

Aino Korpinen

MARKKINOINTIMATERIAALIN SUUNNITTELU RAUMAN
MUSEOILLE

Viestinnän koulutusohjelma
2014

MARKKINOINTIMATERIAALIN SUUNNITTELU RAUMAN MUSEOILLE

Korpinen, Aino
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelma
Kesäkuu 2014
Ohjaaja: Nurmi-Rantanen, Kirsi
Sivumäärä: 53
Liitteet: 3

Asiasanat: julistesuunnittelu, karttasuunnittelu, typografia, kuvittaminen, markkinointimateriaali

Tämän opinnäytetyön aiheena oli suunnitella visuaalista markkinointimateriaalia Rauman merimuseolle sekä seitsemälle muulle Rauman alueen museokohteelle. Teoreettisena tausta-aineistona käytettiin mahdollisimman uutta tietoa juliste- ja karttasuunnittelusta sekä typografisesta suunnittelusta. Aineisto koostui sekä kirjallisesta, että kuvallisesta materiaalista.

Opinnäytetyöraportin tutkimuksellisessa osassa kerrotaan työn toiminnallisesta osuudesta ja perustellaan siinä tehtyjä valintoja viitaten teoreettiseen tausta-aineistoon. Pohdinnan alla ovat myös uudenlaisen ilmeen luominen perinteikkäälle pohjoismaiselle museoilmapiirille ja pääasiassa omien ideoiden pohjalta suunnittelemaan tottuneen graafikon totuttautumisen asiakaslähtöiseen työskentelyyn.

Opinnäytetyötä kirjoitettaessa todettiin, että on hyvä olla asiakkaan kanssa tiiviisti yhteistyössä suunnitteluvaiheen aikana. Tämä edesauttaa huomattavasti siinä, että lopputulos miellyttää sekä suunnittelijaa, että asiakasta.

MARKETING MATERIAL DESIGN FOR MUSEUMS OF RAUMA

Korpinen, Aino
Satakunta University of Applied Sciences
Degree Programme in Media and Communication
June 2014
Supervisor: Nurmi-Rantanen, Kirsi
Number of pages: 53
Appendices: 3

Keywords: poster design, map design, typography, illustration, marketing material

The subject of this thesis was to design visual marketing material for the Rauma Maritime Museum and seven other museums in Rauma. The material used for the study was as current as possible and it mainly concerned the graphic design of posters and maps but also typography. The material was both graphic and written.

The purpose of the study is to support the functional part of the thesis and report about the design stages by referring to the theoretical material and sources. It was also considered how the modernism in designing for traditional Scandinavian museum could be transmitted and how different it is to design only for oneself than for an actual client.

While working on the study it was discovered that it is advisable to cooperate with the client especially in the beginning of the design process. This way both client and designer are ought to be satisfied with the final result.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TAVOITE JA TEHTÄVÄT	6
3	ASIAKAS	9
3.1	Markkinointimateriaaliin tutustuminen	11
3.2	Rauman virallinen kartta	14
3.3	Suunnittelun lähteet	16
4	ASIAKASLÄHTÖINEN SUUNNITTELU	18
5	JULISTE- JA KARTTASUUNNITTELUN TAUSTAA	20
5.1	Pohjoismainen julistesuunnittelu	21
5.2	Karttasuunnittelun haasteet	25
6	JULISTEIDEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS	26
6.1	Julisteiden suunnittelun reunaehdot	28
6.2	Kuvitukset	29
6.3	Värit	31
6.4	Tekstuurit	33
6.5	Typografia	34
6.6	Valmiit julisteet	37
7	KARTAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS	39
7.1	Kartan suunnittelun reunaehdot	41
7.2	Kuvitukset	41
7.3	Värit	42
7.4	Valmis kartta	44
8	LOPUKSI	46
	LÄHTEET	48
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni toiminnallisessa osuudessa suunnittelin graafista markkinointimateriaalia pääasiassa Rauman merimuseolle, joskin osassa projektia asiakkaana toimi lisäksi seitsemän muuta museokohdetta Rauman alueelta. Suunnittelutyön päätilaaja oli kuitenkin merimuseo, joka on keskittynyt jakamaan tietoa Suomen kolmanneksi vanhimman kaupungin pääelinehdosta eli merestä, merenkulusta sekä itse laivojen miehistöistä. (Rauman Merimuseo, 2014 a.)

Opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa suunniteltiin kevään 2014 aikana kaksi julistetta sekä visuaalinen kartta, josta löytyvät merimuseon lisäksi seitsemän muun museon sijainnit. Työskentely alkoi kuitenkin jo vuoden 2013 lopulla saatua merimuseolta ohjeistuksia sekä toiveita julisteiden sisältöön liittyen. Karttaprojekti tuli kuvaan vasta myöhemmin keväällä 2014 sen jälkeen, kun merimuseo oli päättänyt minkä tyylinen kartasta tulisi. Tämän jälkeen idea esiteltiin suunnittelijalle ja otinkin tehtävän ilomielin vastaan, sillä uskoin karttasuunnittelun tuovan opinnäytetyöhöni monipuolista lisää julistesuunnittelun rajattua aihetta ensin hieman yksipuoleiseksi. Kartan visuaalisuus oli haasteellinen projekti toteuttaa, sillä graafisen suunnittelun onnistumisen lisäksi oli pidettävä huolta siitä, että välimatkat ja kohteet pysyivät to-tuudenmukaisina sekä mahdollisimman tunnistettavina.

Opinnäytetyön aihepiiri on itseäni kiinnostava, sillä seminaarityössäni käsittelin perinteistä graafista suunnittelua Suomessa sekä muissa Pohjoismaissa. Tämän aiheen siivittämänä oli innostavaa lähteä toteuttamaan suunnittelua perinteitä kunnioittavalle merihenkiselle museolle. Skandinaavinen visuaalinen ilme on aihe, joka on kiinnostanut minua jo useamman vuoden ajan, joten otin sen hengestä inspiraatiota niin värimaailmaan kuin töiden kuvituksiinkin.

Kirjallisessa osuudessa tarkoitukseni on selkeyttää graafisen suunnittelun osuutta itselleni ja pohdinnalla saada aikaan visuaaliselle työlle taustatukea ja syvyyttä. Alkaessani koota kirjallista osuutta päätin lisätä siihen jonkin verran kuvamateriaalia esittelemään työskentelyn eri vaiheita. Uskon, että kuvat ovat tehokas tapa havainnollistaa esimerkiksi kuvittamiseen sekä typografiaan liittyviä suunnitteluvaiheita.

2 TAVOITE JA TEHTÄVÄT

Ennen suunnittelutyön aloittamista tavoitteenani oli löytää niin uutta lähdemateriaalia julistesuunnittelusta kuin mahdollista. Lähdekirjoja löytyi pääasiassa englannin kielellä, mutta jokunen suomeksi käännetty tai suomeksi alun perin kirjoitettu teos päätyi mukaan. Valitsin myös muutaman vanhemman kirjalähteen 2000-vuoden kummaltakin puolelta, sillä niiden aihepiirit sopivat työhöni hyvin. Vanhemmat kirjat kertovat ajattomista teemoista, kuten väriopista sekä kuvittamisen perusteista, joten päivitetynmpi materiaali tuskin olisi vaikuttanut valitsemiini otteisiin. Internet-lähteet puolestaan sisältävät lähes jokainen viime vuosien aikana julkaistua materiaalia ja ovat kokonaisuudessaan uudempia kuin konkreettiset kirjalähteet. Jonkin verran lähdemateriaaleja sain Rauman merimuseon arkistosta, etenkin merenkäyntiin sekä meriperinteisiin liittyen. Arkistolähteet olivat korvaamaton apu tutkiessani kyseisiä aiheita.

Työ alkoi merimuseon yleisjulisteen suunnittelulla. Tavoitteenani oli luoda ajatonta designia, jota museo voisi käyttää muutamia seuraavia vuosia julistemarkkinoinnissaan. Julistemarkkinointi on ollut yksi merimuseon näkyvimpiä markkinointikeinoja, joten vanhan yleisjulisteen päivittäminen oli keskeinen projekti. Sain museolta valmiit ohjeistukset toteutuksen kirjallisesta sisällöstä, joten työnkuvakseni jäi suunnitella ainoastaan visuaalinen ilme.

Tavoitteenani toiselle julisteelle oli jatkaa samalla linjalla kuin yleisjulisteenkin kanssa. Ajattomuutta ei tarvinnut tämän työn kohdalla kuitenkaan ajatella yhtäläillä, sillä juliste tulee olemaan näkyvillä vain kesäkauden ajan. Julisteen on tarkoitus mainostaa tällä hetkellä käynnissä olevaa näyttelyä, joka on nimeltään Tatuoinneista linjakasteeseen. Myös näyttelyjulisteen kirjallisen sisällön tuottaminen oli museon omalla vastuulla. Kumpaankaan julisteeseen ei tarvinnut kääntää tekstejä englanniksi, mikä helpotti omaa työskentelyäni ja antoi tilaa muille elementeille. Liika tekstimäärä saattaaakin julistesuunnittelussa kostautua liian sekavalla tai täydellä lopputuloksella. Museohenkilökunta mainitsi, että kirjallisiksi elementeiksi jäävät vain välttämättömimmät, kuten näyttelyn nimi, aukioloajat sekä yhteystiedot. Näyttelyjulisteeseen ei toivottu erikseen Rauman merimuseo -nimen esiintymistä, koska se on

tarpeeksi selkeästi näkyvissä heidän logossaan julisteen alareunassa. Todettiin, että mikäli katsojaa kiinnostaa julisteen ulkoasu, hän jaksaa etsiä julisteesta museon nimenkin. Vaikka ei saisi luottaa siihen, että ulkopuolinen katsoja näkee materiaalista heti oleellisen informaation, uskon että julisteissa näkyvä museologo on tarpeeksi keskeisellä paikalla kiinnittääkseen huomion.

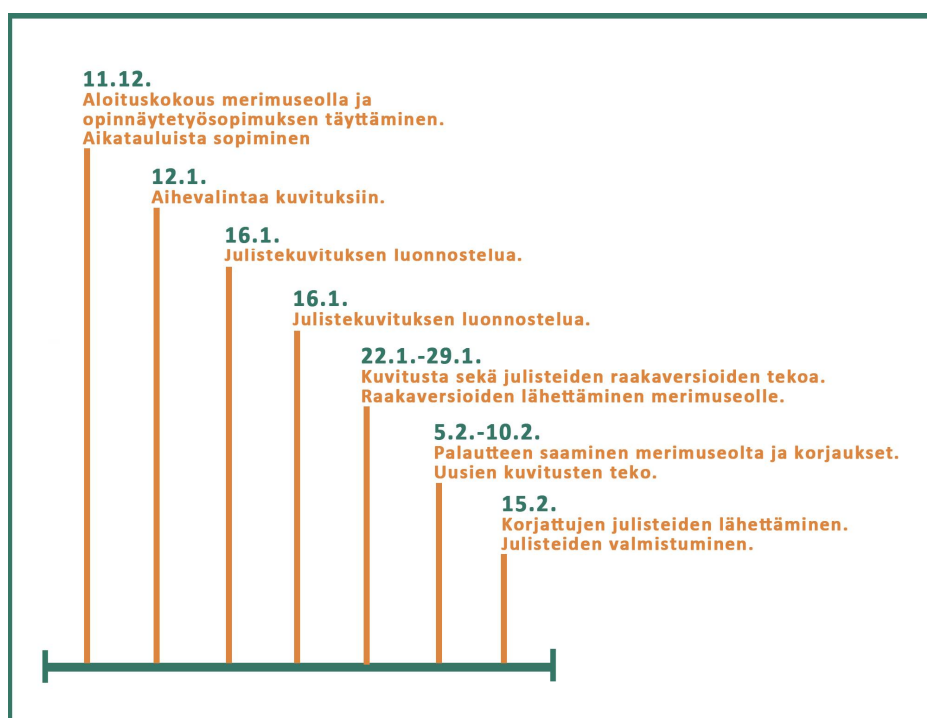
Päätavoitteenani aloittaessani suunnittelua oli luoda uudistunut ilme museon tilaamille julisteille. Saatuani kuvan merimuseon tunnelmasta sekä siitä millaiset julisteet sille parhaiten sopisivat, tuli tavoitteeksi luoda heidän näköistänsä työnjälkeä säilyttäen mukana kuitenkin omaa tyyliäni. Museon henkilökunta on nuorekasta, joten nuorekas oli myös heidän toivomansa työnjälki. Valmista aiheohjeistusta en merimuseolta saanut kumpaakaan julistetta varten, vain osviittaa siitä, mitä niissä esimerkiksi voisi olla. Tämä toi julisteiden parissa työskentelylle melkoisesti enemmän suunnittelijan vapautta.

Päätehtävänä karttasuunnittelussa oli toteuttaa Rauman museopäivään 17.4.2014 mennessä asiakkaalle valmis kulttuurikartta. Kartan oli määrä olla hauska sydämellä sekä huumorilla tehty kokonaisuus, jota voisi kutsua aarrekartaksi. Kartan valmistuminen 17.4. mennessä oli oleellista sen vuoksi, että sitä jaettaisiin tapahtumassa laajempaan eräänä ja sen kautta tiedotettaisiin eri museoiden olinpaikkojen lisäksi audioloajoista sekä muusta perusinfoista, joka museokävijöiden, niin vanhojen kuin uusienkin, tulisi tietää. Museopäivä on osa laajempaa Aikamatka Satakunnassa – hanketta, jonka tavoitteena on tiedottaa niin satakuntalaisia kuin ulkopuolisiakin kävijöitä alueen juurista. Hankkeen sivuille on koottu laajasti Rauman seudun kulttuuriperintökohteita sekä museoita. Myös Satakunnassa sijaitsevat UNESCO:n maailmanperintökohteet ovat mainittuna. (Aikamatka Satakunnassa, 2014.)

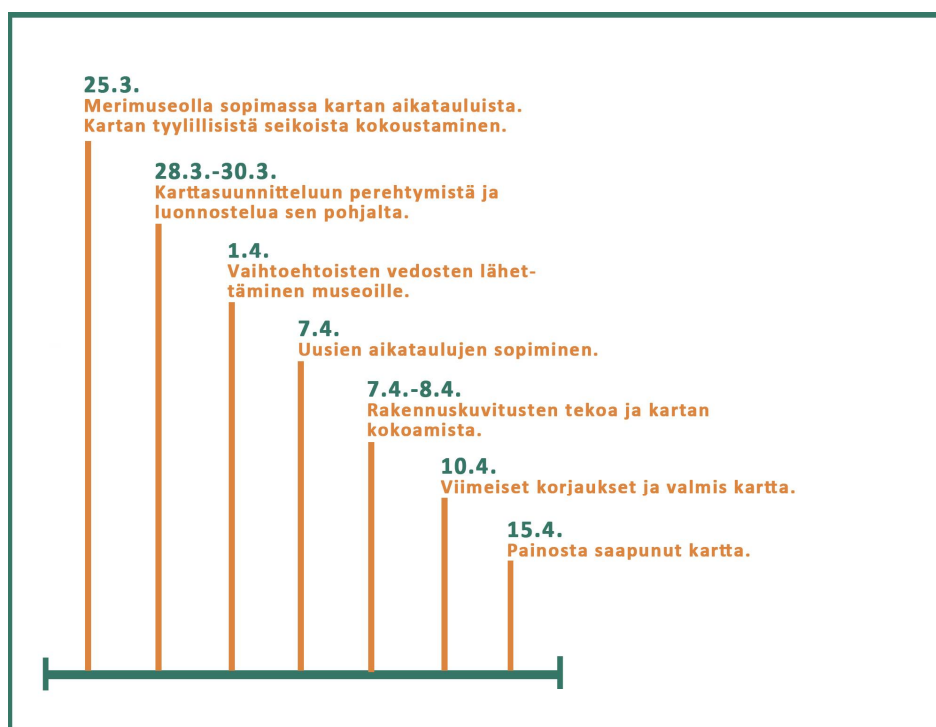
Tavoitteenani sekä kartan, että etenkin julisteiden suunnittelussa oli, että tekisin mahdollisimman paljon toteutuksesta itse, niin sanotusti käsityönä. Koska merimuseon näyttelystä huokui käsillä tehdyn tunnelma, tahdoin liittää saman hengen myös julisteisiin. Tatuoinneista linjakasteeseen –näyttely esittelee lisäksi merimiesten omia käsitöitä, joten oma lähestymistapani soveltui teemaan. Suurin osa tekstuureista on itse muokkaamiani ja julisteiden otsikkofontti on kuvitusten ohella käsin piirretty.

Julistesuunnitteluun liittyvien lähteiden lisäksi tavoitteenani oli löytää laajasti materiaalia koskien karttasuunnittelua ja keskittyä rajaamaan lähteitä liittyen etenkin karttojen visuaaliseen luomisprosessiin. Uskon, että mitä enemmän karttasuunnittelusta olen tietoinen, sitä toimivampi kartasta olisi mahdollista tehdä. En ollut ennen suunnitellut visuaalista ilmettä kartalle, eikä asiakkaani ollut sellaista aiemmin tilannut, joten ideointivaihe oli pitkä, mutta hyödyllinen. Kävin Raumalla suunnittelemassa karttaa kasvotusten asiakkaan kanssa, sillä projektia olisi ollut hankala käynnistää ainoastaan puhelimen tai sähköpostin välityksellä. Näin muun muassa sen vuoksi, että kartalla esiintyviä asiakkaita oli useampi ja toiveita siihen liittyen enemmän kuin julisteita suunniteltaessa.

Kuten julisteissa, myös karttaa aloittaessani ideointivaihe vei eniten aikaa, mutta tämän pystyin arvaamaan jo etukäteen. Yhtenä suunnittelutyön tärkeänä tehtävänä toimi kuvittaminen, jonka toteuttaminen oli aikaa vievää, mutta kohtuullisen helppoa ideointivaiheen ollessa takanapäin ja hahmotelmien valmiina. Yleensäkin ideointivaiheen jälkeen työn toteuttaminen on paitsi helpointa, myös palkitsevinta kun näkee elementtien kasautuvan kokoon. Kuvassa 1 olen selventänyt aikajanakuviolla julistesuunnitteluun käytettyä aikataulua. Kuva 2 puolestaan kertoo tarkempaa tietoa karttasuunnittelun vaiheista.



Kuva 1. Julisteiden oli määrä olla valmiina kevään loppuun mennessä. Painoon ne lähtivät huhtikuun 2014 alussa.



Kuva 2. Karttatyön valmistumispäivämäärään tullut muutos oli suuri, sillä kartan tuli olla valmis noin kaksi viikkoa ennen alun perin sovittua päivämäärää. Loppujen lopuksi huomasin, että annetussakin ajassa ehti suunnitella toimivan kartan, vaikka kuvitusten kanssa oli kiirettä.

3 ASIAKAS

Opinnäytetyöni asiakkaan eli Rauman merimuseon toimitilat sijaitsevat lähellä Rauman Vanhaa kaupunkia. Rakennus on vuonna 1900 valmistunut kivrakennus, joka sopii merimuseon näyttelytilojen tyyliin erinomaisesti. Museon tehtävänkuvana on raumalaiseen merenkulkuun liittyvän kulttuuriperinnön esittely nykypolville niin näyttelyiden kuin vaihtelevien julkaisujen ja esitelmienkin avulla. Museon materiaalien kokoaminen ja digitointi on yksi merimuseon tärkeimpiä tehtäviä. Digitointi edesauttaa valokuva-, esine- ja asiakirjakokoelmien hyödyntämisessä muun muassa tutkimustyötä tehtäessä. Tällaista tutkimustyötä museo on tehnyt lähiaikoina esimerkiksi Tutkimus majakkaprojekti –nimisen tutkimuksen kanssa. Museon tiloissa on

sen puitteissa mahdollista tutustua digitoituun aineistoon Suomen majakoista näyttöpäätteitä käyttäen. (Rauman merimuseo, 2014 b.)

Merimuseon rakennuksella on takanaan pitkä historia. Aluksi se toimi merikouluna, jonka jälkeen tiloissa sijaitseva Rauman kaupungin nuorisotalo noin kolmenkymmenen vuoden ajan. Museokäyttöä varten taloa alettiin kunnostaa vuonna 2000 ja muutamaa vuotta myöhemmin vuoden 2004 aikana merimuseo avattiin yleisölle. Museon kokoelmien perusta tulee Rauman Merimuseoyhdistyksen keräämistä tiedoista. Yhdistys oli kerännyt aineistoa vuodesta 1984 lähtien, joten merimuseon arkistot ovat melko kattavat. (Rauman merimuseo, 2014 c.)

Merimuseossa merellinen kulttuuriperintö esittäytyy merkityksellisenä osana Rauman historiaa. Ilman merta ja merenkulkua Rauman kaupunkia ei välttämättä olisi olemassakaan. Raumanmeren merimuseosäätiö ylläpitää merimuseota, joka on avoinna ympäri vuoden, kesällä päivittäin ja talvisin rajoitetummin. Asiakkaalla on monia yhteistyökumppaneita Satakunnan alueella, mainittakoon näistä Rauman muut museot sekä Satakunnan alueen kulttuurihistorialliset museot. (Rauman merimuseo, 2014 c.)

Museon tiloissa on huomioitu myös lapsiyleisö. Näyttelyt on suunniteltu siten, että ne puhuttelevat sekä lapsia että aikuisia. Näyttelytiloissa on lapsille suunnattuja Saa koskea –toimintapisteitä sekä navigaattorisimulaattori. Museo järjestää myös seikkailuopastuksia, jotka ovat visuaalisesti hienoja ja opettavaisia. Lapset ovat yleisö, jonka itsekkin huomioin markkinointimateriaalin kuvituksia suunnitellessa. (Rauman merimuseo, 2014 c.)

Museo on perinteikäs, mutta henkilökunta modernia, joten perinteikkään ja modernin yhdistyminen on ilmeistä. Tämä on seikka, jonka pyrin ottamaan huomioon materiaalien graafisessa suunnittelussa. Onhan tärkeää, että museon imago välittyy parhaalla mahdollisella tavalla myös markkinointimateriaaleista. Huolellisesti suunniteltu markkinointimateriaali edesauttaa yrityksen imagon rakentumista. Imago vaikuttaa yrityksen maineeseen ja koska sitä on vaikeampi hallita kuin imagoa, täytyi visuaalisen ilmeen olla merimuseon luoman maineen veroista. Maine koostuu pidemmän ai-

kavälin tuloksena ja graafinen materiaali on yksi suurimmista elementeistä sen luomisessa. (Laiho 2006, 5.)

Työstämäni kartan ensisijaisena tilaajana oli Rauman merimuseo, jonka rinnalla asiakkaana toimivat muut Raumalla sijaitsevat museokohteet. Alueen museot ovat keskenään tiiviissä yhteistyössä, ja museoilla on hyvä käsitys toistensa toimintakentästä. Tämä mahdollisti visuaalisen suunnittelun suuntalinjojen määrittämisen pääasiassa vain merimuseon vastaavan markkinointihenkilön kanssa. Tästä huolimatta karttaluonnokset tuli luonnollisesti hyväksyttävä myös muiden museoiden vastaavilla henkilöillä. Kartalle sijoitettuihin museoihin kuuluvat merimuseon lisäksi Vanhan Raatihuoneen museo, laivanvarustajan kotimuseo Marela, merimiehen kotimuseo Kirsti, Rauman taidemuseo, Lönnströmin taidemuseo sekä Teresia ja Rafael Lönnströmin kotimuseo. Lisäksi mukana on kesällä avoinna oleva, Rauman satamassa sijaitseva Kiikartorni. Useimmat luetelluista kohteista sijaitsevat Vanhassa Raumassa ja kuten nimistä voi päätellä, ne esittelevät pääasiassa raumalaisia perinteitä kädentaidoista monimuotoiseen taiteeseen ja merenkäyntiin. Kohteet olivat itselleni ennestään enemmän tai vähemmän tuttuja, mikä helpotti projektin työstämistä huomattavissa määrin.

Mielestäni merimuseo toimi hyvänä opinnäytetyön asiakkaana, sillä sain vapauden käyttää markkinointimateriaalin luomisessa itselleni mieluisia tekniikoita. Nykyisin näin laajasti kuvittamista sisältävän suunnittelutyön työstämään pääseminen on harvinaista, joten olin iloinen asiakkaan kerrottua millaista työnjälkeä he tulisivat vaatimaan uudelta materiaaliltaan. Merimuseon henkilökunnan ideat sekä omat ideani soveltuivat toisiinsa hienosti, mikä helpotti suunnitteluprosessia ja teki yhteistyöstä sujuvaa.

3.1 Markkinointimateriaaliin tutustuminen

Ennen graafisen suunnittelun tai muun visuaalisen työn aloittamista on tärkeää, että koossa on mahdollisimman laajalti tietoa ja aineistoa, joka juuri kyseisen projektin kannalta on olennaista. Vaikka suunnittelija ei näennäisesti voisikaan käyttää yhdessä työssä kaikkea keräämäänsä tietoa, näyttäytyy se suunnittelutyössä parempana ymmärryksenä aiheesta. Taustalla on hyvä olla kokonaiskäsitys siitä, mitä

työn teemoihin ja aiheisiin kokonaisuudessaan liittyy. Kokonaisuuden hallinnan käsitys tukee suunnitteluprosessia ja sen avulla lopputuloksesta saa enemmän irti sekä asiakas, että suunnittelija. (Loiri ym. 1998, 10.)

Aloitin taustatiedon keräämisen tutustumalla museon käyttämiin markkinointimateriaaleihin ja keskustelemalla asiakkaan kanssa aiheesta. Kokonaiskuva syntyi pääasiassa merimuseon vanhasta mainosjulisteesta sekä nettisivujen kautta. Näiden molempien värimaailma liikkui samoissa sävyissä, mutta nettisivujen yleisvaikutelma oli asiallisempi kuin julisteen. Vanha juliste oli silti informatiivinen ja oleelliset tiedot kuten museon nimi, yhteystiedot sekä aukioloajat olivat aseteltu näkyville hyvin.

Museon nettisivut noudattavat perinteistä visuaalista ilmettä, mutta ovat ehdottomasti modernit. Sivusto on käytettävyydeltään toimiva ja sillä on helppo liikkua. Turhia elementtejä ei juuri ole vaan yleisilmeessä on pyritty pelkistettyyn ja raikkaaseen järkeen. Väriykseltään sivut ovat vaaleasävyiset, pääasiassa sinisen ja ruskean sävyissä toteutetut. Suunnittelemassani yleisjulisteeissa jatkuu samankaltainen sininen värimaailma kuin merimuseon virallisilla sivuilla. (Rauman merimuseo, 2014 d.) Uskon, että tämä tekijä tuo museokävijöiden mieleen yhtenäisen kuvan merimuseon markkinointimateriaalista ja museosta kokonaisuutena.

Merimuseon vanha yleismainosjuliste oli jo muutamia vuosia vanha, joten sen nähtyäni aloin pohtia, miten uudistaa julistetta omalla tyylilläni, tehden siitä kuitenkin edeltäjänsä tavoin leikkisän. Lähtökohtana oli, että uuden julisteen tuli olla edeltäjänsä persoonallisempi ja mieleenpainuvampi kokonaisuus. Edellinen juliste oli leikkaa-liimaa-periaatteella suunniteltu työ ja asiakkaan annettua sen nähtäväkseni huomasin, että julisteen kokonaiskuva kärsi jonkin verran pienten kuvien paljoudesta. Neljä pientä kuvaa oli aseteltu suuremman kuvan päälle, kuten kuvasta 3 voi huomata.



Kuva 3. Rauman merimuseon lähettämä kuva vanhasta mainosjulisteesta.

Englannin kielessä useamman alustan yhdistämistä, esimerkiksi juuri valokuvan ja grafiikan käyttöä samassa työssä, kutsutaan mixed media –suunnitteluksi. Voisikin sanoa, että edellinen juliste oli tehty tällaista sekatekniikkaa hyödyntäen. Yksi tällaisen työskentelyn tärkeimpiä huomiopisteitä on se, että ei yhdistetä liian montaa elementtiä samassa työssä. Tai mikäli yhdistetään, on asetelun oltava saumatonta. (Zeixs 2009, 254–264.) Pysin pitämään tämän sekatekniikkaan liittyvän tekijän mielessäni yleisjulisteen suunnittelussa. Sekatekniikalla suunnittelu ei ollut itselleni ennestään tuttua, mutta uskon saaneeni sen toimimaan käyttämällä apuna vaihtelevaa kuvallista aineistoa. Käyttämäni aineisto sisälsi pääasiassa modernia mixed media –julistesuunnittelua.

Vanha juliste oli suunniteltu selkeästi myös lapsikatsojille, sillä yksi julisteen suurimmista kuvaelementeistä oli lapsekas kuvitus merihenkisestä eläinhahmosta, joka toimi julisteessa maskottina. Vanhassakin julisteessa oli käytetty taustalla sinistä väriä, joskin sävy oli tummempi kuin omassa julisteessani. Sininen on mielestäni kaikessa klassisuudessaan toimiva väri ottaen huomioon meri-teeman. Yllätyksellisempää olisi toki ollut käyttää esimerkiksi muita skandinaavisen suunnittelun yleisiä värejä, kuten punaista tai keltaista, mutta uskon että sininen antaa työlle ajattomamman vaikutelman. (Sandu Publishing 2009, 13)

Uuteen yleisjulisteeseen sain ohjeistuksena liittää tietyt asiakkaan valitsemat valokuvat, vaikka muuten vaatimukset olivatkin melko löyhät. Kuvista yksi, jossa näkyy laivan ohjaussimulaattori, oli esillä myös vanhassa julisteessa. Simulaattori on yksi lapsiyleisöä tuovista vetonauloista, joten sen käyttäminen oli suotavaa. Merimuseolta huomautettiin, että simulaattorikuva ei ole itsessään erityisen viehättävä, mutta museolla oltiin kuitenkin tyytyväisiä siihen, miten se tuli suunnittelemani julisteessa kuvassa 14 esiin. Kuva, joka esittelee kannella istuvaa miehistöä, oli myös tärkeää saada esille ainakin osittain. Näin katsoja saisi kuvan siitä, että museo ei ole keskitynyt vain laivojen esittelyyn vaan myös itse miehistön jäsenten esiin tuomiseen. Kolmannessa kuvassa on realistinen kuva merenkäynnistä sellaisena kuin se merimiehille pahimmillaan – tai kenties parhaimmillaan – näkyi: vaahtopäinä sekä reunojen yli ulottuvina myrskylaineina.

Museo on käyttänyt aikaisempien vuosien markkinoinnissa erikseen suunniteltuja postikortteja. Ennen joulua oli pohdinnassa, että olisin suunnitellut uudet postikortit julisteiden rinnalle, mutta museo päätyi siihen lopputulokseen, että kortit joita digitaalisenä sähköpostin ja paperisena postin välityksellä olisi lähetetty, ovat jokseenkin vanhentunut markkinointikeino. Näin ollen asiakas päätti vain julisteista, kartasta sekä erinäisistä markkinointitempauksista, kuten tapahtumajärjestelyistä sekä sosiaalisen median aktiivisesta hyödyntämisestä.

3.2 Rauman virallinen kartta

Kartta, jonka perusteella museokartan suunnittelin, on Rauman kaupungin virallinen opaskartta. Kartta auttoi hahmottamaan Rauman keskusta-alueen maankäyttöä ja katuverkkoa. Erityisesti se helpotti kartan toteuttamista oikeassa mittakaavassa ja piti museoiden väliset etäisyydet todenmukaisina. Ilman opaskartan hyödyntämistä olisi projektin toteuttaminen ollut mahdotonta sovitun aikataulun puitteissa. Koska kartta on tarkoilla karttatekniikoilla toteutettu, ovat sen mittasuhteet ja kohteiden sijainnit todenmukaisia. Näin ollen museokartan suunnitteluvaiheessa ei tarvinnut pohtia museoiden sijoittelua itse niin tarkasti ja pystyin keskittymään karttasuunnittelun muihin osa-alueisiin, kuten karttapohja selkeyttämiseen ja vain välttämättömien elementtien merkitsemiseen.

Kuvasta 4 näkee, että jokainen Rauman museo on merkitty opaskarttaan punaisia numeropalloja hyödyntäen. Hyödynsin näitä kohdemerkintöjä museokarttaa kootessani. Merimuseolta sain lisäksi sijainteihin liittyen hyvää ohjeistusta, jonka perusteella kohteiden sijoittaminen helpottui entisestään.

Virallinen kartta on värikäs, sillä eri elementeille on omat tunnusomaiset värinsä. Päätiety ovat merkattu keltaisella, muut valkoisella. Viheralueet ovat vihreät ja vesistöt siniset. Lisäksi nähtävyydet ja muut opastusta vaativat kohteet on numeroitu. Merimuseolta sain ohjeistuksena selkeyttää karttaa ja keskittyä esimerkiksi teiden merkitsemisessä vain kahteen väriin alkuperäisen opaskartan mukaisesti. Näin lopputuloksen nähtiin olevan mahdollisimman selkeä. Vaikka työn tuloksena syntynyt kartta on tarkoitettu jaettavaksi pääasiassa raumalaisille, jotka tuntevat kotikaupunkinsa, täytyi silti huomioida että museoiden sijainnit eivät välttämättä ole kaikille ennestään tuttuja. Toisaalta raumalaisille suunnitteleminen helpotti prosessia jonkin verran, sillä maantieteellisen tarkkuuden lisäksi sain lisätä monipuolisemmin visuaalisia elementtejä ilman pelkoa siitä, että ne sekoittaisivat kartan lukijaa. Toisaalta se toi lisähaastetta, sillä kartan tarkoituksena on lisätä raumalaisten kiinnostusta oman kotikaupunkinsa kulttuurikohteisiin, joiden julkisivut he ovat useasti nähneet. Arkipäiväisen tiesuunnittelun lisäksi mukaan oli lisättävä siis jotakin yllätyksellistä ja mielenkiintoa herättävää. Näihin tarpeisiin pyrin vastaamaan muun muassa raikkaita väriyhdistelmiä käyttäen.



Kuva 4. Rauman virallinen opaskartta antoi pohjan omalle kartalleni. Kartta on perinteinen turistikartta, sillä siitä löytyvät kaikki tärkeimmät nähtävyydet sekä muut tavanomaisimmat kohteet, kuten ravintolat.

3.3 Suunnittelun lähteet

Ei voi sanoa, ettei juliste- tai karttaprojektilla asiakkaan innokkaiden visioiden lisäksi olisi ollut riittävää määrää inspiraation lähteitä. Nettisivujen, vanhan markkinointimateriaalin eli julisteen sekä postikorttien lisäksi vaikutteita antoi museon merihenkilöiden ilmapiiri sekä itse näyttely. Näyttely on ilmeeltään kirjava audiovisuaalinen kokonaisuus, jonka merimuseon väki on koonnut.

Erityisesti museon ilmapiiri on inspiroiva. Se on perinteinen, onhan kyseessä meriperinteitä esittelevä yritys. Merimuseon väki tahtoi, että julisteet ja kartta ilmentäisivät tätä perinteikkyyttä, mutta samalla toisivat museolle myös sellaisia kävijöitä, jotka eivät välttämättä ole ”museossa käyvää tyyppiä”. Markkinointimateriaalin tavoitteena on siis olla visuaalisesti mahdollisimman helposti lähestyttävää ja mahdollisimman laajaa kohdeyleisöä puhuttelevaa.

Olin mielissäni saatua tehtävänannon merimuseolta siksi, että meri on kuvitusaihe, joka on kiehtonut itseäni aina. Se on inspiroiva aihe, sillä sen kuvittamisessa toteutustavat sekä tekniikat ovat lukemattomat. Meri on muuttuva kohde, jonka kukin näkee omalla tavallaan ja juuri tämän vuoksi se täytyi saada näyttäytymään kuvituksessa mahdollisimman tunnistettavana. Osuvasti tähän liittyen Anja Hatva kokoaa Kuvittaminen-kirjassaan omia pohdintojani. Hänen mukaansa kuvittajan rooliin kuuluu ratkoa aiheiden esittämistapoihin liittyviä ongelmia siten, että kenellekään ei jää epäselväksi mitä kuva esittää. (Hatva 1993, 20.)

Eräs vakituinen inspiraation lähteeni on muun muassa Marimekolle tekstiilejä suunnitellut graafinen suunnittelija Sanna Annukka. Puoliksi britti ja puoliksi suomalainen Sanna Annukka on kuvittaja sekä suunnittelija, jonka työt ovat omintakeisia ja erottuvat joukosta selkeän oman tyyliinsä vuoksi. Hän tekee nykyisin sekä printti- että tekstiiligrabiikkaa ja erilaiset kuviosarjat ovat hänelle ominainen lähestymistapa graafisen suunnittelun työtehtävissä. Kuviosarjoista esimerkkinä toimii kuva 5.

Annukan töihin on tuonut inspiraatiota huomattavan paljon saamelaiset kuviot sekä mytologia. Töissä näkyvät suomalaiset perinteet värimaailman sekä aiheiden puolesta. Erityisesti pidän hänen kuvituksissaan lapsekkaasta ja harkitun huolettomasta viivajäljestä sekä toistuvista kuvioista. (Sanna Annukka Design, 2014 a.) Jo seminaarityössäni totesin, että kyseinen suunnittelija edustaa pohjoismaista grafiikkaa laajalaisesti ja että hänen väripalettinsa ovat useasti myös omien töideni inspiraation lähteinä.



Kuva 5. Sanna Annukan töissä näkyvät kuvitukset kuvastavat saamelaisia perinnekuoseja, joissa samat kuviot toistuvat janamaisesti rinta rinnan. Hänen värien käyttönsä on huomattavan runsasta, etenkin kun kyseessä ovat hänen tekstiiligrafiikkansa. (Sanna Annukka Design, 2014 b.)

Kuten Sanna Annukka, itsekin olen pyrkinyt tuomaan omiin kuvituksiini viivaa, joka on mieleenpainuvaa ja leikittelee monipuolisesti erilaisilla vahvuuksilla. Itselleni yksityiskohdat ovat kuvituksessa se osa, joka jää parhaiten mieleen ja tämän vuoksi pyrin käyttämään niitä omissa töissäni mahdollisimman paljon. Näin myös merimuseolle suunnitelluissa julisteissa sekä kartan jokseenkin yksinkertaisemmissä kuvituksissa.

Idea työlle pystyin ottamaan myös Rauman merimuseon logosta, jonka selkeä ja huoliteltu, musta viivajälki muistuttaa hieman omaani. Logossa on tavanomaisia logoja enemmän pieniä yksityiskohtia, mutta kokonaisuudessaan se on selkeä, kuten

kuvasta 6 on nähtävissä. Pelkistetty musta-valkoinen väritys sopii vaihteleviin julkaisuihin. Logo on esillä merimuseon nettisivujen lisäksi kummassakin julisteessa sekä merimuseon omissa kirjelomakkeissa, henkilökunnan käyntikorteissa ja esitteissä sekä muussa markkinointimateriaalissa.



Kuva 6. Rauman merimuseon musta-valkoisessa piirroslogossa on kuvattu museorakennuksessa oleva torni kaikkine yksityiskohtineen. Torni on merimuseon rakennuksen tunnistettavin osa. (Rauman merimuseon arkistomateriaali, 2014.)

4 ASIAKASLÄHTÖINEN SUUNNITTELUTYÖ

Jokaisen yrityksen kuuluu ymmärtää asiakkaiden tärkeys ja markkinoida itseään parhain mahdollisin keinoin. Asiakaslähtöinen ja vuorovaikutteinen asiakasta kuunteleva suunnittelutyö on kriittinen avain asiakasta tyydyttäviin ratkaisuihin. Tyytyväinen asiakas ja hyvin tehty suunnittelu on paras mahdollinen markkinointikeino graafiselle suunnittelijalle. Täytyy kuitenkin pitää mielessä, että asiakkaan mielipide saattaa joskus olla myös epäedullinen tämän omalta kannalta ja että suunnittelijalta vaaditaan tällaisissa tapauksissa oma-alotteisuutta projektin parantamiseksi. Graafinen suunnittelija on alansa ammattilainen, mikä on tyypillisesti perimmäinen syy hänen saamiinsa toimeksiantoihin. Suunnittelijan vastuulla onkin siksi tuteuttaa työ laadukkaasti ja onnistuneena kokonaisuutena kuunnellen kuitenkin samalla asiakkaan näkemyksiä. On tärkeää, että asiakas kokee tulleensa kuulluksi työn eri vaiheissa. (Schmitt 2003, 1.) Julistesuunnittelun kohdalla

asiakas tiesi, mitä halusi ja pystyi selventämään ajatuksensa toimivasti myös suunnittelijalle.

Olen graafisena suunnittelijana päässyt toteuttamaan muutaman kerran suunnittelutoimenksiannon harjoittelu- tai työpaikkojen ulkopuoliselle asiakkaalle. Nämä suunnittelutyöt, olen saanut tehdä melko vapaasti omien ideoiden pohjalta, mutta kuvituksia en silti ollut päässyt toteuttamaan. Tämän työn suhteen toimeksianto toi enemmän rajoituksia, ja vaati asiakkaan toiveiden kuuntelua. Toisaalta minulle tarjottiin mahdollisuus tuoda myös omia ideoitani esille. Tästä esimerkkinä kerrottakoon, että olin lähettänyt nettiportfolioni linkin asiakkaalle ennen ensimmäistä julisteisiin sekä näyttelyn kiertämiseen liittyvää tutustumiskertaani merimuseolla. Portfolioni sisältää pääasiassa graafiseen suunnitteluun sekä kuvitukseen liittyviä töitä, mikä toi asiakkaalle hyvin esiin kiinnostukseni kuvituksia kohtaan. Tästä idean saaneena merimuseo toivoi, että heidänkin julisteisiinsa saataisiin pääelementeiksi meriaiheista kuvitustyötä.

Merimuseolla ei ole varsinaista talotyylä eli elementtien sarjaa, joka määrittelee yrityksen omaleimaisen visuaalisen ilmeen. Talotyylisiin sisältyy kaikki yrityksen visuaalinen materiaali, jota käytetään sen viestinnässä. Tämä toi suunnitteluun vapautta vaikkakin oli samanaikaisesti pidettävä mielessä, että työnjäljen piti sopia asiakkaan imagoon ja sen piti miellyttää monipuolista asiakaskuntaa. (Laiho 2006, 12.) Talotyylin puuttuminen toki toi vapautta omaan suunnitteluuni, mutta toisaalta se antoi enemmän vastuuta. Koska julisteiden tarkempaa aihepiiriä tai kartan suunnittelutekniikan tai välinekäytön toivomuksia ei ollut määritetty, oli tehtävän anto melko laaja.

Työskentely usealle asiakkaalle ei tämän projektin aikana tuottanut huomattavia ongelmia. Yleisesti miellyttäneeseen tulokseen päästiin hillityllä ja perinteisellä tyylillä kuitenkin omaleimaista ja nuorekasta otetta unohtamatta. Ensimmäisen karttavedoksen kommenttikierros museoiden edustajille osoitti, että merimuseon kanssa suunniteltu linja kartan toteutuksessa miellytti laajalti. Tämän pohjalta kartan loppuunsaattaminen onnistui ilman suuria haasteita

5 JULISTE- JA KARTTASUUNNITTELUN TAUSTAA

Julistesuunnittelua olen tehnyt useaan otteeseen sekä opintojen, että töiden kautta, joten se on käynyt melko tutuksi. Opinnäytetyön kiinnostavuutta ajatellen lähdin kuitenkin selvittämään julistesuunnittelun nykytrendien kautta, millaiset julisteet vetoavat erilaisiin kohderyhmiin. Koska merimuseon uusien julisteiden on vedottava eri ikäluokkiin pienestä lapsesta teini-ikäiseen sekä aikuisikäisestä vanhukseen, on ollut oleellista selvittää mitä eri-ikäiset ihmiset julisteissa yleensäkin katsovat. Täytyi myös muistaa, että julisteiden tavoitteena oli huomattavasti uudistaa vanhan julisteen ilmettä. Vanha juliste oli värimaailmaltaan, skandinaavinen ja päädyimme asiakkaan kanssa siihen, että uusien julisteiden kanssa jatkettaisiin samoilla linjoilla. Julisteiden aiheet puolestaan saivat kokea radikaalimmat uudistukset.

Julistesuunnittelua vaikeammaksi tehtäväksi osoittautui kartan suunnittelu. Tämä johtui toki osittain myös siitä, että sen suunnittelussa käytettävä aika oli rajallisempaa kuin julisteiden kanssa. Karttaa suunnitellessa piti lisäksi omaksua julistesuunnittelua enemmän uutta tietoa.

Ensimmäinen suunnittelemani juliste on merimuseon yleisjuliste, joka kertoo katsojalleen mistä museosta on kyse sekä muut tärkeimmät informaatiot kuten aukioloajat sekä yhteystiedot. Toinen juliste on tämänhetkisellemme näyttelylle, joka tarvitsee mainosjulistetta erityisesti kesäkauden vuoksi, jolloin museo on auki useampana päivänä viikossa kuin talviaikaan. Pysin julisteillani vastaamaan merimuseon tarpeeseen houkutella eri ikäluokkia meneillään olevaan näyttelyyn. Museon erityistoive oli, että etenkin lapset ja nuoret saataisiin perheineen kiinnostumaan yrityksen tarjonnasta ja tämän pidin mielessä tehdessäni työtä. Suurinta haastetta ei asettanut se, että julisteen piti vedota samaan aikaan lapsiin ja vanhuksiin vaan se, että sen piti vedota muiden ikäluokkien lisäksi vielä teini-ikäisiin sekä nuoriin kävijöihin, jotka ovat tavallisesti kriittisintä museoyleisöä.

Tätä ongelmaa lähdin ratkaisemaan tutkimalla yleisesti julistesuunnittelua sekä hakemalla inspiraatiota monen ikäisiin ihmisiin vetoavalla aiheella. Lisäksi aihe ei saanut riidellä museon nykyisen näyttelyn teeman kanssa. Ensimmäisenä tavoitteena oli

luoda kaksi julistetta, joita jokainen voisi tulkita omalla tavallaan ja mikä toivottavinta, kiinnostua siitä mitä ne mainostavat. Toinen tavoite oli säilyttää suunnittelussa oma tyylini ilman, että se alkaisi riidellä perinneluonteisen museon kanssa. Tämä oli tavoitteenani sen vuoksi, että kuvitusten ollessa kyseessä itselleni on tärkeää jättää työhön omanlaiseni jälki. Onhan kuvittaminen henkilökohtaisempi ja työlämpi prosessi kuin esimerkiksi valmiiden valokuvien tai clip art –elementtien sijoittaminen sekä yhdistely.

5.1 Pohjoismainen julistesuunnittelu

Jokaiseen graafisen suunnittelun työhön tarvitaan idea, inspiraatio joka tekee jäljestä mielenkiintoisen ja jonka avulla lopputuloksesta tulee omanlaisensa. Ilman ideaa työ ja sen sanoma voi jäädä huomiotta, etenkin markkinointiviestinnässä. Joskus asiakkaalla on valmis idea, joskus suunnittelijaa pyydetään keksimään se itse. (Sandu Publishing 2012, 10.) Koska sekä itseni, että asiakkaan julistevisioon liittyi skandinaavisuus, oli hyvä tutustua pohjoismaiseen julistesuunnitteluun tarkemmin.

Luonto on jo pitkään ollut yksi skandinaavisen suunnittelun aihepiirien sekä inspiraation perusta. Pohjoismaiset suunnittelijat ottavat ideoita ympäriltään alituisesti. Pohjolassa luonnolla ja perinteillä on merkitystä ja niitä arvostetaan suuresti. Villin luonnon näkeminen ei ole kuin muutamien kymmenien minuuttien ajomatkan päässä, riippumatta sijainnistamme. Tämä mahdollistaa sen, että luonto ja perinteet päätyvät myös inspiraation lähteiksi ja tuntuvat luonnollisilta aiheilta työstää. Pohjoismaalaisten suunnittelijoiden töistä koottu *Worldwide Graphic Design: Scandinavia* –kirjassa mainitaan, että ympäristö vaikuttaa graafiseen suunnitteluun lähes väkisin, tahdoimme sitä tai emme. (Zeixs 2009, 6.) Olisin itsekin voinut kuvittaa yleisjulisteen millä tahansa museoon, laivakoiriin tai merimiesten perinteisiin liittyvillä tuotoksilla, mutta valitsin pääaiheeksi meren. Oma aihevalintaani tuskin tarvitsee sen enempää perustella sillä meriteema on tälle asiakkaalle ilmeinen valinta. Silti monia muita kuvituksiani ajatellen voin todeta, että luonto on inspiroinut itseänikin useammin kuin tämän yhden kerran.

Monelle tulee mieleen Pohjoismaisesta graafisesta ilmeestä ensimmäisenä värit: pieni väriskaala, johon kuuluvat pääasiassa perusvärit. Pohjoismaiset suunnittelijat eivät

kokoamani aineiston perusteella pelkää voimakkaita värejä, vaan enemmänkin liian monien värien tulvaa. Verratessa Pohjoismaita keskenään voidaan todeta, että esimerkiksi Ruotsissa värejä käytetään huomattavasti Suomea rohkeammin. Tästä kertoo esimerkiksi se, että ruotsalainen julistesuunnittelu noudattaa paljolti muodin pinnalla olevia värimaisemia, kun taas suomalaisessa suunnittelussa turvaudutaan usein perinteisempiin värimaisemiin. (Zeixs 2009, 24–25, 50–51.)

Intensiiviset värit ovat skandinaavisessa suunnittelussa suosittuja, mutta toisaalta valkoistakaan väriä ei juuri vierasteta, mikä saattaa pohjautua osittain talvisen luontomaiseman tuomaan inspiraatioon. Valkoisen taustan kanssa käytetään usein väriroiskeita, etenkin sinistä, punaista sekä muita perusvärejä. Mitä intensiivisempi väri, sitä käytetympi se on, varsinkin pohjoismaisessa modernissa kuvitustyylissä. (Zeixs 2009, 6, 10, 44.)

Omasta mielestäni valkoinen on jokseenkin haastava väri, koska ollessaan esimerkiksi julisteen taustan ainoana värinä, tarvitsee se rinnalleen joko vahvan kuvituksen tai vahvoja värejä, joita ei kuitenkaan ole suotavaa olla liikaa. Jos on näin, saattaa lopputulos olla sekava. Tästä huolimatta päätin kokeilla valkoisen käyttämistä tehostevärinä kummassakin julisteessa siten, että valkoiset osat jäisivät painatusprosessissa paljaksi ja paperin väri jäisi näkyviin. Käytin puhtaan valkoisen lisäksi kuitenkin myös harmaaseen kääntyvää, likaista valkoista, sillä se on katsojaystäväällisempi vaihtoehto. Näin siksi, että puhdas valkoinen voi joissakin tapauksissa antaa tylsähkön vaikutelman. (Eiseman 2000, 56–57.)

Julisteita suunnitellessa yksi tärkeimpiä seikkoja on se, että pyrkii välttämään turhien elementtien käyttöä, ellei runsasta ilmettä tavoitteleva tyyli ole julisteen kantavana ideana. Etenkin jos suosii pohjoismaista tyyliä, jossa turhia elementtejä ei juuri käytetä, on pidettävä mielessä, että jokaista ideaa ei tarvitse mahduttaa yhteen työhön. Tavoiteltavaa onkin maltti ja uskallus pitää elementtien määrä mieluummin pienenä, jolloin katsojan huomio kiinnittyy julisteessa oikeisiin kohtiin. Välillä suunnittelijan on tietoisesti jätettävä joitakin elementtejä pois, vaikka ne saattaisivatkin sopia yhteen muun toteutuksen kanssa. Tällä tavoin oppii näkemään mikä on oleellista ja mikä ei. (Dabner, D. 2004, 90.) On kyseessä julisteen tai minkä tahansa muun visuaalisen työn suunnittelu, totuus on että mitä pelkistetympi visuaalinen ilme, sitä enem-

män katsoja saa siitä irti. Visuaalisessa markkinointiviestinnässä tärkeintä on ydinviesti, jonka ympärille muut elementit, kuten kuvitus rakennetaan. (Huovila 2006, 56)

Havainnollistaakseni graafisen suunnittelun yleistä suuntausta Pohjoismaissa olen koonnut esittelyt muutamasta pohjoismaalaisesta graafisesta suunnittelijasta, joiden työt omasta mielestäni parhaiten kuvastavat skandinaavisen suunnittelun nykytilaa. Pyrin esittelyissä kuvaamaan myös sen, mikä heidän töissään on erityisen skandinaavista.

Gummisig on yksi menestyneimpiä islantilaisia graafisia suunnittelijoita ja web-suunnittelijoita. Hänen valttikortteihinsa kuuluvat vahvojen fonttien käyttö sekä luonto-aiheet, jotka molemmat ovat vakiintuneita piirteitä islantilaisessa suunnittelussa. Gummisig on suunnitellut monille kansainvälisesti tunnetuille yrityksille nettisivuja. Näistä esimerkkinä Ikea, Life sekä Ingvar Helgason. Suunnittelija on työskennellyt alalla noin kahdeksan vuotta. (Gummisig 2014.) Valitsin esittelyyn Gummisigin, koska hänen työnsä sopivat skandinaaviseen väripalettiin. Lisäksi hänen työnsä ovat lisäksi melko minimalistisia ja elementtien sijoittelua on harkittu huomattavan paljon, kuten kuvasta 7 on nähtävissä.



Kuva 7. Gummisigin suunnitteleman nettisivun graafisesta ilmeestä välittyvä levollisuus sinisen värin ja kuvavalinnan kautta. Luonto on keskeisenä teimana.

Maria Dahlgren on ruotsalainen suunnittelija, jonka grafiikkaa nähdään useimmiten käyttöesineissä, kuten tarjottimissa, keittiöpyyhkeissä ja muissa erityisesti lahjattavaksi soveltuvissa esineissä. Hänen tuotteensa ovat menestyneet laajasti eri puolilla Eurooppaa, etenkin Briteissä. Suunnittelijan tyyli on värikäs ja omien sanojensa mukaan hän on nykyisin tarkempi valmiisiin töihin päätyvien elementtien määrästä. Etenkin hänen tarjottimissaan on useita elementtejä, mutta ne ovat tasapainossa keskenään eikä lopputulos ole tunkkainen. Tämä on havaittavissa kuvasta 8. Värejä hän käyttää rohkeammin kuin monet muut skandinaaviset suunnittelijat, mutta taustat ovat yleensä yksivärisen valkoisia. Omasta mielestäni Dahlgrenin tyyli on moderni ja harkittu. (Metagram Design, 2014.)



Kuva 8. Maria Dahlgrenin suunnittelema Moderna Museet Malmö –tarjotin. (Metagram Design, 2014.)

Joakim Grønli on Oslossa työskentelevä freelancerina toimiva graafinen suunnittelija. Hänen työnsä ovat yksinkertaisia ja hiottuja viimeiseen asti, mikä kuvastaa pohjoismaisen graafisen suunnittelun nykytilaa. Turhia viivoja tai värejäkään ei juuri ole, sillä hän on ottanut töistään pois kaiken ylimääräisen ja se, mitä on jätetty jäljelle, toimii sellaisenaan. Hänen portfolioissaan on toki täydempääkin työnjälkeä, mutta vähemmissä määrissä. Hänellä on selkeä kuvitustyyli, mikä näkyy erityisesti kuvassa 9. Mielestäni Grønli on mielenkiintoinen suunnittelija siksi, että hänen nettiportfolioistaan välittyy se, miten erilaista jälkeä yksi ihminen voi suunnitella. (Joakim Grønli Graphic Design, 2013.)



Kuva 9. Joakim Grønlin suunnittelema logo. Kilin kuvaan on otettu vaikutteita norjalaisesta mytologiasta. (Joakim Grønli Graphic Design, 2013.)

Pohjoismaisella julistesuunnittelulla on siis ollut viime vuosina yleisesti ottaen yksinkertaisuuteen pyrkivä suunta. Tämä tyyllisuunta kiehtoo minua ja koen että se näkyy toisinaan myös omissa graafisissa töissäni sekä kuvituksissani. Tämä onkin suurin syy siihen, miksi tahdoin skandinaavisuuden näkyvän myös opinnäytetyössäni.

5.2 Karttasuunnittelun haasteet

Visuaalisia karttoja on tehty kautta aikain, mutta nykyisten karttojen sisällöt saattavat lipsua todellisuudesta ja olla pelkistetympiä kuin Euroopan kaupungeista tehdyt perspektiivikartat esimerkiksi 1800-luvulta. Visuaalisen karttasuunnittelun lähdemateriaalin etsiminen oli hankalin lähteisiin liittyvä haaste. Ensimmäinen ongelma aineistoa läpi kahlatessani oli termistö. Varsinaista termiä tämän tyyllisille kartoille ei suomenkielessä ole, mutta englanninkielinen *bird's eye map* eli lintuperspektiivikartta on kuvaavin löytämäni nimitys. (The Library of Congress 2014, a, b.)

Visuaalisesta lintuperspektiivikartta-suunnittelusta on siis vähänlaisesti informatiivista tietoa. Etenkin kaksituhattaluvun puolelta löytyneet lähteet osoittautuivat kehoiksi, mutta muutama helmi tavallisen karttasuunnittelun kirjallisuudesta sekä nettilähteistä löytyi. Lähteiden puute toi suunnitteluun omat haasteensa, mutta toisaalta se antoi tilaa omille ajatuksille ja ideoille.

Haastavinta karttaa suunnitellessa oli kenties se, että sen täytyi visuaalisuuden lisäksi olla tiedottava. Kartta ei ole vain kuva, vaan sen kuuluu tehdä työnsä myös totuu-

denmukaisena ja informatiivisena oppaana. Kartassa täytyy näkyä tärkeimmät elementit, eikä mitään voi jättää pois vain sen vuoksi että se ei sovi kokonaiskuvaan. (Imhof 2007, 79–80.)

Koska en ollut ennen suunnitellut karttaa, edes tällaista vapaamman tyylistä, oli haasteena pitää elementtien määrä niin rajallisena kuin mahdollista. Oli hankala pitää mukana vain muutamia samankaltaisia elementtejä sekä väriyhdistelmiä, sillä tuntui että jotakin oleellista jäisi kuitenkin puuttumaan. Asiakkaalta saadut kommentit liittyen elementtien määrään kuitenkin auttoivat suunnittelussa ja selkeyttivät kokonaiskuvaa itsellenikin.

Oman haasteensa suunnitteluun toi aikaraja, jonka puitteissa kartan tuli valmistua. Toisin kuin julisteissa, kartan suunnitteluun oli aikataulun muutosten vuoksi käytettävissä aikaa hieman reilun viikon verran. Tänä aikana täytyi myös hyväksyttää kuvitukset eri asiakkailta, mikä hankaloitti aikataulussa pysymistä. Karttasuunnitteluun käytettävissä olevaa aikaa oli onneksi enemmän kuin itse toteutukseen.

6 JULISTEIDEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Graafinen suunnittelija pääsee harvoin käyttämään näinkin usean viikon verran aikaa asiakkaalle tehtävien julisteiden parissa. Kuvassa 1 olen aikajanan avulla esitellyt kunkin viikon työtehtävät. Uskon, että julisteiden parissa käytössä ollut reilu suunnittelu-aika oli mieluisinta tämän julistetyön osalta. On mukava saada asetella grafiikkaa ja tekstejä välillä pidempiä aikoja ja kokeilla mikä toimii parhaiten. Tarkalla asettelulla saadaan tavallisesti aikaan huolitellumpaa sekä mielenkiintoisempaa työtä jälkeä.

Sijoitin yleisjulisteen pääelementit eli laivat, otsikon ja logon siten, että julisteen yleisilme säilyttäisi mielenkiintonsa mahdollisimman pitkään. Tätä havainnollistaa kuva 14. Keskelle sijoitetut elementit saattavat menettää kiinnostavuutensa nopeasti, mitä pyrin tietoisesti välttämään omalla sijoittelullani. Pyrin keskittämään yleisjulisteen otsikon julisteen tummimman elementin eli hörylaivan läheisyyteen,

jotta katse kiinnittyisi siihen ja antaisi heti kuvan siitä, mitä juliste mainostaa. Tällaisella keskitetyllä asetelulla pääelementtiin saa helpoiten suurimman huomion. Myös näyttelyjulisteiden grafiikkaelementti on sijoitettu enemmänkin vasempaan reunaan kuin keskelle, jotta katsojan mielenkiinto pysyisi pidempään. (Huovila 2006, 47.)

Lähdin rajaamaan julisteiden aihepiiriä miettimällä, millaiset elementit mereen ja merenkäyntiin yleensä ottaen liitetään. En tahtonut käyttää kuvituksissa tavallisimmin käytettyjä aiheita, kuten ankkureita tai merimiehiä raitapaidoissa, sillä ne tuntuivat yksipuolisilta ja käytetyiltä aiheilta luonnostellessani grafiikoiden ensimmäisiä vedoksia. Tatuointikuvituksia tehdessä ankkuriaihe oli kuitenkin lähes väistämätöntä, sillä ankkurit olivat yksi yleisimpiä tatuointikuvioita merimiesten keskuudessa (Rauman merimuseon arkistomateriaali, 2014).

Näyttelyjuliste on tarkoitettu mainoskeinoksi etenkin kesäkauden ajaksi, jolloin merimuseon kävijämäärät ovat talviaikaa huomattavasti suuremmat. Tämä johtuu museon kesäsesongin aukioloajoista sekä siitä, että Rauman maine kesäkaupunkina on taattu keino saada lisäystä kävijämääriin. Näin ollen myös yleisö, joka julisteet tulee näkemään, kasvaa kesän mittaan. (Rauman merimuseo, 2014 a.)

Tatuoinneista linjakasteeseen on merimuseon tämän kesän päänäyttely ja se kertoo merimiesten vapaa-ajan viettotavoista. Koska merimiesten arki on ollut hyvin raskaasta ja työ kurinalaista, keskittyy näyttely kuvaamaan, miten merimiehet pääsivät vapaa-ajallaan rentoutumaan saapuessaan satamiin ja millaisia perinteitä satamassa käynteihin sekä itse merenkäyntiin on liittynyt. Eräs perinne on syntynyt ikään kuin työnteon sivujuonteena. Tämä on Shanty-laulujen kokoelma eli yhteislaulut, jotka toimivat työnteon rytmittäen ja auttoivat merimiehiä pysymään aikatauluissa. Yhteistyö helpottui laulujen ansiosta huomattavasti esimerkiksi silloin, kun purjeita piti nostaa yhtäaikaaisesti mastoon (Rauman merimuseon arkistomateriaali, 2014). Shanty-laulut sekä työnteon yhdistyvät suunnittelemani näyttelyjulisteiden arkisissa aihepiirissä.

Tatuoinnit ovat suuri osa merimieskulttuuria ja tämä täytyi ottaa huomioon näyttelyjulistetta suunniteltaessa. Viimeistään 1700-luvulla eurooppalaisten merimiesten ta-

vaksi tuli ottaa tatuointeja, esimerkiksi muistomerkkinä tärkeiden tapahtumien johdosta. Tällaisia tapahtumia olivat muun muassa päiväntasaajan ylittäminen tai Kap Hornin kiertäminen. Vaikka tatuoinnit ovat nykyisin yleisiä ja niiden näkeminen on viime vuosikymmeninä muuttunut arkipäiväiseksi, olivat tatuoinnit pitkään vain merimiesten perinne (Rauman merimuseon arkistomateriaali, 2014).

Perinteisesti päiväntasaajan ylitykseen kuului museon päänäyttelyn nimessäkin esiintyvä linjakaste. Ensimmäistä kertaa tasaajan eli linjan ylittäneet merimiehet saivat linjakasteen, jonka tarkoituksena oli lujittaa miehistön yhteishenkeä. Kaste toimi hieman samaan tapaan kuin nykyinen mopotus, siinä kokeneemmat merimiehet leikkimielisesti kiusasivat nuorempiaan. Tämän jälkeen kaste päättyi juhlaan ja tavallista mahtavampaan ateriaan. (Museoliitto, 2014.)

Tatuointeihin sekä linjakasteperinteeseen perehtyminen helpotti keksimään teemaa näyttelyjulisteelle. Yleisjulisteen aiheen oli tarkoitus olla yleispätevästi merenkulkuun liittyvä, mutta näyttelyjulisteen vuoksi tutustuminen merimuseon näyttelyyn sekä arkistomateriaaleihin oli välttämätöntä. Ilman taustatutkimusta julisteen elementit eivät olisi saaneet taustalleen tarinaa, eivätkä tämän vuoksi olisi välttämättä kiinnostaneet ulkopuolista katsojaa. Tarinan ja mielikuvien luominen graafisen suunnittelun tai kuvituksen taustalle onkin useimmissa tapauksissa yhtä tärkeää kuin itse työn toteutus. (Laiho 2006, 11.)

6.1 Julisteiden suunnittelun reunaehdot

Julistesuunnittelussa sain jälkeinpäin ajatellen toimia melkoisesti oman mieleni mukaan. Tyyllillisiä rajoituksia tai suurempia aiherajauksia ei ollut vaan sain päättää niistä pääasiassa itse. Vaikka kaikki oli hyväksyttävä asiakkaalla, oli suunnittelijan vapautta mahdollisuus hyödyntää melko runsain mitoin. Tekniikka oli vapaa, mutta toivomus vahvasta kuvituksesta olennainen. Tämä oli ehto, jonka itse toteutin mielelläni.

Julisteiden reunaehtoihin kuului se, että yleisjulisteen aiheen tuli luonnollisesti liittyä merenkäyntiin. Näyttelyjulisteen puolestaan tuli kuvastaa näyttelyn nimeä sekä

antaa osviittaa siitä, mitä näyttely pitää sisällään. Näyttelyjulisteiden aihevalinta kävi helpommin kuin yleisjulisteen, sillä näyttelystä saadut ideat antoivat suunnittelulle erinomaisen pohjan.

Julisteita suunnitellessa tuli ottaa huomioon eri ikäryhmät. Yhden ja saman julisteiden suunnittelu eri ikäluokille on haasteellista, sillä ei pitäisi keskittyä kohdeyleisön ikään vaan pikemminkin julisteiden aiheeseen. Sen on oltava jokaista kiinnostava, eikä se saa loukata ketään. Myös värit täytyy valita huolella, sillä jos julisteessa oleva kuvitus ei esimerkiksi vetoa lapsiyleisöön, tulisi siinä olla jokin muu katseen kiinnittäjä, esimerkiksi yksi tai useampi kirkas tehosteväri. Hulluttelun puolelle värien kanssa ei kuitenkaan sovi mennä tai vanhemmat ihmiset, etenkin vanhukset, saattavat saada sen mielikuvan, että juliste mainostaa jotakin ”nuorison juttua”. (Barnard 2005, 92.)

Vaikka en saanut merimuseolta ohjeistusta tiettyjen värien käyttöön, oli selvää että liian kirkkaat värit eivät sovellu museon linjakkaaseen tyyliin, etenkin kun samaan työhön tulisi niin paljon grafiikkaa. Museon muun materiaalin näyttäytyessä pelkistetyissä värisävyissä olisivat kirkkaat väriyhdistelmät julisteissa aiheuttaneet ristiriidan muuhun materiaaliin nähden. Tämän vuoksi valitsin taustoja hallitsemaan sinisiä sekä sinivihreitä sävyjä. Uskon, että väreissä on kuitenkin voimaa, eivätkä ne jääneet liian haaleiksi. Tämä on nähtävissä kuvissa 14 ja 15.

Julisteiden ideaali painatuspaperi oli asiakkaan toiveesta kiiltäväpintainen ja kestävä valkoinen julistepaperi. Itse olin samoilla linjoilla, sillä vaikka mattapintaisempi paperi antaa yleensä työlle kuin työlle persoonallisen vaikutelman, soveltuu kiiltävä pinta näille julisteille paremmin. Vaikka painatusbudjetti oli rajattu, näytti jälki hyvältä ja paperivalinta onnistuneelta paperin paksuuden ollessa 160 grammaa. Julisteet suunniteltiin A3-kokoon, joten suunnittelu oli koon ja mallin osalta mutkatonta.

6.2 Kuvitukset

Toteutin molempien julisteiden kuvitukset käsin käyttäen lyijykynää sekä ohutkärkisiä piirustustusseseja. Lopuksi skannauksen jälkeen viimeistelin työt piirtopöytää ja Adobe Photoshopia apuna käyttäen.

Kuvailisin julistegrafiikoideni toistuvaa viivaa rytmitettyksi viivajäljeksi, etenkin yleisjulisteen kohdalla. Rythmi tuo elementille kiinnostavuutta ja järjestystä. Viivat ovat hieman epäsäännöllisiä, mikä koetaan useimmiten enemmän miellyttäväksi kuin häiritseväksi piirteeksi. Kaksiuloitteiselle pinnalle sijoitettaessa rytmikäs viiva auttaa katsojaa ymmärtämään kokonaiskuvaa. (Huovila 2006, 49)

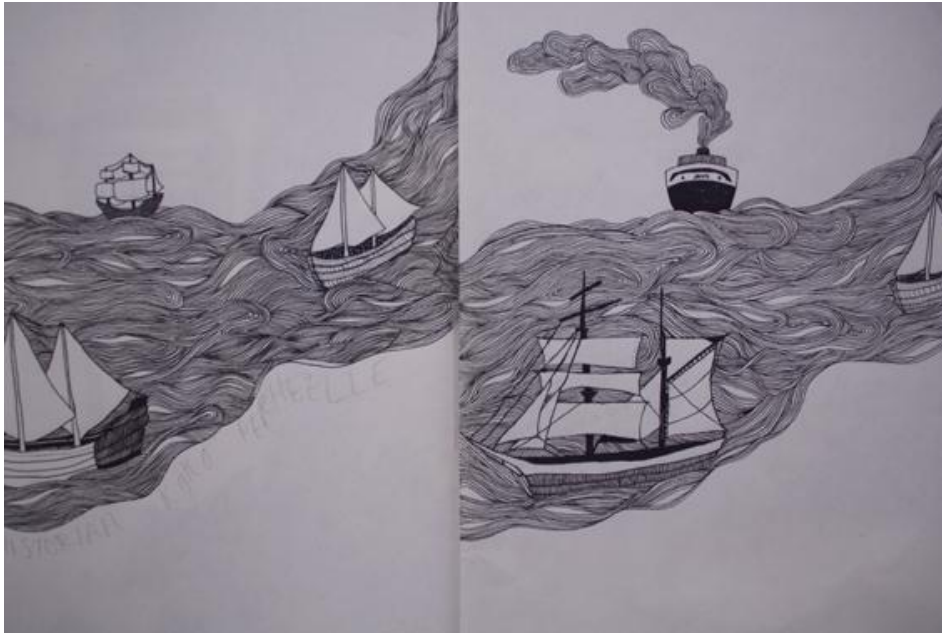
Yleisesti ottaen käytän julisteissani mieluusti pääelementtinä kuvituksia. Janamaisten kuvioiden sekä yksityiskohtien kanssa työskentely on sopivan haastavaa ja inspiroi kokeilemaan uudenlaisia viivatekniikoita. Koska tällä kertaa en ollut oma asiakkaani, oli kuvittamisen onnistumisessa enemmän vastuuta.

Julisteiden kuvituksen täytyi olla lisäksi jossain määrin realististista. Ensimmäinen tekemäni kuvitus yleisjulisteeseen oli muuten asiakkaan mieleen, mutta merimuseolla on oma kirjoittamaton sääntö, jonka mukaan kuvituksissa näkyvien merielementtien on oltava todellisuuteen pohjautuvia. Tästä esimerkkinä voin mainita tekemäni laivakuvituksen. Ensimmäiset piirtämäni laivat olivat pääasiassa kuvitteellisia, joten asiakas pyysi korjaamaan niitä antamiensa valokuvien mukaisiksi. Yritettyäni korjata kuvitusta digitaalisesti, ymmärsin että viivajäljen onnistumisen vuoksi paras tapa olisi tehdä kuvitus alusta uudelleen. Vaikka tämä toi lisätyötunteja, oli vaiva sen arvoista. Piirtopöydän jättämän jäljen ja käsinpiirretyn kuvituksen viivajälki on niin erilaista, että yhtenäisyys olisi kärsinyt, mikäli en olisi tehnyt uutta grafiikkaa. Myös tatuointikuvitusten tuli olla realistisempia kuin ne alkuperäisissä piirroksissani olivat.

Julistekuvitus, etenkin pohjoismaissa on yleisesti ottaen naivistisen modernia, kuten aiemmin liittämässäni Sanna Annukan julistekuvituksessa kuvassa 4. Pohjoismaissa ihmiset ovat tottuneet räväkkään piirrosjälkeen. Vaikka perinteitä kunnioitetaan ja tämä näkyy aihepiireissä, ovat tekniikat monesti uusia ja viivajälki pelotonta. (Zeixs 2009, 6.) Uskon, että oma piirrosjälkeni sopii pohjoismaisen nykytyylin käsitykseen. Kuvasta 10 näkee, että viivat ovat harkittuja, mutta huolettomia.

Kuten tämänkin suunnittelutyön aikana, tapoihini kuuluu hahmotella kuvituksia usean illan ajan ja vasta kun ajatus työlle on löytynyt, aloitan varsinaisen grafiikan työstämistä. Perusteellisen suunnittelutyön julisteiden kuvittamisen osalta mahdollisti

juuri käytettävissä ollut aikataulu.



Kuva 10. Kun aihepiirit oli luonnosteluvaiheen jälkeen päätetty, alkoi varsinaisten kuvitusten hahmottelu. Yleisjulisteen kanssa tämä vaihe kesti useampia päiviä, kun ensimmäinen versio ei onnistunut tai asiakas halusi siihen muutoksia. Kuvassa näkyy yleisjulisteen grafiikan kaksi vedosta. Oikeanpuoleinen on lopullinen työ.

Tatuointikuvitus erosi omasta tyylistäni siinä, että sen kuului olla ronskimpaa ja yksinkertaisempaa kuin mihin olin tottunut. Muokkasin perinteistä tatuointijälkeä oman tyylini mukaisesti, jotta se sopisi paremmin kuvitusten muuhun ilmeeseen. Merimiestatuoinnit olivat usein kaksiuoloitteisia ja tämän pyrin pitämään mielessä omissa kuvituksissani, etenkin naishahmoa tehtäessä. Naishahmot, merenneidot, ankkurit ja linnut ovat esimerkkejä perinteisistä tatuointikuvitusaiheista. (Tattoo Temple, 2014.) Näyttelyjulisteen (Kuva 15) tatuoinnit on piirretty käsivarsiin eri päin kuin tatuoinnit yleensä, koska näin ne näkyvät julisteen kokonaiskuvassa oikein päin.

6.3 Värit

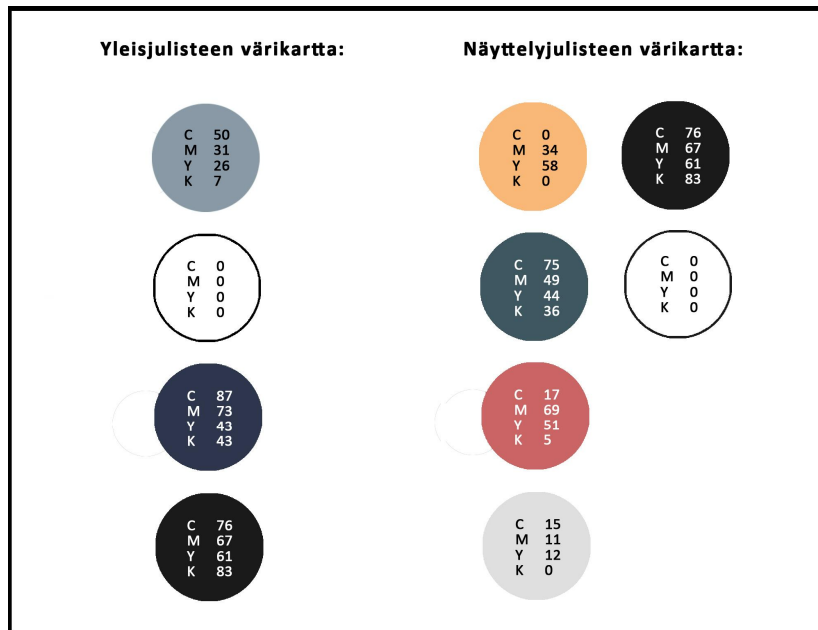
Värien valinta on aina oleellinen osuus graafisessa suunnittelussa. Se antaa julisteelle lisänäkyvyyttä, mutta auttaa myös korostamaan siinä näkyviä muita elementtejä. Värien käytöstä löytyy paljon materiaalia, uudempaa ja vanhempaa, mutta

sisällöllistä eroa ei juurikaan ole. Värioppi on asia, joka ei itsessään muutu, vaikka trendit vaihtuisivatkin. (Cabarga 1999, 6.) Värien valinta on tietenkin myös makukysymys, mutta tämän projektin tiimoilta olimme asiakkaan kanssa heti ensimmäisten julistevedosten värimaailmoista yhtä mieltä, eikä niiden muutokselle ollut myöhemmin tarvetta.

Valitsin yleisjulisteeseen sinisen värin pääasiassa sen vuoksi, että perusvärinä se vetoaa monen tyyppiseen katsojaan. Ikäryhmään tai vaikkapa sukupuoleen katsomatta sininen on tavallisesti neutraali väri, joka ei ala heti kyllästyttää. Se on toisaalta myös rauhoittava väri epätavaisen kuvituksen rinnalla. Yleisjulisteesä se sopii hyvin myös meriteemaan. (Eiseman 2000, 39–40.) Käytin sinisen eri sävyjä korostamaan eri elementtejä. Tummempaa sinistä on nähtävissä laivoissa, jotta ne erottuisivat paremmin muun merikuvituksen joukosta. Ne antavat myös kontrastia taustan vaaleammalle siniselle sävyille.

Näyttelyjulisteen sinivihreä taustaväri valikoitui useissa merimiestatuoinneissa käytetyn petroolin sinisen värin tuloksesta. Tutkin Rauman merimuseon arkistomateriaaleja ja huomasin, että tatuoinneissa esiintyvät värit antoivat ideoita ja helpottivat näyttelyjulisteen värien valintaa. Oranssi ja punainen väri sopivat yhteen petroolin kanssa ja jatkoivat tatuointivärien yleistä linjaa. Ne myös piristävät tumman taustan ilmettä melko lailla.

Valkoista tai hyvin vaaleaa väriä jätin kuvituksissa käsivarsiin sekä laivojen purjeisiin ja aallokkoon siksi, että mielestäni viivajälki ei kaivannut värin tuomaa korostusta. Kokonaiskuvasta olisi voinut tulla sekava, jos mustan viivan päälle olisi tuotu tummempia värejä. Alla olevat värikartat kuvassa 11 erittelevät julisteiden värit toisistaan.



Kuva 11. Näyttelyjulisteeissa on muutama väri enemmän kuin yleisjulisteeissa. Edellä mainitun värimaailma on myös hieman kirkkaampi.

6.4 Tekstuurit

Tekstuurien värit liikkuvat pääasiassa harmaissa sekä haalean sinisissä sävyissä, jotta sain ne sulautumaan mahdollisimman hyvin julisteiden muuhun ilmeeseen. Käytin tekstuureita sen vuoksi, että uskon niiden tuovan julisteiden taustalle eläväisyyttä, joka saa myös kuvituksissa olevan liikkeen paremmin esille.

Toteutin tekstuurit Adobe Photoshop –ohjelmalla hyödyntäen opinnäytetyötä varten ottamiani korkearesoluutioisia valokuvia sekä Photoshopin työkaluja, muun muassa leimasinta ja piirtotyökalua. Käytin jonkin verran myös ohjelman valmiita tekstuuri-pintoja antavia efektejä ja lisäsin viivoja sekä pisteitä piirtopöydän avulla. Tekstuuri-valokuvaus on toisinaan arpapeliä; kameran on oltava mukana juuri sopivan taustan sattuessa kohdalle. En lisännyt tekstuureihini piirtopöytäkuvituksen lisäksi käsin piirrettyjä elementtejä, koska ne näyttivät toimivan sellaisenaan. Käytin pääasiassa kuvan 12 tekstuuria.

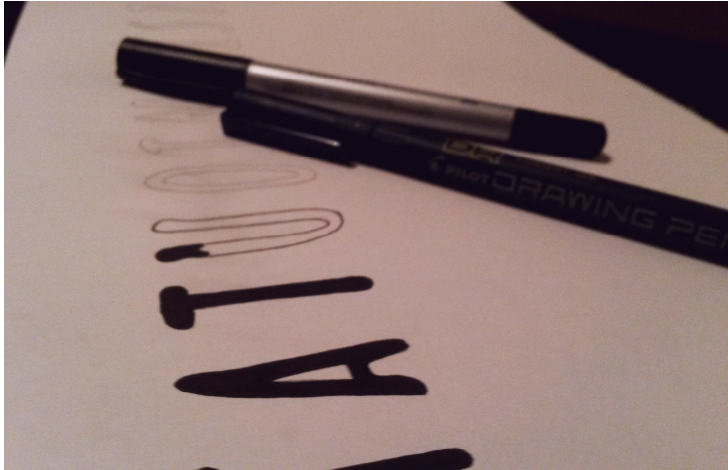


Kuva 12. Photoshop -kuvankäsittelyohjelmaa käyttäen valokuvista muodostuu monipuolisia tekstuureita. Ilman piirtopöytää en kuitenkaan olisi pystynyt tekemään tekstuureja itse, koska hiiren avulla pehmeiden kuvioiden aikaan saaminen on vaikeampaa, eikä lopputulos ole niin tasaista.

Käytän töissäni usein tekstuureita, toisinaan valmiita ja joskus itse tehtyjä. Mielestäni ne antavat etenkin A3-kokoisille julisteille sopivaa lisäilmettä taustan pinnan ollessa tarpeeksi laaja. Merimuseon julisteiden tyyliin tekstuurit sopivat hyvin, jonka vuoksi päätin käyttää niitä runsaasti, etenkin yleisjulisteen taustalla.

6.5 Typografia

Julisteissa käyttämäni otsikkofontit ovat itse tekemiäni. Otsikkojen tekotekniikka lähti liikkeelle samalla periaatteella kuin kuvituksissakin eli lyijykynää, viivotinta sekä mustia piirtotusseja käyttäen, kuten kuvasta 13 voi nähdä. Tämän jälkeen jatkoin työstämistä kuitenkin Photoshopissa sekä Illustratorissa, jotta lopullinen jälki olisi mahdollisimman tasainen ja sitä kautta selkeä. Olen tehnyt samalla tekniikalla typografisia elementtejä aiemmin ja todennut tavan toimivaksi. Ennen toteutusta oli kuitenkin tutustuttava selkeän typografian perusfaktioihin, jotta lopputulos olisi näytävyyden lisäksi selkolukuinen.



Kuva 13. Typografian suunnittelun aloitin näyttelyjulisteeseen tekstillä ”Tatuoinneista linjakasteeseen”. Tyyllillisistä seikoista johtuen, tein yleisjulisteen otsikkoteksteistä hieman tukevampia, kuin näyttelyjulisteeseen teksteistä.

Typografian suunnitteluun, etenkin käsillä tehtyyn, liittyy tiettyjä seikkoja, joita kannattaa noudattaa jo luettavuudenkin vuoksi. (Brusila 2001, 34.) Julisteiden otsikkotekstit ovat kuitenkin epätasaisesti aseteltu, mikä vaikeutti säännöissä pysymistä. Luettavuuden kannalta eri seikkoihin voisi aina kiinnittää enemmän huomiota, mutta valmiissa julisteissa fontit toimivat mielestäni hyvin. Seuraavissa kappaleissa käsittelen tärkeimpiä typografian luomiseen liittyviä lainalaisuuksia, joihin kiinnitin itsekkin huomiota suunnitteluvaiheen aikana.

Kirjaintyyppin selvyyttä voi kuvata suomenkielessä sanalla helppolukuisuus. Siihen voidaan vaikuttaa muun muassa merkkivälien sopivalla etäisyydellä, kirjainten tunnistettavuudella sekä rivivälityksellä. (Itkonen 2003, 62.) Tutkin typografiasta löytyvää materiaalia melko laajasti alettua hahmottelemaan fontteja, mikä helpotti helppolukuisuuden saavuttamisessa. Toki sääntöjen lisäksi täytyy noudattaa oman silmän tuomaa näkemystä. Spontaanilla lähestymistavalla saattaa joskus saada aikaan yhtä hyvää jälkeä kuin harkitullakin. (Jury 2011, 24.)

Otsikkofontin luettavuudelle ei aseteta yhtä tarkkoja vaatimuksia kuin leipätekstin fontille ja sen valintakriteerit ovat enemmänkin visuaalisuuteen pohjautuvia. (Loiri 2004, 117.) Oma fonttini on versaali sen vuoksi, että se on tarkoitettu

otsikkofontiksi. Tunnettu typografiasta kirjoittava graafinen suunnittelija Ellen Lupton kuvaa vuonna 2008 ilmestyneessä *Indie Publishing* –kirjassaan tällaisia otsikkofontiksi tarkoitettuja fontteja näyttelyfonteiksi. Niiden luojalla on ollut tarkoituksena käyttää fonttia vain lyhyemmissä kokonaisuuksissa, esimerkiksi juuri otsikoissa. Joskus tällaisia fontteja käytetään myös väliotsikoissa. (Lupton 2008, 40.)

Yksi syy oman fontin piirtämiseen oli, että useasti valmiita fontteja käytettäessä tekijänoikeudet tai hinnat tulevat vastaan. Etsin aluksi sopivaa otsikkofonttia eri fonttipalveluiden joukosta, mutta päädyin lopulta siihen, että itse tekemällä on mahdollista saada paitsi omaleimaista työnjälkeä, myös tekijänoikeusvapaan fontin. Ruotsalaisen *Svenska Tecknare* –lehden internetsivuilla ilmestyneessä artikkelissa tekijänoikeuksiin erikoistunut juristi Åsa Anesäter kirjoittaa, että vaikka suunnittelija ostaisi fontin, saattaa sen käyttöön silti liittyä rajoituksia. Oman fontin piirtämiseen rajoituksia ei liity, mikä helpottaa graafisen työn tekoa vaikkakin tuo lisää työtunteja. (Svenska Tecknare, 2014.)

Eräs syy käsinpiirretyn typografian käyttämiseen oli lisäksi se, että käsityönä luodut fontit ovat olleet nosteessa muutaman viime vuoden aikana, etenkin kun kyseessä ovat versaalifontit. Käsinpiirrettyjen fonttien vaihtoehtoisuus on alkanut kiinnostaa suunnittelijoita eri puolilla maailmaa. Typografian tekoon käsin on monia keinoja ja työkaluja, tärkeintä on muistaa että piirrettäessä fonttia aikaa voi kulua huomattavasti enemmän kuin koneella tehtäessä. Värejä ja muotoja ei voi vaihtaa klikkaamalla, joten luonnos on saatava oikein kerralla, etenkin jos suunnittelija ei tahdo muokata typografiaa digitaalisesti. Apuna voi käyttää tällaisessa tapauksessa esimerkiksi läpinäkyvää paperia, jonka avulla epäonnistuneen kirjaimen voi piirtää uudestaan läpi ja samalla korjailla pieleen menneitä kohtia. Kokeilin itsekkin tätä keinoa, mutta työskentelytapa osoittautui itselleni hieman haastavaksi, jonka vuoksi turvauduin muokkaamaan kirjaimia digitaalisesti. (Gregory 2012, 76.)

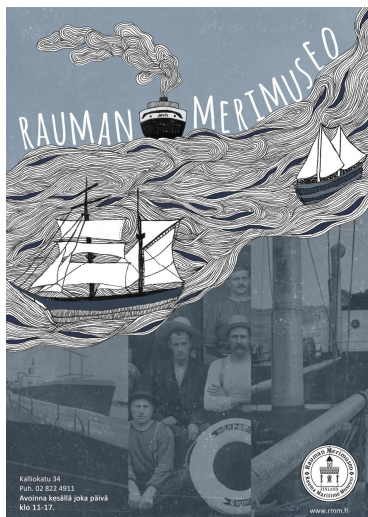
Typografia kehittyi alituisesti ja ihmiset oppivat tulkitsemaan laajemmin erilaisia fontteja. (Seddon 2013, 1. Brusila 2001, 33.) Uskon, että tulen käyttämään suunnittelemaani typografiaa mallina muissakin tulevissa töissäni. Mikäli totean

sen soveltuvan vaihtelevan tyylisiin töihin ja innostusta riittää, voin tulevaisuudessa tehdä siitä kokonaisen fonttiperheen fonttisuunnitteluun liittyvällä nettiohjelmalla.

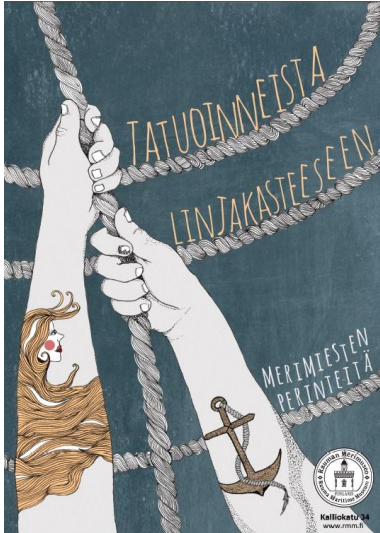
Valitsin oman fonttini pariaksi Calibrin sen vuoksi, että se on selkeä ja useimmille ihmisille tuttu fontti. Se on myös yksi omia suosikkejani tämän tyylisissä julkaisuissa. Vaikka Calibri on fonttina käytetty, se toimii hyvin erilaisten elementtien kanssa ja antaa tarvittavaa tasapainoa julisteiden muuten käsinpiirretylle kokonaisuudelle. Omalla typografiallani ja Calibrilla on lisäksi kontrastia, joka auttaa säilyttämään fonttiparin mielenkiinnon. Typografisella kontrastilla tarkoitetaan samassa työssä käytetyn kahden tai useamman toisistaan huomattavasti eroavan fontin kontrastia (Loiri 2004, 98-100). Omissa julisteissani kontrastia luovat fonttien vahvuus ja kokoerot.

6.6 Valmiit julisteet

Kuvissa 14 ja 15 julisteet ovat digitaalisessa muodossa ja painovalmiina. Valmiit julisteet tulivat painosta lähes täysin sellaisina, kuin niiden oli tarkoituskin. Olen vapaa-ajalla tekemieni julisteiden painatuksessa huomannut eroavaisuuden digitaalisessa muodossa oleviin töihin: värit tummuvat jonkin verran painovärin imeytyessä paperiin. Tästä johtuen osasin huomioida mahdolliset painatuksen tuomat värimuutokset painotaloon lähettämässäni tiedostoissa. Suurempana julisteet näkyvät sivuilla 51 ja 52 (Liite 1 ja Liite 2).



Kuva 14. Valmiissa yleisjulisteeissa yhdistyvät kuvitusgrafiikka sekä valokuvat. Jokainen laiva on piirretty asiakkaan antamien esimerkkivalokuvien avulla. Alkuperäiset valokuvat ovat pääasiassa merimiesten ottamia. (Rauman merimuseon arkistomateriaali, 2014.)



Kuva 15. Näyttelyjulisteeseen grafiikoihin sain helpommin korjattavissa olevia muutosehdotuksia, kuin yleisjulisteeeseen. Ankkuritatuointi oli toteutettu alun perin heiveröisemmällä viivajäljellä, kun taas naishahmo tuli lisättäväksi vasta kuvituksen loppuvaiheessa. Poskipunaelementti oli asiakkaan toivoma lisäys muuten vakavailmeisen hahmon kasvoille.

On aina mukava nähdä painatusprosessin läpi käyneet suunnittelutyöt, sillä useimmissa tapauksissa olen havainnut painojäljen tuovan työlle virallisemmän ilmeen sen ollessa konkreettisesti paperilla. Olin tyytyväinen siihen, miltä kuvitukset painetuissa julisteissa näyttivät. Koska kuvitusten tekemiseen kuluu usein huomattava määrä aikaa, on palkitsevaa nähdä ne painettuna, jolloin jälki näyttää hyvin erilaiselta kuin omassa luonnosvihossa tai tietokoneen ruudulla. Vaikka kaiken kaikkiaan voin olla iloinen siitä, millaisina julisteet tulivat painosta, suunnittelijana usein huomaa omissa töissään painatuksen jälkeen muutosta vaativia kohtia.

Mikäli jälkikäteen muuttaisin julisteissa jotakin, keskittyisin enemmän taustatekstuuriin tarkkuuteen. Vaikka resoluutiot olivat kohdillaan, on näinkin suuriin julisteisiin hankala luoda tarpeeksi tarkkoja taustatekstuuritiedostoja. Häiritsevän epätarkkoja tekstuurit eivät toki ole, ovathan ne mukana vain

läpikuultavina lisäelementteinä. Koska kuitenkin olen itse katsellut julisteita pitkään, tämä kiinnitti huomioni. En silti usko, että tämä on seikka joka kiinnittää negatiivista huomiota ulkopuolisen katsojan silmissä.

Ymmärrän myös, että omatekoiset fontit olivat luettavuuden kannalta riskialtis valinta, mutta asiakas mieltäytyi niihin ja piti niitä julisteiden tyyliin sopivana elementtinä, jonka seurauksena voin itsekkin olla tyytyväinen niihin. Sopivien fonttien valintaan, saatikaan niiden piirtämiseen, on vain satunnaisesti käytettävissä näin paljon aikaa, minkä vuoksi niiden tekeminen oli harvinaista luksusta.

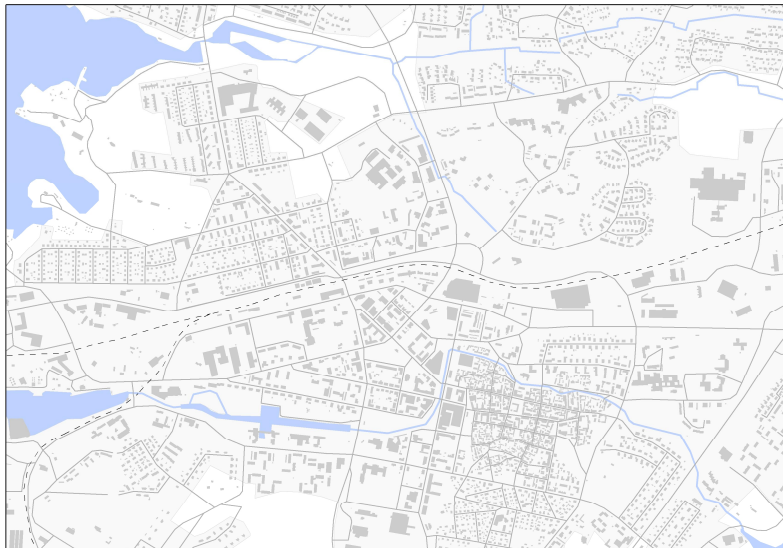
7 KARTAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Karttaa suunnitellessa pidin erityisesti sen tuomasta haasteellisuudesta. Vaikka mielenkin julisteet opinnäytetyöni toiminnallisen osuuden päätöiksi niihin käytetyn ajan vuoksi, toi karttasuunnittelu niiden rinnalle vaihtelevuutta. Vaikka karttasuunnitteluun liittyi haasteita, oli se silti palkitsevaa. Eniten karttaprojektissa aikaa vei valmiisiin Rauman kaupungin karttapohjiin tutustuminen sekä niistä lähdetiedon hakeminen.

Eduard Imhof (2007) kirjoittaa *Cartographic Relief Presentation* –kirjassaan karttasuunnittelun olevan ikään kuin tieteellistä taiteen luomista. Vaikka karttasuunnittelussa täytyy olla tarkka, ei sen tarvitse olla ikävyyttävää. Usein karttoja tehdessä unohdetaan niiden visuaalinen ilme ja esteettisyys, joka kulkee tiedon välittämisen kanssa käsi kädessä. Kartta täyttää tarkoituksensa, jos se opastaa katsojansa oikeaan kohteeseen, mutta tämän jälkeen se jääkin usein taskun pohjalle. Mikäli visuaaliseen ulkoasuun on panostettu, saattaa hyvinkin olla, että kartan käyttöikä pitenee tai ainakin sen suunnittelijaa opitaan arvostamaan enemmän. (Imhof 2007, 3–5.) Vaikka Imhofin karttasuunnittelua käsittelevä teos soveltuu selkeästi luettavaksi täysipäiväisille karttasuunnittelijoille, saa siitä paljon irti myös asiaan perehtymätön lukija, jollainen itsekkin olen.

Tutustuin karttasuunnittelun vuoksi erilaisiin konkreettisiin karttamalleihin ja hain

Rauman kaupungin kotisivuston karttapalvelun lisäksi apua Maanmittauslaitoksen kartoista. Käytinkin oman karttani pohjakarttana myös Maanmittauslaitoksen maastotietokannan aineistoa. Materiaali on avointa paikkatietoaineistoa, joten sen käyttö tässä tarkoituksessa oli mahdollista. Avoimella paikkatietoaineistolla tarkoitetaan Maanmittauslaitoksen tuottamaa paikkatietoon perustuvaa aineistoa, jonka aineiston tuottaja on vapauttanut yleiseen käyttöön. Aineiston käyttö ei vaadi käyttöoikeussopimusta ja sitä voi hyödyntää sekä kaupalliseen että ei-kaupalliseen käyttöön. Maastotietokannan elementeistä on karttapohjassa käytössä vesistöalueet, rakennukset sekä liikenneväylät, jotka käsittävät tiet ja rautatien. Kuvassa 16 on kuvattuna tämä Maanmittauslaitoksen kartta, jonka mukaisesti myös oma karttani on rajattu.



Kuva 16. Maanmittauslaitoksen karttapohja on selkeä, sillä siihen ei ole lisätty kuin välttämättömimmät elementit: rakennukset, tiet ja vesistöt. Kartasta löytyy myös katkoviivalla vedetty rautatie.

Kartan typografian tuli olla pelkistettyä, jotta se ei veisi huomiota itseensä. Otsikko-fonttina käytin kuitenkin itse piirtämäni fonttia jatkaen näin julisteille tehdyn fontin linjaa. Merimuseolta myös pyydettiin käyttämään julisteiden tyylistä fonttia kartan otsikossa, joten päädyin hahmottelemaan fontin kartan etu- ja kääntöpuolelle. Suurin osa kirjaimista oli julisteiden vuoksi jo piirretty, joten kirjainten piirtäminen sujui ilman suurta vaivaa.

7.1 Kartan suunnittelun reunaehdot

Karttaa suunnitellessa oli tärkeää säilyttää sillä näkyvien museokohteiden tunnistettavuus ja karttapohjan totuudenmukaisuus. Museokohteiden osalta museonjohtajat näkivät luonnokset omista kohteistaan ja antoivat niiden pohjalta palautetta. Tämä oli keino varmistaa kohteiden tunnistettavuuden onnistuminen. Karttapohjan laadukkuus ja totuudenmukaisuus ovat vielä tätäkin tärkeämpi asia. Siksi pohjan laatimiseen oli käytettävä virallisia kartta-aineistoja. Karttapohjaa halusin kuitenkin yksinkertaistaa lähtömateriaalina käyttämiini karttapohjiin nähden ja siksi valitsin vain välttämättömmät elementit.

Kartta sai olla tyyllillisesti vahvalla ja omaperäisellä viivajäljellä toteutettu. Merimuseon ohjeistuksen mukaan rakennusten oli tarkoitus olla jopa naivistisesti lapsekkaita. Lapsekas työnjälki sopikin piristämään muuten tylsähköä tieviivoitusta.

Kartan kooksi määriteltiin perinteinen A4-koko kustannussyistä. Toisaalta A4-kokoinen paperi riitti tälle kartalle hyvin, vaikka tie-elementit jäivät hieman pieniksi. Kartta tuli suunnitella kaksipuoleiseksi siten, että toiselle puolelle jää itse kartta ja toiselle puolelle museoiden yhteystiedot sekä rakennuskuvat.

Kartan etupuolella tuli näkyä pohjoisnuoli sekä mittakaavajana. Näiden avulla kartan lukija tulisi saamaan kartan mittasuhteista tarkimman mahdollisen kuvan. Muu kartalla näkyvä teksti tuli valmiina Rauman merimuseolta ja QR-koodin tein itse internetissä qr-koodit.fi –sivuston generaattorin avulla.

7.2 Kuvitukset

Kartan toteutusaika oli huomattavasti rajallisempi kuin julisteiden. Kuvitukset saivat kuitenkin olla iloisia ja humoristisia, joten pienempi ajankäyttö ei haitannut lopputulosta. Toisin kuin julisteiden teossa, kartan kuvituksia ei tarvinnut ottaa niin vakavasti, joten annoin viivajäljen olla hieman vapaampaa.

Pyrin tekemään käsityönä mahdollisimman paljon myös karttakuvituksista ja lisäksi Photoshopissa vain värit ja kohensin viivajälkeä. Museot sijaitsevat

vanhoissa rakennuksissa, joista suuri osa on puutaloja. Siksi perinteinen käsin piirretty jälki sopi tyyllillisesti paremmin niiden henkeen, kuin vaikkapa kokonaan Adobe Illustratorissa tehty kuvitustyö. Itse karttapohjaa en kuitenkaan lähtenyt työstämään käsin, sillä tulos olisi voinut olla sekava. Sen sijaan päädyin käyttämään Photoshopia sekä Illustratoria tarkemman ja yhtenäisen näköisen viivajäljen saavuttamiseksi.

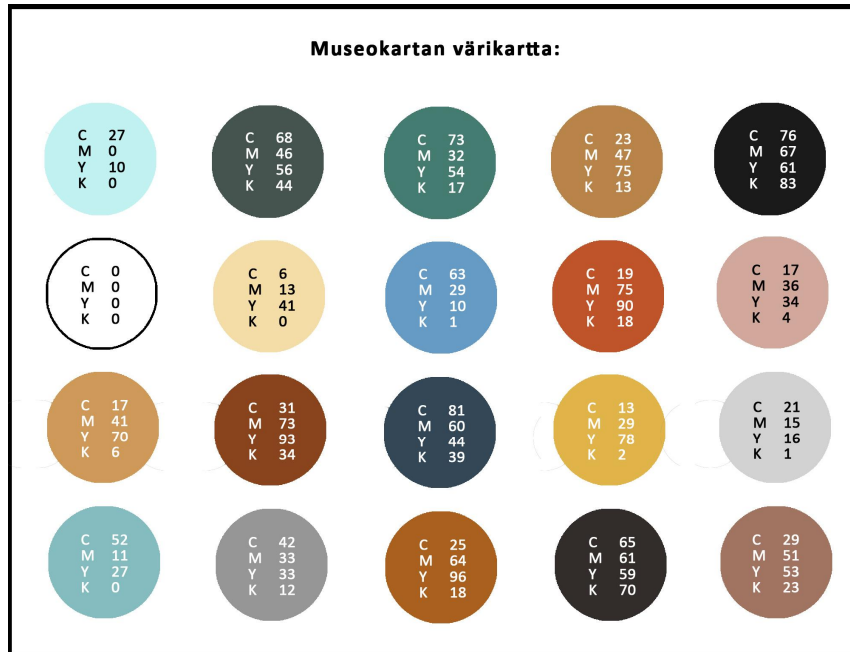
Kartan museoihin otin mallia valokuvista, jotka kustakin museosta lähetettiin. Kuvat oli otettu museoiden julkisivuista pääasiassa kuten kuvittamani talotkin. Muutamaan otteeseen jouduin kuitenkin turvautumaan Rauman kaupungin karttapalvelun lintu-perspektiivikarttaan alkuperäisten julkisivukuvien ollessa epäselviä tai liian sivusta kuvattuja. Kartta tarjosi tarkan katunäkymän suuresta osasta museorakennuksia. Vaikka olen nähnyt lähes jokaisen museon myös omin silmin, tulivat valokuvat ja kartta ehdottomasti tarpeeseen hahmotteluvaiheessa. Hankalimmat kuvituskohteet olivat laivanvarustajan kotimuseo Marela, Raatihuone sekä Kiikartorni. Näiden rakennusten julkisivut ovat koristeellisia ja ne ovat rakennusmalliltaan monimutkaisia. Karttaan tulleet kuvitukset eivät saaneet olla pienen kokonsa vuoksi liian yksityiskohtaisia, jonka vuoksi rakennusten yksinkertaistaminen oli haastavaa. Jokaisen rakennuksen piti pysyä tunnistettavana myös sellaisen katsojan silmissä, joka ei ollut koskaan nähnyt niitä luonnossa.

7.3 Värit

Kartan värimaailman kanssa sai soveltaa hieman enemmän kuin julisteiden kanssa, sillä se oli tarkoitettu niin sanotusti kertaluonteiseksi markkinointimateriaaliksi. Vaikka värejä ei voinut selkeyden vuoksi lisätä turhan paljon, saivat ne olla julisteissa näkyviä värejä kirkkaampia. Kuten kartan muun ilmeen, täytyi värienkin olla monen ikäluokkaan vetoavia. Kartan kohderyhmä on laaja, koska museopäivän on tarkoitus vedota monenlaiseen yleisöön.

Värien avulla pystyy auttamaan kartan lukijaa suunnistamisessa. (Hatva 1993, 112.) Samanlaiset tiet on merkattava samalla värillä ja tien väritusten on erottava toisistaan tarpeeksi hyvin. Teiden värien tuli olla tarpeeksi voimakkaita, jotta ne erottuisivat taustasta. Toisaalta ne eivät saa olla liian räikeitä, koska silloin kartasta tulisi helposti suttuinen. Taustan taas ei karttasuunnittelussa ole hyvä olla täysin musta, mutta ei

valkoinenkaan. Nämä värit voivat tuntua hyvältä digitaalisessa muodossa katsottuna, mutta painettuna ne saattavat viedä huomion itse karttaelementeistä itseensä. (Imhof 2007, 67–68.)



Kuva 17. Vaikka värejä on useita, kartan kummallakin puolella ne yhdistyvät luoden yhteisen kokonaiskuvan.

Värien piti vastata rakennusten oikeita värejä, joten värejä kertyi melko paljon. Tämän näkee etenkin kuvan 17 värikartasta. Joistakin väreistä piti kuitenkin karsia, sillä rakennukset ovat itsessään niin värikkäitä. Itse teihin sekä muihin elementteihin, kuten puihin ja vesistöihin valitsin melko luonnolliset värit selkeyden vuoksi. Oikeiden värien valitsemisessa auttoivat Rauman kaupungin nettisivulta löytyneet kaupungin yli vievät ortokuvat eli valokuvatut ilmakuvat. Ne havainnollistivat erittäin tarkasti erilaisten viheralueiden sekä vesistöjen rajoja. Löytämäni kuvat ovat vuodelta 2013, joten ne ovat niin päivitetyt kuin mahdollista. (Rauman kaupungin karttapalvelu, 2014.)

Jokaisesta museokuvasta on laadittu sekä mustavalkoinen, että värillinen versio, jotka ovat museoiden käytettävissä myös muihin tarkoituksiin. Kuvassa 18 on esimerkiksi kuvituksista Rauman merimuseon julkisivun osalta.



Kuva 18. Aloitin rakennusten kuvittamisen merimuseosta, joka on yksityiskohtainen, mutta symmetrinen kuvitusaihe.

Tarkan kartan tekemisessä värivalinnat ovat aina oleelliset, on kyseessä sitten aarre-karttamainen projekti tai virallinen kartasto. Värien avulla voidaan vaikuttaa paitsi selkeyteen, myös kartan antamiin mielikuviin paikkojen todellisesta ilmeestä. (Imhof 2007, 57.)

7.4 Valmis kartta

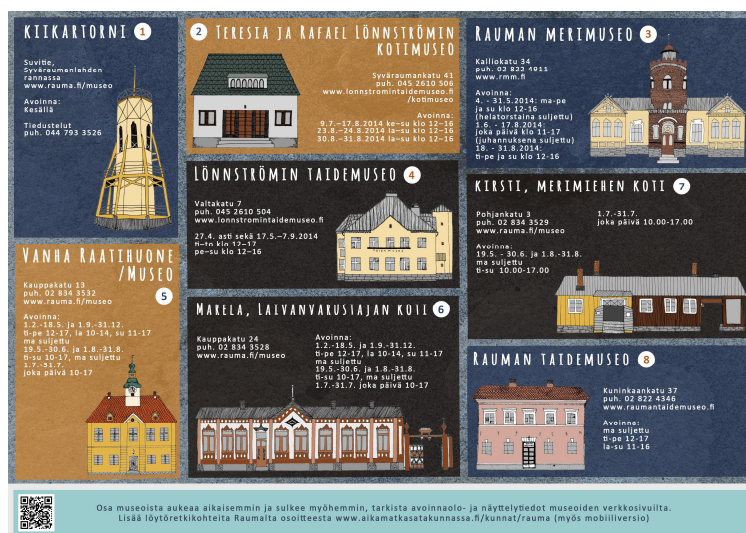
Karttaa tehdessä etenkin kuvituksiin liittyvä osuus oli mieluisaa, sillä rakennukset ovat aihepiirinä itselleni harvemmin vastaan tuleva kohde. Oli myös palkitsevaa tehdä visuaalista karttasuunnittelua, sillä se on työtehtävä, jota ei usein pääse toteuttamaan. Tämän lisäksi kartalla on hyvä tarkoitus, eli raumalaisten tutustuttaminen oman kotikaupunkinsa kulttuuritarjontaan sekä raumalaisten perinteiden ja käsityön pariin. Suuremman kokoinen kartta on nähtävissä liitteenä (Liite 3).

Kuvassa 15 on nähtävissä kartan etupuoli eli itse karttapuoli. Vaikka oma karttani ei ole maantieteellisesti yhtä tarkka, kuin Rauman virallinen kartta, pystyy siitä hahmottamaan museoiden sijainnit. Vanhan kaupungin alue ei ole järin suuri, joten raumalaisten eksymisen vaaraa ei tarvitse pelätä. Kuvassa 16 esitellään puolestaan kartan kääntöpuolen museokohteet sekä annetaan niistä tärkein informaatio.

Painettu kartta toimi kaksipuoleisena omasta mielestäni melko hyvin. Tulostaessani itselleni vedoksia kartasta ennen asiakkaalle ja painoon lähettämistä, huomasin että värejä tuli yhtenäistää vielä lisää, jotta lopputulos olisi mahdollisimman toimiva kokonaisuus. Poistin alkuperäisestä vedoksesta muutaman värin, jonka seurauksena kartan ulkoasu säilyi miellyttävämpänä.



Kuva 19. Karttapuolella vaikein osuus toteuttaa oli Vanhan kaupungin alue, missä pienet kadut muodostavat sokkelomaisen alueen.



Kuva 20. Kääntöpuolen suunnittelussa haastavinta oli se, että niin teksti kuin kuvaelementtejä tuli olla yhden A4-kokoisella sivulla monia.

Valmis kartta sai positiivisen vastaanoton niin museon johtajilta kuin muultakin henkilökunnalta. Itse talokuvituksiin ei tullut muutoksia raakavedoksen lähettämisen jälkeen, mutta tekstimateriaaleihin päivityksiä tuli kolmeen otteeseen. Tämä oli kuitenkin odotettavissa, sillä kyseessä on museoille tärkeiden markkinointitietojen, kuten kesäkauden aukioloaikojen, oikeellisuus. Itse olin tyytyväinen etenkin karttapuolen ulkonäköön, joka pysyi värivalinnoilla selkeänä teiden suuresta määrästä huolimatta.

8 LOPUKSI

Opinnäytetyön opettavaisin osa-alue liittyi ehdottomasti karttasuunnitteluun ja kartan työstäminen antoi hyvän pohjan tehdä samantyyppistä suunnittelua myös jatkossa. Nyt kun oleellisin informaatio siihen liittyen on omaksuttu, tiedän seuraavan kerran mistä kannattaa lähteä liikkeelle, jotta tulos on paras mahdollinen ja suunnittelu-aika tulee käytettyä hyväksi parhain mahdollisin keinoin. Uskon kuitenkin, että karttasuunnitteluun voisi käyttää aikaa huomattavasti runsaammin kuin tässä työssä käytin, etenkin jos suunniteltava alue on laaja. Mielestäni tämän kertaiseen suunnitteluun käytetty aika riitti silti hyvin, sillä Vanha Rauma on alueena melko johdonmukainen ja selkeä.

Karttasuunnittelua koskeva teoreettinen viitekehys tässä työssä ei ollut aivan niin laajaa, kuin olisin toivonut. Ottaen kuitenkin huomioon ajan, joka itse kartan toteuttamiseen ja pohdintaan jäi toiminnallisen osuuden aiheen vaihduttua vasta myöhemmin keväällä, voin olla tyytyväinen lopputulokseen.

Mielenkiintoista lisää opinnäytetyölle toivat merimiestatuoinnit sekä niiden tutkiminen. Tämä on aihe, josta en etukäteen juuri tiennyt, mutta sen ymmärtämisessä sekä pohdinnassa auttoivat etenkin merimuseolta saamani kuvallinen tatuointiaineisto sekä itse tämän hetkisen Tatuoinneista linjakasteeseen –näyttelyn näkeminen. Ilman näyttelyssä kiertelyä sekä museolta saatuja kommentteja, olisivat tatuointikuvitukseni voineet olla väärän tyylisiä. Merimiestatuoinnit noudattivat tietynlaista linjaa jonka vuoksi kuvitusten oli erityisesti aiheiltaan oltava totuudenmukaisia myös omissa luonnoksissani.

Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen opinnäytetyöni toiminnalliseen osuuteen. Oli mukava päästä toteuttamaan runsaasti kuvituksia sekä etsimään lähdekirjallisuutta niistä. Lähdemateriaali opetti sen, että ajatus sekä sommittelu kuvitusidean takana ovat kaiken a ja o. Palkitsevaa oli kuulla asiakkaan rakentavat sekä myönteiset kommentit töistä, sillä tämä kannustaa jatkamaan samalla linjalla myös tulevilla projekteilla.

LÄHTEET

Kirja-lähteet:

Barnard, M. 2005. *Graphic Design as Communication*. MPG Books. Bodmin, Cornwall.

Brusila, R. 2001. *Typografia: Kieltä vai visuaalisuutta*. WSOY. Helsinki.

Cabarga, L. 1999. *The Designer's Guide to Color Combinations*. North Light Books. Cincinnati, Ohio.

Cerruti, C. 2013. *Playing With Image Transfers: Exploring Creative Imagery for Use in Art, Mixed Media and design*. Quarry Books, London.

Connell, R.W., Mack, W.P. 2004. *Naval Ceremonies, Customs and Traditions*. Naval Institute Press; 6th edition. Annapolis, MD

Dabner, D. 2004. *Graphic Design School*. Thames & Hudson Ltd. London.

Eiseman, L. 2000. *Pantone Guide To Communicate With Color*. Grafix Press, Ltd. Florida.

Gregory, E. 2012. *Little Book of Lettering*. Chronicle Books LLC, San Francisco.

Hatva, A., Rakennustieto Oy. 1993. *Kuvittaminen*. Karisto Oy. Helsinki.

Huovila, T. 2006. "Look" – visuaalista viestisi. Karisto Oy:n kirjapaino. Hämeenlinna.

Imhof, E. 2007. *Cartographic Relief Presentation*. ESRI Press. California.

Itkonen, M. 2003. *Typografian käsikirja*. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Jury, D. 2011. *Letterpress: The Allure of the Handmade*. Rotovision. Mies.

Laiho, S. 2006. *Yrityksen visuaalisen linjan ja tavoite-imagon luominen*. Turun ammattikorkeakoulu. Turku.

Loiri, P., Juholin, E. 1998. *Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja*. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Loiri, P. *Typo – Pieni käytösopas typografian laatijalle*. Tammer-Paino Oy. Tampere.

Lupton, E. 2008. *Indie Publishing – How to Design and Produce Your Own Book*. Princeton Architectural Press. New York.

Sandu Publishing. 2009. *Scandinavian Graphic Design*. Gingko Press. Berkeley.

Seddon, T. 2013. Draw Your Own Fonts – 30 Alphabets to Scribble, Sketch and Make Your Own. Ivy Press. East Sussex.

Schmitt, B. H. 2003. Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers. John Wiley & Sons Inc. Hoboken, New Jersey.

Zeixs. 2009. Worldwide Graphic Design: Scandinavia. Feierabend Unique Books. Cologne.

Internet-lähteet:

Aikamatka Satakunnassa. Viitattu 31.3.2014.
<http://aikamatkasatakunnassa.fi/kunnat/rauma/>

Gummisig. Viitattu 18.4.2014.
www.gummisig.com/

Joakim Grønli Graphic Design. Viitattu 26.10.2013.
www.jocksy.com/

Museoliitto. Viitattu 13.1.2014.
http://www.museot.fi/nayttelykalenteri/index.php?nayttely_id=10011

Rauman kaupungin karttapalvelut. Viitattu 1.4.2014.
<http://opaskartta.rauma.fi/ims>

Rauman merimuseo 2014 a. Viitattu 12.1.2014, 2.3.2014.
<http://www.rmm.fi/suomi/aukioloajat>

Rauman merimuseo 2014 b. Viitattu 2.3.2014.
<http://www.rmm.fi/suomi/laehde-museoon/naeyttely/majakat-tietolaehtheinae>

Rauman merimuseo 2014 c. Viitattu 10.2.2014.
<http://www.rmm.fi/suomi/laehde-museoon/museo>

Rauman merimuseo 2014 d. Viitattu 10.2.2014.

<http://www.rmm.fi/suomi/>

Sanna Annukka Design 2014 a. Viitattu 22.1.2014.

www.sanna-annukka.com/biography.php

Sanna Annukka Design 2014 b. Viitattu 22.1.2014.

<http://www.sanna-annukka.com/gallery.php?show=2#6>

Svenska Tecknare 2014. Viitattu 2.3.2014.

<http://www.svenskatecknare.se/tecknaren/2013/10/15/typsnitt-vad-galler-juridiskt/>

Tattoo Temple 2014. Viitattu 2.4.2014.

<http://tattootemple.hk/history-of-tattooing>

The Library of Congress 2014 a. Viitattu 4.3.2014.

<http://lcweb2.loc.gov/ammem/pmhtml/panintro.html>

The Library of Congress 2014 b. Viitattu 16.3.2014.

<http://lcweb2.loc.gov/ammem/pmhtml/panhome.html>

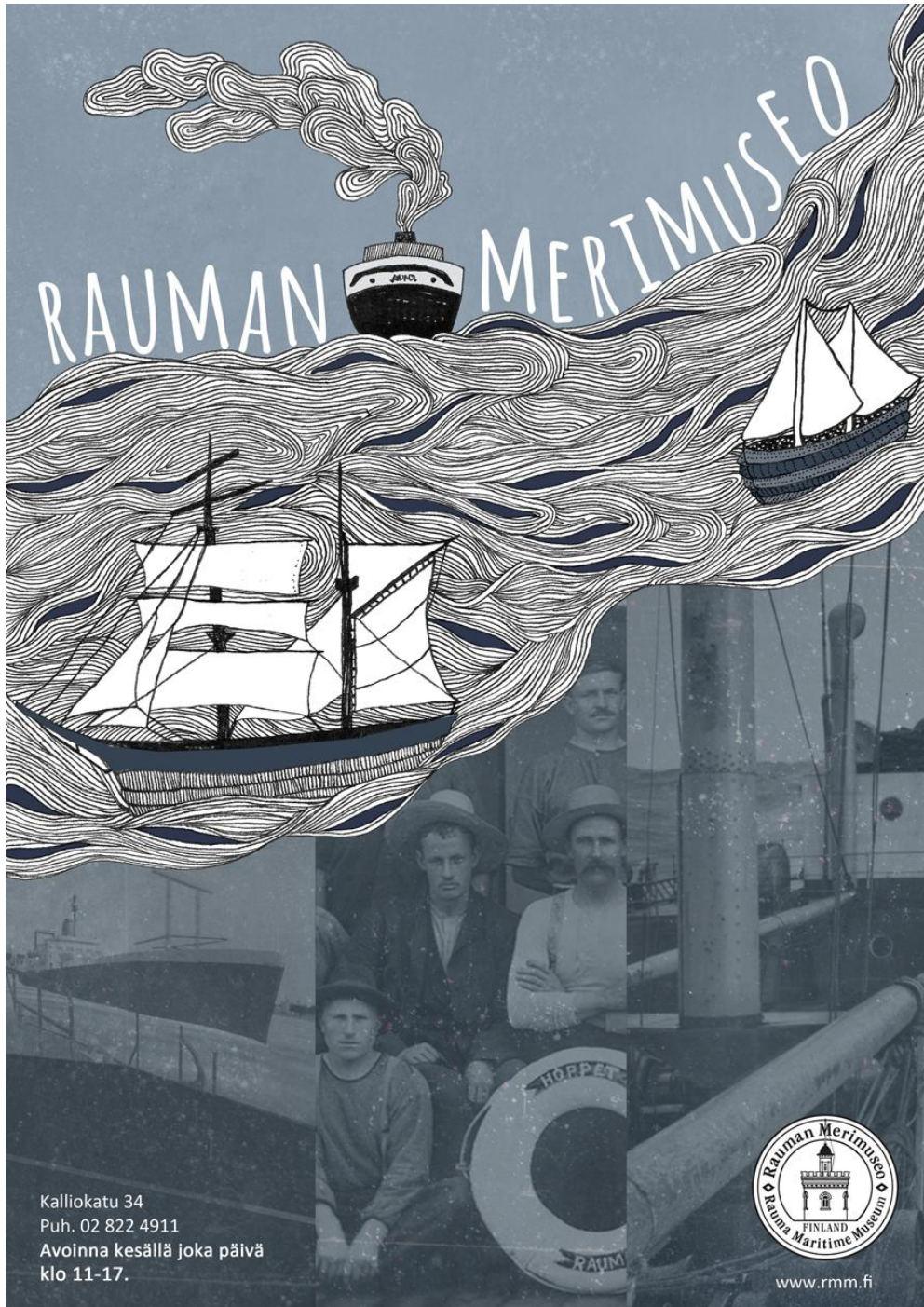
Metagram Design. Viitattu 17.4.2014.

www.metagram.se/mariadesign.html

Suunnittelutyön apuna käytetyt lähteet:

Rauman merimuseon arkistomateriaali 2014. Viitattu 31.3.2014.

LIITE 1



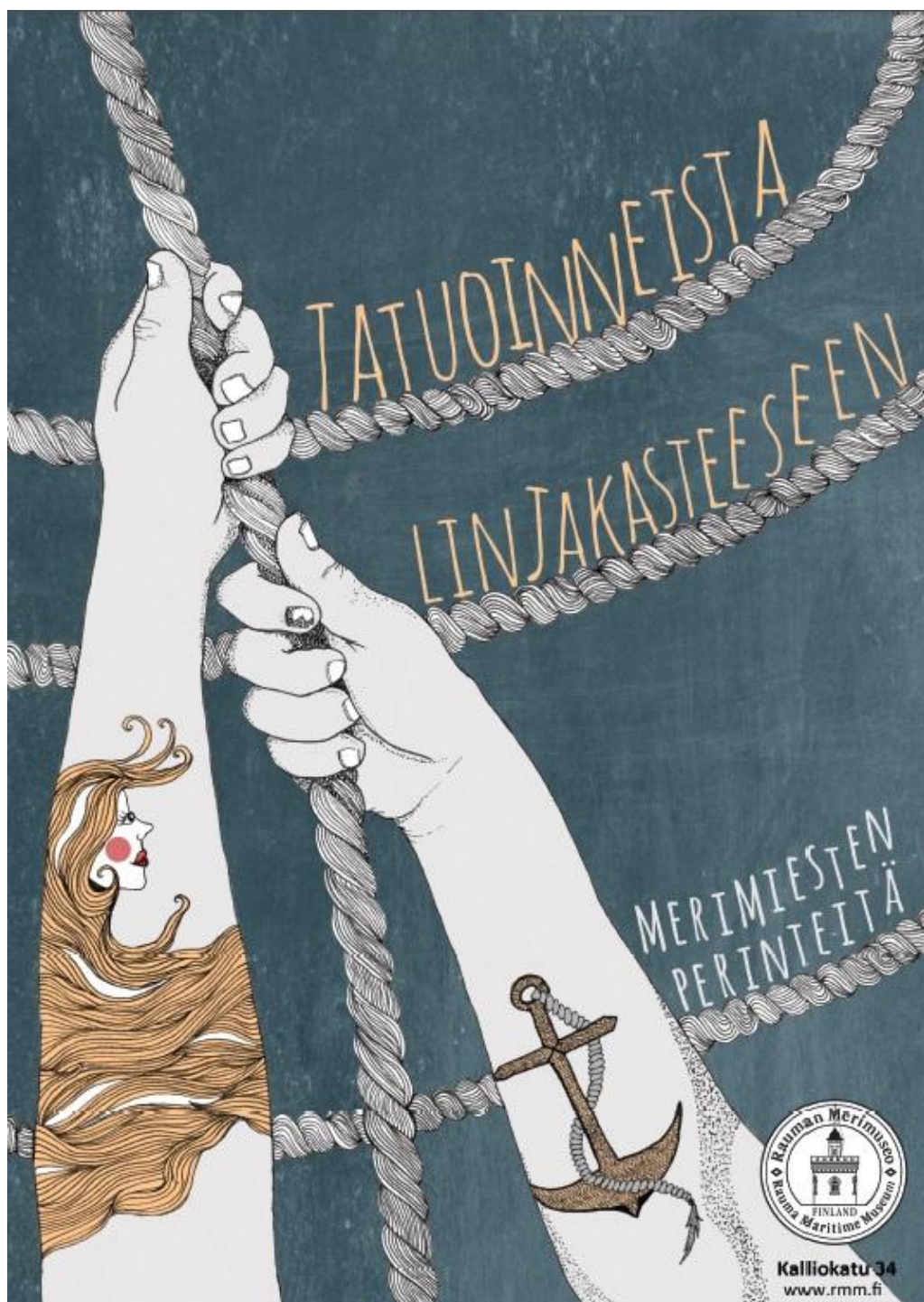
RAUMAN MERIMUSEO

Kalliokatu 34
Puh. 02 822 4911
Avoinna kesällä joka päivä
klo 11-17.

Rauman Merimuseo
Rauma Maritime Museum
FINLAND



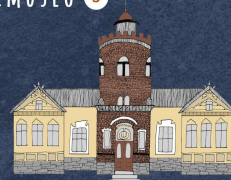






www.rmm.fi

LIITE 2



LIITE 3



<p>KIIKARTORNI 1</p> <p>Suvite, Syväraumanlahden rannassa www.rauma.fi/museo</p> <p>Avoinna: Kesällä</p> <p>Tiedustelut puh. 044 793 3526</p> 	<p>2 TERESA JA RAFAEL LÖNNSTRÖMIN KOTIMUSEO</p> <p>Syväraumankatu 41 puh. 045 2610 506 www.lonnstromintaidemuseo.fi/kotimuseo</p> <p>Avoinna: 9.7.-17.8.2014 ke-su klo 12-16 23.8.-24.8.2014 la-su klo 12-16 30.8.-31.8.2014 la-su klo 12-16</p> 	<p>RAUMAN MERIMUSEO 3</p> <p>Kalliokatu 34 puh. 02 832 4911 www.rmm.fi</p> <p>Avoinna: 4. - 31.5.2014: ma-pe ja su klo 12-16 (helatorstaina suljettu) 1.8. - 17.8.2014: joka päivä klo 11-17 (juhannuksena suljettu) 18. - 31.8.2014: ti-pe ja su klo 12-16</p> 
<p>VANHA KAAHTIHUONE / MUSEO 5</p> <p>Kauppakatu 13 puh. 02 834 3532 www.rauma.fi/museo</p> <p>Avoinna: 1.2.-18.5. ja 1.9.-31.12. ti-pe 12-17, la 10-14, su 11-17 ma suljettu 19.5.-30.6. ja 1.8.-31.8. ti-su 10-17, ma suljettu 1.7.-31.7. joka päivä 10-17</p> 	<p>LÖNNSTRÖMIN TAIDEMUSEO 4</p> <p>Valtakatu 7 puh. 045 2610 504 www.lonnstromintaidemuseo.fi</p> <p>27.4. asti sekä 17.5.-7.9.2014 ti-to klo 12-17 pe-su klo 12-16</p> 	<p>KIRSTI, MERIMIEHEN KOTI 7</p> <p>Pohjankatu 3 puh. 02 834 3529 www.rauma.fi/museo</p> <p>1.7.-31.7. joka päivä 10.00-17.00</p> <p>Avoinna: 19.5. - 30.6. ja 1.8.-31.8. ma suljettu ti-su 10.00-17.00</p> 
	<p>MAKELA, LAIVANVARUSTAJAN KOTI 6</p> <p>Kauppakatu 24 puh. 02 834 3528 www.rauma.fi/museo</p> <p>Avoinna: 1.2.-18.5. ja 1.9.-31.12. ti-pe 12-17, la 10-14, su 11-17 ma suljettu 19.5.-30.6. ja 1.8.-31.8. ti-su 10-17, ma suljettu 1.7.-31.7. joka päivä 10-17</p> 	<p>RAUMAN TAIDEMUSEO 8</p> <p>Kuninkaankatu 37 puh. 02 822 4346 www.raumantaidemuseo.fi</p> <p>Avoinna: ma suljettu ti-pe 12-17 la-su 11-16</p> 

Osa museoista aukeaa aikaisemmin ja sulkee myöhemmin, tarkista avoinnaolo- ja näyttelytiedot museoiden verkkosivuilta. Lisää löytöretkikohteita Raumalta osoitteesta www.aikamatkasatunnassa.fi/kunnat/rauma (myös mobiiliversio)