Sano se seinin

Visuaalisesti vahva tapettimallisto

Katja Kärkkäinen

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO

KULTTUURIALA

Koulutusala Kulttuuriala	
Koulutusohjelma Muotoilun koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Katja Kärkkäinen	
Työn nimi Sano se seinin- visuaalisesti vahva tapettimallisto	
Päiväys 02.05.2016	Sivumäärä/Liitteet 52 / 4
Ohjaaja(t) Heikki Nevalainen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Savonia muotoilu	

Tiivistelmä

Opinnäytetyön aiheena oli visuaalisesti vahvan tapettimalliston suunnittelu. Suunnitteluprosessissa on hyödynnetty muotoilijan koulutuksen myötä opiskelijalle tullutta muotoiluprosessin tuntemusta.

Opinnäytetyössä on perehdytty aiheeseen vaikuttaviin tekijöihin, kuten trendeihin ja värikokemukseen. Työ sisältää myös muotoilun opiskelijoille tehdyn kartoituksen erilaisten värien kokemisesta. Tätä aineistoa hyödynnettiin myös varsinaisissa tapettisuunnitelmissa.

Opinnäytetyön painopiste on muotoilijan kannalta oleellisessa suunnitteluprosessissa ja tausta-aineiston keräämisessä. Opinnäytetyön konkreettiset suunnitelmat ovat tapettiraportit sekä näistä tehdyt visualisointikuvat.

Avainsanat
tapetti, sisustus, muotoiluprosessi

Field of Study Culture	
Degree Programme Degree programme in Design	
Author Katja Kärkkäinen	
Title of Thesis Tell it by walls-Visually strong wallpaper collection	
Date 02.05.2016	Pages / Appendices 52 / 4
Supervisor(s) Heikki Nevalainen	
Client Organisation / Partner Savonia University of Applied Sciences, Design department	

Abstract

The subject of this thesis was to design visually strong wallpaper collection. During design studies, author of this thesis has reached knowledge of design process which she uses as a benefit during wallpaper design process. This includes research about current trends and colour experiences.

Thesis includes also inquiry about how individual persons experiences specific pictures. Author uses material of this inquiry during design process.

Main article of this thesis is design process including survey of subjects which reflects to the design process. Concrete plans of this thesis is collection of wallpapers and visualisation pictures of them.

Keywords
wallpaper, interior architecture, design process

SISÄLLYS

1. JOHDANTO 5

2. KATSAUS TAPETTIEN HISTORIAAN 8

3. TRENDIENNUSTEET 12

3.1 LÄHTÖKOHDAT 12

3.2 WGSN 12

3.3 STOCKHOLM FURNITURE FAIR 15

3.4 VÄRITRENDIT: PANTONE JA TIKKURILA 17

3.5 YHTEENVETO 18

3.6 TEORIASTA KÄYTÄNTÖÖN 19

4. TAPETTIEN VAIKUTUS TILAAN 21

4.1 VISUAALISET SÄÄNNÖT 21

4.2 TEORIATIETO KÄYTÄNTÖÖN 21

5. SUUNNITTELUPROSESSI 23

5.1 KOHDERYHMÄN MÄÄRITTELY 23

5.2 BENCHMARKING 24

5.3 SUUNNITTELU 27

5.3.1 VÄRIN KOKEMINEN - TUTKIMUS 30

5.3.2 KYSELY VÄRIEN LUOMISTA MIELIKUVISTA 32

5.3.3 VIIMEINEN KUVIO 36

6. LOPPUTULOS 39

7. POHDINTA 47

LÄHTEET 48

LIITE 1 Kysely värien luomista mielikuvista

1. JOHDANTO

Tapetit ovat olleet osa suomalaisen kodin sisustusta jo vuosisatojen ajan. Ne ovat yksi nopeimmin muuttuvista kodin sisustustekijöistä (Heikkinen 2009). Tapetilla on myös suuri merkitys huoneen viihtyvyyteen ja tunnelmaan.

Kiinnostukseni aiheeseen kumpuaa jo kauempaa. Kuviosuunnittelu ja erilaisten visuaalisten kuvien tuottaminen on yksi mahdollinen osa muotoilijan työtä ja keino vaikuttaa viihtyvyyteen. Sisustusarkkitehtuurin opiskelu on avannut mahdollisuudet tutkia erilaisia vaihtoehtoja tilojen kuvittamiseen. Tämä opinnäytetyö oli loistava tilaisuus tutkia nimenomaan tapettisuunnittelun mahdollisuuksia tilojen elävöittämiseen.

Tarkoituksenani oli luoda tapettimallisto, joka olisi visuaaliselta ilmeeltään vahva ja väritykseltään monipuolinen. Tapettivalikoima on nykyisin niin valtava, että on tuskin mahdollista suunnitella kuvioaihetta, jota ei olisi jo joskus tuotettu tai saatavilla. Tavoitteenani on tehdä suunnitelmat omaa, opintojen aikana muotoutunutta ja vahvistunutta työskentelyprosessiani hyödyntäen. Suunnitteluprosessi ja sen hallinta on tärkeä osa muotoilijan työtä ja sillä on painoarvoa myös tässä opinnäytetyössä. Prosessilla tavoittelin laajaa ja perusteellista aiheeseen tutustumista, aina historian tutkimisesta nykyhetkellä tarjolla olevien mallien kartoittamiseen.

Kokonaisvaltainen suunnitteluprosessi sisältää tulevaisuuden tarkastelun lisäksi myös katsauksen menneeseen. On arvokasta tietää, mistä olemme tulossa, jotta voimme paremmin arvioida, minne olemme mahdollisesti menossa. Perehdyin siis aluksi tapettien kuva-aiheiden historiaan. Tämän jälkeen siirryin nykyhetkeen ja kävin läpi ajankohtaisia ja tulossa olevia trendejä ja pohdin sitä, miten ne vaikuttavat suunnitteluprosessiini. Lisäksi tutustuin teoriaan, miten kuviot ja värit vaikuttavat tilaan. Tarkastelin myös markkinoilla jo olevia tuotteita.

Tavoitteiden ja kohderyhmän määrittämisen jälkeen alkoi itse suunnittelutyö. Tapettisuunnitelmat toteutin alun käsin tehdyn ideointi- ja luonnosvaiheen jälkeen sähköisesti. Tavoitteenani oli tapettisuunnitelmien lisäksi tuottaa aiheeseen sopivat visualisointikuvat tuotteista.

Käytin suunnitteluprosessissani hyödyksi myös värien kokemisesta tehtyä tutkimustietoa. Tein suunnittelemistani tapeteista kyselyn, jossa kartoitin niiden värimaailman herättämiä mielikuvia.

Sain kyselyn myötä arvokasta tietoa siitä, olenko lähelläkään tavoitettani eli visuaaliselta ilmeeltään vahvaa tapettimallistoa. Kysely nivoutui osaksi suunnitteluprosessiani ja auttoi valmiiden kuvien jatkokäsittelyä sekä kolmannen eli viimeisen kuvion suunnittelua värimaailmoineen. Opinnäytetyön lopputuotoksena oli kolme uutta tapettimallia pienin variaatioin sekä eri värisävyissä mallikuvineen.

KÄSITTEET

Tässä opinnäytetyössä tullaan käyttämään seuraavia alaan liittyviä käsitteitä:

Benchmarking
Benchmarkingilla tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä vertailuarviontia. Käytän tätä menetelmää kartoittaessani tapettimarkkinoilla olevia kuva-aiheita eri kategorioissa. Näin saan käsityksen siitä, mitä eri kuvioita on saatavilla.

Moodboard
Moodboardia käytetään tuotteiden suunnitteluprosessin aloituksessa. Taulun voi koostaa monella tapaa ja tässä opinnäytetyössä siihen on koostettu kuvia malliston suunnittelun tueksi. Se on suunnittelun ohjenuora ja siinä kuvataan elemettejä, jotka mahdollisesti esiintyvät mallistossa.

Pantone
Pantone on väreihin ja niiden määrittämiseen erikoistunut yritys. Pantone perustettiin aikanaan sen vuoksi, että suunnittelijoiden olisi helpompi kommunikoida esimerkiksi painotalojen kanssa oikeista värisävyistä. Nykyään Pantonen värit ja sen värikartat ovat käytännössä alan standarti väreistä puhuttaessa niin vaateteollisuudessa kuin arkkitehtuurissakin (Pantone 2016.) Pantonen värikoodeilla suunnittelijat, tuotanto, paino ja asiakkaat voivat kommunikoida keskenään siten, että kaikki tietävät tasan, mistä väristä puhutaan.

Raportti
Raportilla tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä kuviosuunnitelmaa, joka toistuu. Toistuvan rapotin suunnittelussa pitää huomioida se, että kuvio jatkuu loogisesti tapetin reunoilta sekä ylä- ja alaosista, jotta kuvio on mahdollista kohdistaa seinälle.

WGSN-portaali
WGSN- portaali on verkossa toimiva palvelin, joka mm. tekee koosteita muotinäytöksistä ja tulevista vaateteollisuuden trendeistä, myös printeistä ja kuvioista. Koska sisustus heijastelee aina vaatemaailman tapahtumia, tulee kaikki pukeutumisen trendit ajankohtaiseksi myös tilasuunnittelussa. Portaalin koostamia trendiennusteita tarkastelmalla pystyn luomaan mielikuvan sisustuksen ja muodin tulevista trendeistä ja poimimaan niistä suunnitelmieni kannalta oleellisimmat. Kerätty tieto siis auttaa omalta osaltaan trendikkään ja ajankohtaisen tapettimalliston suunnittelussa.

2. KATSAUS TAPETTIEN HISTORIAAN

Tässä katsauksessa on tarkoitus perehtyä tapettien kuva-aiheiden historiaan tapettikoneiden yleistymisen jälkeen eli 1850-luvulta lähtien. Tuohon aikaan suosituimmissa tapettimalleissa oli kuva-aiheina erilaiset kukka- ja köynnöskuviot, jotka usein muodostivat vinoruutuverkkoa. Myös erilaiset pystyraitakuviot olivat suosittuja. Kukkatapettien suosio jatkui aina 1900-luvun alkuun saakka. (Heikkinen 2009.)

Kuva 1. Tapettimalli Pirkkalan kartanosta vuodelta1850. (Tapettitietokanta, 2016.)

Ensimmäisenä suomalaisena tapettimalliston suunnittelijana pidetään taiteilija ja arkkitehti Jac. Ahrenbergiä. Tämän suunnittelema, kansanperinteestä inspiraationsa ammentanut mallisto "Suomalaiset tapetit" esiteltiin ensimmäistä kertaa todennäköisesti Taide- ja teollisuusnäyttelyssä Helsingissä vuonna 1876 ja mallisto oli saatavilla seuraavana keväänä. Kansanperinne-aiheiden lisäksi tapettimarkkinoilla oli runsaasti muitakin vaihtoehtoja, ehkä jopa hämmästyttävänkin paljon. Esimerkiksi Jurjeffin tehtaan jäämistöistä on löytynyt hyvin säilyneitä tapettikirjoja, jotka osoittavat, että keskisuuren tehtaan mallistoon kuului yli 300 eri tapettimallia. Valikoima sisälsi myös voimakkaita värejä ja kuvioita, jotka eivät menestyneet Suomen markkinoilla. Oletetaankin, että nämä tapetit menivät vientiin esimerkiksi Venäjälle, samalla kun Suomessa suosittiin hillitympiä kuvioita ja värejä. (Heikkinen 2009.)

Kuva 2. Delano- malli Cole & Son- nettikaupan mallistosta (Cole & Son, 2016.)

Tapettien värit vaalenivat 1800-luvun loppuvuosina ja tuolloin vanhoja tapettimalleja alettiin painaa vaaleilla sävyillä. Vuosisadan viimeisinä vuosina kukka-aiheiden lisäksi myös puu- ja kaakeli-imitaatiot lisääntyivät (kuva 1), joiden koettiin sopivan erityisesti ruokasaleihin, keittiöihin ja kylpyhuoneisiin. (Heikkinen 2009.)

Kuva 3. Jugend-aiheinen lepännorkko-tapetti Pyynikkälän pappilassa. Tapetti oli Sanduddin valikoimassa. (Tapettitietokanta, 2016.)

Kuva 4. Jugend näkyi myös pystyraitaisissa tapeteissa. (Tapettitietokanta, 2016.)

1895 alkoi jugend- tyylikauden ominaisuudet siirtyä myös tapetteihin. Virtaus on näkynyt myös Suomessa, sillä lähes jokaisesta yli satavuotiaasta rakennuksesta löytyy jugendaiheinen tapetti. Luonnon ihannointi ja koristeellisuus näkyi kuva-aiheissa, joita olivat mm. voikukat, lepännorkot, lumpeet, männynkävyt ja havukasvit (kuva 3). 1910-luvulla oman ryhmänsä muodostivat myös pienikuvioiset, pystyraitaiset mallit. Jugend näkyi näissä ornamentteina tai kasviaihena (kuva 4). Myös pitsimäisiä värikoristeita käytettiin. Suosiotaan kasvattivat myös suurikokoiset, lähes luonnolliset kasviaiheet. Taiteilijat poimivat kuva-aiheita lähiluonnosta ja lopulta naturalistisesti piirrettyjen kuvioiden suosio oli niin niin suuri, että vanhat mallit jäivät kokonaan taka-alalle. Vuosisadan vaihteessa kuvattiin harvoin ruusuja, mutta 1910- luvulla alkoi varsinainen ruusuvillitys. Kukka esiintyi varsinkin kamareissa käytetyissä tapeteissa ja siitä oli liikkeellä lukuisia eri varitaatioita aina suurista kuva-aiheista pieniin ja herkkiin pintoihin. (Heikkinen 2009.)

Jugend- tyyliä seurasi art deco -aikakausi, jolloin tapeteissa alkoi esiintyä jopa terävälinjaiseksi tyyliteltyjä geometrisiä kuvioita. Tapetit saatettiin painaa myös puhtaan yksivärisiksi, jolloin puhuttiin ns. Bauhaus tapeteista. 1920-luvulla tapetit heijastelivat Bauhausin ihannetta ja näin ollen tapetit muuttuivat muun sisustuksen taustaksi ja

vaaleiden värien harmoniaa tavoiteltiin. Tapetteja käytettiin myös tehosteseininä, joiden voimakkaat värisävyt olivat tarkkoin harkittuja. (Heikkinen 2009.)

1930- luvulla markkinoille astuivat ns. muraalitapetit. Muraalitapeteilla tarkoitettiin pienikuvioisia, vaaleita ja rappauspintaa imitoivia tapetteja. 1940-luvulla muraalitapeteissa käytettiin kuvioina myös harvaan sijoitettuja kukkia. Tapetit vaalenivat sota- ja pula-aikana käytännön syistä: värejä ei ollut saatavilla ja tehtaiden varastolaarien pohjista löytyineitä väripigmenttejä jouduttiin yhdistelemään ja jatkamaan esimerkiksi liitujauholla. Näin syntynyt vaalea beige värisävy oli hyvin yleinen tapettisävy. Sodan jälkeen ihmiset halusivat seinilleen keveämpiä kuva-aiheita, joten heleät kukka-aiheet nousivat suosioon. (Heikkinen 2009.)

Kuva 5. Birger Kaipiaisen " Kiurujen yö" oli hieman epätyypillinen 1950- luvun tapetti. Tapetti on yhä tuotannossa. (Tapettitalo, 2016.)

Kuva 6. Ritva Kronlundin "Lumikide" edustaa voimakkaalla ja suurella kuviollaan selkeästi 1970-lukua. Tapetti on yhä tuotannossa. (Tapettitalo, 2016.)

1950- luvun alkupuolella alkoi vaaleiden tapettien rinnalle tulla geometrisiä viivasommitelmia tai kasviaiheita tunnettujen taiteilijoiden piirtäminä (kuva 5) (Heikkinen 2009). 1960-1970 luvulla tapettien kuvioiden koot suurenivat (kuva 6) ja värit kirkastuivat. (Huusko ja Huttunen 2011.) 1970- luku venytti tapeteissa esiintyneet kuviot äärimilleen ja 1980- luku oli tälle selkeä vastakohta: kuva-aiheet pienenivät ja tapetit vaalenivat. 1980-

luvun tyyli koettiin kylmäksi, joten 90-luvulle siirryttäessä alkoi tapeteissa esiintyä taas vaaleita ja pehmeitä kasviaiheita. 90-luvun lopulla tulleen talojen entisöintibuumin myötä tapeteilla haluttiin korostaa talon henkeä. Myös tasaraitatapetteja suosittiin. (Tapettitalo M. Tanskanen ja Knit Ky 2016).

2000-luvulle siirryttäessä tapettien kirjo oli varsin laaja eikä yksittäistä trendiä tai kuva-aihetta voi nostaa muita ylemmäksi. Tämä on huomattavissa myös nykyhetkessä: tapettien kuva-aiheet vaihtelevat todella paljon ja valikoima erittäin laaja. Kuvituksena on niin leikkisiä ja toistuvia kuvioraportteja kuin myös suuria ja voimakkaita aiheita ja värejä. Nykyajan sisustus- ja tapettitrendejä kuvaa ehkä parhaiten luonnonmukaisuus ja valinnanvapaus: uskalletaan tehdä yksilöllisiä, juuri meidän makuumme sopivia valintoja. Erilaisia luonnonamateriaaleja ja kuvioita käytetään toinen toistaan korostamaan. Digipainamisen yleistymisen myötä asiakkaalla on rajattomasti mahdollisuuksia ja halutessaan hän voi tilata vaikka koko seinän kokoisen tapetin omasta valokuvastaan tai jostakin valmiista kuva-aiheesta.

On kuintenkin hauska huomata, että tällä hetkellä trendikkäitä kuvioita on ollut saatavilla jo satoja vuosia sitten, kuten luvun alussa olevat kuvat 1 ja 2 sivulla kahdeksan osoittavat. Lisäksi näyttää siltä, että luonto on meille suomalaisille rakas kuva-aihe, vuosikymmenestä toiseen.

3. TRENDIENNUSTEET

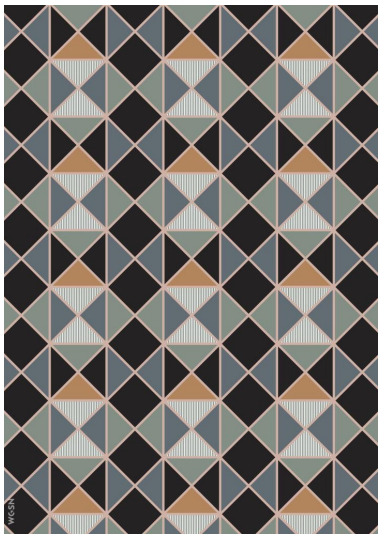
3.1 LÄHTÖKOHDAT

Trendiennusteiden hyödyntäminen muotoilijan työssä on perusteltua. Kun tietää, mitä virtauksia on tulossa, pystyy ennakoimaan esimerkiksi tulevaa kysyntää ja haluttuja tuotteita sekä kuvioita. Valitsin opinnäytetöhöni muutamia eri lähteitä, joista lähdin trendejä tarkastelmaan. Tarkoituksenani on tarkastella jo havaittavissa olevia trendejä heikkojen signaalien sijaan. Koetin valita lähteitä, joiden merkittävyydestä minulla on varma tieto ja joita tiedän alan ammattilaisten hyödyntävän omissa suunnitteluprojekteissaan.

Kuva 7. Eco dimensions-tapettikuosi K-raudan valikoimasta keväältä 2016. (K-rauta, 2016.)

3.2 WGSN

On tiedossa, että sisustusalan trendit seuraavat muotia. Trendiennusteita tarjoavia agentuureja on runsaasti, kuten esimerkiksi ranskalaiset Promostyl ja Peclers. (Iivarinen 2011.) Näiden agentuurien materiaalien käyttö on maksullista, joten ne rajautuivat pois tarkasteltavista kohteista. Oman suunnittelutyöni pohjaksi valikoitui WGSN-portaalin trendiennusteet. Sivusto koostaa muotimaailman catwalkeja seuraamalla ja käyttäjätutkimuksia tekemällä erilaisia trendiraportteja ja -ennusteita. Portaalista löytyy runsaasti materiaalia ja inspiraatiota myös kuviosuunnittelusta, printeistä sekä visuaalisesta markkinoinnista, joista se pyrkii koostamaan tulevien kausien tärkeimmät ominaisuudet. Portaalin käyttö vaatii maksullisen lisenssin hankkimisen, joten käytin sivustoa Savonia-AMK:n tunnusten kautta. Savonialla on sopimus muotiosion käytöstä ja täten esimerkiksi sisustus- ja tilasuunnitelun trendiosioon minulla ei ollut käyttöoikeutta. Tutkin tulevia trendejä siis muodin kautta, josta ne aikanaan siirtyvät myös sisustukseen. Muotimaailman sykli on nopea ja tätä opinnäytetyötä kirjoittaessa ajankohtaisia ovat A/W

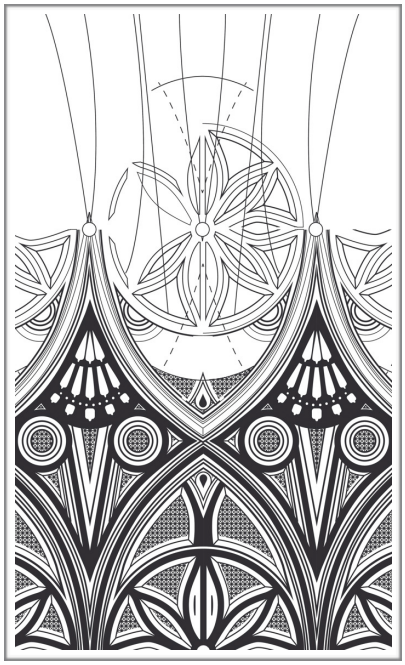


Kuva 8. "Geo tiles"- kuosi "Jumbled geos"-trendikoosteesta. (WGSN, 2016.)

17-18, syksy-talvi 17-18 trendit eli noin vuoden päästä vaateteollisuudessa pinnalla olevat asiat. Toisaalta taas osa tulevista trendeistä on havaittavissa jo nyt, kuten kuvat 7. ja 8. sivulla 12 osoittavat. Kuvan 7 tapetti on saatavilla K-raudassa ja kuvassa 8 on taasen WGSN-portaalista A/W 17-18 kuviotrendeistä. Kuvien muotokielessä on havaittavissa yhtäläisyyksiä. Tarkastelin portaalista nimeomaan kuvioennusteita naisten ja nuorten naisten mallistoista. Koosteita oli saatavilla yhteensä neljä kappaletta ja keräsin niistä keskeisimmät asiat.

" Darkened lace - Nocturne"

Tämä trendikooste sisältää nimensä mukaisesti viittauksia viktoriaaniseen goottilookiin, jossa pääosaa näyttelee pitsi ja goottilainen arkkitehtuuri, jotka yhdessä yhdessä luovat eteerisen tunnelman. Muotokielessä siis pitsiä, koukeroita, koristeisia kuvioista ja hämyistä tunnelmaa. Ylikasvaneet köynnökset ikkunanpielissä ja viimeistelemättömat arkkitehtuuriset pitksikuviot herkällä viivalla (kuva 9). ovat myös osa tyyliä. Samoin täyteläiset kukat (kuva 10) ja rusetit kuuluvat tähän trendikoosteeseen. (WGSN 2016.)



Kuva 9. Arkkitehtuurista pitsiä. Yksityiskohta Darkened lace-Nocturne kollaasista. (WGSN, 2016.)

Kuva 10. Täyteläinen kukkakuosi. Yksityiskohta Darkened lace-Nocturne kollaasista. (WGSN, 2016.)

"Gothic youth - Nocturne"

Nimensä mukaisesti tämä trendikooste käsittelee muotia lähinnä nuorison näkökulmasta. Goottityyli muodostuu sloganeista, joissa käytetään serif- ja goottityylisiä fontteja. Trendissä on havaittavissa kerrostamista, pakanallisia viitteitä ja angstidraamaa. Väri- ja kuosimaailma koostuu tummistä sävyistä, joita yhdistetään toisiin, tummusasteeltaan vastaaviin väreihin. Myös blurraamista käytetään tehokeinona. Myös tämän trendin kuoseissa käytetään kukkia ja niiden lisäksi eläinkuvioita. (WGSN 2016.)

"Dried botanical- earthed"

Siinä missä kaksi edellistä trendikoostetta olivat selkeästi ohjenuoria talvikauden pukeutumisen ja printtien suunnitteluun, on tämä huomattavasti syksyisempi ja keveämpi trendikooste. Kooste sisältää selkeästi samaa melakoliaa ja alavirettä kuin edellisetkin, mutta tässä siinä on mukana monia herkkiä elementtejä: kuivuvia kukkia, läpikuultavaa (kuva 11) ja haurastuvaa faunaa. Kuviot ovat runsaita ja täyteläisiä. Koosteessa kerrotaan, että varsinkin muratit ja hortensiat ovat tyyliin hyvin soveltuvia kasveja. (WGSN 2016.)

Kuva 11. Läpikuultavuus. Yksityiskohta "Dried botanical-earthed"-kollaasista. (WGSN, 2016.)

"Jumbled geos- infusion"

Tämä trendikooste ei sisällä enää mitään edellisistä. Kooste keskittyy lähinnä graafisiin kuvioihin ja niiden suunnitteluun annetaan seuraavat ohjenuorat: menneisyyttä yhdistetään tulevaisuuteen rennolla tavalla. Kuvioiden yhdistelyllä ei ole sääntöjä ja erilaisia graafisia elementtejä voi yhdistellä hyvin vapaasti (kuva 12). Myös värejä voi käyttää runsaasti ja rohkeasti.

Kuva 12. Erilaisia graafisia elementtejä yhdessä kuosissa. Yksityiskohta "Jumbled geos- infusion"- koosteesta (WGSN, 2016.)

3.3 STOCKHOLM FURNITURE FAIR

Erilaiset huonekalu- ja sisustusmessut ovat paikka, jossa suunnittelijoiden on mahdollista esitellä omaa osaamistaan, mutta sisustusarkkitehdeille messut ovat tärkeä osa tulevien trendien ja tuotteiden kartoittamista, jotka tulevat vaikuttamaan myös tilasuunnitelmien tekemiseen. Trendien kannalta messut ovat sekä suunnannäyttäjiä että esittäjiä. (Iivarinen 2011.)

Yksi muotoilun merkittävistä messutapahtumista on Milanossa vuosittain järjestettävät designviikot, Salone de Mobile, mutta tähän opinnäytetyöhön valitsin tarkasteltavaksi Tukholman Furniture Fair-messut. Tämän valinnan tein siksi, että Milanon tuotevalikoima on kyllä uunituoretta, mutta toisinaan hyvin ekslusiivista. Euroopasta trendit leviävät pohjoismaihin ja moni sisustusvirtaus tulee meille Suomeen naapurimaamme Ruotsin kautta. Näin ollen koin Tukholman messuraportteihin tutustumisen varteenoettavana vaihtona.

Tukholman furniture & light fair 2016 -messuilla oli esillä yhteensä 700 tuotemerkkiä. (Interior design 2016.) Moni valmistaja koostaa tuotteensa ympärille mallihuoneen tai osaston, jotka heijastelevat ajankohtaisia sisustukseen liittyviä tulossa tai vallalla olevia trendejä. Tämän vuoksi messuraportteja- ja kuvia voi käyttää myös trendikartoitukseen myös seinien pintamateriaalien trendejä tarkastellessa.

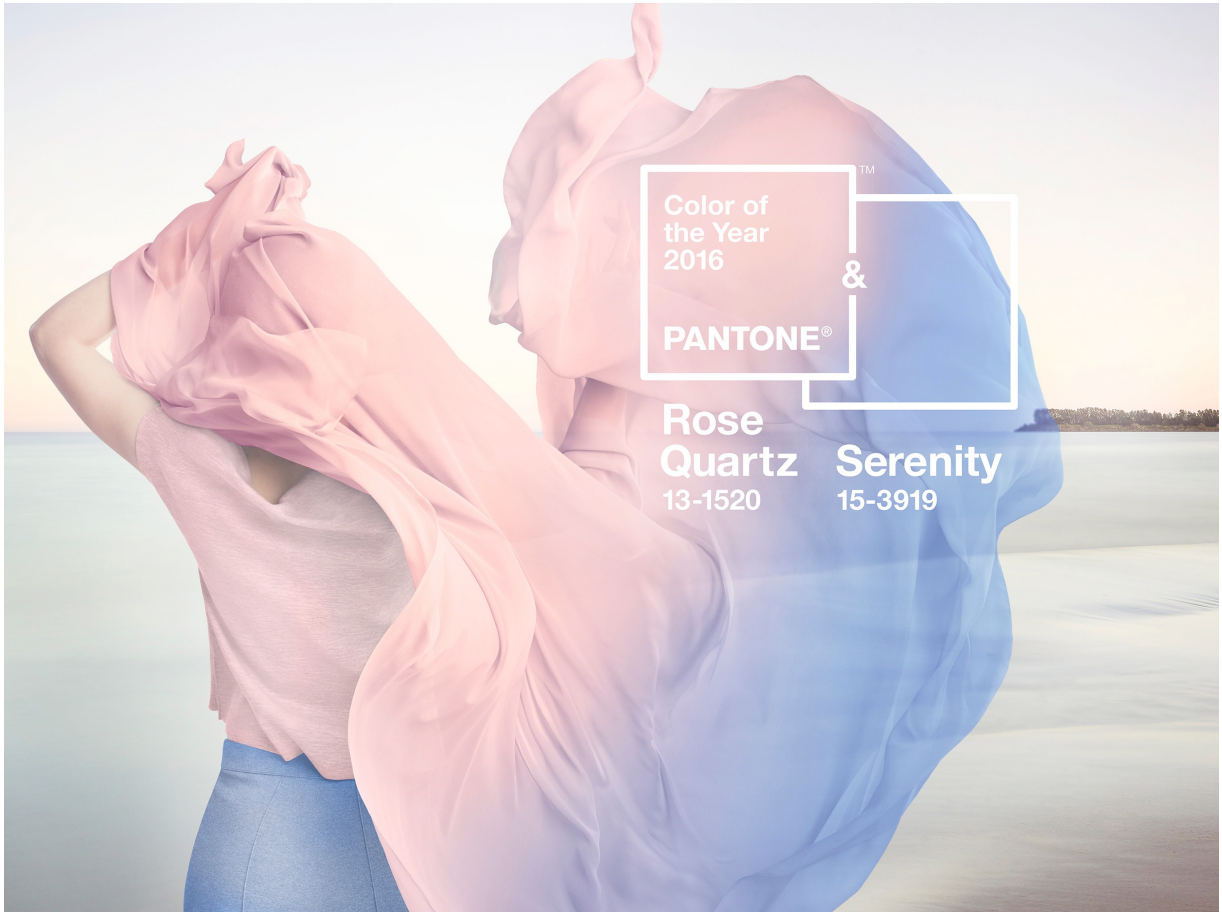
Koska en itse vieraillut messuilla, etsin käsiini erilaisia messuraportteja mm.blogeista ja verkkosivuilta. Blogien valintaa ohjasi paljon se, millainen blogin kirjoittaja oli (sisutusarkkitehti, sisustussuunnittelija, harrastelija) ja kuinka vakavasti otettava blogi oli.

Luotettavuuteen arvioinnissa käytin hyväkseni blogiportaaleja sekä palkintoja ja tunnustuksia, joita blogi oli saanut. Loppujen lopuksi selasin useita blogeja ja verkkosivustoja. Etsin blogit ja artikkelit, joihin oli kirjoitettu messuraportti ja koetin muodostaa keskeisimmät asiat, jotka olivat messuilla erottuneet. Lisäksi luin eri lehtien koosteista messujen parhaista paloista ja selasin runsaasti kuvia eri medioita hyödyntäen.

Messuraporttien referointi itselleni osoittautui astetta haastavammaksi, sillä siinä missä joku toinen kehuu jotakin tuotetta tai väriä, voi se toisen toimittajan mielestä olla jo "old news" kuten Sköna Hem- lehdelle bloggaava Maria Soxbo totesi siniharmaan vihertävistä sävyistä (Sköna Hem 2016) kun taas esimerkiksi Nonna Decor- blogia pitävä

sisustussuunnittelijayrittäjä Johanna Kangas vinkkaa juuri tummien värien käytön olevan yksi vuoden 2016 sisustustrendeistä ja kertoo myös messuraportissaan, että tummia sinivihreän sävyjä oli paljon näkyvissä (Nonna Decor 2016). Täytyy siis muistaa, että jokainen katsoo ja löytää trendejä omasta näkökulmastaan ja tekee omat tulkintansa (Iivarinen 2011).

Lisäksi messujen tuotevalikoima ja näytteilleasettajien määrä oli niin valtava, että tarkkaa koostetta oli mahdotonta tehdä. Koin, että parhaan hyödyn messuraporteista saan opinnäytetyöni kannalta tarkastelemalla mahdollisimman paljon messuilta otettuja kuvia ja tekemällä havaintoja niissä usein toistuvia ominaisuuksia. Tummat sinivihreät sävyt sekä pastelliset värit olivat havaittavissa messuosastojen seinien värityksissä. Tuotteissa oli käytetty luonnonmateriaaleja ja tuotemuotoilu oli skandinaavisen linjakasta. Messuraporttien kuvat siis mukailivat paljon ajan ilmiöitä ja eri medioiden kautta havaittavissa olevia asioita.



Kuva 13. Pantonen vuoden värit 2016. (Pantone, 2016.)

3.4 VÄRITRENDIT: PANTONE JA TIKKURILA

Pantonen otin trendikartoitukseeni mukaan sen vuoksi, että Pantone on luovalla alalla vakiintunut värien käsite, yhteinen kieli, jota kaikki puhuvat. Pantone myös määrittää joka vuosi vuoden värin ja tämä on hyvä huomioida silloin, kun on trendien kanssa tekemisissä.

Vuoden 2016 vuoden väriksi Pantone valitsi poikkeuksellisesti kaksi eri väriä: Rose Quartz sekä Serenity (kuva 13). Tänäkin vuonna näitä värejä on näkynyt jo sisutuksen trendeissä, pastelliset sävyt kuuluvat kevääseen ja ne oli mainittu usein myös Tukholman messuraporteissa. Pantonen värimääritelmillä on painoarvoa muotoilussa, esimerkiksi Tanskalainen designbrändi HAY oli valinnut Pantonen vuoden värit oman Stockholm Furniture Fair -osastonsa pääväreiksi (Nonna Decor 2016).

Tikkurilan valitsin mukaan sen vuoksi, että se lanseerasi tänä vuonna ensimmäistä kertaa oman vuoden värinsä. Pantonen värien ollessa pastellisia ja heleitä, määritti Tikkurila vuoden värikseen syvän sinivihreän. Kuten jo messuraportti- osuudessa kirjoitin, Vuono

Kuva 14. Tikkurilan vuoden väri 2016. (Tikkurila, 2016.)

M422 (kuva 14) ja sen kaltaiset syvät ja monitulkintaiset sävyt ovat pastellisävyjen lailla olleet havaittavissa sisustuksen trendeissä tänä keväänä. Värisävyn esillenousu antaa viitteitä siitä, että tummat sävyt ja rohkeammat värivalinnat ovat nousemassa vaaleiden ja aitojen materiaalien pariksi tulevaisuuden sisustusvalinnoissa.

3.5 YHTEENVETO

Nyt täytyisi koostaa jokin järkevä ja fiksu paketti kaikesta tästä trendi-informaatiosta. Yksittäistä ohjenuoraa tai suuntausta ei voi määrittää, mutta mikäli tarkastellaan usein toistuvia ominaisuuksia niin eri portaaleissa kuin tulevaisuuden katsauksissakin, voidaan havaita, että muotimaailman kuviotrendit ja sisustuksen väritrendit ovat menossa osittain tummempaan suuntaan. Trendit heijastelevat usein myös yhteiskunnallista tilannetta ja tällä hetkellä vallitseva talouden epävarmuus voi vaikuttaa myös designtrendeihin.

Toisaalta, siinä missä tummat kuosit ja värit kasvattavat suosiotaan, voidaan tehdä myös täysin päinvastaisia valintoja, kuten Pantone. Pantone perusteli vuoden värien valintaa

osin sillä, että sävyt ovat helposti toisiinsa soljuvia, tasapainoisia ja ne henkivät rauhaa ja järjestystä ja ovat täten vastapaino modernin maailman sterssaavalle elämänmenolle (Pantone 2016). On myös hyvä muistaa, että niin muodissa kuin sisustuksessakin eletään myös vuodenaikojen mukaan ja ne asiat, jotka ovat esillä syksyllä ja talvella, eivät ole enää ajankohtaisia kevään ja kesän saapuessa.

3.6 TEORIASTA KÄYTÄNTÖÖN

Kuinka sitten trendiennusteet vaikuttavat opinnäytetöhöni, tapettimalliston suunnitteluun? Tavoitteenani on siis luoda visuaalisesti vahva tapettimallisto. Trendiennusteet näyttäytyvät tässä yhteydessä osana markkinoiden kartoitusta ja luovat pohjaa ajankohtaisen malliston suunnittelulle.

Kun tiedän, mitkä trendit ohjaavat sisustusvalintoja ja mihin suuntaan ne ovat ohjautumassa, tiedän myös, mitkä tuotteet ovat tulossa markkinoille ja millaisille tuotteille on kysyntää. Muotoiluun pätee samat säännöt kuin liiketoimintaan ylipäätään: toiminnan tulee olla kannattavaa. Tuotesuunnittelun tulee olla perusteltua ja suunnitelmillani myös kaupallista potentiaalia. Näin ollen trendien ja markkinoiden ennakoinnin avulla kykenen luomaan tuotteita, tässä tapauksessa kuvioita, joille on tulevaisuudessa myös kysyntää sen sijaan, että tuottaisin vain omasta mielestäni hyviä suunnitelmia.

Trendit eivät kuitenkaan saa olla ainoa suunnittelua ohjaava tekijä. Trendejä tulee ja menee ja sykli on nopea. Näinpä tavoitteitani suunnittelussa ovat ajankohtaisuuden lisäksi yksilöllisyys. Jokainen sisustaja on vapaa päättämään valinnoistaan eikä päätöksiä kannata tehdä pelkästään nykyhetkellä vallalla olevien trendien pohjalta. Siksi siirrän ajankohtaiset trendit suunnitelmiini sopivilta osin, esimerkiksi värisävyssä tai kuvioaiheessa.

Suunnitteluprosessissani minulla on monia keinoja hyödyntää koostamaani aineistoa, tässä on muutamia esimerkkejä: WGNS-portaalista koostamani trendiennusteista poimin työhöni ainakin tummasävyisyyden ja tätä valintaa tukee myös Tikkurilan vuoden väri Vuono. Pystyn hyödyntämään eri värejä myös samaan tapettiin luomalla samasta kuviosta useita eri värivaihtoehtoja, joten myös Pantonen vuoden 2016 värisävyt sulautuvat hyvin omiin suunnitelmiini.

Kuvioaiheista suuret ja voimakkaat kukkakuviot ovat juuri tulossa muotiin kuten WGNS ennustaakin. Olisi kiehtovaa suunnitella tapetteja myös kukkakuvioiden ympärille tai muutoin löytää keino yhdistää luonto suunnitelmiini.

Vaihtoehtoja on siis monia. Tapetti ei vaihdu kodin seinässä niin nopeasti kuin viimeisimpien trendien mukainen t-paita muotibloggaajan päällä, joten kuviolta ja väritykseltä on syytä odottaa myös tietynlaista ajan kestämistä ja pitkänäköisyyttä. Kuviosuunnittelussa tätä on mahdollista toteuttaa esimerkiksi siten, että suunnittelee ajasta irrallisen kuvion niin, että vain jokin osa-alue tuotteesta herättää kuluttajassa kiinnostuksen tai tekee siitä ajankohtaisen.

4. TAPETTIEN VAIKUTUS TILAAN

Tapettien vaikutus tilan luonteeseen ja yleisilmeeseen on kiistaton. Tapettia voi elävöittämisen lisäksi käyttää myös tilan tasapainottamiseen ja harmonian luomiseen. Sillä voi ilmentää huoneiston haltijan persoonaa tai tarvittaessa käyttää pohjana jollekin muulle agendalle, kuten esimerkiksi taidemaalausten esiin nostamiseen. Tapetin suosiota sisustuksessa selittää myös se, että se voi olla edullinen, mutta ainakin helppo keino uudistaa tilaa. Ei ole olemassa yhtä ja oikeaa tapaa käyttää tapetteja ja tämä valinnanvapaus on myös suunnittelijan voimavara.

4.1 VISUAALISET SÄÄNNÖT

Kertasin vanhoja, hyviksi havaittuja visuaalisia sääntöjä, jotka pätevät yhä: isokokoinen kuvio näyttää hyvältä, silloin kun seinäpintaa on riittävästi. Näin suuri kuvio pääsee oikeuksiinsa. Pienikokoinen kuvio taas sopii pieneen tilaan ja luovat suurentavan vaikutuksen. Liian suuressa tilassa pieni kuvio häviää seinään. (Ahonen 2006.)

Kun puhutaan tilasuunnittelusta ja tapeteista, on pakko huomioida myös värien vaikutus tilaan ja ihmiseen. Omaleimaisuus ei saa tarkoittaa luotaantyöntävyyttä. Värisävyjä valitessa hyvänä muistisääntönä on, että viileällä sävyllä voit tasapainoittaa aurinkoista huonetta ja ne sopivat rauhoittavan vaikutuksensa vuoksi hyvin myös makuuhuoneisiin. Lämpimät sävyt sopivat huoneisiin, joihin ei tule paljon luonnonvaloa. Lämpimät sävyt kuten punainen ja keltainen, ovat energisoivia, joten ne soveltuvat hyvin esimerkiksi keittiöön. Toisaalta nämä tulkitaan usein myös aggressiiviksi, varsinkin punainen. Vihreän mielletään henkivän vakautta ja luotettavuutta ja se onkin melko neutraali ja helposti lähetyttävä väri.

4.2 TEORIATIETO KÄYTÄNTÖÖN

Keräämäni tausta-aineisto näkyy työssäni monella eri tavalla. Kuviosuunnittelussa on erittäin tärkeää huomioida se, että kuvio ei aiheuta jälkikuvailmiötä (Rihlama 1999). Harva haluaa tapetin, jonka katsomisesta tulee huono olo. Mikäli tarkoituksena on tuottaa esimerkiksi suuri tai omaleimainen kuvio, täytyy sen värisävyjen valinnassa olla todella huolellinen. Myös kuvioraportin koon tarkastelu on tärkeää, sillä se vaikuttaa tilaan hyvin paljon joko sitä pienentäen tai suurentavan vaikutuksen luoden. Myös värisävyjä on syytä

tarkastella kriittisesti, jotta en aiheuta valinnoillani katsojalle huonovointisuutta. Näitä ominaisuuksia voin tutkia tarkemmin toteuttamassani kyselytutkimuksessa.

Lisäksi keräämästäni informaatiosta on hyötyä eritoten visualisointikuvien tuottamisessa. Voimakas kuvio pääsee paremmin oikeuksiinsa suuressa ja selkeässä tilassa, joten tämä on syytä huomioida myös visualisointeja tehdessä. Näin pystyn tuottamaan omien tuotteideni kannalta kaikkein edustavimmat kuvat ja mahdollisesti avaamaan kuosieni käyttökohteita paremmin kohderyhmälleni.

Kuva 15. Käyttäjätaulu, kollaasi. (Kärkkäinen, 2016.)

5. SUUNNITTELUPROSESSI

5.1 KOHDERYHMÄN MÄÄRITTELY

Oikean kohderyhmän määrittäminen on yritysmaailmassa, kuten myös tuotesuunnittelussa, ensiarvoisen tärkeää. Tähän mennessä tiedossani oli tavoitteeni kuvisuunnitelmien suhteen: halusin niiden olevan visuaalisesti vahvoja. Halusin myös, että mallisto on ajan hermoilla, mutta ei pelkästään toisinto trendeistä. Näiden ominaisuuksien myötä pystyin jo aloittamaan asiakassegmentin tarkentamisen. Kohderyhmän tarkastelussa hyödynsin uusien yritysten perustamisessa käytettävän liiketoimintasuunnitelman pohjaa, kuten kysymystä siitä, minkä tarpeen tuotteeni tyydyttää? Mitä kuluttaja saa juuri minun tuotteestani?

YKSITYISHENKILÖ

Tapetteja hankitaan hyvin erilaisiin tarpeisiin. Seikka, joka jokaista tapetin hankkijaa yhdistää, on **uudistaminen.** Uusi tapetti on ajankohtainen silloin kuin remontoidaan, muutetaan tai rakennetaan. Sillä voidaan hakea huoneen piristystä tai yleisilmeen totaalista muutosta. Suomalainen vaihtaa tapettinsa keskimäärin kymmenen vuoden välein (Yle 2016), joten on ymmärrettävää, että tapetin halutaan kestävän aikaa.

Mallistoni ominaispiirteiden vuoksi osa tuotteen loppukäyttäjistä jää suoraan kohderyhmän ulkopuolelle. Vahva kuvioaihe tai voimakas väri saattavat karkoittaa ne henkilöt, jotka haluavat tapettinsa olevan muun sisustuksen taustana.

Potentiaalinen tuotteeni ostava henkilö onkin sellainen, joka haluaa sisustuksensa kuvaavan omaa persoonaansa, se toimii hänelle itseilmaisun muotona. Hän seuraa trendejä ja on kiinnostunut designista eikä tyydy pelkästään lähirautakaupan tarjontaan. Sosiaalinen media ja nettikauppojen käyttö ovat hänelle arkipäivää. Kokeilunhalu ja ennakkoluulottomuus kuvaavat hänen luonteenpiireteitään. Tapetin hän valitsee omista lähtökohdistaan ja tekee ostopäätöksen myös osittain tunteella pelkän järkevän ajattelun lisäksi.

Kuva 16. Tummat ja goottihenkiset tapetit, kollaasi. (Kärkkäinen, 2016.)

5.2 BENCHMARKING

Tapettimarkkinat ovat valtavat ja jokaiselle sisustajalle löytyy todennäköisesti mieluinen vaihtoehto. Jos valmiista valikoimasta ei löydy omien mieltymysten mukaista tuotetta, voi sellaisen suunnitella myös itse. Mikä on sitten suunnittelijan rooli tapettimarkkinoilla?

Tilanne ei ole muotoilijalle niin toivoton kun voisi kuvitella: esimerkiksi ruotsalainen designryhmittymä FRONT suunnitteli vastikään yhdeksän tapettikuosin malliston ECO-wallpapers-tapettifirmalle (Eco wallpapers 2016). Yle uutisten kirjoittamassa artikkelissa oli haastateltu Keskon, S-ryhmän sekä Suomen suurimman tapettivalmistajan Sanduddin

edustajia. Heidän mukaansa suomalaisten seinillä komeilee useimmiten vaaleat sävyt, harmaat, valkoiset ja beiget. Voimakkaampia tapetteja saatetaan käyttää tehosteseinissä ja räväköille tapeteillekin on oma käyttäjäryhmänsä. Raita on kestosuosikki kuva-aiheena. (Yle 2016.) Samalla kuitenkin esimerkiksi ECO wallpapers toteaa, että mitään muuta rajoitteita tapettien käytölle ei ole kuin mielikuvituksen puute (ECO wallpapers 2016).

Tämän benchmarkingin tarkoituksena oli kartoittaa erilaisten tapettien tarjontaa seuraavilla kriteereillä, jotka muodostuivat trendiennusteiden pohjalta: pitsi,goottihenkisyys, tumma väri (kuva 16, s.24). Toisen kollaasin teemana olivat pastellivärit (kuva 17). Etsin myös omaperäisiä kuvioita tai toteutustapoja (kuva 18, s.26). Rajasin haustani ulkopuolelle koko seinän kokoiset photo wall -tapetit, joissa tapettivuodista muodostuu seinän kokoinen kuva, esimerkiksi jokin maisema.

Toteutuin koosteet kollaaseiksi Pinterestiä sekä kansainvälisiä sisustus- ja tapettikauppojen nettisivuja hyödyntäen. Sivustoja selatessa kävi hyvin ilmi se, mitä jo opinnäytetyön alussa mietin: tapettivalikoima on erittäin laaja ja kuva-aiheita on tarjolla mielin määrin. Yksittäistä kuva-aihetta voi tuskin keksiä uudestaa ja koen, että on ennemmin on kyse kekseliäisyydestä, kuinka kuviot lopulta päättää toteuttaa.

Kuva 17. Pastelliset tapetit, kollaasi. (Kärkkäinen, 2016.)

Kuva 18. Omalaatuiset kuva-aiheet, kollaasi. (Kärkkäinen, 2016.)

Kuva 19. Moodboard, kollaasi. (Kärkkäinen, 2016.)

5.3 MOODBOARD

Moodboardin tarkoituksena on luoda mallistolle punainen lanka, joka omalta osaltaan ohjaa suunnittelua ja pitää ydinteeman kasassa rönsyilyä hilliten. Koostiin moodboardini eli tunnelmatauluuni kuvia mahdollisista värisävyistä. Se kuvaa mallistoni mielenmaisemaani ja tavoitteitani malliston suhteen: monia merkityksiä ja piirteitä sekä erilaisia väriyhdistelmiä. Väreinä vaihtelevat heleät pastellit aina syviin metsäisiin sävyihin. Trendit ja markkinasuosikit näkyvät moodboardissani värisävyissä ja kuva-aiheissa: tummaa, pastellia ja luontoaiheita sekä kukkaa. Nämä toimivat hyvänä lähtökohtana itse suunnitelulle, joskin moodboard ei ole koskaan liian sitova tai orjallisesi noudatettava suunnittelun työkalu.

5.3 SUUNNITTELU

Benchmarkining ja moodboardin ansiosta itse suunnittelutyön aloittaminen tuntui helpolta. Keräsin opinnäytetyötä kirjoittaessani mieleeni tulevia ideoita muistiin ja niistä oli hyvä lähteä jatkamaan työskentelyä.

Aloitin suunnittelun tekemällä luonnoksia mahdollisista kuva-aiheista. Mielessäni oli alussa vahvasti pitsi, kukat sekä tietyt värisävyt, kuten pastelliset ja akvarellimaiset värit. Luova prosessi on usein monimutkainen ja aivomyrskyn myötä moni asia johtaa toiseen, kuten myös omalla kohdallani kävi.

Tein luonnoksia monilla eri tekniikoilla ja yhdistelin useita elementtejä toisiinsta, kuten musteen hyödyntämistä akvarelliväreillä toteutuille pohjille. Skannasin kuvat ja lähdin jatkokehittämään niitä kuvankäsittelyohjelmilla. Pidin mielessäni keräämääni tausta-aineistoa, kuten sitä, että kuvio ei saa vilistä silmissä eikä värit aiheuttaa huonovointisuutta.

Kuva 20. Musta-valkoinen kuvio. (Kärkkäinen, 2016.)

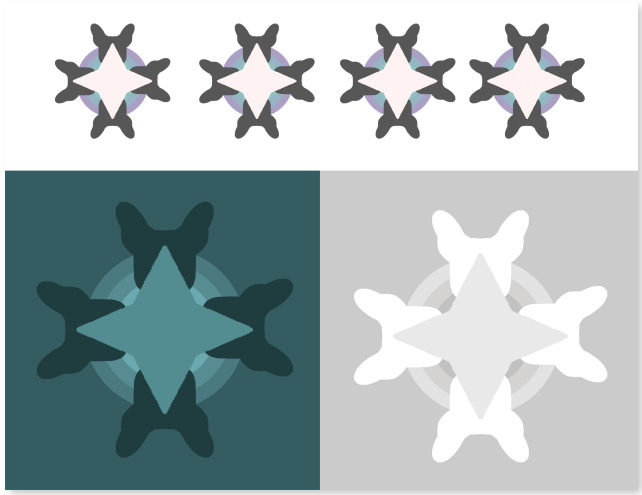
Kuvioaiheet syntyivät melko nopeasti, ranskanbulldoggi yhdistettynä eri elementteihin. Ranskanbulldogi on vilahdellut varsinkin erilaisissa printeissä ja tahdoin testata, kuinka kuva-aihe taipuisi tapetin muotoon. Loppujen lopuksi se oli erittäin monikäyttöinen ja variaatioita löytyi paljon. Ranskanbulldoggi esiintyi kummassakin suunnittelemassani kuva-aiheesa. Halusin kokeilla, kuinka WGSN-portaalin esille nostama kukkakuvio taipuisi kevyeen surrealistiseen leikittelyyn ja yhdistin kukkaa kuvioon täyttämällä seisovan ranskanbulldogin niillä. Jouduin hetken etsimään sopivaa sommitelmaa ja kukkaa. Lopulta sisällöksi valikoitui näkymä kukkakimpusta ja tahdoin ehdottomasti tapettien kukka-aiheiden kestosuosikin eli ruusun näkymään koiran sisältä (kuva 20). Tästä kuvioaiheesta tein kaksi eri värivariaatiota, musta-valkoisen sekä voimakkaan sinisen. Musta-valkoinen väriyhdistelmä toi hyvin kuvioon kontrastia nostaen koiran siluetin kunnolla esille ja on täten skarpin graafinen. Sinisen valitsin siksi, että saisin suunnitelmiini monipuolisuutta ja syvyyttä. Tahdoin kokeilla myös värejä, joita en normaalisti käytä niin paljon. Tästä syystä tein yhden kuva-aiheen tasasävyisenä, ilman kukkatäyttöä. Tähän tasaväriseen ranskanbulldoggiin yhdistin todella voimakkaat värit, oranssin ja keltaisen. Tasavärinen täyttö tasapainotti kuviota hyvin. Lisäksi kuva-aihe on itsessään sen verran iloinen, että myös tällaiset energiset ja pirskahtelevat värit soveltuvat tarkoitukseen vallan mainiosti.

Toisessa kuvioaiheessa esiintyy myös rankanbulldoggi (kuva 21, s.29). Tällä kertaa luonnostelin pelkästään koiran naamaa, sillä mielestäni näiden lepakkomalliset korvat toistuivat hauskalla tavalla. Monella rankanbulldogilla on naamassaan värityksen myötä

tuleva "maski". Tuo maski toistui tapetissa nelisakaraisen tähden muodossa. Koin silti, että kuvio kaipaisi jotain lisää, esimerkiksi jonkin siluetin ja tähden yhdistävän elementin. Kuva-aihe oli jo valmiiksi sen verran leikkisä ja sopivasti överi, että päätin yhdistää kuviot toisiinsa sateenkaarella.

Kuva-aiheiden värisävyjen valinta osoittautui hyvin haastavaksi. Pienelläkin sävyn vaihdolla saattoi olla suuri merkitys lopputuloksen kannalta ja tässä kuvioaiheessa oli monta elementtiä, joille värit piti määrittää. Suunnittelua helpotti se, että päätin päävärit ja tunnelman, mitä tapetilta lähdetään hakemaan. Mikäli haussa oli pastelliselle pohjalle tuleva hempeäsävyinen kuvio, pystyin rajaamaan käytettäviä sävyjä huomattavasti ja prosessi helpottui hieman. Väripalettien selaaminen helpotti myös työskentelyä ja päätöksentekoa.

Päädyin tekemään yhteensä kolme eri vaihtoehtoa. Näissäkin kuvioissa menin oman mukavuusalueeni ulkopuolelle ja vaikka esimerkiksi kokeilin myös harmaita kuvioita, päätin hylätä sen lopullisista suunnitelmistani. Tavoittelin kuitenkin vahvoja kuvioita, joten harmoninen ja neutraali harmaa tuntui liian vaatimattomalta vaihtoehdolta tavoitteisiini nähden. Pidin koko ajan mielessäni myös Pantonen ja Tikkurilan väritrendimääritelmät ja hyödynsin niitä suunnitelmissani. Niinpä yksi kuvioista tulee olemaan Tikkurilan Vuonon vihreän mukailema, harmoninen variaatio. Tein myös pastellisen harmaan ja pastellisen pinkin kuvioyhdistelmän. Koirien siluetit jäivät melko voimakkaiksi, joten pehmensin kuvion yleisilmettä pidentämällä kuvioiden toistoväliä ja näin ollen se toistui harvemmin.



Kuva 21. Luonnostelua. (Kärkkäinen, 2016.)

5.3.1 VÄRIN KOKEMINEN - TUTKIMUS

Suunnitteluprosessin tueksi tutustuin SCA konsernin United Minds- tutkimustoimistolla teettämään tutkimukseen värien vaikutuksesta ravintolakokemukseen. Kysely teetettiin SCA:n oman tuotemerkin, Tork-hygieniatuotteiden tarpeisiin.

Tutkimuksessa mitattiin koehenkilöiden aivosähkökäyriä sekä sydämen sykettä eri värein sisustetuissa ravintolatiloissa. Ravintolatila oli lattiasta kattoon yksivärinen sisältäen perinteiset ravintolaelementit. Koehenkilöt maistoivat macaron-leivosta ja juomaa, jotka soveltuivat väreiltään kyseiseen tilaan. Koehenkilöt viettivät huoneessa viisi minuuttia. Värejä oli yhteensä kahdeksan.

Kuva 22. Eheyttävä vihreä. (Design seeds, 2016.)

Tuloksissa pystyttiin analysoimaan eri värien vaikutusta ravintolakokemukseen. Referoin tutkimustuloksia seuraavasti:

VIHREÄ: Vihreä väri osoittautui elvyttäväksi ja voimia antavaksi. Vihreässä huoneessa koehenkilöiden sydämen syke oli alle keskitason, eli se on omiaan toimimaan parantavana ja palauttavana ympäristönä, mutta ei jännittävänä tai romanttisena.

Kuva 23. Pirteä oranssi. (Color palettes, 2016.)

ORANSSI: Oranssi koettiin modernina ja hauskana. Koehenkilöiden elimistön reaktion perusteella se voi olla muita voimakkaita värejä, kuten keltaista, neutraalimpi. Oranssin aiheuttamat keskitason gamma-aallot aivoissa viittaisivat oranssin oppimisprosessia parantaviin tekijöihin.

MUSTA: Musta on monimutkainen väri. Musta väri koettiin positiivisesti ja negatiivisesti. Se voi olla tylsä ja torjuva, mutta myös moderni ja hienostunut. Aivosähkökäyräy osoittivat selkeitä luovuuden ja kiihottumisen merkkejä, mutta myös keskittymiskyvyn alentumista.

KELTAINEN: Innostava ja hauska. Keltainen sopii herättävään ympäristöön. Aivot osoittivat keltaisen värin huoneessa tiedostavaa ja keskittynyttä tilaa, mutta ääritapauksissa myös stressitason nousua. Myös sydämen syke oli korkeampi keltaisessa huoneessa sekä keskiarvoltaan että korkeimmalta arvoltaan. Keltaisen koettiin olevan hyvä väri esimerkiksi lastenhuoneeseen.

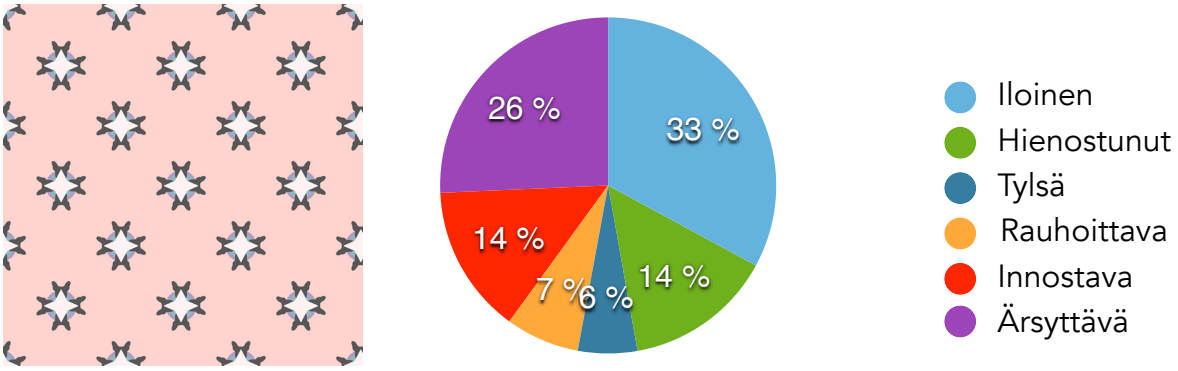
PUNAINEN: Yllyttävä ja voimakkaisiin tunteisiin johtava väri. Punainen ei sulaudu massaan. Aivojen delta- ja theta käyrät reagoivat väriin voimakkaasti. Käytännössä tämä tarkoittaa vahvaa tunnesidettä ja korkeaa luovuuden astetta.

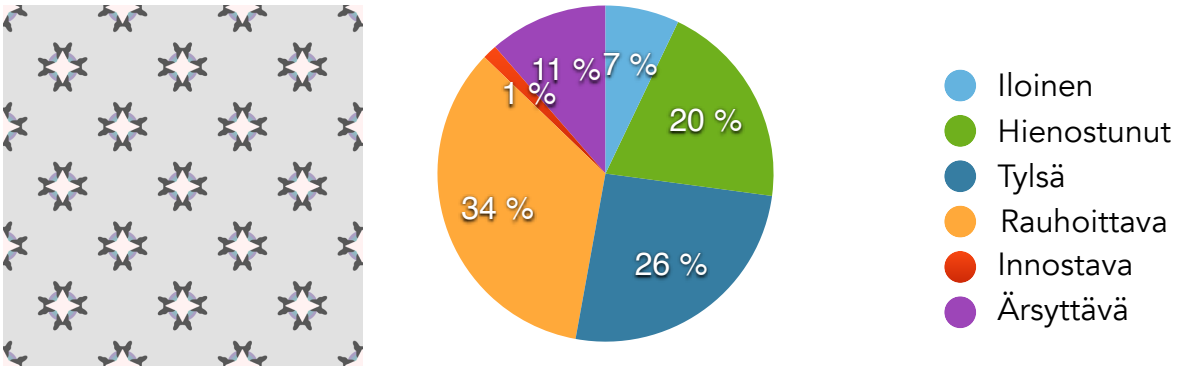
SININEN: Sinisen värin aiheuttamat korkeat delta-aallot aivoissa viestivät syvän rauhallisesta tilasta. Korkeat theta-aallot kertovat taasen luovuudesta ja vahvasta tunnesiteestä. Tämä vahvistaa sinisen värin mainetta rauhoittavana ja rauhallisena värinä.

RUSKEA: Ruskea oli kaikista väreistä neutraalein. Se herätti koehenkilöissä kaikkein vähiten aivosähkökäyrien reaktioita. Ruskea koetaan perinteisenä, rauhoittavana sekä neutraalina. Värinä se on helppo yhdistää toisiin väreihin.

Kuva 24. Värikooste. (Kärkkäinen, 2016.)

VALKOINEN: Valkoinen aiheutti reaktioita aivokäyrien kaikissa aalloissa. Osaltaan valkoinen siis erottui selkeästi sillä, että se neutraali, muiden värien ja kokemuksien kangas. Se ei tuottanut voimakkaita tunteita. (Tork 2016.)



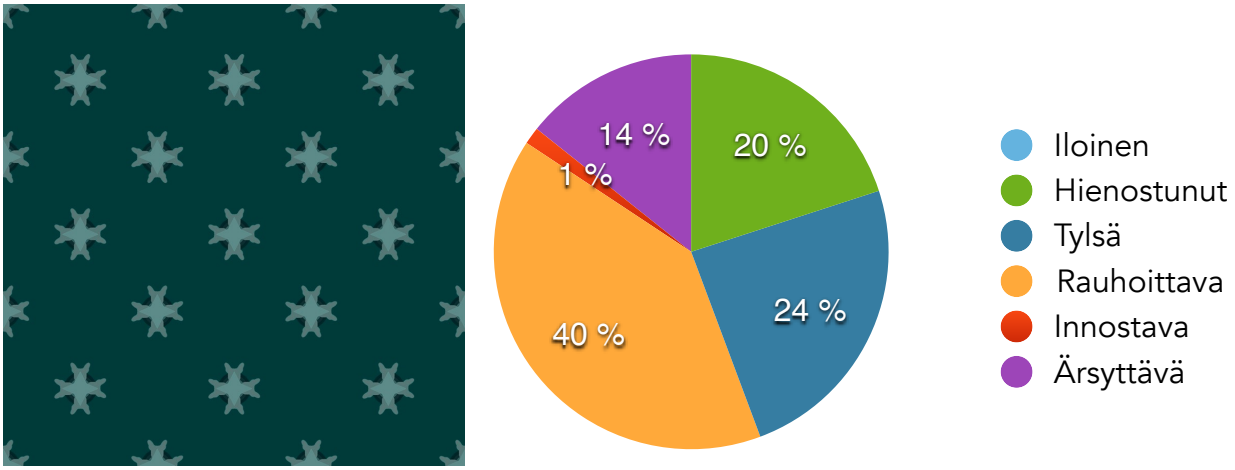


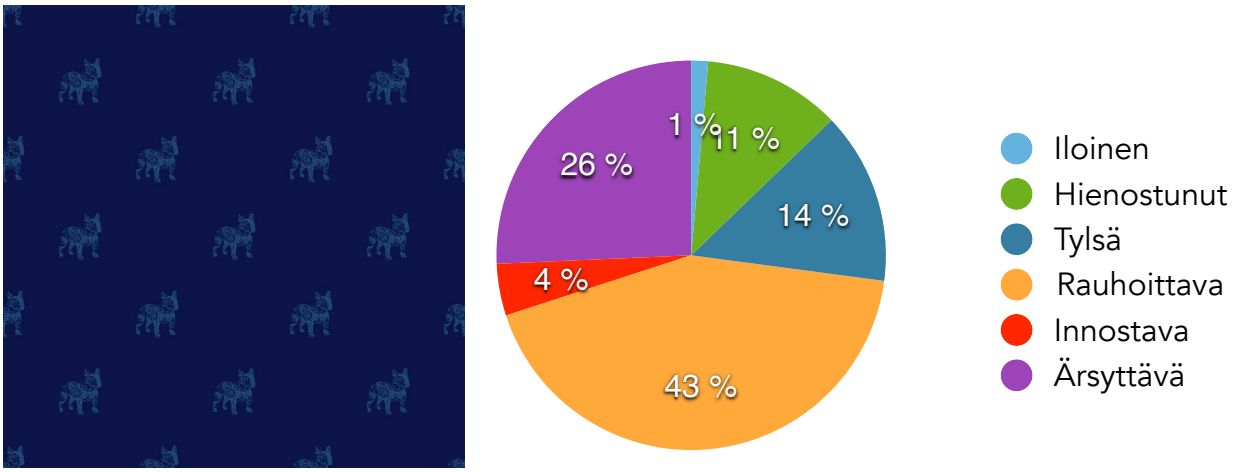
Kuva 25 (yllä) sekä 26 (alla). Kyselyn kuvat ja vastausten kaaviot prosentteina. (Kärkkäinen, 2016.)

5.3.2 KYSELY VÄRIEN LUOMISTA MIELIKUVISTA

Loin värien luomien fyysisten reaktioiden innoittama kyselyn (LIITE 1), jossa kartoitin katsojan kokemuksia erilaisista kuvista. Käytin kyselyssä suunnitteilla olleita tai valmiita tapettikuvioita, joissa oli kuitenkin selkeästi jokin pääväri. Tässä kyselyssä pääpaino oli nimenomaan värien luomissa mielikuvissa, joten rohkenin laittaa kyselyn liitteksi myös kuviot, joiden lopullisesta roolista mallistossani en ollut täysin varma. Halusin kerätä tietoa siitä, miten hyvin itse kuvioilleni luomat mielikuvat käyvät toteen ja olenko suunnittelussani oikeilla jäljillä tavoitteideni saavuttamisen suhteen.

Kyselyni sisälsi yhteensä kuusi erilaista kuvaa. Jokaisen kuvan alle listasin kuusi erilaista adjektiivia, joista vastaaja sai valita yhden mielestään kuvaan parhaiten sopivan ominaisuuden. Adjektiiveja olivat: iloinen, innostava, rauhoittava, hienostunut, ärsyttävä sekä tylsä. Valitsin adjektiivit Torkin tutkimuksen sekä mallistoni tavoitteiden pohjalta. Halusin käyttää kattavasti niin positiivisesti kuin negatiivisesti latautuneita sanoja. Lähetin kyselyn muotoilun opiskelijoille Savonia-ammattikorkeakoulun sähköpostin sekä Facebook-ryhmien kautta. Vastausaikaa oli yksi viikko.





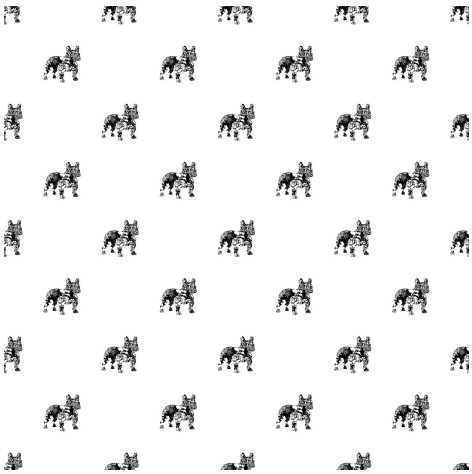
Kuva 27 (yllä) sekä 28 (alla). Kyselyn kuvat ja vastausten kaaviot prosentteina. (Kärkkäinen, 2016.)

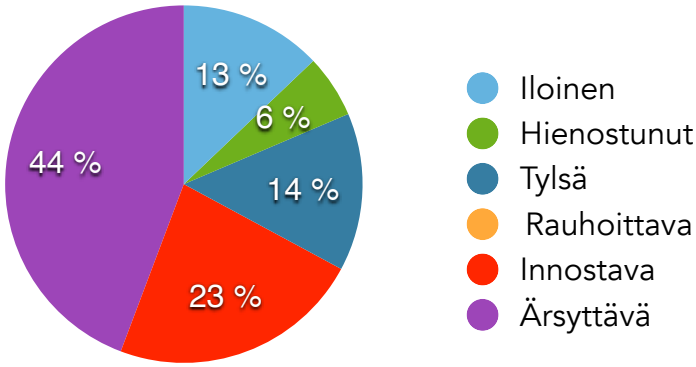
Tulokset:

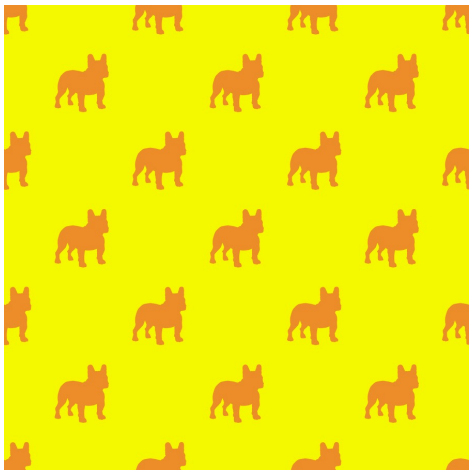
Sain kyselyyn yhteensä 70 vastausta. Tulokset olivat todella mielenkiintoisia. Osa vastauksista oli odotettavissa, osa taasen yllätti hieman itseänikin.

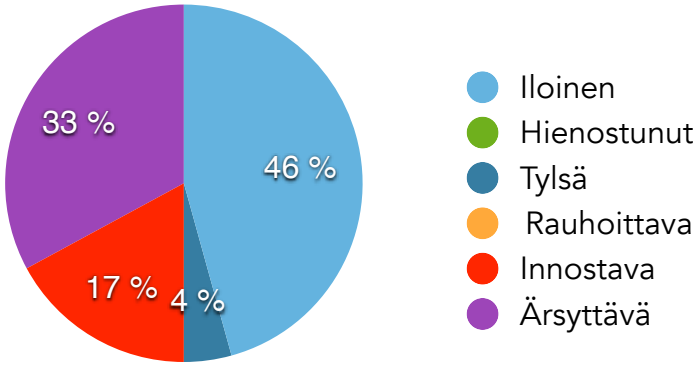
Kyselyssa tiedustelin vastaajan mielipidettä kuvien luomista mielikuvista. En siis tehnyt jatkokysymyksiä siitä, miksi tämä oli valinnut juuri kyseisen adjektiivin, sillä se olisi edellyttänyt vastaajalta kirjallisen palautteen antamista ja osaltaan nostanut kynnystä vastata kyselyyn.

Tulosten vastausperusteiden pohtimisessa hyödynsin jälleen Torkin teettämää tutkimusta. Osa perusteista on pääteltävissä myös loogisesti: esimerkiksi musta-valkoisen kuva-aihe (kuva 29, s.34) sai 31 kappaletta eli kokonaisuudestaan 44% "ärsyttävä" vastauksia, joka selittynee jo pelkästään kuvion ja taustan voimaakkaalla kontrastilla. Korkea kontrasti voi aiheuttaa kuvion värinää katsojan silmissä, mikä tuntuu epämiellyttävältä ja näin aiheuttaa









Kuva 29 (yllä) sekä 30 (alla). Kyselyn kuvat ja vastausten kaaviot prosentteina. (Kärkkäinen, 2016.)

reaktion ärsyttävyydestä. Toisaalta taas toiseksi eniten vastauksia sai "innostava"-ominaisuus 22 vastauksella eli 23% kokonaisuudestaan. Korkea kontrasti ja koiran ryhdikäs asento voivat omalta osaltaan selittää ilmiön.

Sininen (kuva 28) koetaan värinä usein rauhoittavaksi ja myös vihreällä on positiivisesti vaikuttavia, tyynnyttäviä ominaisuuksia. Nämä seikat kävivät ilmi myös Torkin tutkimuksista ja ovat selkeästi havaittavissa myös kyselyni vastauksista. Sinisen ja vihreän (kuva 27, s.33) kuvion kohdalla voidaan todeta myös se, että värit saatetaan kokea helposti myös tylsiksi. Värin nyanssien vaihteluilla, kuten sinisen melko voimakkaalla intensiteetillä, voi olla vaikutus myös ärsyttävyyden kokemukseen. Sininen kuvioaihe saikin eniten "rauhoittava"-vastauksia, 30 kappaletta eli prosentteina 43%. Toisena adjektiivina nousi esille "ärsyttävä" 18 vastauksella eli kokonaisuudesta 26%. Vihreä oli koettu myös rauhoittavaksi, sillä se keräsi "rauhoittava"-vastauksia yhteensä 28 kappaletta, 40%. Raja

rauhoittavan ja tylsän välillä voi olla joskus häilyvä ja vihreän kuvan toiseksi eniten ääniä saanut ominaisuus olikin "tylsä" 17 vastauksella eli 20% kokonaisäänistä.

Vaaleat ja neutraalimmat värit, kuten ruskea, ovat helpompia lähestyä. Näitä sävyjä on myös helpompi yhdistää toisiin väreihin. Myös harmaa on neutraali väri. Oli hauska huomata, että harmaa kuva-aihe (kuva 26, s.32) oli saanut eniten vastauksia samoihin adjektiiveihin kuin vihreäkin, eli "rauhoittava" ja "tylsä" nousivat esille tässäkin.

Voimakkaat värit herättävät usein myös voimakkaita tunnereaktioita. Tästä hyvä esimerkki on kelta-oranssi kuva-aihe (kuva 30, s.34), jonka tein tarkoituksella erittäin voimakkaaksi. Kaksi eniten pinnalle noussutta adjektiivia olivat "iloinen" 32 kappaletta, 46% ja "ärsyttävä" 23 kappaletta, 33%. Tämä vahvistaa Torkin tutkimuksessa tullutta tietoa, että keltainen yhdistetään heräämiseen ja aistien terästymiseen. Vain kolme vastaajaa kertoi kuvan olevan mielestään tylsä. Tämä voi johtua siitä, että kelta-oranssi on helppo valinta, kun haetaan reaktioita aiheuttavia yhdistelmiä tai sitten siitä, että kuva-aihe on tasainen ja yksinkertainen.

Oli mielenkiintoista havaita myös se, että ne kuviot, jotka saivat kyselyn kuvista eniten "ärsyttävä"-vastauksia, keräsivät myös eniten "innostava"-tuloksia. Tämä kävi ilmi musta-valkoisen, kelta-oranssin kuin myös pastellisen pinkin kuvion (kuva 25, s.32) vastauksissa. Kaikkien kohdalla esiin nousi juuri nuo kaksi adjektiivia, mutta selkeä kolmanneksi eniten vastauksia saanut adjektiivi oli innostava. Pastellisen kuvion kohdalla kolmossijan jakoi ominaisuus "hienostunut". Tämä tukee taas Pantonen ajatusta siitä, että heidän valitsemansa vuoden värit ovat hienostuneita ja helppoja yhdistellä harmoniseksi kokonaisuudeksi.

Kaiken kaikkiaan kyselyn tulokset olivat hyvin linjassa Torkin saamissa tutkimustuloksissa, kuten myös esimerkiksi Pantonen ja Tikkurilan värimääritelmissä. Kyselyn vastausten myötä pystyin myös peilaamaan omaa käsitystäni kuvioista todellisuuteen. Tässä vaiheessa tuli hyvin ilmi se, että tavoitteeseeni eli visuaalisesti vahvaan tapettimallistoon oli vielä matkaa, sillä niin monessa kuviossa esille nousi adjektiivi "tylsä". Tästä sain hyvää materiaalia kolmannen, eli viimeisen kuvioaiheen ja sen värisävyjen valintaan.

Kuva 31. Mihin seuraavaksi? (Kärkkäinen, 2016.)

5.3.3 VIIMEINEN KUVIO

Mikä on sitten kyselyn merkitys omalle suunnitteluprosessilleni kolmannen eli viimeisen kuvion kohdalla? Kuten aiemmin kirjoitinkin, osa vastauksista yllätti myös itseni. Kyselyn tekeminen antoi minulle todella tärkeää tietoa ja koska vastauksia tuli kuitenkin sen verran runsaasti, haluan ehdottomasti siirtää tiedon myös työskentelyyni.

Kyselyn myötä vahvistui ajatus siitä, että pelkkä kuvio tekee vain yhden osan lopullisesta tuotteesta. Väreillä on todellakin väliä ja sen avulla voin muuttaa lopullisen mielikuvan niin hyvässä kuin pahassa.

Kaksi aiempaa kuvioaihetta olivat selkeästi leikkisiä ja päätin, että myös viimeinen kuvio jatkaa tällä samalla linjalla, jotta mallistolla on jokin yhteinen tekijä. Viimeiseltä kuvio-aiheelta tavoittelin selkeää, piirrosmaista kuviota ja rohkeita värivalintoja. Halusin luoda kuvion, joka olisi vahva, hauska, mutta ei missään nimessä tylsä. Niinpä päätin, että mikäli kuvioaihe muotoituisi yksinkertaiseksi, voisin hakea lisäpotkua ja vahvaa ilmettä kokonaisuuteen värityksen muodossa. Tässä vaiheessa tartuin uudestaan kynään ja pensseliin ja ikäänkuin aloitin kuvion suunnitelun nollasta. Aiempiin kuvioihin olin piilottanut eri elementtejä, mutta voi olla, että nämä oli verhottu liian syvälle ja jäivät katsojilta havannoimatta. Tämä vahvisti päätöstä siitä, että keskityn viimeisessä suunnitelmassani värien voimaan. Kyselyn tulosten myötä käy hyvin ilmi se, millaiset värisävyt ovat kirvoittaneet posiitivisesti tai ylipäätään voimakkaasti latautuneita mielikuvia. Näitä olivat varsinkin keltainen kuvioaihe sekä Pantonen pastellisen pinkki kuvio ja musta-valkoinen kuvio. Tätä tietoa hyödynsin sekä viimeisen kuvion suunnittelussa, että aiempien kuvioiden viimeistelyssä.

Luonnostelin erilaisia yksinkertaisia, mutta voimakkaasti latautuneita kuvioita, joihin voisi helposti kokeilla erilaisia väriyhdistelmiä. Melko nopeasti kuvioksi muotoutui timantti. Timantti on todella vanha, mutta aina ajankohtainen ja symbolinen kuvio. Se oli helppo varioida sekä suomalaisille mieluisaksi harmoniseksi tapetiksi sekä luoda voimakkailla väreillä myös herättelevämpi kokonaisuus, jota halusin myös mallistoltani hakea.

Valitsin lopulta timanttikuviolle kolme eri värisävyä. Graafisen, hyvin toistuvan musta-valkoisen valitsin siksi, koska kyselyissä näkyi musta-valkoisen herättämät vahvat mielikuvat innostavuudesta. Timantin siluetin ohut viiva ei tee kuviosta niin voimakasta, mitä kukkatäyttöinen ranskanbulldoggi oli, joten uskon, että se on helpompi lähestyä ja käy moneen makuun, sekä tapetiltaan potkua kaipaaville, että rauhallisempaa kuviota etsivälle. Toisena helposti lähestyttävänä värinä oli variaatio, jossa timantti on liukuväritäytetty harmaalla. Tämä korostaa timantin "hohdetta" ja varsinkin tämä tapetti on helppo yhdistää mihin tahansa sisustukseen, ilman että kuvio on liian tylsä. Kolmas värivalinta on taasen kaikkea muuta kuin edelliset: oransseja timantteja keltaisella pohjalla. Tämä tapetti on taatusti visuaaliselta ilmeeltään vahva, mutta herättää varmasti myös ärtymysreaktioita. Mallistoni tavoitteena olikin luoda visuaaliselta ilmeeltään vahva kokonaisuus, joten tällaisen räväkän yhdistelmän mukaan ottaminen oli hyvin perustelua. Tapetti sopii hyvin esimerkiki lastenhuoneeseen tai keittiöön. Aiemmissa kuva-aiheissa minulla oli jo tummia sävyjä, joten en ottanut niitä timanttikuvioon ainakaan tässä vaiheessa.

Jatkokehitin myös ranskanbulldogista, tähdestä ja sateenkaaresta vielä paremmin tapettina toistuvan kokonaisuuden uudessa värisävyssä. Tavoittelin nyt hieman paremmin tapettina toimivaa kuviota, joten muutin koiran siluetin vaaleammaksi ja värisävyt harmonisemmaksi. Väreiksi valitsin pastellisen vihreän ja sinisen niiden rauhoittavien ominaisuuksien vuoksi.

Konkreettisesti työ tapahtui Adoben Illustratoria sekä Photoshopia käyttäen. Joissain kuvioaiheissa käytin molempia ohjelmia ja Photoshopin käyttö korostui, varsinkin kun visualisointikuvien tuottaminen oli ajankohtaista.

Visualisoinnit

Visualisointi/markkinointikuvien tuottaminen kulki osittain käsi kädessä kuvioiden suunnittelun kanssa, sillä kuvion koon sovittelu sopiviin mittasuhteisiin vaatii jotakin konkreettista peilattavaa kohdetta, kuten tuolia tai sohvaa.

Olen omissa visualialisoinneissani hyödyntänyt 3D-ohjelmalla mallinnettua huonetta ja siitä otettuja 2D-piirroksia sekä rakentanut Photoshopissa "mallihuoneen", jonka taustalle sovittelin eri kuviokokoja- ja sävyjä. Asetin tapetteja myös erilaisiin tiloihin, jotka valitsin tapetin visuaalista ilmettä vahvistamaan.

Leikkisämmät tapetit, kuten seisovat ranskanbulldogit saivat parikseen piirrosmaisemman visualisoinnin, kun taas esimerkiksi rauhallisempi vihreä pääsee paremmin oikeuksiinsa makuuhuoneen seinällä. Hiotuimmat mallit taas esitellään Photoshopissa rakentamassani mallihuoneessa, eli timantit on esitetty näissä kuvissa.

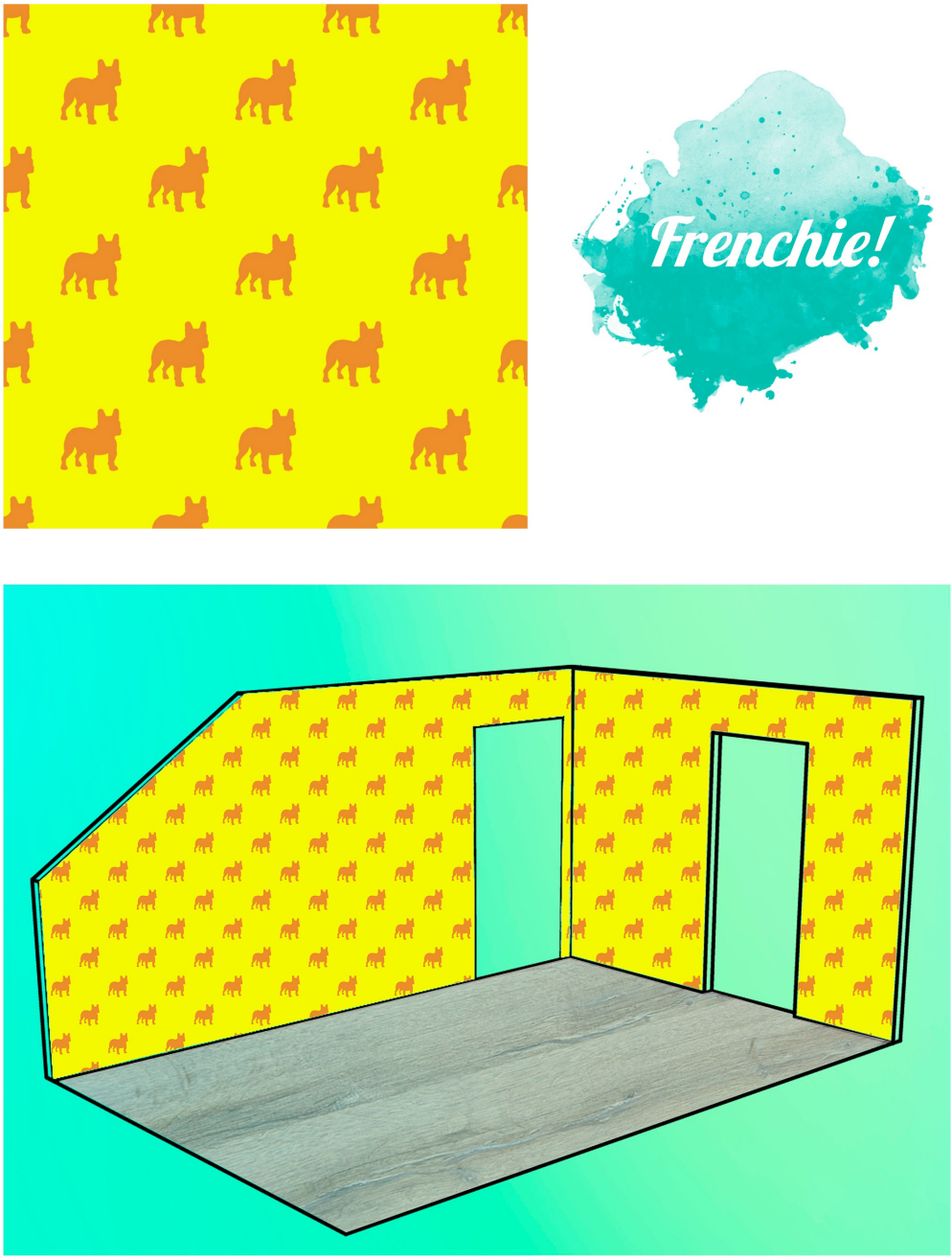
Yhteenveto:

Mallistooni muotoitui lopulta yhteensä 10 erilaista tapettia. Kuva-aiheita on yhteensä neljä erilaista. Kokonaisuuteen kuuluvat leikkisä Frenchie!, joka on toteuttu kahdella eri kuviotäytöllä ja yhteensä kolmella eri värillä.

Toisena osana on hillitympi, mutta monitulkintainen Ranskalainen pastelli ja myös tämän kuvioaiheen jalostettu versio. Kolmas kuvioaihe "You are my diamond" on suunnitteluprosessin viimeinen, hioutunut osa, joka esitellään tässä opinnäytetyössä yhteensä kolmessa eri värissä. Lisäksi jokaisesta kuviosta on toteuttettu vähintään yksi visualisointikuva.

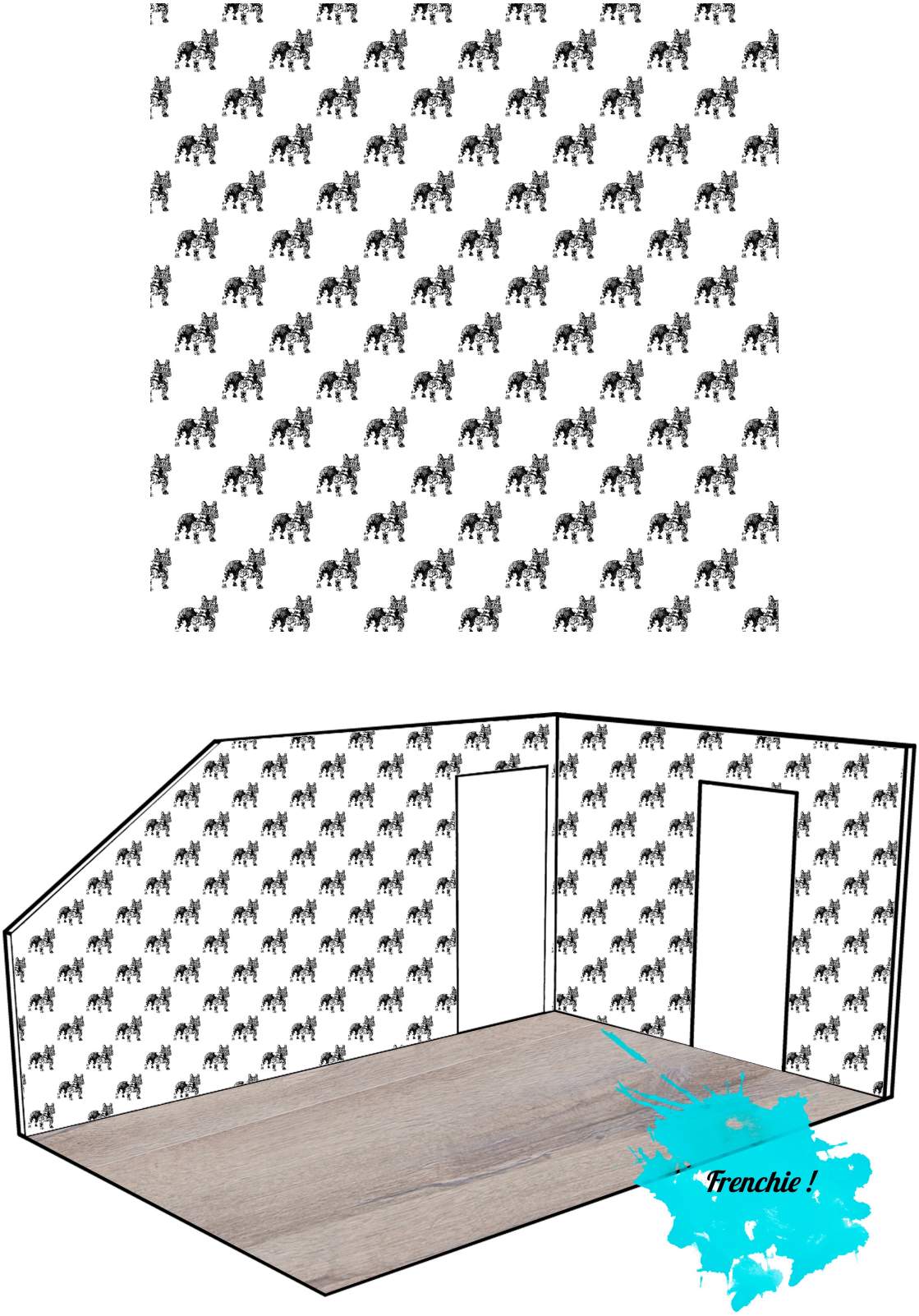
6. LOPPUTULOS

Koostin kustakin tapettiraportista planssin, jossa esiintyy malliston nimi, kuvio sekä mahdollinen visualisointi tapetista varsinaisessa käyttökohteessa.



Kuva 32. Frenchie! - keltainen, kollaasi. (Kärkkäinen, 2016.)

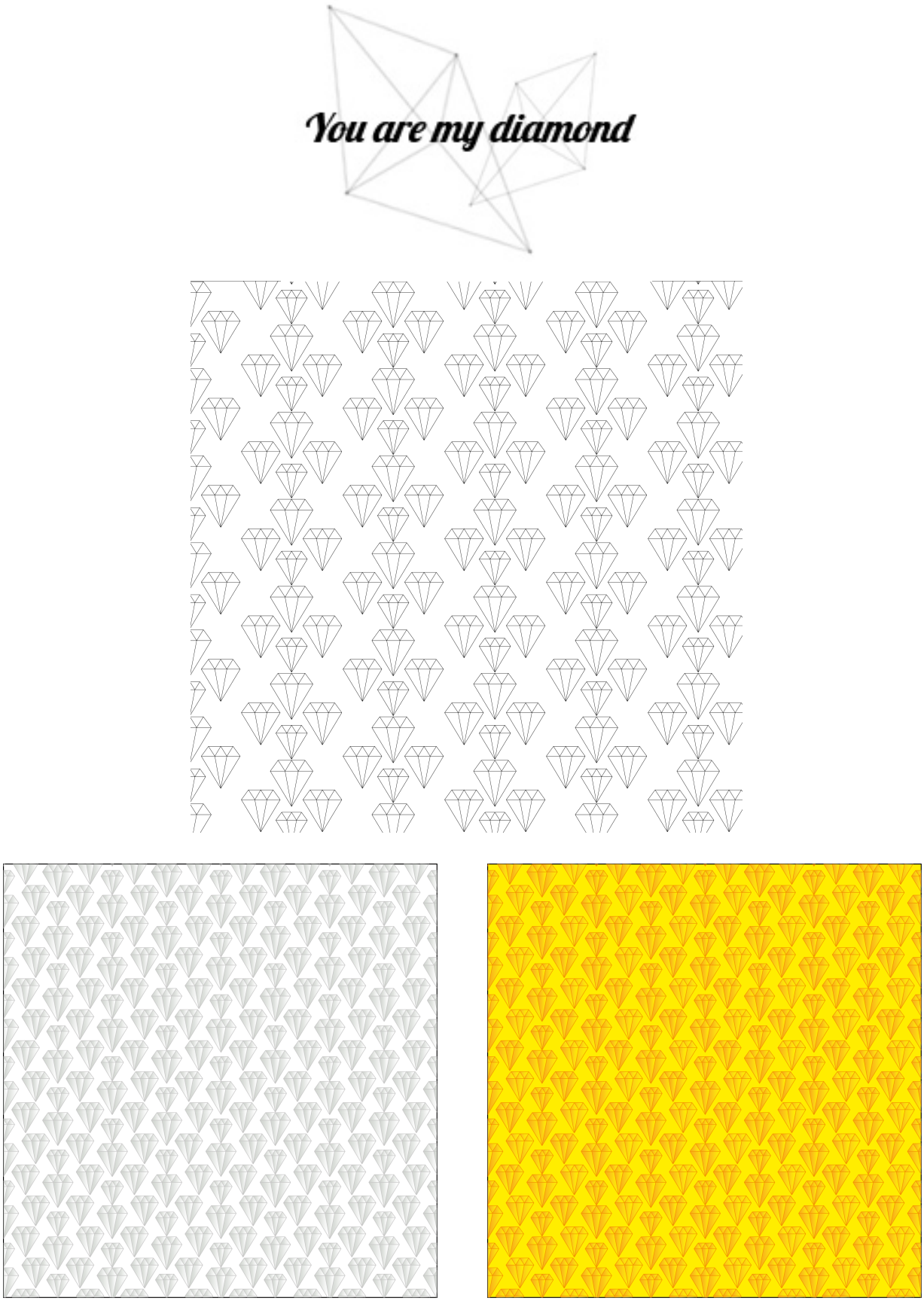
Kuva 33. Frenchie! - sininen, kollaasi. (Kärkkäinen, 2016.)



Kuva 34. Frenchie! - musta-valkoinen, kollaasi. (Kärkkäinen, 2016.)

Kuva 35. Ranskalainen pastelli- tapettikuvio kaikkine väreineen, kollaasi. (Kärkkäinen, 2016.)

Kuva 36. Ranskalainen pastelli- jatkokehitetty tapettikuvio, kollaasi. (Kärkkäinen, 2016.)



Kuva 37. You are my diamond- tapetti värisävyineen, kollaasi. (Kärkkäinen, 2016.)

Kuva 38. You are my diamond- harmaa. Visualisointi. (Kärkkäinen, 2016.)

Kuva 39(yllä). sekä 40 (alla).You are my diamond- musta-valkoisena sekä keltaisena. (Kärkkäinen, 2016.)

7. POHDINTA

Opinnäytetyöni on hieman epätyypillinen työ sisustusarkkitehtuurin ja kalustemuotoilun koulutusohjelmassa. Aihe ei ollut minullekaan itsestäänselvyys eikä opinnäytetyön kirjoittaminen alkanut todellakaan vaivattomasti ja helposti. Tämä aihe, tapettimalliston suunnittelu, oli oikeastaan vasta kolmantena opinnäytetöiden vaihtoehtolistallani. Itsestäni riippumattomista syistä aiemmat aiheet kariutuivat. Harmillista sinänsä, koska niillä olisi ollut toimeksiantopohjaa, joka nykyisessä, toteutetussa työssä puuttuu ja se on mielestäni työni suurin heikkous. Joskus on vain tehtävä päätökset ja mikäli paras ei ole mahdollinen, tehdään sitten seuraava ja katsotaan, mihin se kantaa. Itselläni oli kuitenkin selkeä tavoite, jota kohti olin ponnistellut koko opintojen ajan: valmistua keväällä 2016 ja sen vuoksi työ oli aloitettava, oli toimeksiantoa tai ei.

Alussa minulla oli suuria haasteita löytää sopivaa tutkivaa otetta työni ja suunnitelmieni ympärille. Se löytyi kuitenkin lopulta värien kokemisen myötä ja sen kautta sain toteutettua myös kyselyn, joka antoi myös itselleni valtavasti materiaalia suunnitelmieni kehittämiseen ja opinnäytetyön jäsentelyyn.

Suunnitteluprosessin hallinta ja sopivan kiero ajatuksenjuoksu ovat ehdottomasti vahvuuksiani ja ne pääsivät esille myös tässä työssä. Paineensietokyky oli myös avuksi, sillä kuten moni muu opiskelija, tein työn todella tiukalla aikataululla ja erittäin itsenäisesti.

Koin kehittyväni opinnäytetyöprosessin edetessä melkein sen jokaisella osa-alueella. Kritisoivan katseen suuntaan silti edelleen tutkivaan otteeseen, en vain saanut siitä riittävän hyvin kiinni ja jouduin tekemään "riittävän hyvä"-päätöksen useasti. Tämä syö pedanttia ihmistä sisältäpäin, mutta joskus on vain pakko jatkaa eteenpäin. Konkreettinen työelämässä toimiminen on kyllä opettanut myös sitä, että asioita ei voi jäädä nyhräämään päivätolkulla, joten mainittakoon töiden priorisointikyky vahvuudekseni myös tässä työssä.

Työn tavoitteena oli luoda visuaalisesti vahva tapettimallisto. "Sano se seinin"- kuten malliston nimikin kertoo. Tässä tavoitteessa onnistuin mielestäni hyvin. Kuva-aiheet ovat osittain omalaatuisia, mutta mielestäni silti käyttökelpoisia. Kokonaisvaltainen suunnitteluprosessi näkyy myös lopputuloksessa ja sen aukikirjoittaminen avaa myös lukijalle sitä työmäärää, mikä tuotteiden taakse verhoutuu.

L Ä H T E E T

JULKAISEMATTOMAT LÄHTEET

IIVARINEN, Marketta 2011. Lehtori. [Oppitunti.] Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu.

KIRJALLISET

AHONEN, Taisto 2006. Tapetointi ja seinäpintojen päällystystyöt. Helsinki: Rakennustieto Oy.

HEIKKINEN, Maire 2009. Suomalainen tapettikirja. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura ja Museovirasto.

HUUSKO, Anna-Kaisa & HUTTUNEN, Juho 2011. Retroaarteet. Helsinki: WSOY.

RIHLAMA, Seppo 1999. Valaistus ja värit sisustussuunnittelussa. Helsinki: Rakennustieto Oy.

SÄHKÖISET

AUTIO, Giselda 2016. Meillä kotona-blogi [verkkoaineisto]. 2016 Sisustustrendejä. Saatavissa: http://blogit.meillakotona.fi/coffeetablediary/2016-sisustustrendeja-stockholm-furniture-fair/

ECO WALLPAPERS 2016. Verkkosivut [verkkoaineisto]. Mallistot. Front. [viitattu 2016-4-1.] Saatavissa: http://www.eco.se/fi/mallistot-409/

INTERIOR DESIGN 2016. Artikkeli [verkkoaineisto]. Trade show report: 20 bests at Stockholm Furniture Fair. [viitattu 2016-3-24.] Saatavissa: http://www.interiordesign.net/articles/11553-trade-show-report-20-design-bests-at-stockholm-furniture-fair/

KANGAS, Johanna 2016. Nonna Decor-blogi [verkkoaineisto]. Tukholman kalustemessut 2016. [viitattu 2016-3-30.] Saatavissa: http://nonnadecor.fi/tukholman-kalustemessut-2016/

SOXBO, Marie 2016. Sköna Hem: Husligheter-blogi [verkkoaineisto]. Stockholm Furniture Fair 2016: En sammanfattning. [viitattu 2016-3-30.] Saatavissa: http://blogg.skonahem.com/husligheter/2016/02/11/stockholm-furniture-fair-2016-en-sammanfattning/

STOCKHOLM FURNITURE AND LIGHT FAIR 2016. Messujen verkkosivut [verkkoaineisto]. Saatavissa: http://www.stockholmfurniturelightfair.se

TAPETTITALO 2016. Tyyliopas [verkkoaineisto]. [viitattu 2016-3-23.] Saatavissa: http://www.tapettitalo.fi/tyylit/1990-luku_fi.html

PANTONE 2016. Color of the year 2016 [verkkoaineisto]. [viitattu 2016-3-30.] Saatavissa: http://www.pantone.com/color-of-the-year-2016

PROMOSTYL 2016. Verkkosivut [verkkoaineisto]. Saatavissa: http://www.promostyl.com/en/

TIKKURILA 2016. Color now 2016 [verkkoaineisto]. [viitattu 2016-3-30.] Saatavissa: http://www.tikkurila.fi/kotimaalarit/varit/color_now_2016_-trendivarit/vihreat/vuoden_vari

TORK 2016. Värien vaikutus ravintolakokemukseen [verkkoaineisto]. [viitattu 2016-4-20.] Saatavissa: http://www.tork.fi/tietoa/lehdistotiedotteet/news-detail?id=19462

YLE 2016. Uutiset [verkkoaineisto]. Löytyykö sinunkin seinältäsi- Suomen myydyimmät tapetit kuvina. [viitattu 2016-4-1.] Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/loytyyko_suosikkitapetti_sinunkin_seinaltasi__suomen_myydyimmat_tapetit_kuvina/8604725

KUVALÄHTEET

Kuva 1: TAPETTITIETOKANTA 2016. Sijainti: http://tapetti.nba.fi/4498

Kuva 2: COLE & SON 2016. Sijainti: http://www.cole-and-son.com/en/collection-geometric-ii/wallpaper-105/7030/

Kuva 3: TAPETTITIETOKANTA 2016. Sijainti: http://tapetti.nba.fi/4011

Kuva 4: TAPETTITIETOKANTA 2016. Sijainti: http://tapetti.nba.fi/993

Kuva 5: TAPETTITIETOKANTA. Sijainti: http://www.tapettitalo.fi/mallit/69659.html

Kuva 6: TAPETTITIETOKANTA. Sijainti: http://www.tapettitalo.fi/mallit/61784.html

Kuva 7: K-RAUTA 2016. Sijainti: https://www.k-rauta.fi/rautakauppa/eco-dimensions/tapetti-eco-dimensions-8102-kuitu-10-05m

Kuva 8: WGSN 2016. Sijainti: https://www-wgsn-com.ezproxy.savonia.fi/content/reports/#/Prints+&+Graphics/w/A_W_17_18/25315

Kuva 9: WGSN 2016. Sijainti: https://www-wgsn-com.ezproxy.savonia.fi/content/reports/#/Prints+&+Graphics/w/A_W_17_18/25315

Kuva 10: WGSN 2016. Sijainti: https://www-wgsn-com.ezproxy.savonia.fi/content/reports/#/Prints+&+Graphics/w/A_W_17_18/25315

Kuva 11: WGSN 2016. Sijainti: https://www-wgsn-com.ezproxy.savonia.fi/content/reports/#/Prints+&+Graphics/w/A_W_17_18/25315

Kuva 12: WGSN 2016. Sijainti: https://www-wgsn-com.ezproxy.savonia.fi/content/reports/#/Prints+&+Graphics/w/A_W_17_18/25315

Kuva 13: PANTONE 2016. Sijainti: http://www.pantone.com/images/pages/20758/wallpaper/PANTONE-Color-of-the-Year-2016-v3-2732x2048.jpg

Kuva 14: TIKKURILA 2016. Sijainti: http://www.tikkurila.fi/kotimaalarit/ideat/vuoden_vari_vuonon_vihrea_rauhoittaa

Kuva 15: Käyttäjätaulu, kuvakollaasi. Koostanut: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Alkuperäisten kuvien sijainti: http://ffz3photography.tumblr.com/post/85138205230/upstate-ny-fall-2013 http://www.sortrature.com/escape-from-reality-in-lissy-elles-fantasy-world/

Kuva 16: Tummat ja goottihenkiset tapetit, kuvakollaasi. Koostanut: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Alkuperäisten kuvien sijainti:
http://www.elliecashmandesign.com/floral-wallpaper/dark-floral-ii-black-saturated
http://www.ellos.fi/wallpaper-by-ellos/kelly-tapetti/514890?N=1z13sntZ1z141o7&Ns=Popularityl1&Nao=2&selArt=790857&pr=0C1B2S3T
http://www.houseandgarden.co.uk/interiors/furnishings/wallpaper/barbara-hulanicki?previous#ViewImage

Kuva 17: Pastelliset tapetit, kuvakollaasi. Koostanut: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Alkuperäisten kuvien sijainti:
https://www.sanderson-uk.com/shop/wallpaper/vintage-2-wallpapers/flamingos/?code=DVIN214569
https://fi.pinterest.com/pin/185773553349099429/
https://fi.pinterest.com/pin/557179785125594750/
Kuva 18: Omalaatuiset kuva-aiheet, kuvakollaasi. Koostanut: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Alkuperäisten kuvien sijainti:
http://www.anthropologie.com/anthro/pdp/index.jsp?&id=23163819&catId=HOME-NEW&pushId=HOME-NEW&popId=HOME&navCount=6&color=001&isProduct=true&fromCategoryPage=true&isSubcategory=true&subCategoryId=HOME-NEW#/
http://abnormalsanonymous.com/wallpaper/buggie/
http://www.bitrebels.com/lifestyle/imperial-forces-wallpaper-the-dark-side-of-interior-design/
http://www.houseandgarden.co.uk/interiors/furnishings/wallpaper/meg-matthews-liberty-skull?next#ViewImage
Kuva 19: Moodboard, kuvakollaasi. Koostanut: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Alkuperäisten kuvien sijainti:
http://photographyblogger.net/lupen-grainne-photography/
http://paytward.tumblr.com/post/117017472873/revergran-d
http://www.ignant.de/2015/01/09/surreal-photography-by-gabriel-isak/
Kuva 20: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.
Kuva 21: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.
Kuva 22: DESIGN SEEDS 2016. Sijainti: http://www.viralsharer.com/2015/10/trending-nature-inspired-color-palettes.html
Kuva 23: COLOUR PALETTES 2016. Sijainti: http://colorpalettes.net/category/yellow/page/6/
Kuva 24: Kuvakollaasi. Koostanut: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Alkuperäisten kuvien sijainti:

http://colorpalettes.net/category/cool-colors/page/5/

http://colorpalettes.net/category/warm-colors/page/5/

http://colorpalettes.net/color-palette-2560/

Kuva 25: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 26: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 27: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 28: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 29: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 30: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 31: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 32: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 33: Kollaasi. KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot. Kollaasin makuuhuoneetta esittävä alkuperäinen valokuva: SIRKKIÄ, Jonna 2016. Sijainti: haltijan henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 34: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 35: Kollaasi. KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot. Kollaasin olohuonetta esittävä alkuperäinen valokuva: SIRKKIÄ, Jonna 2016. Sijainti: haltijan henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 36: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 37: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 38: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 39: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

Kuva 40: KÄRKKÄINEN, Katja 2016. Sijainti: tekijän henkilökohtaiset tiedostot.

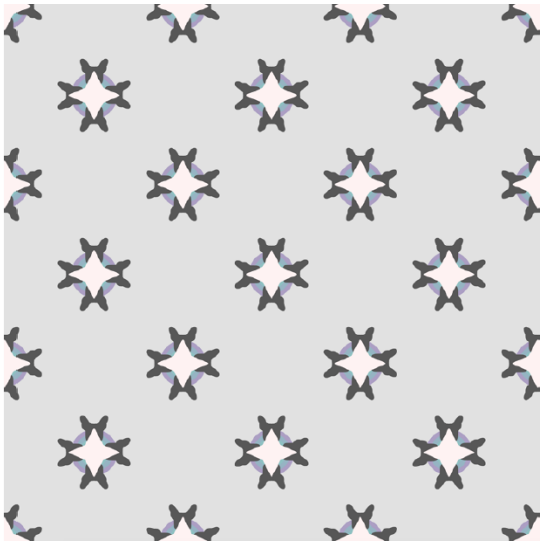
Kysely värien luomista mielikuvista

Tämän kyselyn tarkoituksena on kartoittaa, mitä mielikuvia henkilöille herää eri väreistä. Kuvien alle on listattu erilaisia adjektiiveja, joista vastaava valitsee hänen mielestään kuvaan parhaiten sopivan adjektiivin.

Kysely sisältää yhteensä kuusi kuvaa.

Valitse kuvaan parhaiten sopiva adjektiivi.

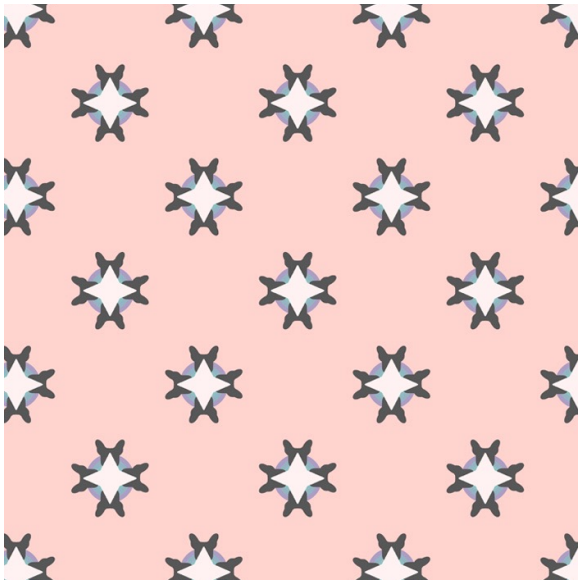
Voit valita yhden adjektiivin per kuva.



Kuva 1

Merkitse vain yksi soikio.

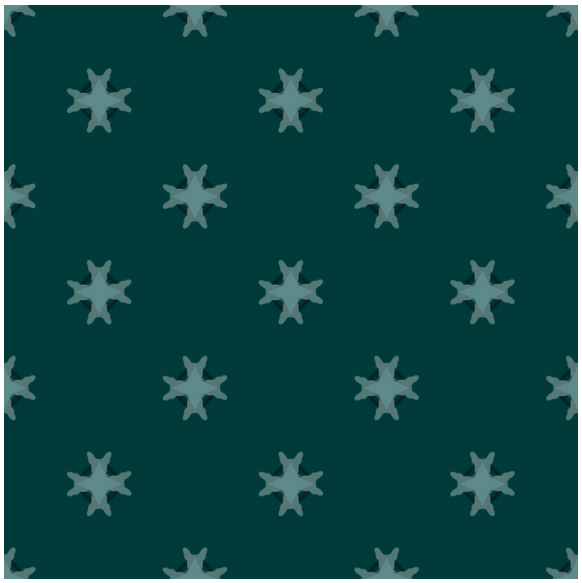
- Tylsä
- Hienostunut
- Innostava
- Ärsyttävä
- Iloinen
- Rauhoittava



Kuva 2

Merkitse vain yksi soikio.

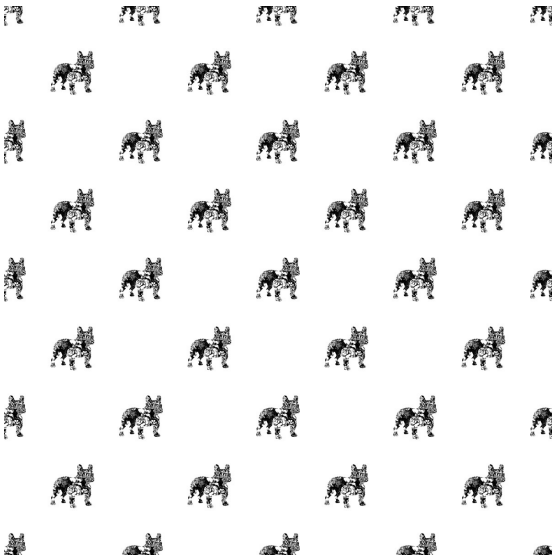
- Tylsä
- Hienostunut
- Innostava
- Ärsyttävä
- Iloinen
- Rauhoittava



Kuva 3

Merkitse vain yksi soikio.

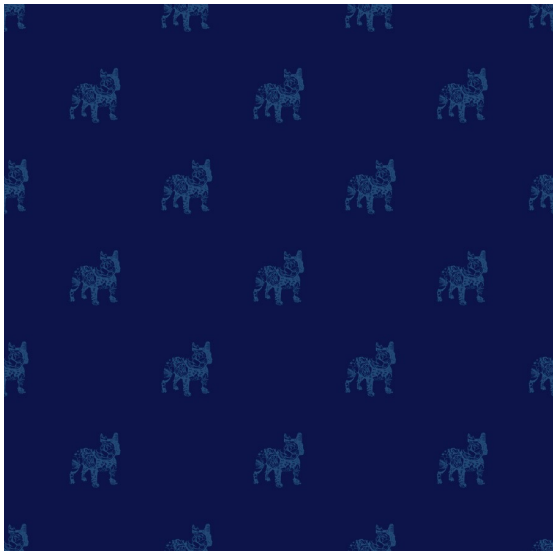
- Tylsä
- Hienostunut
- Innostava
- Ärsyttävä
- Iloinen
- Rauhoittava



Kuva 4

Merkitse vain yksi soikio.

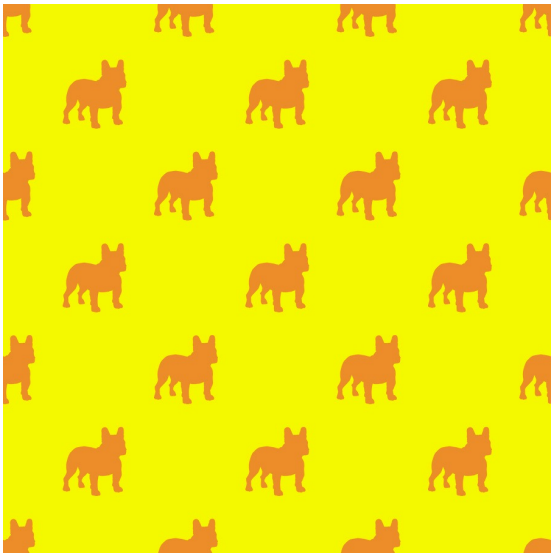
- Tylsä
- Hienostunut
- Innostava
- Ärsyttävä
- Iloinen
- Rauhoittava



Kuva 5

Merkitse vain yksi soikio.

- Tylsä
- Hienostunut
- Innostava
- Ärsyttävä
- Iloinen
- Rauhoittava



Kuva 6

Merkitse vain yksi soikio.

- Tylsä
- Hienostunut
- Innostava
- Ärsyttävä
- Iloinen
- Rauhoittava