

NÄISSÄ MERKEISSÄ

Yhteisöllisyyden ilmeneminen seurakuntien logoissa

Virpi Heinonen

Diakonia-ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyö, kevät 2018

Sosiaalialan koulutusohjelma

Sosionomi (AMK) -diakoni

TIIVISTELMÄ

Heinonen, Virpi. Näissä merkeissä. Yhteisöllisyyden ilmeneminen seurakuntien logoissa. Kevät 2018. 33 s., 1 liite. Diakonia-ammattikorkeakoulu, Sosiaalialan koulutusohjelma, Diakonisen sosiaalityön suuntautumisvaihtoehto, Sosionomi (AMK) + diakonin virkakelpoisuus.

Opinnäytetyön tavoite oli selvittää, miten yhteisöllisyys ja sosiaalinen pääoma voivat näkyä seurakuntien logoissa. Työ on jatkoa aiemmalle kulttuurialan AMK-työlle, joka oli tuotesuunnitteluprojekti. Molemmissa töissä semiotiikka kuului teoreettisiin lähtökohtiin, mutta tässä työssä yhteisöllisyys oli keskiössä.

Tutkimuksessa paneuduttiin logoihin, kirjasintyyppeihin, väreihin ja niiden merkityksiin. Tutkimuskohteina olivat kolmen eri luterilaisen seurakunnan käyttämät logot. Kaarinan, Kirkkonummen ja Kuusamon seurakuntien logoja analysoitiin teorian kautta yhteistyössä seurakuntien kanssa. Valmis työ toimitettiin kyseisiin seurakuntiin. Tutkimusmenetelmänä käytettiin Panofskyn semioottista kuva-analyysia. Se perustuu kolmivaiheiseen rakennemalliin, jossa kuvan ulkoisia ominaisuuksia sekä sisältöä ja sisäisiä merkityksiä analysoidaan kolmella eri tasolla.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että erilaisilla symboleilla voidaan välittää yhteisöllisyyttä, mutta vain jos niiden merkitys on tiedossa. Värit ovat hyvin monitulkintaisia ja kulttuuriin sidottuja, joten yhteisöllisyyttä viestittävää väriä ei voida nimetä. Tutkimuskohteista löytyi kuitenkin yhteisöllisiä piirteitä ja niissä oli havaittavissa sosiaalista pääomaa.

Asiasanat: logo, semiotiikka, sosiaalinen pääoma, väri, yhteisöllisyys

ABSTRACT

Heinonen, Virpi. In these signs. The appearance of communion in the parishes' logos. Spring 2018. 33 p., 1 appendix. Diaconia University of Applied Sciences, Degree Program in Social Services, Bachelor of Social Services, Bachelor of Social Services and Deacons.

The purpose of the thesis was to find out how social and social capital can appear in the parishes' logos. This work is a continuation of a previous Bachelor's thesis in field of culture, which was a product design project. In both works, semiotics was part of the theoretical starting point, but in this work, communality was at the core.

The research focused on logos, fonts, colors and their meanings. The research topics were the logos used by three different Lutheran congregations. The logos of the churches of Kaarina, Kirkkonummi and Kuusamo were analyzed by theory in co-operation with parishes. The finished work was delivered to these parishes. Panofsky's semiotic image analysis was used as a research method. It is based on a three-step structure model in which the external properties of the image, as well as content and internal meanings are analyzed on three different levels.

The study showed that different symbols can be used to communicate communality, but only if their significance is known. The colors are very striking and culturally tied, so the color that communicates with the community cannot be named. However, there were community-related features of research subjects and social capital.

Keywords: color, communality, logo, semiotics, social capital

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TUTKIMUKSEN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT	7
2.1 Yhteisöllisyys	7
2.2. Sosiaalinen pääoma	9
2.3 Semiotikka	10
2.4 Logo ja liikemerkki	11
2.5 Värit	13
2.6 Fontti eli kirjasintyyppi	13
3 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TAVOITTEET SEKÄ TUTKIMUSKYSYMYKSET	15
4 TUTKIMUSYMPÄRISTÖ, AINEISTON KERUU, ANALYYSIMENETELMÄT .	16
4.1 Panofskyn semioottinen kuva-analyysi.....	16
5 KOLMEN SEURAKUNNAN LOGOJEN ANALYYSI.....	18
5.1. Kaarinan seurakunta.....	18
5.2 Kirkkonummen seurakunta	21
5.3 Kuusamon seurakunta	23
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	26
7 POHDINTA	28
7.1 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys	28
7.2 Jatkotutkimusaiheet.....	30
7.3 Opinnäytetyöprosessin arviointi ja ammatillinen kasvu	30

1 JOHDANTO

”Näissä merkeissä” on opinnäytetyö, jossa etsitään seurakuntien logoista yhteisöllisyyttä ja sosiaalista pääomaa. Paneudun seurakuntien käyttämiin logoihin, teksteihin, fontteihin ja väreihin. Tutkimuskohteena on kolmen luterilaisen seurakunnan käyttämät logot. Tutkimuksen keskiössä ovat yhteisöllisyys ja sosiaalinen pääoma. Pohdin työssäni, luovatko käytössä olevat merkit yhteisöllisyyttä ja rakentavatko ne sosiaalista pääomaa. Opinnäytetyössä käytän tutkimusmenetelmänä Panofskyn semioottista kuva-analyysia.

Opinnäytetyöni on jatkoa edelliselle opinnäytetyölleni, joka oli tuotesuunnitteluprojekti. Artenomin (AMK) opinnäytetyönä suunnittelin ja toteutin t-paitapainatuksen kristillisen nuorten aikakauslehden Nuotan käyttöön. Tutkimustehtävä oli ottaa selvälle, mitä tulee ottaa huomioon suunniteltaessa nuorille tuotetta ja millainen painatus vastaa tilaajan toiveita ja arvoja.

Edellisen opinnäytetyön teoriapohja perustui tietoihin merkeistä ja symboleista, nuorisokulttuurista ja kristillisyydestä. Semiotiikka eli merkkioppi oli keskeisellä sijalla teoreettisissa lähtökohdissa. Jatkan uutta opinnäytetyötä näiden teemojen parissa, mutta sosiaalialan fokuksella. Hyödynnän edellisen opinnäytetyöni kokonaisuutta uudessa työssä, jossa jatkan logojen sekä fonttien tutkimista, mutta nyt painopiste on yhteisöllisyydessä, jota merkit saavat aikaan.

Elämme visuaalisesti kyllästetyssä maailmassa. Aikaamme luonnehditaan visuaalisen kulttuurin aikakaudeksi ja sitä leimaa jatkuva kuvahyökky. (Heikkilä 2003.) Logot ovat tärkeässä roolissa imagonluojina. Logoista nousee nopeasti mielikuvia: Onko tämä minua varten? Olenko minä tervetullut? Siksi aihe on ajankohtainen ja merkkien tulkinnalle yhteisöllisyyden valossa on tarvetta. Hyväksyypä asiaa tai ei, kulttuurimme on kuvallistumassa ja kuvia tuotetaan enemmän kuin koskaan ennen. Tämä vaatii meiltä uutta navigointikykyä ja kuvantulkinnan taitoja. (Seppä 2007, 15.)

Seurakunnan työntekijät hoitavat osittain itse viestintää ja mainontaa, kun on kyseessä esimerkiksi työntekijän omien ryhmien markkinointi. Siksi perustieto merkkien luomasta yhteisöllisyydestä on tarpeen. Tätä työtä pystyvät hyödyntämään seurakunnan työntekijät monialaisesti. Voin myös itse kehittyä ammatillisesti, kun tulevana diakonina saan tietoa merkeistä ja niiden antamista mielikuvista. Työelämäosapuoli saa tietoa ja osviittaa miettiessään omaa ulkoasuaan, brändiään sekä mielikuvia, joita he haluavat luoda ja välittää.

2 TUTKIMUKSEN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

Tutkielman teoreettiset lähtökohdat rakentuvat yhteisöllisyyden ja sosiaalisen pääoman käsitteisiin, semiotikkaan ja logojen analysointiin. Yhteisö rakentuu ihmisistä, joita yhdistää yhteinen tehtävä tai päämäärä. Merkit ja symbolit ovat osa yhteisyyttä, ja ne viestivät yhteisölle tärkeistä asioista. (Aro 2011, 41.) Yhteisyyteen kuuluu luonnollisena osana yhteisöllisyys. Yhteisöllisyys lisää yhteisön jäsenten sosiaalista pääomaa. Suuremmassa yhteisössä, kuten erilaisissa seurakunnallisissa viitekehyksissä, ihminen voi olla osa yhteisöä ja yhteenkuuluvuutta ilman, että persoonaan liittyvillä ominaisuuksilla on merkitystä. Yhteenkuuluvuudesta voi viestiä symbolisin tunnuksin. (Inkeri Vierunen, henkilökohtainen tiedonanto 5.9.2017.)

Tämä symbolinen kuuluminen on osa sosiaalista ja yhteenkuuluvuuden osallisuutta ja näin ollen sosiaalista pääomaa. Yksilön sosiaalinen pääoma on osa tämän hyvinvointia ja parhaimmillaan osa myös yhteiskunnan hyvinvointia. Toisaalta – jos symboli on rikollisen, ei-neutraalin moottoripyöräkerhon tunnus, tai hakaristi tai Isis-järjestön tunnus, se voi viestiä myös anarkiaa, alistamista, sortoa, väkivaltaa ja rasismia. Symbolit ovat toisin sanoen korkeita merkityksiltään ja niillä on vaikutuksia ihmisiin yksilöinä ja yhteiskuntina sekä globaaleina kannanottoina. (Inkeri Vierunen, henkilökohtainen tiedonanto 5.9.2017.)

2.1 Yhteisöllisyys

Mitä yhteisöllisyydellä tarkoitetaan? Miksi yhteisöllisyys nostetaan julkisissa puheissa niin usein esiin? Yhteisöllisyyden puute nähdään syynä ihmisten pahoinvointiin ja yhteisöllisyyttä tarjotaan lääkkeeksi milloin mihinkin ongelmaan. Ihmisellä on syvä yhteyden kaipuu toiseen ihmiseen ja aitoon yhteistyöhön. Yhteisö ja yhteisöllisyys ovat asioita, joihin liitetään positiivisia mielikuvia. Yksinäisyyden sen sijaan katsotaan olevan yhteiskuntamme suuri vitsaus. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 9, 11.) Yhteisössä yksilöt toimivat tavalla tai toisella

yhdessä, mutta yhteisön olemassaolo ei kuitenkaan ole taie yhteisöllisyyden syntymisestä. Yhteisön jäsenten täytyy luottaa toisiinsa ja olla avoimessa vuorovaikutuksessa. Yhteisöllisyyden kehittämisessä osallistujien tunteet ovat tärkeässä asemassa. Ihmisen täytyy voida tuntea, että hän kuuluu yhteisöön, hänen tulee voida tuntea itsensä tarpeelliseksi, hyväksytyksi ja arvokkaaksi. (Edu.fi. Yhteisöllisyys. 2013.)

Ihmiset ovat nykyisin monenlaisten yhteisöjen jäseniä. Kuuluminen yhteisöön voi olla suhteellisen nimellistä – esimerkiksi monen yhdistyksen jäsen voi suurelta osin olla jäsenenä vain yhteisön aatteen ja yleisen kannatuksen vuoksi ilman omaa toimintaa. Toisaalta ihmiset voivat olla jossain yhteisössä hyvinkin merkittävässä tehtävässä tai roolissa. Yhteisöjen logolla ja värimaailmalla on merkitystä, vaikka aina sitä ei huomata tai huomioida. (Jukka Rannila, henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2018.)

Yhteisö-sana suomen kielessä on johdettu verbistä yhdistää. Tieteellinen keskustelu yhteisöistä ja yhteisöllisyydestä alkoi jo 1800-luvulla. Yhteisöllisyyttä on usein käytetty yleiskäsitteenä kuvaamaan ihmisten välistä yhteistyötä ja monenlaisia tapoja olla yhdessä. Yhteisöllisyyteen liitetään sosiaalisia odotuksia ja siitä huokuu monenlaisia jännitteitä. Yhteisöllisyys ei tarkoita ihannetilaa, vaan se voi ilmeitä monella eri tavalla. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 9, 11.)

Yhteisöllisyyden tutkiminen on kiinnostanut muun muassa sosiologeja, sillä ihmisten yhteiselämän yleiset ja perustavat ilmiöt ovat sosiologiassa keskeisellä sijalla. Mitkä tekijät pitävät yhteisöä koossa ja yksilöitä yhteisönsä jäseninä ja miten sosiaaliset siteet yhteisöissä muuttuvat? Sosiologia kehitettiin juuri yhteisöjä ja niiden moraalista luonnetta tutkivaksi tieteenalaksi. (Aro 2011, 35.)

Sosiaalipsykologiassa ihminen on määritelty sosiaalisesti olennoksi. Ihmistä ei pysty ymmärtämään ilman sosiaalista kontekstia, jonka keskellä ja johon kiinnittyneenä hän elää ja toimii. Sosiaalinen konteksti muodostuu eri ryhmistä, jonka osana ihminen on, ja siitä arkisesta vuorovaikutuksesta, jossa hän on osallisena. (Burr 2004, 157.)

Ihmisten kokemaa yhteisöllisyyttä voidaan kutsua myös solidaarisuudeksi. Tätä tapahtuu, kun ihmiset kollektiivisesti jakavat normatiivisia käsityksiä oikeasta ja väärästä, hyvästä ja pahasta, sallituista ja kielletyistä asioista. Juuri se, että ihmiset jakavat näitä asioita, sitoo heidät yhteiskunnalliseen ja sosiaaliseen yhteyteen vahvasti. (Aro 2011, 41.) Yhteisöllisyyden syntymiseen ja säilymiseen vaikuttaa moni asia, ja seurakunnassa juuri yhteisten arvojen jakaminen on merkittävä tekijä. Seurakunnan logo voi olla ensikosketus tai käyntikortti yhteisöön, joten logon merkitys on suuri yhteisöllisyyden kannalta.

Yhteisöllisyys koskettaa meitä kaikkia tavalla tai toisella. Suurin osa ihmisistä kuuluu jonkinlaiseen yhteisöön – pieneen tai suureen, tiiviiseen tai hajanaiseen. Yhteisöllisyys tai ainakin pyrkimys siihen on tämän ajan suuntaus: Yhteisöllisyyttä tavoitellaan useassa paikassa ja tilanteessa. Ei ole siis kyse pienestä, ohimenevästä ilmiöstä, vaan jostain, jonka äärelle on hyödyllistä pysähtyä.

2.2. Sosiaalinen pääoma

Sosiaalisen pääoman käsitteen muotoilu monitieteisesti alkoi jo 1980-luvulla. Yhtenäistä määritelmää sosiaalisesta pääomasta ei ole, vaikka käsite itsessään on herättänyt aktiivista innostusta. Käsitteen juuret ovat siinä ajatuksessa, että yhteiskunnan hyvinvoinnin ja taloudellisen tilanteen ymmärtämiseksi on huomioitava myös yhteiskunnan sosiaalinen ulottuvuus: Onko yhteiskunnassa kykyä yhteistoimintaan ja löytyykö yhteistoimintaa tukevia verkostoja? (Iisakka & Alanen 2006, 7–8.)

CABLE-valmennus (Community Action Based Learning for Empowerment) eli Kaapeli-yhteisövalmennus on hyvä esimerkki sosiaalisen pääoman mahdollisuuksista ja kasvattamisesta. Menetelmä rantautui Suomeen vuonna 2005 Diakonia-ammattikorkeakoulun kansainvälisenä hankkeena. Helsingin Diakonissalaitos on ottanut sen pysyväksi työmuodokseen yhteisöjen rakentamisessa. Valmennuksessa korostetaan, että kaikilla ihmisillä on olemassa voimavaroja ja kykyjä, joita ihminen voi käyttää omaksi ja yhteisön hyväksi. Kaapeli-valmennuksen tavoite on rakentaa yhteisöjä ja vahvistaa

yhteisön luottamusrakenteita tekemällä yksilöistä aktiivisia toimijoita. Valmennus onnistuessaan luo yhteisöjä, joissa ihmisten on parempi olla ja kasvattaa jaettua sosiaalista pääomaa. (Helsingin Diakonissalaitos. Kaapeli-yhteisövalmennukset voimauttavat ihmisiä ja rakentavat yhteisöjä.)

Sain itse osallistua Kaapeli-valmennukseen seurakuntatyön harjoittelussa sosionomi-diakoni -opintojeni aikana. Koin, että sosiaalinen pääoma on usein kätkössä ja se pitää löytää ennen kuin se muuttuu voimavaraksi. Sosiaalisella pääomalla kuvataan ihmisten tai ryhmien välisiä sosiaalisia suhteita eli sosiaalisia verkostoja ja niissä syntyvää luottamusta ja vastavuoroisuutta. Sosiaalisen pääoman merkitys yksilölle on tärkeä: Sen on todettu vaikuttavan jopa terveyseroihin ihmisten välillä. (Terveysten ja hyvinvoinnin laitos 2013.) Sosiaalinen pääoma on luonteeltaan tuottavaa ja yhteiseen hyvään liittyvää. Yhteisöllisen luonteen vuoksi sosiaalinen pääoma ei ole johdettavissa kenenkään yksityisomaisuudeksi. (Putnam 1996, 167–170.)

2.3 Semiotiikka

Semiotiikka on nimitys tieteenalalle, joka tutkii ja tulkitsee merkkien syntyprosesseja ja esiintyvyyttä yhteiskunnassa. Merkeillä voidaan tarkoittaa tunnusmerkkejä, luonteenpiirteitä, ilmauksia, merkityksiä, sanoja, kirjaimia, ilmeitä, toimintaa, ilmiötä ja niin edelleen. Merkit eivät siis ole vain asioita, joita yleisesti olemme tottuneet pitämään merkkeinä, kuten vaate- tai automerkit. Semioottisen analyysin voi sijoittaa menetelmällisesti sellaisten sisällönanalyysien joukkoon, joiden tarkoitus on etsiä tulkintaa ja lisätä ymmärrystä kohteena olevaan sisältöön. (Virtuaaliammattikorkeakoulu. Ylemmän AMK-tutkinnon metodifoorumi. Semioottinen analyysi.)

Semiotiikassa käytetty terminologia on eriytynyt omaksi käsitteistöksi. Semioottisessa analyysissä pyritään systemaattisen semioottisen käsitteistön ja mallien avulla analysoimaan, ymmärtämään ja tulkitsemaan merkkejä ja merkityksiä sekä merkkien keskinäisiä viittaussuhteita eli merkkien muodostamia merkkijärjestelmiä. Semioottisessa analyysissä merkki ja merkin käyttö nähdään

osana merkkijärjestelmää, jolloin merkkijärjestelmä ohjaa merkin käyttöä ja vaikuttaa täten aina yksittäisen merkin sisältöön. Merkki ei ole koskaan irrallinen muiden merkkien merkityksistä ja käytöstä. Semioottinen analyysi on laadullista ja tulkitsevaa sisällönanalyysia, jota toteutetaan semioottisen käsitteistön ja termistön avulla. (Jyväskylän yliopisto 2015.)

Merkityksen jatkuva tuottaminen on semiotiikassa tärkeää. Merkitykset eivät ole pysyviä eikä teos ole merkityksiltään suljettu viesti, vaan sen tulkinta tuottaa jatkuvasti muodostuvia uusia merkityksiä. Semiotiikassa usein käytettyjä käsitteitä ovat kieli, merkitys, koodi, merkki, symboli, viesti, signaali ja informaatio. Yksi näistä semiotiikan keskeisistä tutkimuksen kohteista on merkin käsite. Tyypillinen merkki on verbaali, graafinen, ele tai ikoninen, esimerkiksi valokuva. Merkki edustaa jotain poissaolevaa tai näkymätöntä, joka muodostuu vasta tulkinnassa, kun joku yhdistää mielessään merkin sen tarkoitteeseen. Merkin ymmärtäminen vaatii siis aina vastaanottajaa, joka omien kykyjensä ja taustansa mukaan tulkitsee merkin. Merkki osoittaa vaikutuksensa kahteen suuntaan: "ulospäin" eli ilmaisuun ja "sisäänpäin" eli sisältöön. (Jyväskylän yliopisto 2015.)

Kaikki kuvia tutkivat semiootikot pohtivat jollain tapaa sitä, miten yksittäiset merkit suhtautuvat toisiin merkkeihin ja miten merkkien yhteistoiminta vaikuttaa kuvan kokonaismerkitykseen. Myös Ferdinand de Saussuren kehittämä käsitepari syntagma ja paradigma jäsentää tätä laajaa kokonaisuutta. Se on sovellettavissa kaikkiin visuaalisiin esityksiin ja on hyödyllinen nykyaikaisen kuvakulttuurin analyysissa. Käsiteparissa paradigmalla tarkoitetaan merkkien joukkoa, jotka kuuluvat yhteen. Syntagma on taas yhdistelmä, jossa eri paradigmoista valitut merkit kootaan yhteen. Esimerkiksi jokainen lause on syntagma, joka koostuu eri paradigmoista valitusta sanoista. (Seppä 2012, 141–142.)

2.4 Logo ja liikemerkki

Logo ymmärretään yleisesti tavaramerkiksi, yhtiön tai tuotteen tunnuskuvioksi tai kirjakkeiden yhdistelmäksi. Puhutaan yrityksen tai yhteisön tunnusmerkistä eli logosta. (Koskinen 2001, 72.) Tämä yleisesti tunnettu määritelmä ei kuitenkaan

vastaa logon alkuperäistä merkitystä. Logo on johdettu kreikan kielen sanasta logos. Logos tarkoittaa sanaa. Logolla tarkoitetaan oikeaoppisesti yrityksen tai yhteisön sovittua nimenkirjoitustapaa. (Loiri & Juholin 1998, 203.)

Visuaalinen tunnusmerkki tai symboli, jota on totuttu kutsumaan logoksi, on oikeaoppisesti nimeltään liikemerkki. Liikemerkkiä käytetään logon eli tekstin yhteydessä tai yksinään. (Loiri & Juholin 1998, 203.) Semiotikot saattavat tarkoittaa liikemerkillä ja logolla jokseenkin samaa asiaa, jolloin logo on yrityksen tai yhteisön tunnuksenaan käyttämä merkki, joka käsittää kaikki siihen kuuluvat osat - olivat ne sitten kuvan tai tekstin muodossa (Bouissac 1998, 373–375). Tätä väljää tulkintaa logosta käytän myös tässä työssä. Puhun logoista tarkoittaen sillä sekä liikemerkkiä, kuviota, että sen yhteydessä olevaa logoa, tietynlaista kirjoitusasua.

Logoa suunniteltaessa olisi löydettävä ajassa liikkuvat pitkäaikaiset aatevirtaukset, joiden varaan rakentaa julkaisun identiteetti. Tavoitteena on, että tunnus kestäisi erilaisten ohimenevien mielipide- ja asennevirtausten ylitse. (Huovila 2006, 23.) Joistakin logoista, kuten pikaruokaketju McDonald'sin tai Applen logosta, on tullut maailmalaajuisesti tunnettuja. Onkin mielenkiintoista pohtia, onko itse logossa jotain mieleenpainuvaa vai onko tuote tehnyt logosta tunnetun. Mikä tekee logosta hyvän? Voidaanko tunnetuista logoista löytää jotain yhteisöllistä?

Sanalla logos on aivan erityinen merkitys kristillisessä teologiassa. Sillä tarkoitetaan Jeesusta, sanaa, jonka kautta kaikki on luotu. Tämä merkitys ilmenee selkeästi Johanneksen evankeliumissa, jossa Kristus liitetään Jumalan Sanaan, Logokseen.

Alussa oli Sana. Sana oli Jumalan luona ja Sana oli Jumala. Jo alussa Sana oli Jumalan luona. Kaikki syntyi Sanan voimalla. Mikään, mikä on syntynyt, ei ole syntynyt ilman häntä [...] Sana tuli lihaksi ja asui meidän keskellämme. Me saimme katsella hänen kirkkauttaan, kirkkautta, jonka Isä ainoalle Pojalle antaa. (Joh 1:1–14.)

2.5 Värit

Värien olemassaolo ja niiden vaikutus ovat suuria mysteerejä. Miksi maailma ei ole mustavalkoinen? Värien taju on syvästi inhimillistä ja juuri ihmisyyteen kuuluvaa, sillä on olemassa eläinlajeja, jossa kaikki yksilöt ovat värisokeita. On hätkähdyttävää, miten paljon kulttuurimerkityksiä ihmiset ovat kautta aikojen kytkeneet väreihin. (Pekonen 2003, 5.) Värit ovat olleet mukana ihmisen elämässä jo esihistoriallisista ajoista lähtien. Jo luolanaiset ja –miehet piirsivät väreillä kiviseinämiin. (Juvonen 2014, 9.) Värien symboliikka esiintyy niin liturgioissa, vaakunaopissa, alkemiassa, taiteessa kuin kirjallisuudessa. Värejä on lämpimiä ja lähestyviä kuten keltainen, oranssi ja punainen sekä kylmiä ja loitontuvia kuten sininen ja violetti – ja kaikkea tältä väliltä. Värien kirkkaudella, vivahteilla ja muodoilla on eri tulkinnoissa merkityksensä. (Polttila 2003, 22.) Värien maailma on laaja ja rikas, muuttuva ja monitulkintainen: Voikin olla hankalaa määrittää mitkä värit olisivat juuri sosiaalista pääomaa sisältäviä.

Värien merkitys ja symboliikka vaihtelevat eri kulttuureissa, mutta muutamilla väreillä voidaan luoda yleisiä miellelyhtymiä (Ylikarjula 2014, 5). Värien symboliikan sanotaan kuuluvan jopa laajimmalle levinneisiin symbolialueisiin maailman kulttuureissa (Polttila 2003, 22). Logojen tutkimisessa siis väreilläkin on suuri rooli, koska värit vaikuttavat paljon niihin mielikuviin jota kuvasta ja tekstistä syntyy. Tässä tutkimuksessa liikutaan Suomen kulttuurimaastossa, mutta toisaalta Suomi on myös monikulttuuristumassa voimakkaasti. Värien symboliarvon ratkaisee värien esiintyminen kulttuuristen, usein uskonnollisten arvojen valaistuksessa. Joissain idän uskonnoissa esimerkiksi surun sekä hautajaisten väri ei ole musta vaan valkoinen. (Pärssinen 2003, 94.)

2.6 Fontti eli kirjasintyyppi

Fontin eli kirjasintyyppin valinnalla on suuri rooli kokonaisuuden onnistumisessa. Fontilla tehdään logosta joko täydellinen tai täydellisesti pilataan se. Siinä vaiheessa, kun logo tulisi viimeistellä, on oikeanlaisen fontin valitseminen elintärkeää. Enemmän kuin usein logo epäonnistuu, koska kokonaisuuteen on

valittu epäsopeva fontti. (Rstudio 2015.) Huovilan (2006, 88) mukaan julkaisuun valittu kirjain ja sen edustama muoto ovat olennaisimpia asioita typografiassa. Typografia tarkoittaa tekstiin, kirjasintyypeihin, kirjainten aseteluun ja värikykyyn liittyvää suunnittelua sekä sommittelua (Graafinen 2015.)

Kirjaimen valinnalla ja sen koolla voidaan viestiä epäsuorasti tekstin hengestä, ilmapiiristä ja sen julkaisuajankohdasta. Se on keino saada lukija kiinnostumaan näkemästään ja sillä voi vaikuttaa viestin perillemenoon. (Loiri 2004, 9.) Semioottinen analyysi tekstilogosta selvittää kyseessä olevan logon sisältämät visuaaliset viestit orientoivalla, kertovalla ja myyttisellä tasolla. Siinä analysoidaan logossa tai merkissä käytetyt värit ja muodot, typografian muotokieli sekä logon tai merkin kokonaishahmon viestimät mielikuvat. (Norrena. Semiotiikka ja markkinointi. Logon analyysi.) Kirjasintyyppillä on myös suuri merkitys kokonaisuuden kannalta. Tämä voi helposti unohtua tai sitä ei edes tiedetä. Kuvion ollessa valmis, yhteisön tai yrityksen nimi ”roiskaistaan” kuvion kylkeen. Usein myös aikataululliset asiat saattavat vaikuttaa tähän.

3 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TAVOITTEET SEKÄ TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tutkimuksen tarkoitus on kartoittaa, miten yhteisöllisyyttä pystytään viestimään logoilla. Merkkeihin liittyy paljon kysymyksiä ja niitä voi analysoida monesta eri näkökulmasta. Tavoitteena on löytää, mitä valittujen luterilaisten seurakuntien logot, fontit ja värit viestittävät teorian valossa.

Yhteiset logot ja symbolit luovat yhteenkuuluvuutta ihmisten välille. Miksi ristiä kannetaan kaulassa? Mikä logoissa ja teksteissä on tärkeää yhteenkuuluvuuden kannalta ja mitkä piirteet niissä edistävät yhteisöllisyyttä? Mitkä taas estävät sitä? Kristillisyydessä on paljon alakulttuureja: Mikä yhteisissä merkeissä saa ihmiset tuntemaan omiensa joukkoon?

Varsinaisia tutkimuskysymyksiä on haastavaa rajata, koska kysymyksiä on niin paljon. Valitsin opinnäytetyön tutkimuskysymyksiksi seuraavat:

- Miten yhteisöllisyys ja sosiaalinen pääoma voivat näkyä logoissa?
- Miten nämä piirteet näkyvät tutkimuskohteissa?

4 TUTKIMUSYMPÄRISTÖ, AINEISTON KERUU, ANALYYSIMENETELMÄT

Olen valinnut kolmen eri luterilaisen seurakunnan logot tutkimuksen kohteeksi. Valmistun itse nimenomaan luterilaisen kirkon työntekijäksi, siksi tuntui luontevalta valita luterilaiset logot. Aineisto on valtava, koska seurakuntia ja myös niiden logoja on paljon. Seurakunnan logon lisäksi seurakuntayhtymällä saattaa olla oma logo. Keräsin logoja pääasiassa internetin hakutoimintoja käyttäen. Yritin löytää persoonallisia ja toisistaan erottuvia logoja. Olin yhteydessä sähköpostitse useampaankin seurakuntaan, mutta näistä kolmesta seurakunnasta sain vastauksen viestiini, ja niissä osoitettiin kiinnostusta työtä kohtaan. Sain vastauksia myös lisäkysymyksiini, joita näiden seurakuntien työntekijöille esitin. Työelämäyhteyden kiinnostus työtä kohtaan on tärkeää opinnäytetyön mielekkyyden kannalta ja siksi päädyin nimenomaan näihin seurakuntiin.

4.1 Panofskyn semioottinen kuva-analyysi

Semiotiikan kenttä on laaja ja tapoja analysoida kuvaa on lukemattomia. Semioottisen analyysin menetelmät eroavat toisistaan niiden käyttötarkoituksen mukaan. Charles Peircen (1839–1914) semioottinen näkemys kohdistuu kohteen havaitsemisen synnyttämiin koodijärjestelmiin. Koodit ovat järjestelmiä, joihin merkit on järjestetty. Strukturalistinen semiotiikka taas perustuu ensisijaisesti kieleen ja ajatukseen, että kulttuurinen viestintä hyödyntää sisältöjen ilmaisutapoja ensisijaisesti kielen välityksellä. (Virtuaaliammattikorkeakoulu. Ylemmän AMK-tutkinnon metodifoorumi. Semioottinen analyysi.)

Panofskyn semioottinen kuva-analyysi analysoi, ei ainoastaan taideteoksen tyyllillisiä ja muodollisia ominaisuuksia, vaan myös kuvien sisältöä ja sisäisiä merkityksiä. Tässä tutkimuksessa on perusteltua pohtia juuri sisältöä ja sen merkityksiä. Siksi käytän logojen analyysimenetelmänä Panofskyn semioottista kuva-analyysia. Sen luoja, saksalais-amerikkalainen taidehistorioitsija Erwin Panofsky (1892–1968) kehitti sen sisällönanalyysin metodiksi. Olennaista on se,

ettei teosta analysoida vain ulkonäöllisten seikkojen kautta, vaan tutkitaan myös teoksen sisältöä ja sisäisiä merkityksiä. Sisällöllisiä merkityksiä voivat esimerkiksi olla, miten teoksen aihe on valittu ja mitä sillä on haluttu kuvata, kuka työn tekijä on, mikä on teoksen syntyajankohta ja kulttuurinen konteksti. (Anttila 2012, 106–107.)

Kuvaa voidaan Panofskyn mukaan analysoida kolmella eri tasolla. Ensimmäisellä tasolla kuvaillaan, mitä elementtejä kuvassa on ja mikä on kuvan aihe. Tällä luonnollisella tai tosiasiallisella alkuatasolla ei edellytetä erityistietoutta tai ammattiosaamista – riittää kun osaa havainnoida, mitä kuvassa näkyy. Toisella tasolla kuvaa analysoidaan syvällisemmin ja tutkitaan mitä teoksessa on kuvattu. Kuvassa oleva hahmo voi kuvata jotain myyttistä olentoa tai jokin kuvio voi symboloida tiettyjä asioita. Tällä toisella tasolla tulkitsemiseen tarvitaan lukeneisuutta ja asiaan perehtymistä. Kolmannella tasolla kuva asetetaan historialliseen ja kulttuuriseen kontekstiin. Tämä vaihe edellyttää, että tutkija perehtyy aikaan, yhteiskuntaan, aatehistoriaan ja poliittiseen ilmapiiriin, johon teos liittyy. Kuvaa tai teosta pitää tulkita niiden valossa. Tätä mallia voidaan sanoa myös kolmivaiheiseksi ikonologiseksi rakennemalliksi. (Anttila 2012, 106–107.)

Käytän tätä tutkimusmenetelmää kuvan eli logojen analysointiin. Aluksi kuvailen, mitä logo pitää sisällään ja mistä se koostuu sen enempää tulkitsematta sitä tai spekuloida sen merkityksiä. Sen jälkeen analysoin kuvaa syvällisemmin, tutkin mitä logossa on kuvattu ja mitä merkityksiä siitä löytyy. Onko siinä mitään yhteisöllisyyteen viittaavaa? Kolmas taso – kuvan laittaminen historialliseen ja kulttuuriseen kontekstiin – tuntuu hieman haastavalta. Kaikki kolme logoa ovat noin kymmenen vuotta vanhoja, joten tilanne ei historiallisesti katsottuna ole kovinkaan erilainen tästä hetkestä.

5 KOLMEN SEURAKUNNAN LOGOJEN ANALYYSI

Valitsin juuri nämä logot niiden luterilaisuuden, mutta myös niiden keskinäisen erilaisuuden takia. Niissä kaikissa on käytetty erilaisia värejä ja ne ovat muutenkin ulkomuodoltaan ja hengeltään erilaisia. Kolmesta logosta Kuusamon seurakunta poikkeaa eniten muista, mutta samaa symboliikkaa voi löytää kaikista logoista.

5.1. Kaarinan seurakunta



KUVA 1. Kaarinan seurakunnan logo (Turun ja Kaarinan seurakunnat 2016.)

Kaarinan seurakunnan logossa on valkoinen kyyhkynen punaisella pohjalla. Kyyhky on kuvattu logossa pyöristetyn neliön eteen. Neliötä reunustaa valkoinen kehys ja se on jaettu valkoisella pysty- ja vaakaviivalla neljään osaan. Kuvista kyyhkynen takana tulee mieleen ikkuna, jonka edestä kyyhkynen on lentämässä yläviistoon taivasta kohti.

Tekstin fontti on harmaa ja pelkistetty. Kirjaimet on ladottu väljästi, mikä tekee tekstistä ilmavan tuntuksen. Kirjaintyyppi on päätteetön eli groteski, mikä sopii hyvin otsikoihin ja kuvateksteihin, koska sillä saa tekstiä korostettua vahvasti. Groteskit ovat tehokkaimmillaan lyhyissä, korostettavissa kokonaisuuksissa kuten otsikoissa. (Pesonen 2007, 30.)

Kyyhky on tyypillinen symboli Nooan arkin aiheistossa. Linnuista juuri kyyhkynen on se, joka lähetettiin tiedustelemaan, onko vesi laskenut (1 Moos 8:11). Kyyhky palasi takaisin oliivipuun tuore lehti nokassaan. Tässä mielessä kyyhkynen viestii toivosta ja uudesta alusta, jota yhteisö odottaa. Kyyhkynen mainitaan myös

Uudessa testamentissa. Kahden kyyhkysen kerrotaan olleen Joosefin uhrilahja temppeleille, kun he menivät Marian kanssa viemään Jeesusta siunattavaksi profeetta Simeonille. Joosef oli köyhä puuseppä eikä hänellä ollut varaa viedä karitsaa uhriksi. (Väisänen & Peretto 2015, 33, 64.)

Pyhä Henki on kirkkojen yksi kuvatuimmista hahmoista ja sen vakiintunut symboli on kyyhkynen. Pyhä Henki kuvataan usein valkoisena kyyhkysenä taivaalla – kyyhky tunnetaankin yleisimmin juuri Pyhän Hengen vertauskuvana. (Väisänen & Peretto 2015, 107, 119). Kyyhkynen on myös esitetty evankelistojen neuvonantajana ja rohkaisijana sekä kirkkoisien inspiroijana. Kyyhkynen on kuvattu kuiskaamassa sanoja evankelistojen korvaan. Yleisellä tasolla kyyhkystä voidaan pitää kuvauksena Pyhän Hengen henkäyksestä, joka herättää kuolleet ja inspiroi Jumalan sanasta kirjoittavia. (Väisänen 2011, 53.) Kaarinan seurakunnan logossa kyyhkynen tuo ensimmäisenä mieleen Pyhän Hengen, koska se on niin tuttu vertauskuva kristillisessä perinteessä.

Kyyhkynen esiintyy myös antiikin mytologiassa. Venus-jumalattaren tunnusmerkkinä on pidetty paitsi alastomuutta, myös kyyhkystä ja simpukankuorta. (Väisänen & Peretto 2015, 33, 64). Myöhemmin kyyhkynen tuli myös kristittyjen käyttöön kuvaamaan Pyhää Henkeä. Syy kyyhkyssymbolin kristillistämiseksi oli alun perin Johanneksen evankeliumin kuvaus Jeesuksen kasteesta (Joh. 1:32), jossa kerrotaan Pyhän Hengen laskeutuneen alas Jeesuksen päälle kyyhkysen muodossa. (Väisänen 2011, 53.)

Kaarinan seurakunnan logossa oleva kyyhkysen valkoinen väri viestii puhtaudesta ja Jumalan pyhydestä. Valkoisen vastaväriä on yleensä pidetty mustaa, mutta sillä on toinenkin vastaväri, punainen. Tähän ovat vaikuttaneet niin esteettiset säännöt, mutta myös poliittiset ja uskonnolliset tekijät. Punainen viestii syntiä ja sen verellä sovittamista, valkoinen taas merkitsee Jumalan valkeutta, iloa, taivaallista kirkkautta ja pelastusta. (Pärssinen 2003, 94–95.) Puna-valkoinen väripari on visuaalisesti ja symbolisesti voimakas, mikä tekee logosta vaikuttavan. Pyhä Henki on yhteisöllisyyden ytimessä. Pyhä Henki on voima, joka liittyy kristityt yhteen. Sanotaanhan apostolisessa uskontunnustuksessa:

Minä uskon [...]
Pyhään Henkeen,
pyhän yhteisen seurakunnan,
pyhäin yhteyden [...]

Kaarinan seurakunnan logosta voi löytää yhteisöllisyyttä, koska kyyhkynen symbolina on tuttu ja sitä kautta yhdistävä. Logon muodot ovat pehmeät ja kaarevat, sommittelu on tasapainoinen ja levollinen. Erilaisilla sommittelun tavoilla saadaan aikaan muun muassa rytmia ja syvyyttä, jotka vaikuttavat katsojan kokemukseen (Pesonen 2007, 62). Tämä logo herättää mielenkiintoa ja on levollisen lisäksi myös dynaaminen ja ulospäin suuntautuva: Kyyhkynen on lentämässä ylöspäin, suuntautumassa ulos. Värien kontrasti on selkeä – puhtaat värit ja selkeys kiinnittävät katseen.

Graafisen ilmeen ja logon on suunnitellut turkulainen mainostoimisto Briiffi vuonna 2006. Samalla on tehty logot myös seurakuntayhtymälle ja siihen kuuluville seurakunnille, joista Kaarinan seurakunta on yksi. Logojen aiheet on etsitty kirkkojen arkkitehtuurista. Tulevaisuudessa Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän seurakuntia yhdistetään ja samalla graafista ilmettä tarkastellaan ja päivitetään hiukan. Jollekin seurakunnalle tehdään ehkä kokonaan uusi logo vuoden 2018 aikana. Seurakuntayhtymän logoa ei ole tarkoitus muuttaa. (Paula Heino, henkilökohtainen tiedonanto 19.1.2018.)

Huovilan (2006, 23) mukaan merkin muuttaminen on ajankohtaista, jos se jää niin vanhahtavan oloiseksi, että se ei enää vastaa tarkoitustaan eikä yhteisön toiminta-idea. Muuttaminen kannattaa tehdä niin, että logon tunnistettavuus ei kärsi. Tällöin merkin saama tuttuuden tunne säilyy muutoksesta huolimatta. Hyvä tunnusmerkki elää aikansa mukana, mikä varmistaa myös se, että yleisö ei pääse kyllästymään siihen. Nähtäväksi jää, pitääkö kyyhkynen paikkansa jatkossakin Kaarinan seurakunnan logossa. Symboliarvoltaan se on yhteisöllisyyttä luova ja väreiltään voimakas. Kaarinan seurakunnan logosta voi sanoa löytyvän sosiaalista pääomaa.

5.2 Kirkkonummen seurakunta



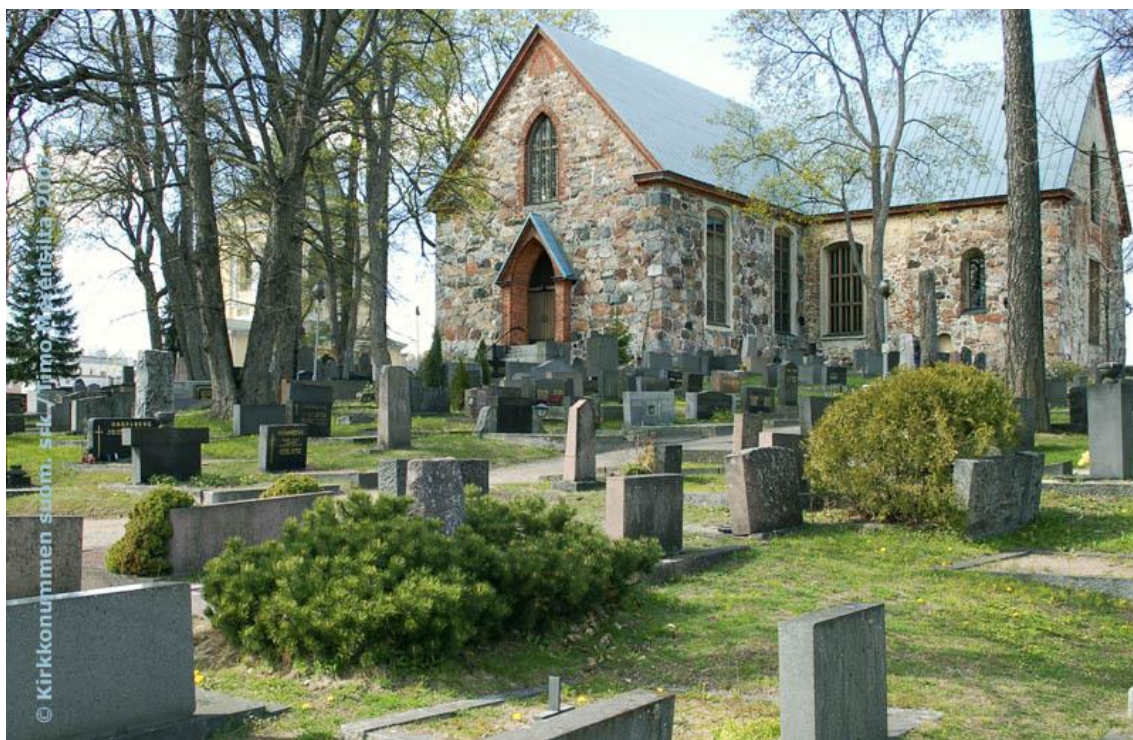
KUVA 2. Kirkkonummen suomalaisen seurakunnan logo (Kirkkonummen suomalainen seurakunta. Kivinen kirkko.)

Kirkkonummen suomalaisen seurakunnan logossa on valkoinen risti, jonka taustalla on sininen kolmio. Kolmion ja ristin juurella on vihreitä kuvioita, jotka muistuttavat muodoltaan ja väriltään kasvin lehtiä. Kuviossa on väljyyttä, koska elementtien väleihin on jätetty tilaa. Osat ovat kuitenkin selvästi yhdessä, vaikka ne eivät ole kiinni toisissaan. Tekstissä oleva leipätekstimäinen musta fontti on selkeä ja se tuo hyvin kontrastia logon pyöreille muodoille.

Logon hallitsevin elementti on valkoinen risti. Ristin juurella olevat lehteä muistuttavat kuviot voivat olla kuvaus palmunlehvistä, vaikka ne muodoltaan muistuttavat enemmän esimerkiksi koivun lehteä. Jeesukseen palmunlehvät liittyvät pääsiäisen kautta, kun hän ratsasti Jerusalemiin aasilla ja ihmiset menivät häntä vastaan palmunoksat kädessään (Joh 12:12–13). Palmunlehvät ennustivat Jeesuksen voittoa kuolemasta, ja sitä kautta ne ovat ikuisuuden ja uudestisyntymisen symboli. Palmusta on tullut myös marttyyrien ja uskonsa puolesta henkensä antaneiden symboli. (Väisänen 2011, 52.)

Ristin taustalla oleva sininen kolmio voi kuvastaa purjetta tai kirkon päätyä – katsoja saa itse päättää. Logon värit sininen ja vihreä kuvaavat Kirkkonummen

kaunista, vihreää luontoa ja merellisyyttä. Tavoitteena on, että logo viestisi ilmeellään positiivisuutta ja kasvua. Logon on suunnitellut Juha Kiiskinen. (Johanna Lahtinen, henkilökohtainen tiedonanto 19.12.2017.) Logon kolmion voi nähdä myös kolmiyhteisen Jumalan vertauskuvana. Pyhä Kolminaisuus kuvataan tasasivuisena kolmiona, jolla ilmaistaan, ettei yhtäkään kolmesta voi ottaa pois kokonaisuuden hajoamatta. Isä, Poika ja Pyhä Henki on hyvin yleisesti totuttu mieltämään ja kuvaamaan juuri tällä tavalla. Kolmion keskellä on toisinaan myös kaikkinäkevä silmä. (Tiekirkko-info. Kristilliset symbolit.)



KUVA 3. Kirkkonummen kirkko. (Kirkkonummen suomalainen seurakunta. Kivinen kirkko.)

Kirkkonummen kirkkoa katsellessa voi logossa olevan muodon helposti yhdistää sen päätyyn. Huomionarvoista on se, että logossa käytetyn sinisen värin sanotaan, kuten aiemmin todettiin, olevan kylmä ja ulospäintyöntävä väri. Värisävy vaikuttaa kuitenkin olennaisesti värin luonteeseen, ja tässä nähtävä sinisen ei voi sanoa olevan ulospäintyöntävä vaan lempeä ja positiivinen.

Risti, joka tässä logossa näkyy, on kristityille hyvin yhdistävä merkki ja sitä pidetään kristikunnan tunnetuimpana ja yleisimpänä symbolina. Alkukristityt kuitenkin kartoivat ristiä, koska se muistutti heitä pahimmasta mahdollisesta häpeästä, johon ihmisen saattoi tuomita. Antiikin maailmassa jumalat olivat voittamattomia ja vahingoittumattomia. Ajatus häviäjästä Jumalana oli hyvin vieras sen aikakauden ihmisille. 400-luvulta lähtien risti vähitellen vakiintua kristittyjen symboliksi. (Väisänen 2011, 60.)

Risti on yhä tänään kristityille keskeinen ja tärkeä symboli – ehkä jopa rakas ja korvaamaton. Sen käyttö kristillisissä logoissa on luontevaa ja perusteltua. Risti luo yhteisöllisyyttä kristittyjen välille, ja on merkki Jeesuksesta myös niille, joille kristinusko on vieraampi. Risti yhdistää kristittyjä Kristukseen ja toisiinsa, joten logossa sen voidaan sanoa luovan yhteisöllisyyttä. Kirkkonummen suomalaisen seurakunnan logossa ristiin on liitetty myös paikallisesti tuttuja elementtejä, mikä tekee logosta vielä yhteisöllisemmän.

5.3 Kuusamon seurakunta



KUVA 4. Kuusamon seurakunnan logo (Kuusamon seurakunta.)

Kuusamon seurakunnan logossa on kuvattuna käsi, jonka kämmenellä on kirkko. Käsi on harmaa ja kirkon profiili musta. Kirkon tornin huipulla on punainen risti. Kirkon sisällä on oranssikeltaista väriä holvimaisessa muodostelmassa. Fontti on

melko koristeellinen ja juhlavakin, kuitenkin selkeä. Kirjaintyyppi on kaunokirjoitusta muistuttava. Kirjaimet ovat kursivoituja eli kallistettuja.



Kirkon profiili vastaa muodoltaan Kuusamon kirkkoa. Tämä yhdennäköisyys jo itsessään luo tuttuuden tunnetta ja yhteisöllisyyttä. Kyse on ”meidän kirkosta” eikä anonymista kirkon hahmosta.

Kirkon väri musta voi antaa monenlaisia mielikuvia. Eurooppalaisessa traditiossa musta on viestinyt synkkyyttä, kuolemaa, surua, pahuutta ja magiaa (Juvonen 2014, 10). Kristinuskossa musta symboloi kuolemaa ja liturgisissa väreissä musta on kuolemansurun ja katoavaisuuden väri (Ylikarjula 2014, 87).

KUVA 5. Kuusamon Pyhän Ristin kirkko

(Kirjastovirma. Pohjoispohjalaista kulttuuriperintöä.)

Toisaalta musta on merkinnyt arvokkuutta ja juhlavuutta. Mustassa on myös voimaa ja varmuutta ja se viestii vahvoja mielipiteitä. (Juvonen 2014, 11.) Musta on taipumattomuuden väri ja se heijastaa kohtaloa (Huovila 2006, 45). Tässä logossa musta mielestäni puolustaa paikkaansa. Se tuo kirkolle painoarvoa ja pysyvyyden tunnetta. Näyttää siltä, että kirkko seisoo tukevasti ja horjumatta paikallaan. Kuoleman ja synkkyyden sijaan musta viestii tässä arvokkuutta ja vahvuutta.

Kirkon tornin huipulla oleva punainen risti ei ole ollut logossa alusta asti. Risti on päätetty ottaa käyttöön kirkkoneuvoston kokouksessa 21.2.2011 (11§). Kirkon sisältä hohkaava oranssinkeltainen väri kuvaa valoa ja lämpöä. (Juha Tervo, henkilökohtainen tiedonanto 5.12.2017.) Kirkon sisältä hohtavasta lämpöisestä

valosta voi helposti johtaa miellelyhtymän yhteisöön ja yhteisöllisyyteen. Sisältä tuleva valo viestii myös kotoisuutta ja turvallisuutta.

Oranssi ja keltainen tuovat mieleen ruska-ajan, jolloin nämä värit loistavat kuin aurinko syksyn hämärässä tuoden valon ja värin pimeään. Keltaista on pidetty myös toivon ja uudistumisen symbolina. Se on optimismin, ilon, mielihyvän ja ennen kaikkea valon väri. (Ylikarjula 2014, 34, 105.) Kämmen, jonka päällä kirkko seisoo, on harmaudessaan neutraali. Harmaa ei vie huomiota muilta väreiltä, vaan tukee muiden värien vaikutusta ja myötäilee (Juvonen 2014,13).

”Ne tulevat valkeiksi kuin lumi”. Näin on otsikoitu Kuusamon seurakunnan strategia vuodelta 2015. Sen mukaan yksi seurakunnan tehtävistä on tuoda elämään kestävä perusta, rohkaista välittämään lähimmäisistä ja luomakunnasta. Logossa oleva käden voisi tulkita olevan Jumalan käsi, luomakunnan luojan käsi. Se on vahva perusta ja tuo mieleen myös lasten virren Jumalan kämmenellä.

Logo on syntynyt logokilpailun perusteella. Kilpailun järjesti Kuusamon evankelis-luterilainen seurakunta vuonna 2009 ja se oli avoin kaikille. Avoin suunnittelukisa saattaa tuoda seurakuntaa lähemmäs ja herättää kiinnostusta, luoda myös yhteisöllisyyttä. Osallistaminen lisää myös toimijuutta ja valtaistaa ihmisiä lisäten sosiaalista pääomaa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten yhteisöllisyys ja sosiaalinen pääoma näkyvät logoissa, ja voiko näitä piirteitä löytää tutkituista kolmesta seurakunnan logosta. Panofskyn semioottisessa kuva-analyysissä ensimmäisellä, niin sanotulla luonnollisella tasolla, kuvaa katsotaan ilman tulkintaa. Tälle tasolle oli tärkeä jäädä ja katsoa kuva kiirehtimättä. Kuvan katsominen ilman tulkintaa ei ole helppoa eikä kestäkään kauan, kun kuvia alkaa analysoida ja etsiä niistä merkityksiä. Näin käy myös seurakuntien logojen äärellä nopeasti. Mieli alkaa selvittää sitä, mitä kuva voisi kertoa ja symboloida.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että erilaiset symbolit voivat viestittää yhteisöllisyyttä, jos tuntee niiden taustaa. Symboli eli merkki, tunnuskuva tai vertauskuva kuvastaa ja edustaa aina jotain asiaa, joko abstraktia tai todellista aihetta tai henkilöä (Väisänen 2011, 11). Jos ei tiedä, mitä kuva symbolisoi, voi olla hankalaa tulkita sitä. Katsojan täytyy tietää symbolin taustalla oleva tarkoitus, että hän voi ymmärtää sitä täysin. Kuva puhuu hyvin vähän, jos mitään, sellaiselle joka ei ole tottunut lukemaan sitä. Mitä ei pystytä lukemaan ja tulkitsemaan, koetaan helposti uhkana. (Ruohonen 2001, 78.) Toisaalta jokaisen seurakunnan logossa symbolit, kyyhkynen, risti ja kämmenellä oleva kirkko, ovat melko helppotajuisia ja sitä kautta yhdistäviä. Ne on helppo ymmärtää ja niihin pystyy samastumaan, vaikka ei olisi merkkioppiin perehtynyt.

Erilaisilla väreillä voi myös viestiä yhteisöllisyyttä, vaikkakin värien merkitys eri yhteyksissä ja kulttuureissa vaihtelee. Värit ovat hyvin monitulkintaisia, joten mitään varmaa värivalintaa ei yhteisöllisyyteen liittyen ole löydettävissä. Meidän kulttuurissamme väreillä on tiettyjä lainalaisuuksia ja jotkut värit viestittävät meille tiettyjä asioita. Jonkin verran väreillä siis pystytään vaikuttamaan logon yhteisöllisyyteen ja kutsuvuuteen.

Logoista on vaikeaa löytää suoranaisesti yhteisöllisyyttä ja sosiaalista pääomaa viestiviä ominaisuuksia, vaan nämä piirteet pitää ikään kuin kaivaa esiin. Logosta tekee hyvän persoonallisuus ja tietynlainen pysyvyys. Vaikka logoa

muunneltaisiin, siinä on hyvä säilyttää jotain tuttua. Tervetulleeksi ihminen kokee itsensä, kun yhteisön tunnus on helposti ymmärrettävä, selkeä ja mieleenpainuva. Yhteisöllisyyttä luo harkiten suunniteltu logo, josta kohderyhmä voi löytää tarttumapintaa.

7 POHDINTA

Symboliikkaan on ollut todella mielenkiintoista tutustua. Myös värien merkityksistä ja kirjasinmalleista on ollut tärkeää oppia uutta. Välillä olo on ollut epävarma, koska en ole ollut omalla alallani – opiskelenhan sosiaalialaa enkä semiotiikkaa. Työn liittäminen sosiaalialaan on ollut kuitenkin luontevaa ja kristillisiin symboleihin tutustuminen tulevana diakonina on ollut erittäin mielekästä. Työn ohella olen etsinyt myös eri raamatunkohtia ja perehtynyt antiikkiin, varhaiskristillisyyteen ja keskiajan kristillisyyteen.

Suurta antia ovat myös olleet yhteisöllisyyden tutkiminen tässä ajassa ja sosiaalisen pääoman käsitteeseen perehtyminen. Yhteisöllisyyteen pyrkiminen on tässä ajassa vahvasti läsnä, kun seurakuntien resurssit pienenevät. Tieto yhteisöllisyydestä ja siitä viestivistä merkeistä on ollut tervetullutta ja avartavaa.

7.1 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa ensisijaisesti se, mitä lähteitä työhön on käytetty. Olen pyrkinyt löytämään luotettavia ja puolueettomia lähteitä. Osa lähteistä on vanhempia johtuen siitä, että esimerkiksi tutkimusmenetelmä Panofskyn semioottinen kuva-analyysi kehitettiin jo 1900-luvun alkupuolella ja tämä sama oppi on käytössä edelleen.

Tutkimuksen eettisyyteen vaikuttaa se, onko kyseisen tutkimusaiheen valinta perusteltua ja onko ilmiön tutkiminen eettisesti kestävä. Työssä käytetyt tutkimusmenetelmät ovat toinen eettisyyteen vaikuttava asia: Onko tavoiteltava tieto mahdollista löytää aiotuilla aineistonkeruumenetelmillä? Löydetäänkö tutkimuksessa sitä, mitä on alun perin lähdetty etsimään? Tämä validiteetti eli kyky selvittää sitä, mitä piti selvittää, on olennainen tutkimuksen pätevyyden ja luotettavuuden kannalta. Tutkimusaineiston analysointi ja raportointi liittyvät myös eettisyyteen. Tutkimusprosessin tulee olla läpinäkyvä ja avoin; siinä tulee kertoa, miten tutkimuksen tulokset on löydetty – pelkkä tulosten esittely ei riitä.

Näin eettisten kysymysten huomioimista pystytään arvioimaan. (Menetelmäopetuksen tietovaranto. KvaliMOTV. Hyvä tutkimuskäytäntö.)

Tutkimusaiheen valintaa ja tärkeyttä olen perustellut johdantoluvussa ja käsitteiden määrittelyn yhteydessä. Tutkimusmenetelmän valintaa ja oikeutusta olen pohtinut menetelmän esittelyn yhteydessä ja tutkimuksen tuloksissa. Tulosten syntymisen voi nähdä työn ja analyysin edetessä. Näin tutkimuksen eteneminen on lukijan nähtävillä ja prosessi on läpinäkyvä.

Aiheen valinta jatkona edelliselle opinnäytetyölle tuntuu perustellulta, mutta aiheen rajauksen olisi voinut tehdä toisellakin tapaa. Alun perin suunnitelmissa oli tutkia logoja laaja-alaisemmin, esimerkiksi eri kristillisten kirjapainojen, tapahtumien, julkaisujen tai levy-yhtiöiden logoja niin vapaista suunnista kuin luterilaisen kirkon puolelta. Varhaisessa vaiheessa kuitenkin ymmärsin aiheen rajaamisen tärkeyden, etten uuvu olemassa olevaan aineiston äärelle. Rajaus kolmeen luterilaiseen seurakuntaan oli mielestäni selkeä ja johdonmukainen. Toki näen mahdollisuuden kritiikkiin siinä, että tutkittava aineisto olisi voinut olla laajempikin.

Toimitan valmiin opinnäytetyön niiden seurakuntien käyttöön, joiden aineistoa olen analysoinut. Olin epävarma siitä, onko eettisesti oikein toimittaa muille seurakunnille tuloksia, mitä toisen seurakunnan logosta on tutkittu ja löydetty. Toisaalta paikkakunnat Kaarina, Kirkkonummi ja Kuusamo ovat aivan eri puolilla Suomea, joten niiden toiminta ei sinänsä vaikuta toisiinsa, eivätkä ne ole rakentamassa yhteistä visuaalista ilmettä. Tutkimuksessa käytettävä tieto on kaikkien saatavissa olevaa julkista tietoa, joten minkään seurakunnan yksityisasiointia ei olla kertomassa eteenpäin.

Pohdinnan jälkeen tulin siihen tulokseen, ettei opinnäytetyön toimittaminen kokonaisuudessaan kaikille tutkituille seurakunnille ole eettisesti väärin. Tutkiminen on sallittua ja suotavaa ja joka tapauksessa opinnäytetyöni tulee olemaan julkinen asiakirja Theseus-tietokannassa.

7.2 Jatkotutkimusaiheet

Käyttäjätutkimus olisi mielenkiintoinen jatko tälle työlle. Tuntevatko yksilöt ja koko yhteisö seurakuntansa logon omakseen? Ovatko ihmiset saaneet itse vaikuttaa logon syntyyn? Olisi mielenkiintoista tutkia yhteisön mielipiteitä logoihin liittyen ja etsiä kehitysideoita tai kritiikkiä. Tutkia voisi, mitä mieltä seurakunnan jäsenet itse ovat logosta ja luovatko käytetyt merkit heidän mielestään yhteisöllisyyttä. Miten ihmiset kokevat seurakuntansa logon ja mitä miellelyhtymiä se herättää?

Jatkotutkimuksessa voisi pohtia, haluaako tutkia nimenomaan yhteisön omien jäsenten mielipiteitä vai juuri ulkopuolisten näkemyksiä. Aiheen tutkimusmenetelminä voisivat olla esimerkiksi teemahaastattelu tai kyselytutkimus. Myös ohjekirjan laatiminen seurakuntien logojen tekemiseen voisi toimia jatkotutkimuskohteena ja toimenpiteenä. Seurakunnissa voisi järjestää myös workshoppeja logojen luomiseen ja tehdä luodusta aineistosta jatkotutkimusta.

7.3 Opinnäytetyöprosessin arviointi ja ammatillinen kasvu

Opinnäytetyön tekeminen yksin tuntui hyvältä ratkaisulta, ja oikeastaan ainoalta oikealta, kun oma aiheeni oli jatkumo edelliselle opinnäytetyölleni. Tosin välillä kaipasin kirjoitustyöhön vertaista rinnalleni arvioimaan tekstiä, työn sisältöä ja rakennetta. Itsenäinen työskentely ja omaehtoinen aikataulutus kuitenkin sopivat minulle, ja nämä toteutuivat hyvin yksin työtä tehdessä. Asioilla on aina hyviä ja huonoja puolia, mutta hyviä puolia oli kuitenkin yksin tekemisessä selvästi enemmän.

Tuntui luontevalta jatkaa edellistä opinnäytetyötään, koska siinäkin aihe oli kristillinen ja jollain tapaa samanlainen kuin tässä työssä. Samojen aiheiden äärellä olen tässäkin - nyt arvioijan, aiemmin toteuttajan paikalla. Yhteisöjä voi rakentaa monella eri tavalla, niin visuaalisten merkkien kautta kuin kohtaamalla ihmisiä. Ammatillisesti sosiaaliseen pääomaan perehtyminen on antanut minulle paljon. Toivon, että osaan olla työssäni yhteisöllinen ja yhteisöjä rakentava.

LÄHTEET

- Aro, J. (2011). Yhteisöllisyys ja sosiaalinen side. Teoksessa S. Kangaspunta (toim.), *Yksilöllinen yhteisöllisyys: avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen* (s. 35–60). Tampere: Tampere University Press.
- Bouissac, P. (1998). *Encyclopedia of Semiotics*. Oxford: Oxford University Press.
- Burr, V. & Vainonen, J. (2003). *Sosiaalipsykologisia ihmiskäsityksiä*. Tampere: Vastapaino.
- Edu.fi. (2013). Yhteisöllisyys. Saatavilla 30.4.2018
http://www.edu.fi/yleissivistava_koulutus/teemat/osallisuus_ja_oppilaskuntatoiminta/yleissivistava_koulutus/teemat/osallisuus_ja_oppilaskuntatoiminta/osallisuus/yhteisollisyys
- Graafinen. (2015). Tietopankki graafikoille - Graafinen suunnittelu, typografia, kuvitus, mainonta ja luovuus. Saatavilla 29.1.2018
<http://www.graafinen.com/suunnittelu/typografia/yleista-typografiasta/>
- Helsingin Diakonissalaitos. Kaapeli-yhteisövalmennukset voimauttavat ihmisiä ja rakentavat yhteisöjä. Saatavilla 19.1.2018
<https://www.hdl.fi/blog/2018/01/28/kaapeli-yhteisovalmennukset-voimauttavat-ihmisiä-ja-rakentavat-yhteisöjä/>
- Huovila, T. (2006). *"Look" Visuaalista viestisi*. Helsinki: Inforviestintä.
- Iisakka, L. & Alanen, A. (2006). Sosiaalinen pääoma Suomessa: kotimaista ja kansainvälistä taustaa. Teoksessa L. Iisakka (toim.), *Sosiaalinen pääoma Suomessa – Tilastokatsaus* (s. 5–15). Helsinki: Edita Prima Oy.
- Juvonen, R. (2014). *Valon paletti. Retkiä värien maailmaan*. Helsinki: Kirjapaja.
- Jyväskylän yliopisto. (2015). Koppa. Semioottinen analyysi. Saatavilla 7.5.2017
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/semioottinen-analyysi>
- Kirjastonvirma. Pohjoispohjalaista kulttuuriperintöä. Saatavilla 30.1.2018
<http://www.kirjastovirma.fi/kirkot/kuusamo>

- Kirkkonummen suomalainen seurakunta. Kivinen kirkko. Saatavilla 31.1.2018
http://www.kirkkonummenseurakunnat.fi/toiminta/lapsiperheille/kirkkonettifi/ristin_muotoinen_kirkko/kivinen_kirkko/
- Kuusamon seurakunta. Saatavilla 30.1.2018
<http://www.kuusamonseurakunta.fi/>
- Loiri, P. & Juholin, E. (1998). *Huom! Visuaalisen viestinnän kirja*. Helsinki: Inforviestintä.
- Loiri, P. (2004). *Typo. Pieni käytösopas typografian laatijalle*. Helsinki: Inforviestintä.
- Manka, M-L. & Larjovuori, R-L. (2013). *Yhteisöllisyydellä menestykseen: opas työpaikan sosiaalisen pääoman kehittämiseen*. Tampere: Tampereen yliopiston johtamiskorkeakoulun tutkimus- ja koulutuskeskus Synergos; Kuntoutussäätiö.
- Menetelmäopetuksen tietovaranto. KvaliMOTV. Hyvä tutkimuskäytäntö. Saatavilla 30.1.2018
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_1_2.html
- Norrena, V. Semiotiikka ja markkinointi. Logon analyysi. Saatavilla 7.5.2017.
<https://semiotiikka.com/logon-analyysi/>
- Paasivaara, L. & Nikkilä, J. (2010). *Yhteisöllisyydestä työhyvinvointia*. Helsinki: Kirjapaja.
- Pekonen, O. (2003). Elämän värit. Teoksessa Osmo Pekonen (toim.), *Elämän värit* (s. 5–10). Jyväskylä: Korpiljyvä Kustannus Oy.
- Pesonen, E. (2007). *Julkaisijan käsikirja*. Jyväskylä: WSOY.
- Polttila, P. (2003). Keltaisesta. Teoksessa Osmo Pekonen (toim.), *Elämän värit* (s. 21–28). Jyväskylä: Korpiljyvä Kustannus Oy.
- Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Pärssinen, I. (2003). Valkeus ja valkoisen varjo. Teoksessa Osmo Pekonen (toim.), *Elämän värit* (s. 89–108). Jyväskylä: Korpiljyvä Kustannus Oy.
- Raamattu*. Suomen evankelis-luterilaisen kirkon kirkolliskokouksen vuonna 1992 käyttöön ottama suomennos. Helsinki: Kirjapaja.

- Rstudio. 10 yleisintä virhettä logon suunnittelussa. Saatavilla 7.5.2017
<http://www.r-studio.fi/webdesign/mainostoimisto-uutiset/entry/10-yleista-virhetta-logon-suunnittelussa>
- Ruuhonen, S. (2001). *Nuorten pukeutuminen: Erottautumista, elämyksiä, harkintaa*. Saarijärvi: Gummerus.
- Seppä, A. (2007). Kulttuurin kuvallistuminen. Teoksessa M-L. Rossi & A. Seppä (toim.), *Tarkemmin katsoen. Visuaalisen kulttuurin lukukirja* (s. 14-35). Helsinki: Gaudeamus.
- Seppä, A. (2012). *Kuvien tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus.
- Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. (2013). Hyvinvointi- ja terveyserot. Sosiaalinen pääoma. Saatavilla 4.5.2017 <https://www.thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriarvoisuus/hyvinvointi/sosiaalinen-paaoma>
- Tiekirkko-info. Kristilliset symbolit. Saatavilla 11.2.2018.
<https://www.tiekirkot.fi/tiekirkko-info/kristilliset-symbolit/>
- Turun ja Kaarinan seurakunnat. (2016). Tervetuloa Kaarinan seurakuntaan! Saatavilla 30.1.2018 <http://www.turunseurakunnat.fi/kaarinan-seurakunta>
- Virtuaaliammattikorkeakoulu. Ylemmän AMK-tutkinnon metodifoorumi. Semioottinen analyysi. Saatavilla 7.5.2017
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464144782/1194348612964/1194356620956.html>
- Väisänen, L. & Peretto, M. (2015). *Mitä symbolit kertovat: taidetta pintaa syvemmillä*. Helsinki: Kirjapaja.
- Väisänen, L. (2011). *Kristilliset symbolit. Ikkuna pyhään*. Helsinki: Kirjapaja.
- Ylikarjula, S. (2014). *Värillä on väliä. Värien symboliikkaa ja merkityksiä*. Vantaa: Katharos Oy.

Liite 1 Sähköposti seurakuntiin 5.12.2017

Hei,

olen sosionomi-diakoniopiskelija ja teen parhaillaan opinnäytetyötäni. Aiheeni on eri seurakuntien logojen tarkastelu yhteisöllisyyden näkökulmasta. Luovatko ne yhteisöllisyyttä ja rakentavatko sosiaalista pääomaa?

Tämä ei edellytä teiltä mitään toimenpiteitä. Jos haluatte, niin kuulen mielelläni logon syntyhistoriasta ja mahdollisesta viestintäsuunnitelmasta sen taustalla - mistä ikinä, mikä liittyy seurakuntanne logoon. Kirjoittamistyöni on melko alkuvaiheessa, mutta ennen joulua kannattaa tekstiä lähettää, mikäli haluatte. Minulle voi myös soittaa, yhteystiedot alla.

Kun artikkeli on valmis, voin toimittaa sen tähän osoitteeseen teille luettavaksi. Vielä varmistan, että tämä on se logo, jota nyt käytätte.

(kuva kyseisen seurakunnan logosta)

Ystävällisin terveisin,

Virpi Heinonen
Diakonia-ammattikorkeakoulu
c32338
A39sosd
050-3535114