ja taiteen luomiseen, sekä prosessi herätti itselleni paljon ideoita tuoteperheen tulevaisuutta ajatellen.

Olen tyytyväinen lopputulokseen, sillä hyödynsin printtejä luodessa useita erilaisia teorioita, kuten väripsykologiaa ja tekniikoita, joita en ole ennen käyttänyt, mutta siitä huolimatta lopputulos on minun näköiseni. Jos tutkimusta tehdessä aikaa olisi ollut enemmän, olisin halunnut tehdä tuoteperheestä suuremman kuin mitä se on. Lopputulos olisi varmasti näyttävämpi, jos printtejä olisi enemmän. Pystyn toteuttamaan kyseiset ajatukset kuitenkin jatkossa omalla ajallani, jolloin tuoteperhe saa suuremman koon. Pienistä murheista huolimatta olen tyytyväinen lopputulokseen ja kokonaisuus on mielestäni onnistunut.

LÄHDELUETTELO

- Abrahart, E., Whewell C. 2024. Printing. Encyclopedia Britannica. WWW-Dokumentti. Päivitetty 4.8.2024. Saatavissa: <https://www.britannica.com/topic/textile/Printing> [viitattu 4.8.2024].
- Anttila, P. 1993. Käsityön ja muotoilun teoreettiset perusteet. Helsinki: WSOY.
- Anttila, P. 2000. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. 3. painos. Hamina: Akatiimi Oy.
- Brunetti, F. Confente, I. & Kucharska, W. 2020. The power of personal brand authenticity and identification: top celebrity players contribution to loyalty toward football. The Journal of Product and Brand Management. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/343611304_The_power_of_personal_brand_authenticity_and_identification_top_celebrity_players'_contribution_to_loyalty_toward_football [viitattu 4.9.2024].
- Elliot, A. J., Fairchild, M. D., & Franklin, A. 2015. Handbook of Color Psychology. Cambridge University Press. E-Kirja. Saatavissa: https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=9l69CwAAQ-BAJ&oi=fnd&pg=PT38&dq=color+psychology&ots=9qCjUOon80&sig=GNBqNYkm4kp5n3x54hHkLxm6llw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false [viitattu 7.9.2024].
- Endrissat, N., Islam G, & Noppeney, C. 2016. Visual organizing: Balancing coordination and creative freedom via mood boards. Bern University of Applied Science. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296315004270> [viitattu 30.8.2024].
- Forsman, R. 2017. NOKIVALKEA - Suomalaisen kuosisuunnittelun vetovoimaisuus Japanissa. Lapin yliopisto. Taiteiden tiedekunta, sisustus- ja tekstiilimuotoilu. Pro gradu -tutkielma. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:ula-201706091202> [viitattu 27.8.2024].
- Garai, A. 2022. What are design patterns? Achrafgarai. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.achrafgarai.com/what-are-design-patterns/> [viitattu 1.9.2024].
- Gorzaldini, M. N. 2016. The effects of colors on the quality of urban appearance. Mediterranean Journal of Social Sciences. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://pdfs.semanticscholar.org/c82d/4ae6c3e10a16da48971ec752436d6b18cf88.pdf> [viitattu 7.8.2024].
- Habib, M. 2023. SUBLIMATION PRINT AS A CREATIVE MEDIUM IN CONTEMPORARY INSTALLATION. Helwan University. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://jaars.journals.ekb.eg/article_304182.html [viitattu 28.9.2024].
- Harju, S. 2013. Lasten piirustuksista painokankaaksi: Kuosimalliston suunnittelu Lennol Oy:lle. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Muotoilun koulutusohjelma. Opinnäyte. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201305209662> [viitattu 27.8.2024].

Heinonen, Y. 2006. TUOTEPERHE POPULAARIMUSIIKIN LEGITIMOINNIN VÄLINEENÄ Esimerkkinä Ultra Bran CD-, video- ja nuottikokoelma. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://journal.fi/lahikuva/article/view/115884/68433> [viitattu 4.8.2024].

Hintsanen, P. 2023. Keltainen. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://coloria.net/varit/keltainen.htm> [viitattu 7.9.2024].

Hintsanen, P. 2024. Musta. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://coloria.net/varit/musta.htm> [viitattu 7.9.2024].

Hintsanen, P. 2023. Punainen. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://coloria.net/varit/punainen.htm> [viitattu 7.9.2024].

Hintsanen, P. 2024. Sininen. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://coloria.net/varit/sininen.htm> [viitattu 7.9.2024].

Hintsanen, P. 2024. Violetti. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://coloria.net/varit/violetti.htm> [viitattu 7.9.2024].

Juhila, K. 2021. Laadullinen tutkimus ja teoria. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullinen-tutkimus-ja-teoria/> [viitattu 26.7.2024].

Korhonen, H. 2019. Taiteen tuotteistaminen: Case Anouk Studio. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Kulttuurituotanto. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201904296277> [viitattu 30.8.2024].

Kuosisuunnittelu. Designarkisto. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://designarkisto.fi/wp-content/uploads/kuosi.pdf> [viitattu 20.7.2024].

LaFrance, M. 2011. Lip Service: Smiles in Life, Death, Trust, Lies, Work, Memory, Sex, and Politics. W. W. Norton & Company. E-kirja. Saatavissa: <https://books.google.com/books?hl=fi&lr=&id=7W1JsDhpZi0C&oi=fnd&pg=PT5&dq=why+are+smiles+scary&ots=nl9FLR3zYN&sig=XRwIF-ZTaCYyZzAk9fWL4tGR37Hs> [viitattu 30.8.2024].

Mauri Ählberg: Käsitekartat tutkimusmenetelmänä. 2014. Metodix. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://metodix.fi/2014/05/17/ahlberg-kasitekartta-tutkimusmenetelmana/> [viitattu 20.7.2024].

Maurya, U.K., & Mishra, P. 2012. What is a brand? A Perspective on Brand Meaning. European Journal of Business and Management. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://core.ac.uk/download/pdf/234624169.pdf> [viitattu 4.9.2024].

Muotio, L. 2022. Kuva-analyysi tutkimusmenetelmänä. muotoilu.info. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.muotoilu.info/index.php/tutkiva-muotoilu/menetelmat/kuva-analyysi-tutkimusmenetelmana/> [viitattu 28.9.2024].

Palovuori, J. 2016. Haave-mallisto Printtimallisto inspiroituneena Oili Tannisen Nunnukirjojen kuvituksista. Turun ammattikorkeakoulu. Muotoilun koulutusohjelma. Opinnäyte. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201605249441> [viitattu 27.8.2024].

Partanen, I. 2011. Vaihtoehtoinen paratiisi - kuvittaminen kuosisuunnittelussa. Lahden ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma, graafinen

suunnittelu. Opinnäyte. PDF-dokumentti. Saatavissa:

<https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2011112415329> [viitattu 27.8.2024].

Psychology of Color Explained: What Is Color Psychology? 2021. Masterclass WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.masterclass.com/articles/psychology-of-color-explained> [viitattu 20.7.2024].

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka A. 2006. KvaliMOTV - Teoria ja tutkimus. Verkkojulkaisu. Saatavilla: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_2.html [viitattu 20.7.2024].

Savolainen, E. 2016. Opas muotoilukasvatuksen tehtäviin. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://docplayer.fi/26678972-Opas-muotoilukasvatuksen-tehtaviin.html> [viitattu 26.7.2023].

Seddiki, P. 2005. Kandinskyn näkymättömän taide, Research in Arts and Education. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://journal.fi/rae/article/download/118628/70213> [viitattu 30.8.2024].

Suzuki, S. 2011. What is a Print?: Selections from the Museum of Modern Art. Museum of Modern Art. New York. E-kirja. Saatavissa: https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=34xM402A2qwC&oi=fnd&pg=PA13&dq=what+is+a+print&ots=6MOKYmo-4T&sig=tFE_8O2HmcRy-QUKGq6dmC1J-Dgw&redir_esc=y#v=onepage&q=print%20is%20a&f=false [viitattu 1.9.2024].

Tarkanmäki, M. 2024. Sanaton ja sanallinen tarina taiteessani. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Kuvataiteen koulutusohjelma. Opinnäyte. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2024052314733> [viitattu 30.8.2024].

Tormanen, M. 2019. Yritysbrändi – Mitä tarvitaan hyvän yrityksen rakentamiseen? Design Inspis. Blogi. Saatavissa: <https://designinspis.fi/blogi/yritys-brandi-2/> [viitattu 2.10.2024].

KUVALUETTELO

Kaikki kuvat ovat tekijän, ellei toisin mainita

Kuva 1. Opinnäytetyön käsitekartta

Kuva 2. Opinnäytetyön viitekehys

Kuva 3. Käsityötuotteen suunnittelu- ja valmistusprosessin teoreettinen malli

Anttila, P. 1993. Käsityön ja muotoilun teoreettiset perusteet. Helsinki: WSOY.

Kuva 4. Mini unikko kuosi Marimekko, s.a.

Mini Unikko puuvillakangas. WWW-dokumentti. Saatavissa: https://www.marimekko.com/fi_fi/066475-017 [viitattu 1.9.2024].

Kuva 5. Muumipeikko ja Esi-isä

Jansson, T. 1957b. Muumipeikko ja Esi-isä. WWW-dokumentti. Saatavissa: https://tovejansson.com/fi/gallery/muumit/moominland_midwinter/ [viitattu 1.9.2024].

Kuva 6. Muumipeikko

Jansson, T. 1957a. Muumipeikko. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://tovejansson.com/fi/gallery/muumit/moomin/> [viitattu 8.9.2024].

Kuva 7. Moomin – Just a thought tuotteita

Moomin Just A Thought Cushion Cover – Piironki. Piironki. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://shop.moomin.com/products/moomin-just-a-thought-cushion-cover-piironki> [viitattu 6.10.2024].

Moomin Just a Thought Storage Basket– Piironki. Piironki. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://moomin.co.uk/products/moomin-just-a-thought-storage-basket-piironki> [viitattu 6.10.2024].

Kuva 8. Magic of midsummer (Tove Jansson 1954)

Jansson, T. 1954. Magic of midsummer. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.moomin.com/en/blog/the-magic-of-midsummer-in-tove-janssons-life-and-books/> [viitattu 6.10.2024].

Kuva 9. Midsummer tuotekollaasi

Kuva 10. Make it rain (Makia 2019)

Makia x Muumi: boheemin Muumipapan inspiroima mallisto. 2019. Moomin. Blogi. Saatavissa: <https://www.moomin.com/fi/blogi/makia-muumi-mallisto/> [viitattu 6.10.2024].

Kuva 11. Make it rain malliston tuotteita (Makia 2019)

Makia x Muumi: boheemin Muumipapan inspiroima mallisto. 2019. Moomin. Blogi. Saatavissa: <https://www.moomin.com/fi/blogi/makia-muumi-mallisto/> [viitattu 6.10.2024].

Kuva 12. Vaihe 1

Kuva 13. Luonnoksia

Kuva 14. Printtituoteperheen lopulliset luonnokset

Kuva 15. Hahmon tunnelmataulu

Kuva 16. Värit ja tekniikat tunnelmataulu

Kuva 17. Tuote -tunnelmataulu

Kuva 18. Vaihe 2

Kuva 19. Meaning of colors

London Image Institute. s.a. Meaning of colors. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://londonimageinstitute.com/how-to-empower-yourself-with-color-psychology/> [viitattu 5.9.2024].

Kuva 20. Vaihe 3

Kuva 21. Maalatut printtipohjat

Kuva 22. Luonnoksen kopioiminen leivinpaperin avulla

Kuva 23. Valmis työ vaihde

Kuva 24. The smell of flowers printti

Kuva 25. Sweet cigarette printti

Kuva 26. Morning exercise printti

Kuva 27. Dreamworld printti

Kuva 28. Bookworm printti

Kuva 29. SMILE YOU'RE ALIVE printit

Kuva 30. Vaihtoehtoisia värejä printeistä

Kuva 31. Mustat ja valkoiset kangaskassi vaihtoehdot

Kuva 32. Moniväriset kangaskassit

Kuva 33. Paita vaihtoehtoja

Kuva 34. Kupit

Kuva 35. Postikortit

Kuva 36. SMILE YOU'RE ALIVE tuoteperhe kuvakollaasi