

SAVONIA



OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MUOTOILU

MUOTOILIJAN PORTFOLION RA- KENTAMINEN

TEKIJÄ/T Emilia Karppinen

Savonia-ammattikorkeakoulu
Kulttuuriala
Muotoilun tutkinto-ohjelma

Emilia *Karppinen*

Muotoilijan portfolio rakentaminen

Koulutusala	Kulttuuriala
Tutkinto-ohjelma	Muotoilun tutkinto-ohjelma
Työn tekijä	Emilia Karppinen
Työn nimi	Muotoilijan portfolion rakentaminen
Ohjaaja	Ilkka Kettunen
Sivumäärä	34

Päiväys	14.05.2025
---------	------------

Tiivistelmä

Opinnäytetyön aiheena oli visuaalisen näyteportfolion rakentaminen. Työssä tarkasteltiin portfolion merkitystä muotoilijalle sekä kehitettiin tapa esitellä omaa osaamista selkeästi ja ammattimaisesti. Tavoitteena oli rakentaa näyteportfolio, joka tukisi työnhakua ja ammatillista kehittymistä.

Työ toteutettiin verkkosivustona, ja se aloitettiin tutkimalla portfolion merkitystä etenkin luovilla aloilla sekä vertailemalla eri verkkosivualustoja ja muiden suunnittelijoiden ratkaisuja. Portfolion suunnitteluprosessiin kuului sisällön, rakenteen ja ulkoasun tuottaminen. Lisäksi opinnäytetyössä tarkasteltiin henkilöbrändäystä ja sen roolia visuaalisessa portfolioissa.

Lopputuloksena syntyi selkeä ja toimiva portfolio, joka vastasi hyvin asetettuihin tavoitteisiin. Johtopäätöksessä korostuu, että selkeästi jäsennelty, visuaalisesti kiinnostava ja kohde-ryhmälähtöinen portfolio toimii tehokkaana välineenä muotoilijan ammatillisen osaamisen esittämisessä ja kehittämisessä. Jatkokkehityksenä nähtiin mahdollisuus parantaa sivuston saavutettavuutta ja interaktiivisuutta.

Avainsanat

Portfolio, näyteportfolio, muotoilu

Sisältö

1 Johdanto	4
2 Perusta	6
2.1 Portfolion määritelmä	7
2.2 Sähköinen näyteportfolio	8
2.3 Alustoja ja muotoja portfoliolle	9
2.4 Vertailuanalyysi	11
3 Portfolion tuottaminen	14
3.1 Portfolion suunnitteleminen ja aloittaminen	15
3.2 Verkkosivun alustan valinta	16
3.3 Sisällön suunnittelu ja tuottaminen	17
3.4 Rakenteen päättäminen	18
4 Visuaalinen ilme	21
4.1 Brändäys	22
4.2 Ulkoasu, graafiset elementit ja värit	23
4.3 Typografia	28
5 Yhteenveto	30
5.1 Johtopäätökset	31
5.2 Pohdinta	32

1 Johdanto

The background of the slide is a light, warm-toned surface covered with various dark silhouettes of plants and flowers. These include several daisy-like flowers with many thin petals, a large multi-petaled flower, and some leafy branches. The silhouettes are scattered across the page, creating a decorative and organic feel.

1 Johdanto

Muotoilijan ammatissa visuaalinen viestintä ja oman osaamisen esittäminen ovat keskeisiä taitoja. Visuaalisen alan taitajalle portfolio ei ole vain kokoelma töitä, vaan myös väline, jolla heijastaa omaa ajattelua ja kykyä ratkaista ongelmia visuaalisesti.

Tässä opinnäytetyössä toimeksiantajana toimii sen tekijä. Idea portfolioista opinnäytetyön aiheena saa alkunsa tarpeesta kehittää tapa, jolla esitellä osaamista omaperäisesti, mutta samalla selkeästi ja ammattimaisesti muotoilualan työhaussa. Työn tavoitteena on rakentaa digitaalinen näyteportfolio, joka toimii ensisijaisesti työnhaun välineenä, mutta myös muotoilijana kehittymisen tukena. Samalla työ tarkastelee, millainen portfolion sisältö, rakenne ja visuaalinen ilme palvelevat parhaiten tätä tarkoitusta.

Työ toteutetaan verkkosivuston muodossa, ja se toimii konkreettisena esimerkkinä visuaalisen alan työnäytteiden kokoelmasta. Työ etenee vaiheittain: aluksi tarkastellaan portfolion käsitettä ja sen merkitystä luovilla aloilla, minkä jälkeen perehdytään erilaisiin alustoihin ja toteutusmuotoihin. Vertailuanalyysin avulla tutkitaan muiden suunnittelijoiden portfolioita ja niissä käytettyjä ratkaisuja. Suunnitteluprosessi sisältää myös sisällöntuotannon ja -valinnan, rakenteelliset ratkaisut sekä ulkoasun suunnittelun typografian, värien ja graafisten elementtien kautta. Tämän pohjalta suunnitellaan ja toteutetaan oma portfolio. Opinnäytetyössä käsitellään lisäksi myös henkilöbrändäystä ja sen roolia muotoilijan portfolioissa. Lopuksi työssä arvioidaan kokonaisuuden onnistumista suhteessa vaatimuksiin ja tuodaan esiin mahdollisia kehittämiskohteita.

Opinnäytetyö toimii sekä käytännön suunnitteluprojektina että pohdin-

Muotoilijan portfolion rakentaminen

tana siitä, mitä kaikkea portfolio voi muotoilijalle merkitä. Tarkoituksena on kehittää portfolio, joka vastaa mahdollisimman hyvin sekä tekijän omia uratavoitteita että alan yleisiä vaatimuksia. Opinnäytetyössä vastataan kysymykseen, miten tuottaa toimiva ja visuaalisesti miellyttävä kokoelma töitä, joka esittelee muotoilijan ammatilliset taidot.



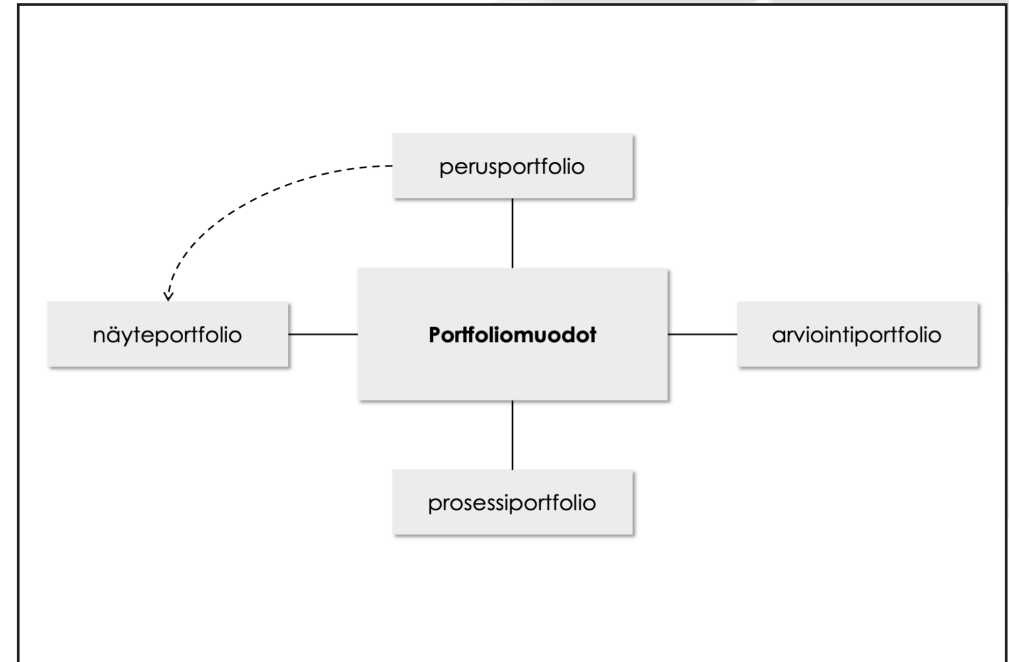
2 Perusta

2.1 Portfolion määritelmä

Portfolio on perinteisesti kokoelma, joka esittelee tekijänsä taitoja, saavutuksia ja pätevyyttä tietyllä alueella. Tämä määritelmä on ollut ominainen arkkitehtuurille, kuvataiteelle ja myöhemmin liike-elämälle. Portfoliota on pidetty kokoelmana dokumentteja, jotka tuovat esiin yksilön parhaat puolet, vahvuusalueet ja ammatillisen osaamisen. (Niikko 2000, 19.)

Portfolioita luodaan eri käyttötarkoituksiin, mutta ensisijaisesti niitä hyödynnetään rekrytoinnissa (Turun yliopisto n.d.). Asetettujen tavoitteiden perusteella voidaan kuvata erityyppisiä portfolioita, kuten yleistyvät perusportfoliot, näyteportfoliot, arviointiportfoliot ja prosessiportfoliot. Perusportfoliolla tarkoitetaan yksityistä oman osaamisen dokumentointijärjestelmää ja oppimisprosessia mukailevaa työkansiota, josta on yleensä luontevaa aloittaa portfolion työstäminen. Näyteportfolio on tarkoitettu julkistettavaksi, ja se tehdään aina tietyn tilanteen ja tarkoituksen vuoksi. Näyteportfoliolla usein tavoitellaan joitakin ulkoista määränpäättä, kuten työpaikkaa, kurssisuoritusta tai apurahaa. Arviointi- ja prosessiportfolioita käytetään yleensä kasvun ja oppimisen edistämiseksi. (Niikko 2000, 49–63.)

Laadukas portfolio voi olla ratkaiseva tekijä työnhaussa ja verkostoitumisessa. Mäkelän (2019) mukaan rekrytoija silmäilee ensin hakemukset ja perehtyy tarkemmin vain niihin, jotka herättävät kiinnostuksen. Siksi työhaussa esiteltävät materiaalit on oltava selkeitä, helposti luettavia ja keskittyneitä olennaiseen.



Kuva 1. Portfoliomuodot (mukaillen Niikko 2000, 50)

Portfolio on visuaalinen työnäytekansio, jota käytetään erityisesti työnhaussa oman luovan osaamisen ja ammatillisen erityisosaamisen esittelyyn. Hyvin tehty portfolio auttaa erottumaan ja tekemään vaikutuksen. (Ornamo 2023.) Näin ollen portfolio toimii muotoilijan käyntikorttina ja työnäytteenä, joka konkretisoi hänen ammattitaitoaan ja luovuuttaan.

2.2 Sähköinen näyteportfolio

Tässä opinnäytetyössä keskitytään sähköisiin näyteportfolioihin, koska muotoilijan portfolio painottuu erityisesti visuaalisuuteen. Tarkoituksena on esitellä visuaalisia esimerkkejä, kuten kuvia, videoita ja dokumentoituja suunnitteluprosesseja. Näiden avulla pyritään tuomaan esiin muotoilijan osaamista, työskentelytapoja sekä luovaa ajattelua mieleenjäävällä tavalla, jota olisi erityisesti nykyään vaikea välittää perinteisellä fyysisellä portfolioilla.

Näyteportfolio esittelee valikoidusti mutta riittävän laajasti tekijän osaamisen sekä erityisosaamisen suhteessa muihin alalta valmistuviin. Sen keskeinen tavoite on tukea työllistymistä ja herättää potentiaalisten työnantajien, työelämäverkostojen tai asiakkaiden kiinnostus työntekijänä, ammattilaisena, yrittäjänä tai verkoston jäsenenä. Tietyillä aloilla on erityisen tärkeää, että portfolio osoittaa tutkinnossa määritellyn osaamistavoitteen hallinnan. Olennaista on osaamisen kuvaaminen ja tuotteistaminen. (Kuhanen n.d.)

Digitaalinen portfolio, eli digiportfolio on sähköisesti koottu esitys työnäytteistä, taidoista tai kehityksestä, jota voidaan käyttää osana ansioluetteloita tai arvioinnin tukena (Tase 2021). Sähköistä portfolioa on erittäin helppo päivittää. Sen avulla käyttäjä voi nopeasti lisätä uusia projekteja, muokata vanhoja sisältöjä tai räätälöidä portfolion ulkoasua. Lisäksi verkkomuotoinen portfolio mahdollistaa interaktiivisuuden ja multimedian hyödyntämisen, mikä tekee siitä monipuolisen ja tehokkaan työkalun oman osaamisen esille tuomiseen. (Kankaanranta, Grant, Linnakylä 2007, 3–4; 288–291.)



2.3 Alustoja ja muotoja portfoliolle

Portfolio on mahdollista toteuttaa ja julkaista lukemattoman monilla eri tavoilla, ja onkin olennaista valita juuri oikea alusta ja muoto, mikä tukee portfolion tarkoitusta ja tavoitteita. Seuraavaksi käsitellään, mitkä vaihtoehdot voisivat olla parhaimpia.

Kotimaisen työhakupalvelu Joblyn työhakuvinkeistä (2018) löytyy luovien alojen työnhakijoille seuraavanlainen lista portfolion monista eri muodoista:

- Verkkosivupohjainen portfolio: Helppo jakaa ja linkittää, sisältää CV:n ja yhteystiedot. Tähän on saatavilla ilmaisia alustoja.
- PDF-portfolio: Helposti räätälöitävä ja liitettävä hakemukseen, mutta on varottava liian suurta tiedostokokoa.
- Printtiportfolio: Hyödyllinen tietyissä tilanteissa.
- Showreel: Videomuotoinen portfolio, yleinen animaatio- ja tv-alalla.

Visuaalisen alan tekijälle on luultavasti helpointa aloittaa portfolion rakentaminen tutusta kuvan- ja tekstinkäsittelyohjelmasta, siirtyä taitto-ohjelmaan ja julkaista lopullinen työ valmiin verkkopalvelun kautta. Yleensä tällainen portfolio on kuvamuodossa tai PDF-tiedosto, jolloin se on myös helppo jakaa työnhaun yhteydessä. Digitaalisen julkaisun voi tehdä pelkällä tekstinkäsittelyohjelmallakin ja levittää sitä esimerkiksi sähköpostitse eikä erillistä verkkosivua silloin tarvita (Korpela 2010, 26).

Useat visuaalisen alan ammattilaiset jakavat portfolionsa oman verkkosivuston sijaan tai lisäksi sosiaalisessa mediassa verkkoyhteisöpalveluiden (engl. social network service) tai sisällönjakopalveluiden (engl. content sharing service) kautta. Sanastokeskuksen (2010, 26–27)

Muotoilijan portfolion rakentaminen

mukaan verkkoyhteisöpalvelu on internetin kautta toimiva alusta, joka tarjoaa mahdollisuuden ihmisten välisten suhteiden luomiseen sekä ylläpitämiseen, esimerkkinä Facebook. Sisällönjakopalvelu, esimerkiksi Youtube, mahdollistaa sisällön kuten videoiden tai kuvien jakamiseen verkossa. Joskus verkkoyhteisöpalvelu voi sisältää sisällönjakopalvelun.

Nykyään graafiselta suunnittelijalta vaaditaan paitsi huolellisesti laadittu ansioluettelo ja verkkoportfolio, myös läsnäoloa sosiaalisen median verkostoissa kuten Facebook ja LinkedIn. Lisäksi sisällönjakopalvelut kuten Instagram, Twitter ja Pinterest toimivat yhä tärkeämpinä markkinointivälineinä suunnittelijoille. Koska monet työnantajat etsivät tekijöitä ensisijaisesti verkostojensa kautta, kannattaa liittyä kaikkiin tärkeimpiin verkostoitumis- ja portfoliosivustoihin. Verkkosivustot kuten Behance.com tarjoavat ilmaiseksi alustan portfoliolle sekä mahdollisuuden osallistua työmarkkinoille. (Heller & Vienne 2015, 12.)



Behance.net-sivu on maailman suurin luova verkosto. Tämä verkkopalvelu on tehty luovan alan ammattilaisten töiden esittelyyn ja niihin tutustumiseen. Se tarjoaa jäsenilleen mahdollisuuden saada näkyvyyttä ja näin uusia asiakkaita. Sivuston kautta pystyy myös suoraan tarjota omia palveluita sekä vastaanottaa tarjouksia, myydä ladattavia tiedostoja ja hoitaa näihin liittyviä maksuja. Behancella on yli 50 miljoonaa jäsentä ja siellä julkaistuja töitä katsotaan miljardeja kertoja vuodessa. (Adobe 2021; Behance n.d.) Vaikka tämä sivusto ei kiinnostaisi alustana omalle portfoliolle, on se silti erittäin hyödyllinen inspiraation lähde valtavan galleriansa takia. Esimerkiksi tunnelmataulu (engl. mood board) tai vertailuanalyysia (engl. benchmarking) on erittäin helppoa lähteä rakentamaan sivustolla esiteltyjen töiden perusteella.

Kuten aikaisemmin työhakuvinkeissä mainittiin, verkkosivupohjainen portfolio on kuitenkin erittäin helppo käyttöinen valmiina ja hyvä tapa yhdistää monia materiaaleja. Verkkosivustoa on myös helppo päivittää, ja sen avulla voidaan hyödyntää interaktiivisia elementtejä ja multimediaisisältöjä, jotka tekevät portfolion visuaalisesta ilmeestä entistä mielenkiintoisemman. Lisäksi itse tehty verkkosivusto toimii konkreettisenä esimerkkinä ammattitaidoista.

Verkkojulkaisemiseen on valtavasti erityyppisiä välineitä. Yhdessä ääripäässä on käsin koodaaminen, joka tarkoittaa, että verkkosivuston rakenne- ja ulkoasumäärittelyt kirjoitetaan suoraan koodikielellä. Etuna oman sivuston koodaamisessa on joustavuus ja edullisuus, koska siihen on saatavilla ilmaisia välineitä, mutta haittapuolena virhealttius ja työläys. (Korpela 2010, 26–27.) Uskon, että portfolion verkkosivuston koodaaminen on epärealistista ja hyödytöntä monelle, mutta jos verk-

kosivustojen suunnitteluun haluaa syventyä, esimerkiksi portfolio voi olla hyvä mahdollisuus aloittaa koodikielten opiskelu.

Toisessa ääripäässä ovat sivunteko-ohjelmat, jotka tuottavat itse tarvittavan koodin ja antavat käyttäjän toimia mahdollisimman luonnollisella ja yksinkertaisella tavalla. Tekijä voi rakentaa sivuja tekstinkäsittelyohjelmien tyyliin, esimerkiksi suoraan hiirellä piirtämällä voidaan asetella sivusto ja ohjelma pitää huolta koodista, joka saa tämän aikaan. Vaikka sivustojen tuottaminen on helppoa tätä kautta, on haittana usein joustamattomuus, koska ei voida tehdä toimenpiteitä, joita ei ole ohjelmaan rakennettu. (Korpela 2010, 26–27.)

Välissä on myös ohjelmia, jotka mahdollistavat yksinkertaisen tavan luoda sivustoja, mutta antavat myös käyttäjälle mahdollisuuden muokata ohjelman tuottamaa koodia (Korpela 2010, 28). Työssäni aion hyödyntää sivunteko-ohjelmaa, joka ei vaadi koodia, mutta antaa sille mahdollisuuden. Haluan tehdä luovia ratkaisuja, mutten voi koodata kokonaista verkkosivustoa itse, joten tarvitsen tukea ilman isoja rajoitteita.



2.4 Vertailuanalyysi

Muotoilijan portfolio on aina yksilöllinen, eikä yhtä oikeaa tapaa sen toteuttamiseen ole. Vaikka yleisiä visuaalisen suunnittelun ohjeita voi hyödyntää, ne eivät aina sovellu täysin portfolioon tarpeisiin. Sääntöjen puute antaa luovuudelle vapautta, mutta voi myös vaikeuttaa käytettävyyttä, erityisesti digitaalisten portfolioiden kohdalla. Tämän vuoksi muotoilijan on tärkeää löytää tasapaino visuaalisuuden, selkeyden ja käytettävyyden välillä. Hyvin rakennettu portfolio ei ainoastaan esittele osaamista, vaan kertoo myös tekijän tavasta ajatella ja ratkaista ongelmia. Käyttäjäkokemus on erityisen merkittävä verkkopohjaisissa portfolioissa, joissa navigoinnin sujuvuus ja sisältöjen esitystapa vaikuttavat siihen, kuinka tehokkaasti portfolio välittää viestinsä. Onnistunut portfolio on sekä helposti tulkittava että tekee vaikutuksen sen katsojaan.

Adalja (2023) on koonnut listan kahdentoista muotoilijan verkkosivupohjaisista portfolioista, jotka hänen mukaansa voivat herättää kateutta lukijassa. Kyseessä on kokoelma monipuolisia ja huolella toteutettuja portfolioita, joista jokainen tarjoaa omanlaisensa näkökulman. Seuraavaksi esittelen muutamia poimintoja tältä listalta, joita aion myös hyödyntää inspiraationa.

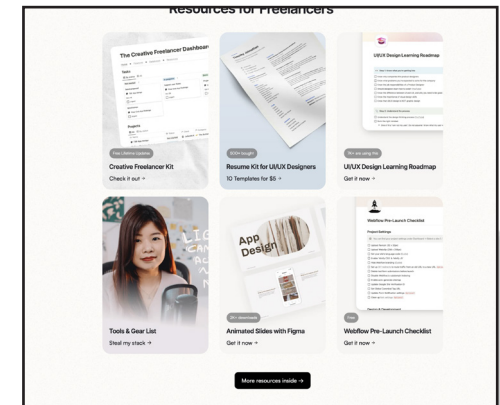
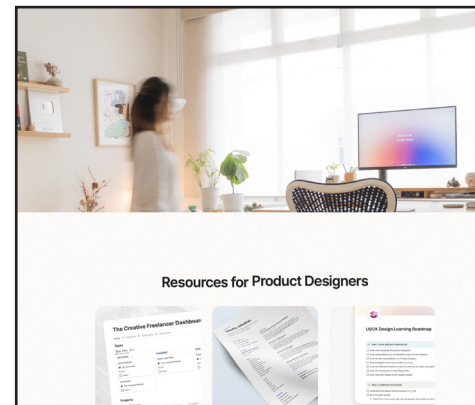
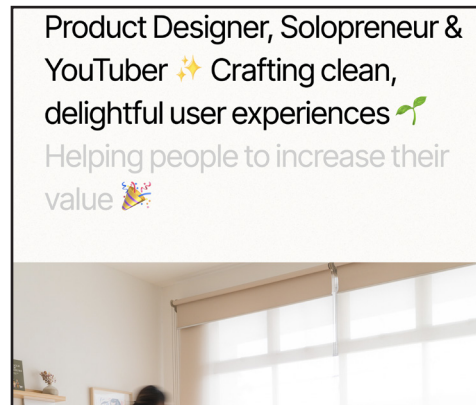
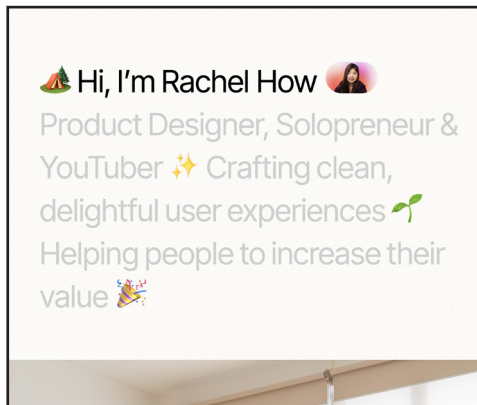


Rachel How

Rachel How on itseoppinut ja itsenäinen Senior Product Designer sekä yrittäjä. Hän luo inspiroivia ja käytännönläheisiä materiaaleja, jotka auttavat suunnittelijoita kehittämään taitojaan. (How 2024; Adalja 2023.)

Tämä portfolio on miellyttävällä tavalla yksinkertainen, ja sen selkeä rakenne tekee siitä erityisen toimivan. Sivustoa on hauska tutkia, koska jokaisessa kategoriassa on jotain pientä liikettä tai muutosta. Portfolion interaktiivisuus on juuri oikealla tasolla, jolloin sen sisältö pysyy ensisijaisena ja herättää kiinnostusta, eikä muuttuvat elementit häiritse käytettävyyttä.

Sivuston minimalistisesta ilmeestä otan vaikutteita omaan portfoliooni, sillä se tuo sisällön esiin selkeästi ja ilman visuaalista ylikuormitusta. Yksinkertaisen ulkoasun avulla katse ohjautuu suoraan työnäytteisiin, ja turhat häiriötekijät jäävät pois. Sivun rakenne on looginen ja rauhallinen, mikä tekee katselukokemuksesta miellyttävän ja sujuvan. Tätä lähestymistapaa haluan hyödyntää myös portfolioissani. Typografian yritän pitää selkeänä, asettelun ilmapavana ja värimaailman hillittynä, jotta sisältö säilyy keskiössä. Lisäksi haluaisin tuoda mukaan hienovaraisista liikettä ja interaktiivisuutta, joka elävöittää sivua liikaa kuormittamatta.



Kuvat 2.-5. Portfolion etusivu (Rachel How)

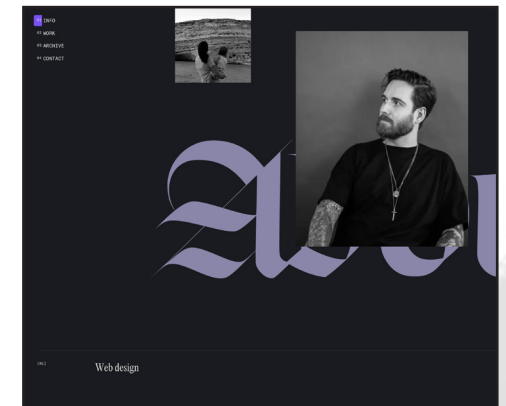
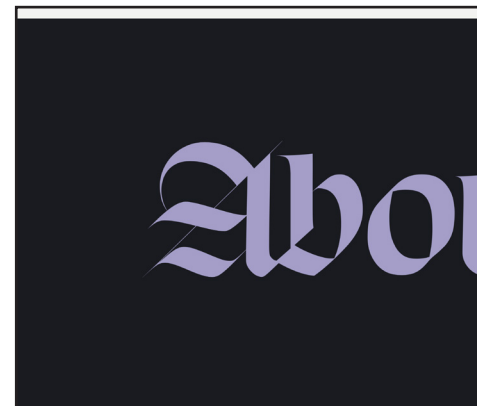
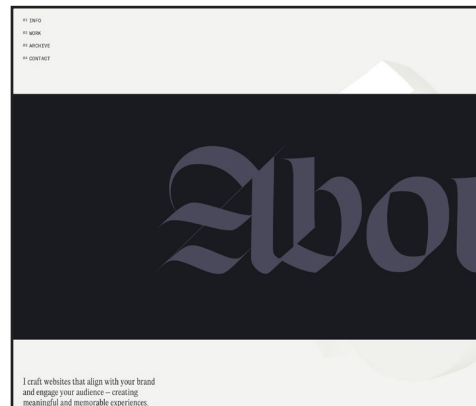
Jordan Gilroy

Gilroy on brittiläinen verkkosuunnittelija, joka luo innovatiivista ja huolellisesti harkittua muotoilua. Hän on erikoistunut luomaan verkkosivuja, jotka toimivat ja antavat vahvan ensivaikutelman. (Gilroy n.d.; Adalja 2023.)

Gilroyn portfolio on monisivuinen verkkosivusto, mutta vierailija löytää kaiken tärkeimmän etusivulta nopealla katselulla, ja vain jos haluaa perehtyä syvemmin johonkin projektiin, voi siirtyä tämän erilliselle sivulle. Portfolio esittelee itsensä erilaisilla siirtyvillä ja paljastuvilla elementeillä, joita hallitaan vierittämällä sivua ylös ja alas. Verkkosivuston rakenne ja tyyli ovat kunnioitusta herättäviä, mutta käyttäjänä keskityin

lähes ainoastaan näihin, enkä esiteltäviin töihin, joiden pitäisi olla portfolion kohokohta. Välillä jännitin, miten elementit tulevat ilmestymään ruudulle, sillä niiden liike tuntui liian ennalta-arvaamattomalle. Sanallinen viestintä on jätetty vähäiseksi, mikä korostaa visuaalista ilmettä, mutta samalla heikentää informatiivisuutta.

Gilroyn portfolioista haluan ottaa mallia sen näyttävästä ulkoasusta ja kekseliäästä rakenteesta. Vaikka liikehdintä tuntuukin paikoin hallitsemattomalle, on se silti hyvä esimerkki siitä, millaisia luovia mahdollisuuksia verkkosuunnittelussa on. Sivuston pelkistetty värimaailma ja yksityiskohtien viimeistely tarjoavat inspiraatiota.



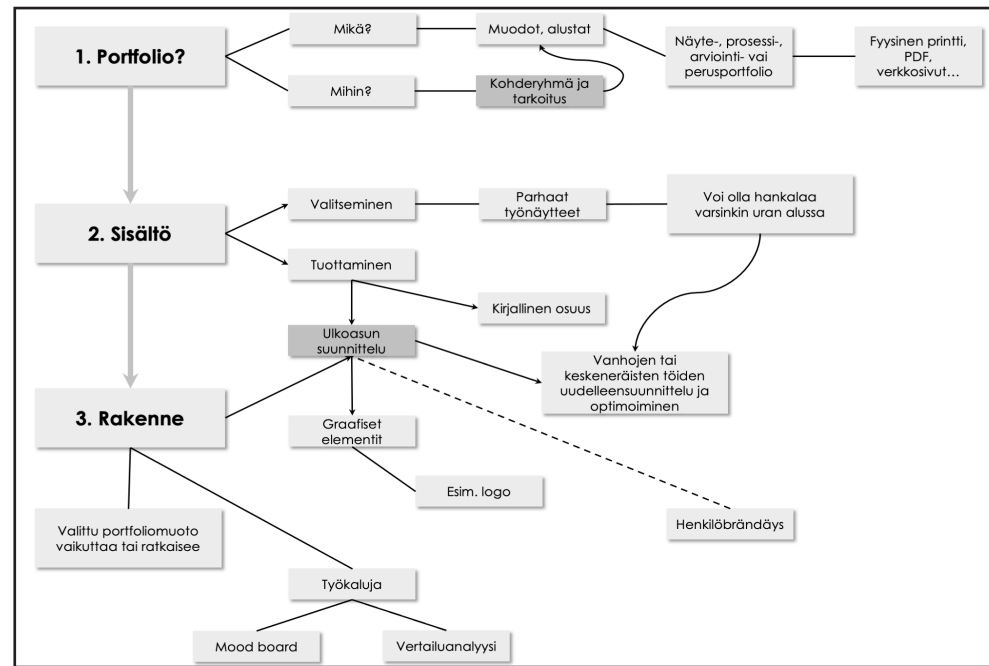
Kuvat 6.-9. Portfolion etusivu (Jordan Gilroy)

3 Portfolion tuottaminen

The background of the slide features several dark silhouettes of various flowers and plants against a light, warm-toned background. The silhouettes include a large daisy-like flower in the upper right, a smaller daisy-like flower in the center, a large multi-petaled flower in the lower right, and several branching, leafy plants in the lower left and center.

3.1 Portfolion suunnitteleminen ja aloittaminen

Aloitin portfolioni melkein tyhjästä, koska sen edeltävät versiot olivat aina nopeasti tekaistuja PDF-tiedostoja. Seuraavaan havainnollistavaan kuvioon suunnittelin oman portfolioni etenemisen vaiheet.



Kuva 10. Kuvio portfolion rakentamisen vaiheista

Portfolion alkuvaiheessa lähdin selvittämään kokonaisuutta itselleni pohtimalla ensisijaisesti kahta kysymystä: mikä portfolio on ja kenelle se on suunnattu. Tarkastelin erilaisia portfoliomuotoja, kuten näyte-, prosessi-, arviointi- ja perusportfolio. Tämä vaihe määräsi koko projektin suunnan, sillä portfolion muoto, alusta ja kohderyhmä määrittävät pitkälti sen sisällön ja itse toteutuksen.

Päädyn siihen, että haluan rakentaa digitaalisen näyteportfolion, jonka ensisijaisena kohderyhmänä on visuaalisen alan työnantajat ja asiakkaat. Tämä tarkoittaa, että portfolion tulisi olla paitsi visuaalisesti vahva ja informatiivinen, myös helposti jaettavassa ja saavutettavassa muodossa. Fyysisen printtiportfolion sijaan päädyin digitaaliseen muotoon, jonka parhaat toteutusvaihtoehdot ovat PDF-tiedosto tai verkkosivu. Molemmilla on etunsa: PDF on helposti liitettävissä työnhakudokumentteihin ja säilyttää muotoilunsa eri laitteilla, kun taas verkkosivu tarjoaa enemmän mahdollisuuksia vuorovaikutteisuuteen ja laajempaan sisällön esittämiseen.

Koska tavoitteenani oli rakentaa ammattimainen kokonaisuus, joka toimii työnhaun tukena, valitsin verkkosivuston portfolion ensisijaiseksi muodoksi. Tämä valinta mahdollistaa sisällön helpon päivittämisen, monipuolisen sisällön esittämisen ja sen, että työnantaja voi tutustua töihini missä ja milloin tahansa. Lisäksi verkkosivusto tuo esille kykyäni suunnitella ja toteuttaa visuaalista materiaalia digitaalisessa ympäristössä, joka on taitoa, jota monella visuaalisen alan työpaikalla arvostetaan.

3.2 Verkkosivun alustan valinta

Verkkosivumuotoisen portfolion rakentamisen yksi suurimmista ja haastavimmista valinnoista on alustan valinta. Vaihtoehtoja on runsaasti, mutta suoria ohjeita vähän ja mielipiteitä sitäkin enemmän. Jokainen alusta toimii hieman eri tavoin, ja uuden oppiminen vaatii aina totuttelua. Alustan valinta ei siis ole suoraviivainen prosessi, varsinkaan kun kaikilla eri vaihtoehdoilla on omat vahvuutensa ja heikkoutensa.

Minulla oli heti alkuun selviä suunnitelmia portfolion rakenteelle, mutta tiesin, että lopullinen toteutus määräytyisi pitkälti valitsemani alustan mahdollisuuksien ja rajoitteiden mukaan. Halusin maksimoida jokaisen pienenkin mahdollisuuden tehdä vaikutus kävijään, mutta erityisesti liikkuvan kuvan hyödyntäminen oli minulle tärkeää. Liikkuva kuva ja visuaaliset tehosteet kiinnittävät huomion tehokkaammin kuin paikallaan oleva kuva, sillä videoiden parissa vietetään aikaa, ja jo muutaman sekunnin mittainen videoklippisi voi synnyttää voimakkaita mielikuvia ja herättää tunteita katsojassa (Alma n.d.).

Vertailin useita suosittuja verkkosivualustoja, mutta Adobe Portfolio, Squarespace ja WordPress nousivat tarkastelun keskiöön. Jokaisessa oli omat etunsa, mutta myös selviä puutteita. Kalliimmat vaihtoehdot, kuten Squarespace ja WordPress, tarjosivat enemmän vapautta, mutta myös enemmän vaivaa. Esimerkiksi verkkotunnuksen eli domainin ostaminen, ohjelmistojen lisäosien etsiminen ja kustannusten hallinta aiheuttivat epäilyksiä. Toisaalta Adobe Portfolio ei yksinään riittänyt täyttämään vaatimuksiani, koska halusin muun muassa tiiviin ja selkeän etusivun sekä siirtymäanimaatioita.

Adobe Portfolion suurimpia etuja ovat sen selkeä käyttöliittymä ja

Muotoilijan portfolion rakentaminen

suora yhteys Adobe Creative Cloudiin, mikä tekee siitä käytännössä ilmaisen Adoben jäsenyysmaksun jälkeen. Alustan suurin heikkous on sen rakenteellinen jäykkyys, eli sivujen asettelua ei voi muokata vapaasti, vaan käyttäjän on sopeuduttava valmiisiin teemoihin. Tämän seurauksena lopputulos ei ole kovin erikoinen, erityisesti kun visuaalisella alalla moni koodaa sivustonsa itse. Toisaalta, jos portfoliossa esiteltävät työt puhuvat puolestaan tai verkkosivujen suunnittelu ei ole omaa ydinosaa, voi portfoliosivuston jättää yksinkertaiseksi.

Squarespace tarjosi selvästi enemmän ohjelmaan sisäänrakennettuja muokausmahdollisuuksia sekä mahdollisuuden lisätä omaa CSS-koodia, jolla tehdään verkkosivustojen ulkoasumuotoilua. Joitakin puutteita alustalta löytyy kuitenkin perusasioissa, esimerkiksi fonttivalikoima on pieni ja yhdellä sivustolla voi käyttää vain paria fonttia kerrallaan. Tästä huolimatta Squarespacen joustavuus ja helppo käyttöliittymä tarjosivat vahvan pohjan portfolion rakentamiseen, ja lopulta päädyin valitsemaan sen verkkosivualustakseni.

3.3 Sisällön suunnittelu ja tuottaminen

Portfolion sisällön valitseminen osoittautui yllättävän aikaa vieväksi prosessiksi. Oli arvioitava vanhaa materiaalia kriittisesti: mikä edustaa parhaiten osaamistani, mikä on yhä ajankohtaista ja mikä vaatii päivitystä? Visuaalisella alalla monet tuottavat esiteltäviä projekteja pelkästään portfolioita varten, mutta itse ehdin vain jatkokehittämään vanhoja projektejani, jotta ne edustaisivat ajankohtaisia



Kuva 11. Kuvan muokkaus portfolioa varten

taitojani. Tiedostojen valinta, rajaukset, asettelu ja työprosessin sa-noittaminen vaativat toistoa ja kokeilua, jotta portfolio oikeasti esittelee parasta osaamistani.

Vinkkejä siihen, mitä esittää portfolioissa:

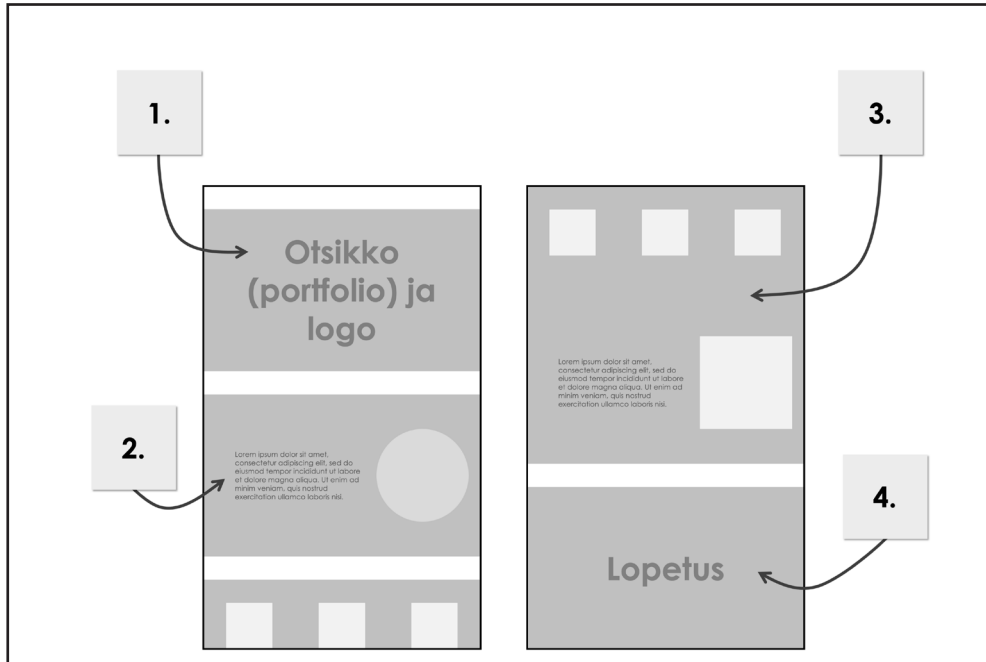
1. Valitse parhaat työt: Portfolio ei ole kokoelma kaikista töistäsi. Valitse verkkosivulle 12–15 parasta ja uusinta projektia. Voit näyttää enemmänkin, kunhan kaikki on selkeästi järjestetty ja helposti selat-tavissa.
2. Hyvä kuvanlaatu: Käytä korkearesoluutioisia kuvia, ettei mikään näytä pikselöityneeltä. Lisää vesileima tarvittaessa.
3. Projektin tausta: Kerro projektin lähtötilanne tai toimeksianto, vaikka olisit keksinyt sen itse. Katsojan on tärkeä ymmärtää mitä ongelmaa ratkoit.
4. Asiakas tai konteksti: Jos kyseessä on kuvitteellinen työ, kerro miksi loit sen, liittyikö se johonkin kiinnostuksen kohteeseesi tai ajankohtaiseen ilmiöön?
5. Prosessin esittely: Älä pelkää näyttää luonnoksia tai työn kehi-tysvaiheita, koska se kertoo taitotasostasi ja ajattelustasi.
6. Lopputuloksen esittely: Näytä valmis työ eri muodoissa (esim. mockupeissa), jotta katsoja näkee, miltä se näyttää käytännössä.
7. Panosta esitystapaan: Tee esityksestä visuaalisesti kiinnostava. Käytä aikaa sen verran kuin tarvitset, koska tärkeintä on, että työsi näkyy parhaassa mahdollisessa valossa. (Perhiniak 2023.)

3.4 Rakenteen päättäminen

Tutkiessani erilaisia visuaalisia portfolioita verkossa huomasin, että niiden rakenne ja esitystapa noudattavat yllättävän samanlaista kaavaa. Verkkosivupohjaisissa portfolioissa huomasin enemmän eroja, koska näihin tarjotaan enemmän mahdollisuuksia räätälöinnille. Ne ovat yleensä myös laajoja monisivuisia sivustoja, eli sisältävät useita eri projekteja, jotka ovat jaettu usealle eri sivulle, joissa ne käydään läpi perinpohjaisesti. Tällaiset verkkoportfoliot voivat myös toimia suoraan yrityksen kotisivuina tai verkkokauppana.

Sosiaalisessa mediassa visuaalinen portfolio jaetaan yleensä PDF-muodossa tai kuvatiedostoina, jolloin kaikki sisältö on mahdutettava yhdelle sivulle, jolloin tulee olla mahdollisimman suoraviivainen, ja varsinkin tässä muodossa korostuu tietynlainen rakenne. Vaikka yksittäisten portfolioiden tyyli, sisältö ja painotukset vaihtelevat, kokonaisuus pysyy usein hyvin samanlaisena. Tämän havaitsi erityisesti siinä, miten tietyt osiot toistuivat lähes jokaisessa tarkastelemassani portfolioesityksessä, oli ne sitten kokonaisia verkkosivustoja tai yksittäisiä julkaisuja. Näiden havaintojen pohjalta voidaan hahmotella eräänlainen visuaalisen portfolion runko, joka koostuu noin neljästä yksinkertaisesta vaiheesta: aloitus, esittely, työnäytteet sekä lopetus. Joskus vaiheet ovat osana toisiaan, joku niistä puuttuu tai jaoteltu pienemmiksi, mutta jakaisin ne pääpiirteittäin näin.





Kuva 12. Hahmotelma portfolion rakenteesta

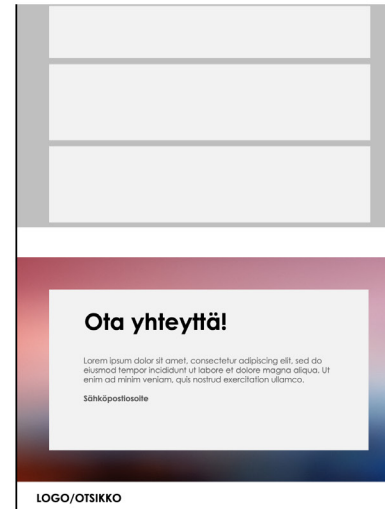
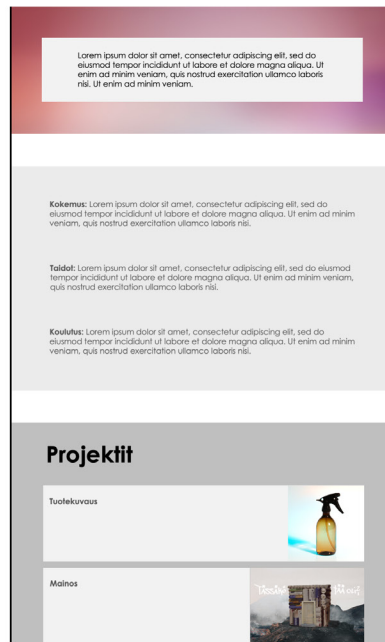
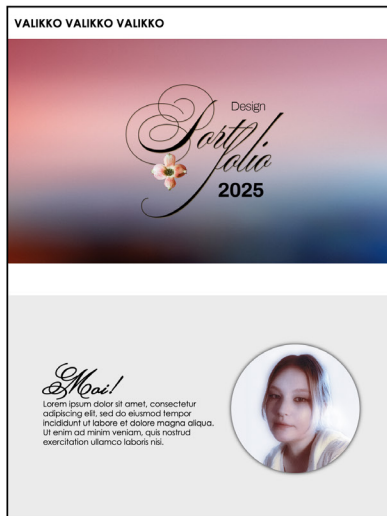
(Kuva 11. Numero 1.) Ensimmäisenä on aloitus, joka toimii portfolioon johdatuksena. Sosiaaliseen mediaan julkaistussa portfolioissa, esimerkiksi Behancessa, tästä tulee myös sen esikatselukuva, eli tavoitteena on herättää kiinnostus jatkamaan sisällön pariin. Portfolion muodosta riippumatta ensimmäisen sivun tarkoituksena on herättää katsojan mielenkiinto heti alussa ja antaa ammattimainen, harkittu vaikutelma. Tyypillisesti tässä kohtaa esiintyy otsikkona sana portfolio sekä mahdollinen logo ja tekijän nimi.

Muotoilijan portfolion rakentaminen

(Kuva 11. Numero 2) Aloitusosaa seuraa yleensä lyhyt esittelyosio, jossa tekijä kertoo itsestään sanojen, kuvien tai jopa videon kautta. Osio sisältää ansioluettelolle tyypillistä materiaalia, esimerkiksi lyhyen tekstimuotoisen esittelyn, yhteystiedot, oman valokuvan, sekä tiiviin kuvauksen koulutuksesta ja osaamisesta. Työkokemusta, koulutusta ja keskeisiä taitoja voidaan esittää lyhyiden listojen kautta tai jonkun visuaalisen elementin avulla kuten aikajanan tai kaavion. Tavoitteena on antaa nopeasti hahmotettava, mutta informatiivinen yleiskuva tekijästä.

(Kuva 11. Numero 3.) Kolmas ja laajin osa portfolioista on työnäytteiden esittely. Tämä osio sisältää valikoituja projekteja tai teoksia, joilla tekijä haluaa tuoda esiin osaamistaan. Useimmiten työnäytteet alkavat kaikkein vaikuttavimmalla tai tärkeimmällä työllä, jolla pyritään voittamaan katsoja puolelleen. Töiden esitystapaa voidaan rikastaa visuaalisilla keinoilla, kuten liikkuvalla kuvalla tai interaktiivisilla elementeillä. Tavoitteena on tuoda esiin oma kädenjälki ja kyky toteuttaa laadukasta visuaalista sisältöä sekä kuvata esiteltävän työn prosessi.

(Kuva 11. Numero 4.) Lopuksi portfolio päättyy yksinkertaiseen ja selkeään päätösosioon. Tässä voidaan kiittää katsojaa ajasta ja ohjata ottamaan yhteyttä tekijään. Yhteystiedot esitetään selkeästi ja huolitellusti – usein mukana on sähköpostiosoite, mahdollinen puhelinnumero sekä linkit sosiaalisen median profiileihin tai omaan verkkosivuun. Joissain portfolioissa päätösosio on hyvin minimaalinen, kun taas toisissa siihen voidaan liittää esimerkiksi latauslinkki ansioluetteloon tai kehoitus tutustua lisää muihin projekteihin.



Kuva 13. Portfolioni suunnitelma

Omassa portfoliossani noudatin kehittelemääni yleistä portfolion runkoa kohtuullisesti. Suunnittelin jakavani portfolion karkeasti otsikkoon, itseni esittelyyn, arvojeni tai jonkun mielipiteeni korostukseen, lyhyeen ansioluettelotyyppiseen osioon, projekteihin ja yhteystietoihin. Lopullisessa työssäni toteutin tämän suunnitelman lähes muutoksetta, koska se tuntui loogiselle ja hyvin perustellulle. Suunnitelmani ei sisältänyt liikkuvaa kuvaa, vaikka tiesin haluavani hyödyntää sitä, en ollut suunnitteluvaiheessa vielä varma, minkälaisia mahdollisuuksia tälle olisi valitsemallani verkkosivualustalla.

Muotoilijan portfolion rakentaminen

4 Visuaalinen ilme

4.1 Brändäys

Brändi voi olla mitä vain, esimerkiksi ihminen, tuote, palvelu, puolue tai kylä. Se muodostuu kahdesta osasta, eli kohteen herättämästä mielikuvasta ja itse asiasta tai tuotteesta. Brändin ulkonäköä on helppoa rakentaa visuaalisin ja viestinnän keinoin, mutta sen sielua, eli henkilön tai tuotteen persoonaa, käytöstä, taustaa tai historiaa, on vaikeampaa tavoittaa. Brändi ei voi koostua vain pinnasta eikä sen tavoite voi olla asiakkaan huijaamien. (Sounio 2010, 24-25.)

Ollikaisen (2024) mukaan henkilöbrändillä tarkoitetaan sitä, millainen mielikuva ihmisillä on tietystä henkilöstä. Hän myös väittää, että jokaisella on henkilöbrändi, mutta sen vahvuus riippuu siitä, kuinka paljon sitä on rakentanut eri ympäristöissä, kuten työpaikalla tai sosiaalisessa mediassa. Henkilöbrändääminen voi yksinkertaisuudessaan tapahtua korostamalla esimerkiksi omaa osaamistaan tai asioita, joista välittää. Yleensä tavoitteena on luoda yksilöllinen brändi, jonka avulla pystyy erottumaan muista omalla alallaan.

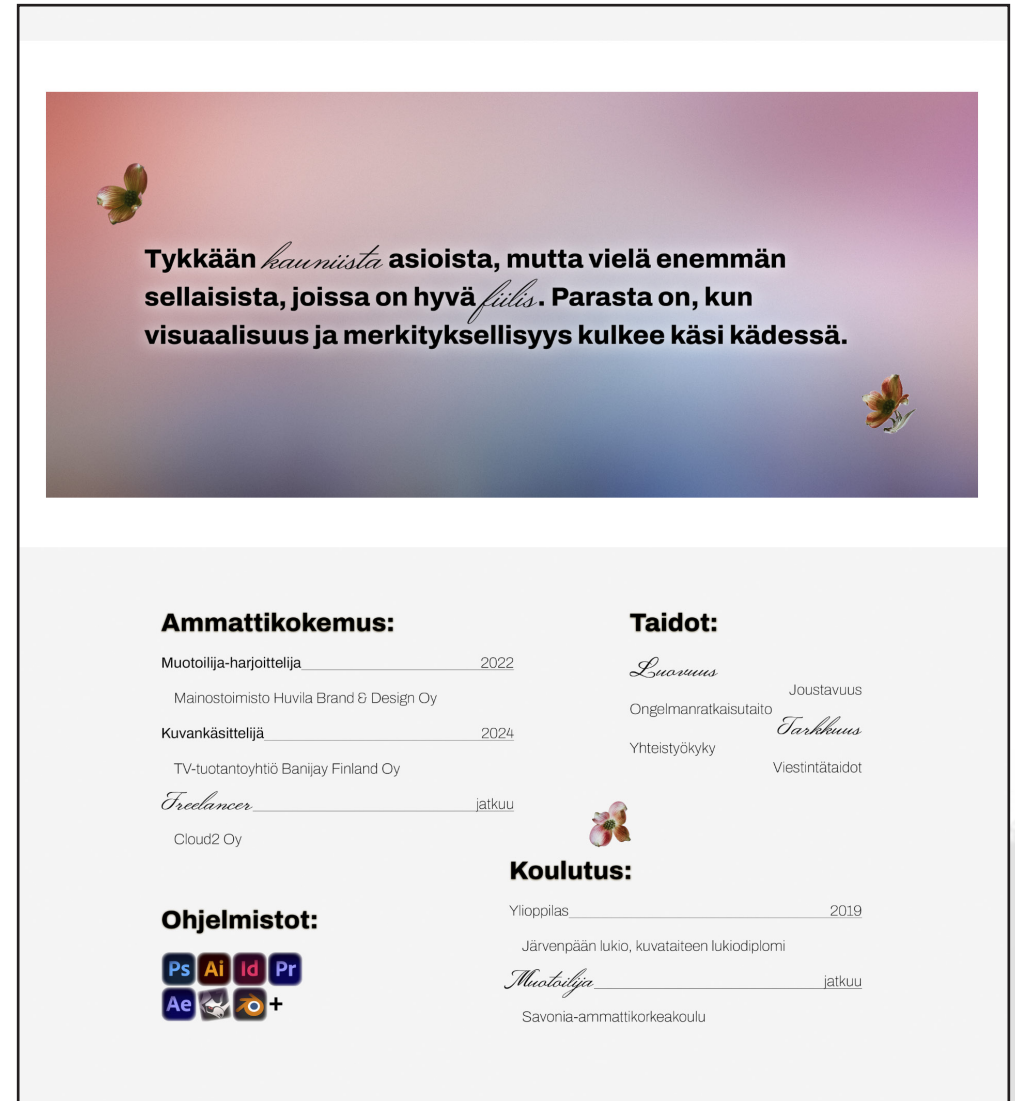
Käytännössä portfolion työstäminen automaattisesti kehittää myös tekijälleen henkilöbrändiä, ja toisaalta henkilöbrändäämistä tarvitaan myös jonkun verran portfolion tekemiseen. Molempia voidaan lähteä työstämään esimerkiksi listaamalla omia vahvuuksia, osaamista, tulevaisuuden tavoitteita ja kiinnostuksen kohteita. Mielestäni portfolion tulisi olla väline, jolla esitellä henkilöbrändäystä.

Työtehtäviin edelleen rekrytoidaan suositusten ja verkostojen kautta, joten henkilöbrändin tuoma näkyvyys voi olla eduksi (Ollikainen 2024). Vaikka näyteportfolio on ehdottomasti varsinkin visuaalisella alalla ensisijainen tapa tuoda esille asiantuntijuutta, periaatteessa ilman portfoliota voi pärjätä työnhaussa, jos henkilöbrändäys, eli maine on

kasvatettu tarpeeksi suureksi. Väitän, että yleensä portfolio ja henkilöbrändäys ovat kuitenkin yhteydessä, ja parantavat toinen toistaan.

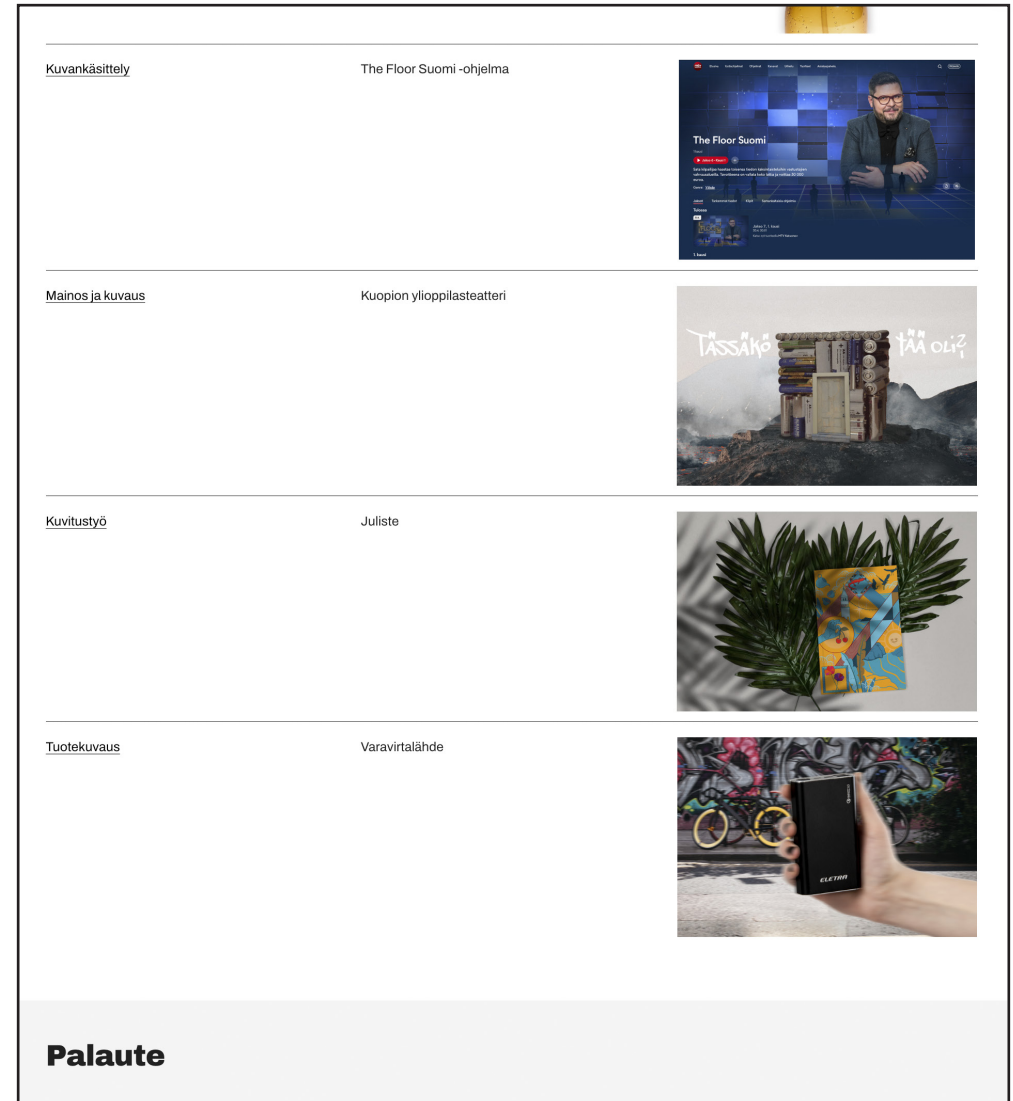
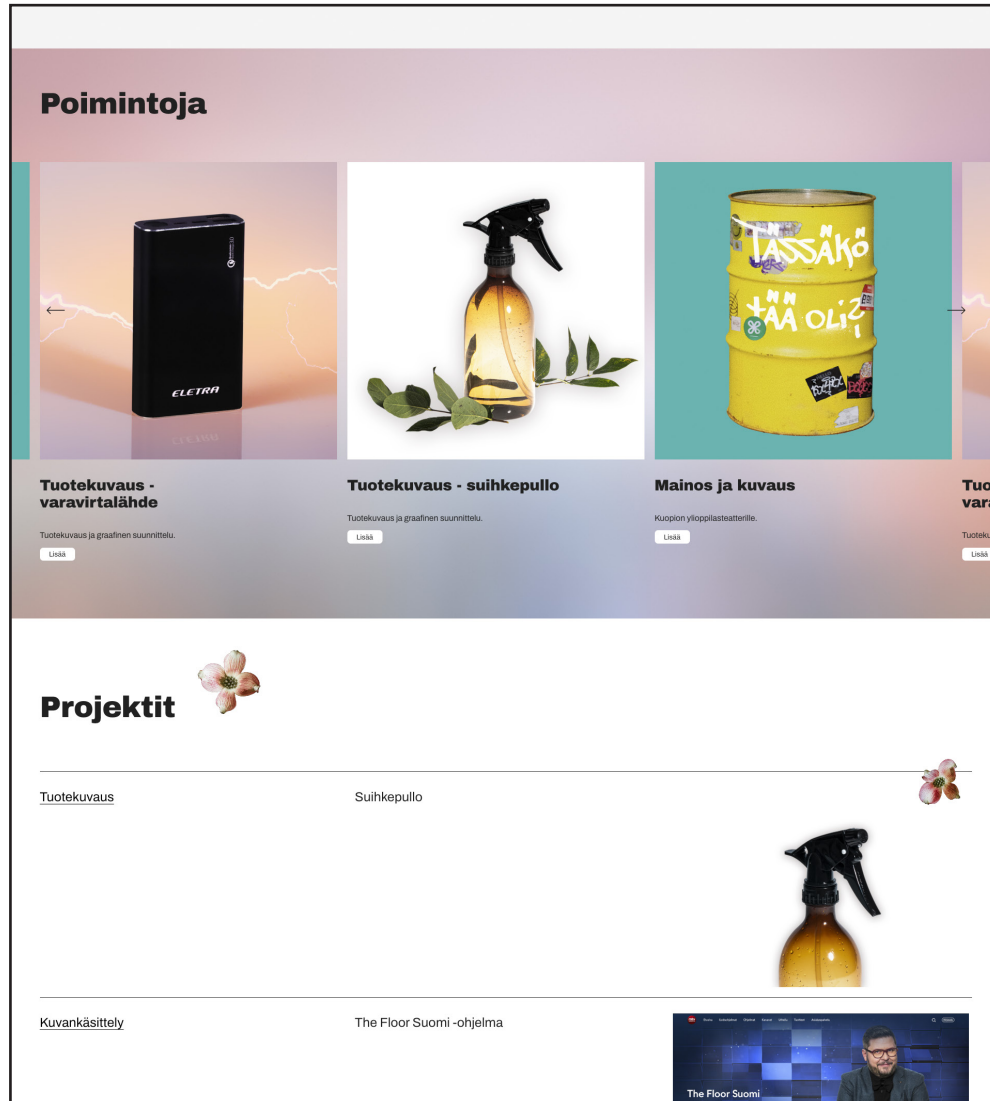
4.2 Ulkoasu, graafiset elementit ja värit

Kuvat 14.-15. Portfolion etusivu



Muotoilijan portfolion rakentaminen

Kuvat 16.-17. Portfolion etusivu




Kuva 18. Portfolion etusivu

Palaute

“Emilia suoriutui töistään esimerkillisesti.”


“Työntekijä on työskennellyt kuvankäsittelyassistenttina The Floor -ohjelman esitustantovaiheessa, sekä prompterivastaavana kuvauksissa.”




Johanna Tarvainen
Endemol Shine Finland Oy

“Työssään Emilia on käyttänyt monia eri suunnitteluohjelmia, jotka hän hallitsee hyvin. Toivotan Emilialle menestystä tuleviin tehtäviin.”

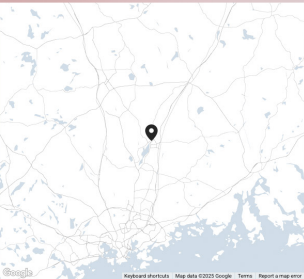
“Harjoitteluun on sisällynyt monipuolisesti tehtäviä graafiseen suunnitteluun ja sisältöihin liittyen. Emilia on harjoittelunsa aikana osallistunut mm. yritysilmeen suunnitteluun, tehnyt kuvituksia ja osallistunut www-sivustojen suunnitteluun. Emilia on myös toteuttanut pieniä animointeja, toteuttanut sähköisiä uutiskortteja ja lehdistötiedotteita. Harjoitteluun on sisällynyt myös päivysten tekemistä sosiaaliseen mediaan.”



Heli Ylivaara
Huvila brand & design Oy




Ota yhteyttä! Ota yhteyttä! Ota yhteyttä! Ota yhteyttä!



Sähköpostiosoitteesi (required)

Viesti (required)

Lähetä



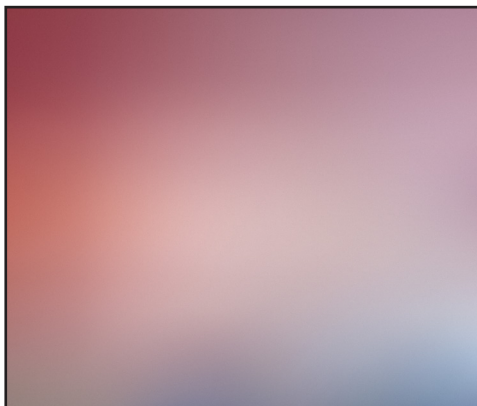
karppi.creative@gmail.com

Ulkoasun osalta tavoittelin selkeää, mutta persoonallista ilmettä. Halusin, että portfolioni on ilmava ja rento, mutta kaunis ja vaikuttava. Taustalta löytyvä suoralinjainen muotokieli ja sumennettu tekstuuri luovat hillittyä erikoisuutta. Verkkosivustomuotoisen portfolioni päätar-koitus on kuitenkin vain toimia kehyksenä siinä esiteltäville työmate-riaaleille, joten mielestäni sen on parasta olla pelkistetty. Minimalis-tisessa suunnittelussa, jossa on tyhjää tilaa paljon, syntyy harkittua luksuksen tuntua (Lievonon-Thapa n.d.). Inspiraatiota hain sekä mini-malistisesta verkkosivusuunnittelusta että kauniista luonnonläheisestä teemasta. Yksinkertainen pohjarakenne antaa selkeyttä ja jämähyyttä, kun taas kevyet värit, mielenkiintoinen typografia ja kuvitukset luovat miellyttävän tunnelman.

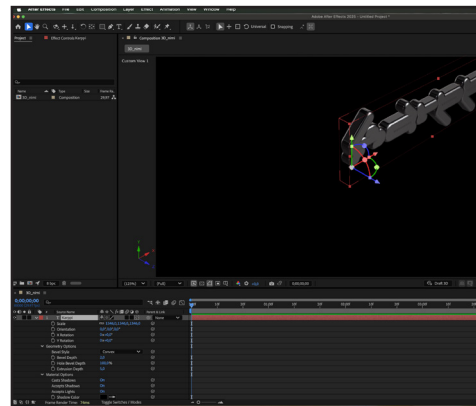


Luontoteema näkyy verkkosivuilla väripilkkuna taustakuvissa ja sivuston läpi kasvavissa kukissa. Muutamat näistä kuvituksista liikkuvat pyörien tai ikään kuin hitaasti putoavat, mikä tuo sivustolle elävyyttä ja ohjaa käyttäjän katsetta kiinnostavalla tavalla. Luontoon liittyvät elementit tarjoavat mielestäni harkittua vastapainoa muutoin monokromaattiselle ja neutraalille ilmeelle. Taustalla on myös vertauskuvallinen ajatus puutarhasta, eli paikasta, jossa asiat kasvavat, kehittyvät ja muuttuvat, kuten portfolioissani. Tulevaisuudessa voisin ottaa tätä teemaa vahvemmin huomioon portfolion kirjallisessa sisällössä, ja viitata siihen ainakin etusivulla.

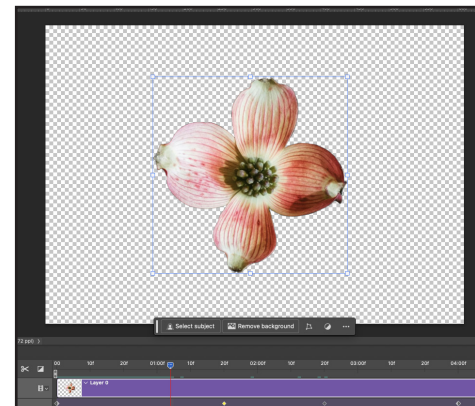
Kun tilaan asetetaan mahdollisimman vähän sisältöä, esimerkiksi vain yksi keskitetty sana, ympäröivästä tyhjästä tilasta tulee sanan aktiivinen kannattelijana ja sana saa tarpeeksi painoarvoa, että korostuu ja jää helposti mieleen (Lievonon-Thapa n.d.). Tällä periaatteella olen pyrkinyt käyttämään hyväkseni portfolioissa tyhjää tilaa, jotta se korostaisi sisältöä.



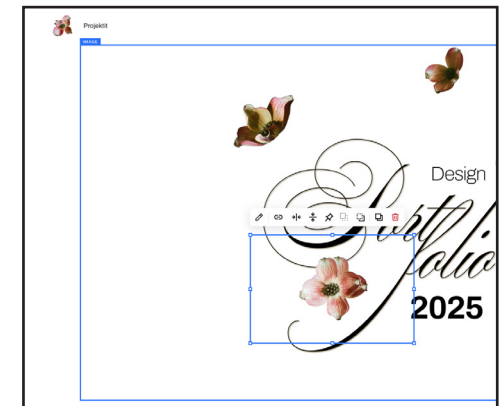
Kuva 19. Verkkosivujen taustakuva



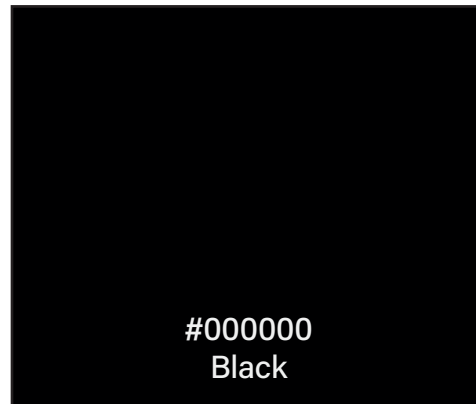
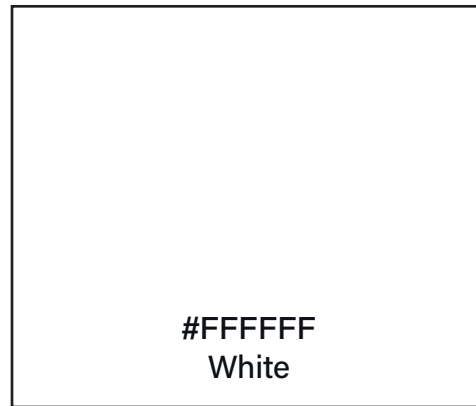
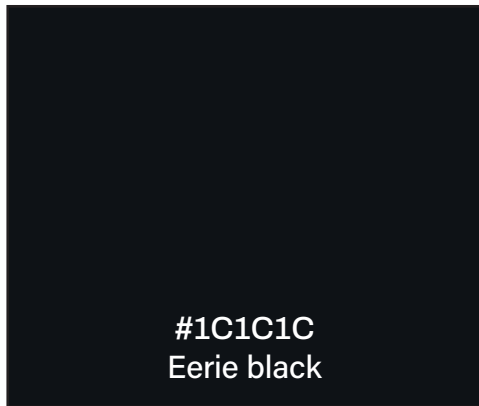
Kuva 20. Logon suunnittelua



Kuva 21. Kuvituksen animointi



Kuva 22. Kuvituksen asettelu



Kuvat 23.-26. Sivuston värit

Suurin osa sivuston tyhjästä tilasta muodostuu valkoisesta, jonka lisäksi olen valinnut hieman tummemman taitetun valkoisen, lähes mustan ja mustan. Portfolioni väripaletti koostuu vain harmaan sävyistä, mutta tarkoituksella, sillä niiden on tarkoitus sopia kaikkeen. Taustan on sopeuduttava ensisijaisesti esiteltävien töiden erilaisiin väripaletteihin, ja parhaassa tapauksessa jopa korostettava niitä.

4.3 Typografia

Typografiaa on kutsuttu tekstin ääneksi, ja muun muassa oikeilla fonttivalinnoilla, yksittäisten kirjainten sekä sanojen kokonaisuuksien suunnittelun kautta vahvistetaan sanojen merkitystä (Healey 2010, 216). Visuaaliseen portfolioon, jonka kohderyhmä on yleensä kiireiset työnantajat, sopii mielestäni erikoinenkin typografia, koska halutaan kiinnittää huomiota. Pitää kuitenkin pitää teksti luettavana ja ammattimaisena, mutta on mielestäni myös perusteltua ottaa vapauksia, ja vahvistaa portfolion sanomaa, eli korostaa omaa henkilöbrändiä typografian kautta.

Erikoisia kirjaimia on hauskaa käyttää ja niillä voi luoda näyttäviä sommitelmia, mutta typografian tärkein tehtävä on välittää tekstin sisältö lukijalle. Typografisten valintojen tulisi perustua tekstin sisältöön samalla tavalla kuin kielenkääntäjän sanavalintojen alkukielisiin ilmaisiin, eli näiden ratkaisujen tulisi olla tietoista tulkintaa. Sisällöstä kasvava kuvallinen ja typografinen ilme johdattavat jutun henkeen, elävöittävät sitä ja viettelevät lukemaan. (Hinkka 2012, 124–126.)

Korpela (2010, 11–12) listaa verkkosivustojen typografialle seuraavia tavoitteita:

- Kiinnostavuus: Tärkein otsikoissa ja muissa korostettavissa teksteissä. Tämä saavutetaan yleensä käyttämällä erikoisia fontteja.
- Helppolukuisuus: Perusvaatimus leipäteksteille. Teksti ei kuitenkaan saisi näyttää harmaalta massalta, varsinkin jos sitä on paljon.
- Miellyttävyys: Tarkoittaa vain sitä, ettei ulkoasu saa ärsyttää lukijaa niin paljon, että hän tietoisesti huomaa ärsytyksen.

Web-typografiassa graafisen suunnittelijan ajatusten ja typografisten ratkaisujen aikaansaaminen ei ole mutkatonta. Nettisivun olemus on

yksinkertaisen tasopinnan sijaan kolmiulotteinen, ja siihen sijoitetut elementit voivat olla liikkuvia, skaalautuvia ja sisältää äänen. (Hinkka 2012, 17–18.)

Tekstin tulisi olla helposti luettavaa, mutta olla myös olla huomiota herättävää vierailijoille, jotka eivät edes vilkaise leipätekstiä. Asia pitäisi esittää järkevinä kokonaisuuksina, mutta vaarana on, että vierailijat eivät lue ainakaan enempää kuin pari tekstikappaletta, jolloin heille pitää tarjota jotain heti ja tässä. Tekstin ulkoasun kuuluisi olla tutun, turvallisen ja selkeän näköistä, muttei saa olla tylsää, vaan päinvastoin houkutella erikoisuudellaan ja vaihtelevuudellaan. (Korpela 2010, 24.)

Poimintoja Korpelan (2010, 18) esittämistä verkkosivujen typografian yleisistä perusvirheistä:

1. Fontin koko on liian pieni.
2. Tekstin riviväli on liian pieni.
3. Otsikot eivät erotu.
4. Tasattu palsta on sijoitettu oloihin, jossa se ei voi toimia.
5. Teksti, joka törmäilee alueensa reunoihin.
6. Tekstin ja taustan välillä on liian pieni kontrasti.
7. Tekstin yleinen ahtaus ja kirjavuus.
8. Erilaisia fontteja ja tehosteita on käytetty liikaa.

Valitsemani verkkosivualusta toi mukanaan paljon rajoitteita, enkä pystynyt esimerkiksi käyttämään kaikkia suunnittelemani fontteja ilman koodausta. Verkkosivuille on myös erittäin haastavaa luoda täydellistä asetelua, koska sivusto latautuu jokaiselle näytölle ja selaimelle vähän eritavoin. Yritin kuitenkin ottaa huomioon tärkeimpiä asioita, kuten selvät otsikot, taustan ja tekstin korkea kontrasti ja riittävän kokoinen fontti. Helppolukuisuus tuli säilyä, mutta myös kiinnostusta herättää kohtuullisella vaihtelulla.

(Kuva 27.) Hallitsevaksi fontiksi valitsin groteskifontteihin (engl. sans-serif), eli pääteviivattomiin fontteihin kuuluvan ohuen Archivo Narrow-fontin valitsin leipätekstiin ja otsikoihin sen paksumman version Archivo Black-fontin. Groteskikirjaimet ovat muodoiltaan yksinkertaisia, ja yleensä niiden viivat ovat melkein tasapaksuja (Korpela 2010, 80). Tätä kirjaisintyyppiä suunniteltiin käytettäväksi samanaikaisesti painetussa sekä digitaalisessa ympäristössä, ja sen tekniset ja esteettiset ominaisuudet on suunniteltu korkealaatuista typografiaa varten (Google Fonts n.d.). Siksi fontti on miellyttävä ja selkeä sekä sopeutuu jokaiseen ympäristöön, jossa voisin sitä tarvita.

(Kuva 28.) Korostavaksi ja vaihtelua tuovaksi fontiksi valikoitui Monsieur La Doulaise. Tämä fontti kuuluu Charles Bluemlein Script -kokoelmaan. Käsikirjoitusta jäljittelevät fontit tuntuvat persoonallisille ja monet niistä ovat kauniita, mutta tämän kirjaisintyyppin luettavuus koetaan melko huonoksi, joten sellaisen käyttö sopii vain tarkoin harkittuihin tilanteisiin (Healey 2010, 219). Tämä oli mainio valinta portfoliooni vastapainoksi yksinkertaiselle groteskifontille. Arvioisin, että käytän fonttia

verkkosivustollani juuri oikein, eli huomiota herättävänä erikoisuutena, joka löytyy vain muutamista kohdista. Vaikeasti luettavia fontteja on asiallista käyttää enemmän katseltavana, kuin luettavana kohteena.

Portfolio

Portfolio

Kuva 27. Esimerkki Archivo-fontista



Portfolio

Kuva 28. Esimerkki Monsieur La Doulaise-fontista

5 Yhteenveto

5.1 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää digitaalinen näyteportfolio, joka tukee muotoilijan työnhakua ja toimii välineenä osaamisen esittelyssä sekä ammatillisessa kehittämisessä. Tavoitteisiin kuului myös selvittää, millaiset sisällölliset ja visuaaliset ratkaisut tekevät portfolioista toimivan, selkeän ja erottuvan, sekä tarkastella henkilöbrändäyksen roolia portfolioon suunnittelussa. Nämä tavoitteet toteutuivat opinnäytetyössä hyvin: työn lopputuloksena syntyi julkaistu verkkosivupohjainen portfolio, joka vastasi sekä teknisiin että visuaalisiin vaatimuksiin.

Tämän kokemuksen perusteella teen useita johtopäätöksiä. Ensimmäkin, portfolioon rakenne ja selkeä jäsentely nousivat keskeiseen rooliin käytettävyyden ja viestinnän näkökulmasta. Harkittu sisältö ja visuaalisesti kiinnostava esitystapa auttavat erottumaan luovan alan työmarkkinoilla. Lähteeni tukevat näitä havaintoja, portfolioa on pidetty luovilla aloilla tärkeänä välineenä ammatillisen osaamisen viestimisessä, ja sen on todettu toimivan paitsi työnäytekokoelmana myös identiteetin rakentamisen välineenä.

Toiseksi, portfolioon ei tule ainoastaan näyttää hyvältä, vaan sen on viestittävä tekijänsä arvoista, lähestymistavoista ja luovuudesta. Tämä ajatus vahvistui työn aikana vertaillen muiden suunnittelijoiden ratkaisuja ja pohtiessa, mikä tekee portfolioista kiinnostavan tai mieleenpainuvan.

Viimeiseksi, työ vahvisti käsitystäni siitä, että portfolio ei ole koskaan täysin valmis. Se on jatkuvasti päivittyvä kokoelma, joka elää tekijänsä mukana. Tässä suhteessa portfolio toimii myös ammatillisen reflektion välineenä, se auttaa ymmärtämään omia työskentelytapoja ja tunnistamaan omat vahvuudet sekä kehityskohteet.

5.2 Pohdinta

Opinnäytetyöprosessi tarjosi mahdollisuuden tarkastella omaa osaamistani uudelta näkökulmasta. Työn tuotos, eli verkkosivumuotoinen portfolio, toimii paitsi työnhaun välineenä, myös oman ammatillisen kasvun dokumentaationa. Työskentelyn aikana opin paljon paitsi käytännön toteutuksesta, myös esimerkiksi sisällön merkityksestä. Tämän kokemuksen jälkeen on helpompi arvioida minkälainen sisältö on vaikuttavaa, eli portfolion rakentaminen on entistä helpompaa.

Valittu alusta, Squarespace, oli tässä vaiheessa toimiva valinta sen tarjoaman helppokäyttöisyyden vuoksi. Alustan käytössä oli kuitenkin myös haasteita: muokkausmahdollisuudet ovat rajatut verrattuna avoimpiin alustoihin, mikä voi tulevaisuudessa rajoittaa portfolion laajentamista tai yksilöllistämistä. Tässä vaiheessa tärkeintä oli saada julkaistua valmis ja edustava kokonaisuus, mutta jatkokehityksessä voi olla tarpeen harkita monipuolisempaa alustaa tai ehkä jopa täysin itsetekemää verkkosivustoa.

Työskentelyprosessi herätti myös paljon kysymyksiä liittyen viestinnän tehokkuuteen: mikä sisällössä herättää kiinnostusta? Miten visuaaliset ratkaisut tukevat tai haittaavat viestin ymmärtämistä? Tässä kohtaa henkilökohtainen brändäys nousi merkittäväksi teemaksi. Haluan jatkossa kehittää brändiäni entistä tietoisemmin. Tavoitteena on rakentaa tunnistettava ja mieleenpainuva kokonaisuus, joka auttaa jäämään mieleen ja verkostoitumaan. Brändikkyys auttaa työnhaussa ja kiinnostava brändi tunnistetaan ja muistetaan (Sounio 2010, 46).

Työn suurin onnistuminen oli selkeän ja johdonmukaisen kokoelman rakentamisessa. En ollut aiemmin rakentanut yhtä laajaa kokonai-

suutta. Myös kyky arvioida omaa työtä matkan varrella kehittyi, ja opin sietämään keskeneräisyyttä, joka on tyypillistä sekä portfolion rakentamisessa että laajemmin luovassa työssä.

Toisaalta kehityskohteita löytyi etenkin saavutettavuuden ja interaktiivisuuden osalta. Jatkossa haluaisin tutkia tarkemmin, miten sivuston käytettävyyttä eri laitteilla ja käyttäjäryhmille voisi parantaa. Toimenpide-ehdotuksena voisi olla esimerkiksi saavutettavuusanalyysin tekeminen ja käyttäjätestauksen hyödyntäminen sivuston jatkokehityksessä.

Lähdeluettelo

Painetut lähteet

Healey, M. 2010. Deconstructing Logo Design. Sveitsi: RotoVision SA.
Hinkka, J. 2012. Graafisen suunnittelijan toinen kieli ja muita kirjoituksia. Helsinki: Aalto-yliopisto.
Kankaanranta, M., Grant, A., Linnakylä, P. 2007. e-Portfolio : adding value to lifelong learning. Jyväskylän yliopisto: Koulutuksen tutkimuslaitos & Agora Center.
Korpela, J. 2010. Verkkojulkaisun typografia. Helsinki: RPS-yhtiöt.
Niikko, A. 2000. Portfolio oppimisen avartajana. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
Sounio, L. 2010. Brändikäs. Helsinki: Talentum Media Oy.

Sähköiset lähteet

Adalja, D. 2023. 12 Designers' Portfolios that will make you jealous. Verkkojulkaisu. Bootcamp-jäsenlehti Medium.com-verkkosivustolla. 5.6.2023. <https://medium.com/design-bootcamp/12-designers-portfolios-that-will-make-you-jealous-5e5d5dbb7626>. Viitattu 19.3.2025.

Adobe. 2021. Creative Cloudin ja Behancen usein kysytyt kysymykset. Verkkojulkaisu. Adobe Inc. digitaalisen sisällön luomiseen, hallitsemiseen ja jakamiseen tarkoitettujen ohjelmistojen tuottaja. Päivitetty 6.5.2021. <https://helpx.adobe.com/fi/creative-cloud/kb/behance-integration-faq.html>. Viitattu 22.4.2024.

Alma. n.d. Vau! – Vaikuttava liikkuva kuva. Verkkojulkaisu. Alma Media Oyj digitaalisiin palveluihin ja julkaisutoimintaan keskittyvä suomalainen mediakonserni. <https://www.almamedia.fi/yrityksille/vau-vaikuttava-liikkuva-kuva/>. Viitattu 23.4.2025.

Bootcamp-jäsenlehti Medium.com-verkkosivustolla. 5.6.2023. <https://medium.com/design-bootcamp/12-designers-portfolios-that-will-make-you-jealous-5e5d5dbb7626>. Viitattu 19.3.2025.

Behance. n.d. Etusivu. Verkkojulkaisu. Behance.net Adoben omistama verkkopalvelu. https://www.behance.net/about?locale=fi_FI. Viitattu 22.4.2025.

Gilroy, J. n.d. Etusivu. Verkkojulkaisu. Jordan Gilroyn verkkosivu. <https://www.jordangilroy.com>. Viitattu 19.3.2025.

Google. n.d. Archivo Black. Verkkojulkaisu. Katalogi fonteista Google Fonts. <https://fonts.google.com/specimen/Archivo+Black/about>. Viitattu 5.5.2025.

Heller, S. & Vienne, V. 2015. Becoming a Graphic and Digital Designer: A Guide to Careers in Design. E-kirja. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc. Viitattu 6.3.2025.

How, R. 2024. About me in 10 seconds. Verkkojulkaisu. Rachel How:n verkkosivu. 2024. <https://www.rachelhow.com/about>. Viitattu 19.3.2025.

Jobly. 2018. Portfolio on tärkeä luovien alojen työnhakijoille. Verkkojulkaisu. Jobly.fi kotimaisen mediatalon omistama työnhakupalvelu. 2018. <https://www.jobly.fi/artikkelit/tyonhakijoille/portfolio-tarkea-luovien-alojen-tyonhakijoille>. Viitattu 17.3.2025.

Kuhanen, V. n.d. Portfolio ja osaajana kehittyminen. Osaaminen esille portfolion kautta. Verkkajulkaisu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun avoimet oppimateriaalit. <https://oppimateriaalit.jamk.fi/fi/portfolio/portfolio-jamkissa/nain-teet-portfolio/>. Viitattu 18.3.2025.

Lievonen-Thapa, I. n.d. Merkityksellinen tyhjä tila. Visuaalisen suunnittelijan blogi. n.d. <https://www.kubo.fi/blogi/merkityksellinen-tyhja-tila>. Viitattu 5.5.2025.

Mäkelä, A. 2019. Tarvitseeko työnhakulomakkeeseen lisätä aina hakemuskirje? Rekrytoijalta työnhakijan aikaa säästävä vastaus. Verkkajulkaisu. Duunitori.fi verkkopalvelu työpaikoista. Päivitetty 23.10.2024. <https://duunitori.fi/tyoelama/tarvitaanko-aina-hakemuskirje>. Viitattu 6.3.2025.

Ollikainen, E. 2024. Mitä väliä on henkilöbrändillä ja miten sitä rakennetaan, jos tekee "ihän tavallista" työtä. Verkkajulkaisu. Skilla ry:n yhteistyöartikkelissa esiintyvä Ollikainen on sosiaalipsykologi ja rekrytoinnin asiantuntija. Viitattu 5.5.2025.

Ornamo. 2023. Miten teen hyvän portfolion? Verkkajulkaisu. Ornamo.fi suomalainen muotoilun ja taideteollisten alojen aatteellinen ja ammatillinen keskusjärjestö. 5.7.2023. <https://www.ornamo.fi/artikkeli/miten-teen-hyvan-portfolio/>. Viitattu 17.3.2025.

Perhiniak, S. 2019. Build a Killer Design Portfolio. Luovanalan ammattilaisten pitämä blogi. Päivitetty 1.8.2023. <https://yesimadesigner.com/build-a-killer-design-portfolio-01/>. Viitattu 2.5.2025.

Sanastokeskus. 2010. Sosiaalisen median sanasto (TSK 40). Verkkajulkaisu. Sanastokeskus ry. https://sanastokeskus.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto.pdf. Viitattu 22.4.2025.

Tase. 2021. Digitaalinen portfolio. Verkkajulkaisu. TASE-hanke: toisen asteen oppimateriaalikustannusten alentaminen. Päivitetty 15.1.2021. <https://rakennadigitaalinenportfolio.weebly.com>. Viitattu 17.3.2025.

Turun yliopisto. n.d. Akateeminen portfolio. Verkkajulkaisu. Turun yliopisto. <https://www.utu.fi/fi/yliopisto/tule-meille-toihin/akateeminen-portfolio>. Viitattu 18.3.2025.

Kuvalähteet

Kuva 1. Portfoliomuodot (mukaillen Niikko 2000, 50)

Kuvat 2.-5. How R. 2024. Etusivu. Verkkajulkaisu. Rachel How:n verkkosivu. 2024. <https://www.rachelhow.com>. Viitattu 19.3.2025.

Kuvat 6.-9. Gilroy J. n.d. Etusivu. Verkkajulkaisu. Jordan Gilroy:n verkkosivu. <https://www.jordangilroy.com>. Viitattu 19.3.2025.

Kuva 10. Kuvio portfolion rakentamisen vaiheista

Kuva 11. Kuvan muokkaus portfoliota varten

Kuva 12. Hahmotelma portfolion rakenteesta

Kuva 13. Portfolioni suunnitelma

Kuvat 14.-18. Portfolion etusivu

Kuva 19. Verkkosivujen taustakuva

Kuva 20. Logon suunnittelua

Kuva 21. Kuvituksen animointi

Kuva 22. Kuvituksen asettelu

Kuvat 23.-26. Sivuston värit

Kuva 27. Esimerkki Archivo-fontista

Kuva 28. Esimerkki Monsieur La Doulaise-fontista