

matikkänälkä

Ilmekonseptin suunnittelu

matikkanätkä

Ilmekonseptin suunnittelu

Ilona Puska

Opinnäytetyö

71 sivua

Lahden ammattikorkeakoulu

Muotoiluinstituutti

Viestinnän koulutusohjelma

Graafinen suunnittelu

Syksy 2019

Tiivistelmä

Matikkanälkä on suomalainen matematiikan opetuksen ja arvioinnin ideologia, joka koostuu koulutuksista, kirjasta ja tehtävämateriaaleista. Opinnäytetyönäni suunnittelin Matikkanälän visuaalisen ilmeen.

Matikkanälkä kuvailee itseään tieteelliseksi asiantuntijaksi, mutta samalla anarkistiseksi edelläkävijäksi. Työssäni tutustun Matikkanälän toimintaan ja tuotteisiin, toimialaan, kilpailijoihin ja kohderyhmään. Tämän taustoituksen perusteella lähdän etsimään keinoa visualisoida tätä anarkistisuuden ja tieteellisyyden risteytystä niin, että lopputulos on pedagogiikan toimialalle soveltuva.

Lopussa esittelen ilmekonseptin, joka tullaan myöhemmin lanseeraamaan Matikkanälän käyttöön.

Abstract

Matikkanälkä is a Finnish ideology of teaching and evaluating mathematics. This ideology is expressed through the production of educational activities, learning materials and a book. As my graduation project, I designed their visual identity.

Matikkanälkä describes itself as a scientific professional but also as an anarchist trailblazer. In my thesis, I familiarize myself with their work, products, competitors and target group, as well as contextualize them within the industry. With this background information, I begin to explore ways to visualize this mixture of science and anarchism as expressed within their ideology and find a suitable visual solution for the pedagogical field.

In the end, I introduce a visual concept which is set to be launched by Matikkanälkä in the future.

Sisällys

1 Alustus	5	5 Toteutus	42
1.1 Johdanto	6	5.1 Grafiikkaelementit	43
2 Logo 1.0	8	5.2 Värit	48
2.1 Toimeksianto ja tavoitteet	9	5.3 Benchmark	50
2.2 Taustoitus	11	5.4 Typografia	52
2.3 Toteutus	16	5.5 Logo	55
3 Ilmetyön aloitus	21	5.6 Grafiikoiden soveltaminen	58
3.1 Toimeksianto ja tavoitteet	22	6 Ilmekonsepti	60
4 Taustoitus	24	7 Lopuksi	64
4.1 Vastausta vaille jääneet kysymykset	25	7.1 Yhteenveto ja itsearviointi	65
4.2 Toimiala	27	7.2 Lähteet	68
4.3 Kohderyhmä	29		
4.4 Ilmeanalyysi	31		
4.5 Kilpailu	34		
4.6 Ilmetyöpaja	38		

1 Alustus

1.1 Johdanto

Aiheen valinta

Helppo valinta

Opinnäytetyöni aiheen valinta ei tuottanut minulle lainkaan päänvaivaa – tiesin pitkään, että haluan suunnitella visuaalisen ilmeen. Yritystoiminta on mielestäni hyvä tapa muuttaa maailmaa, ja visuaalisen ilmeen suunnittelu on keino päästä auttamaan niillä taidoilla, joita minulla on. Niitä suunnitellessa pääsee oppimaan uutta oman kuplansa ulkopuolelta ja tekemään yhteistyötä ihmisten kanssa, joihin ei muutoin tutustuisi.

Matikkanälkä jakoi kanssani yhteiset arvot

Ensikosketukseni Matikkanälkään on vuoden 2018 kesältä, kun se haki Muotoiluinstituutin Facebook-ryhmässä graafikkaa suunnittelemaan toiminnalle logon. Muistan ilmoituksen kuulostaneen siltä, että Matikkanälkä on kunnianhimoinen omassa toiminnassaan ja ymmärtää ilmetyön merkityksen. Ilmoitus oli huolella, mutta rennosti kirjoitettu. Matikkanälkäläiset, Juuso H. Nieminen ja Laura Tuohilampi, pitivät portfoliostani, joten aloitimme yhteistyön.

Hyvin sujunut logoprojekti sinetöi päätöksen

Projektin edetessä innostuin Matikkanälän toiminnasta: työ tuntui merkitykselliseltä. Asiakkaat kuuntelivat näkymyksiäni, mutta esittivät omia mielipiteitään visuaalisuuden suhteen. He ovat iloisia, hauskoja ihmisiä, joiden kanssa oli mukava työskennellä.

Logon suunnittelu vaikutti ilmetyön prosessiin

Kun opinnäytetyön aiheen valinta tuli ajankohtaiseksi, ehdotin että voisin suunnitella ilmeen opinnäytetyönäni loppuun. Tästä kahtia jakautuneesta prosessista johtuen taustoituksenikin jakautuu kahteen osaan: Logo 1.0-osuuteen, joka sisältää silloin hankkimani tiedot Matikkanälän toiminnasta, ja ilmeosuuteen, jossa täydennän tietämystäni ja lähdän suunnittelemaan ilmettä sen pohjalta.

2 Logo 1.0

2.1 Toimeksianto ja tavoitteet

Logoton yritys on kasvoton mies (Airey 2015, 8.)

Brändi-ilmeen suunnitteluprosessista

Kirjassaan *Designing Brand Identity* Alina Wheeler kuvailee brändi-ilmeen luomisen prosessia: ensimmäinen askel on taustatyön tekeminen, toinen siihen perustuvan strategian laatiminen. Tämän strategian perusteella asetetaan tavoitteet visuaaliselle ilmeen suunnittelulle, joka on prosessin kolmas askel. (Wheeler 2009, 90.)

Resurssit

Matikkanälän strategia oli alkuun vielä hakusessa: toiminta oli lapsenkengissään, ja Juuso ja Laura olivat kiireisiä muuallakin. Laajalle brändityölle ei ollut resursseja, mutta lähdimme tekemään logoa niillä resursseilla, joita tuolloin oli.

Tuote: logo

Tarve oli vain logolle, jota tullaan käyttämään pääasiassa nettisivulla, mutta myös kaikissa materiaa-

leissa: oppimateriaalit, sertifikaatit koulutuksen käyneille kouluille ja opettajille, kortit, esitykset... Aikaa työlle oli kaksi viikkoa.

Jotain uutta, jotain oivaltavaa, jotain värikästä

Asiakas toivoi, että logo olisi selkeä ja kuvaisi toimintaa. Asiayhteyden on käytävä ilmi, muttei turhan alleviivaavasti: Matikkanälän kohdalla ennalta-arvattava matikka- tai numerologo olisi tylsä.

Olemassalevasta ilmeestä asiakas mainitsi toimivaksi valkoisen ja värikyyden yhdistelmän. Logon tulisi mieluummin olla yksinkertainen ja asteen verran tylsä kuin liian monimutkainen ja tarkoituksella erikoinen. Oivaltavuus kuitenkin viestisi palvelun luonteesta.

2.2 Taustoitus

Menetelmästä

Matikkanälän tarina?

Suunnittelijan tehtävä on löytää asiakkaan tarina ja kertoa se tarina hyvin (Airey 2015, 6). Ilmeprojektin käynnistyessä olin Saksassa vaihto-opiskelemassa, joten lähdin etsimään tuota tarinaa sähköpostin ja Skypen välityksellä.

Haastattelu auttaa kartoittamaan

Kokosin alkuun kysymyslomakkeen, joka kartoittaa tietoja asiakkaan toimialasta, kohderyhmästä, toiminnasta ja arvoista, sen tavoitteista ja kilpailusta. Tarkoitukseni oli saada mahdollisimman kattavat tiedot Matikkanälän toiminnasta ja siitä, millaiset tavoitteet logolle tulisi asettaa. Lomakkeen kysymykset olin koonnut monista, hajanaisista lähteistä; markkinointiviestinnän kurssilta, Internetistä, kirjoista. Pääasiallisena lähteenäni toimi David Aireyn Logo design love (2015, 44).

Henkilöiden brändistä yrityksen brändiksi

Lähetin lomakkeen asiakkaalleni täytettäväksi. Myöhemmin kävimme vastaukset läpi Skypen välityksellä täydentääksemme aukkoja ja varmistaaksemme, että olemme samalla viivalla. Halusin myös saada kuvan Matikkanäläisten persoonista; heitä on vain kaksi, jolloin yksittäisten henkilöiden merkitys brändille korostuu.

Taustoitus jäi alkuun vajavaiseksi

Taustoituskysymyksiä on paljon ja ne ovat vaikeita; kaikkiin ei ollut vielä vastausta. Omat tietoni taustoituksen tarkkuuden tärkeydestä karttuivat myöhemmin, jolloin täydensin tietojani. Prosessin kuvailun nimissä esittelen hankkimani tiedot lukijalle sitä mukaa, kun niitä kartutin.

Matikkanälän esittely

Historia

Matikkanälkä on Laura Tuohilammen vuonna 2016 perustama matematiikan opetuksen ideologia. Pari vuotta myöhemmin Juuso H. Nieminen tuli mukaan, jonka myötä toimintaa lähdettiin kasvattamaan.

Palvelu ja tuotteet

Matikkanälkä myy etupäässä koulutuksia ja konsulttaatioita kouluille ja muille koulutuksen järjestäjille. Sillä on myös oppimateriaaleja ja vuonna 2017 ilmestynyt Matikkanälkä-kirja. Toinen, englanninkielinen kirja ilmestyy ensi vuonna.

Missio

Matikkanälkä haluaa tehdä matematiikanopetuksesta innostavampaa. Opetuksen tulisi siirtyä oppikirja- ja koekeskeisyydestä hyödyntämään opetus- ja arviointimenetelmiä, jotka tutkitusti auttavat oppilaita innostumaan matematiikasta, työskentelemään sen parissa sinnikkäästi, tarttumaan toimeen oma-aloitteisesti ja oppimaan pitkäkestoisesti.



KUVA 01 / JAAKKO TUULI 2018.

Lauran ja Juuson taustat

Laura ja Juuso tietävät, mistä puhuvat: Laura on työstään palkittu matematiikan yliopistonlehtori, täydennyskouluttaja ja kansainvälinen matematiikan oppimisen tutkija. Juuso taas on matematiikan arvioinnin väitöskirjatutkija, jolla on monivuotinen matematiikan opetuksen, oppimateriaalituotannon ja pedagogisen konsultoinnin kokemus. (Matikkanälkä 2019.)

Arvot

Juuso ja Lauran taustat näkyvät heidän arvoissaan: tärkeimmiksi he nimesivät asiantuntijuuden, laadun ja kehittymisen. Matikkanälän ideologia perustuu uusimpaan tutkimustietoon.

Asiantuntijuuden lisäksi esiin nousi iloisuus, innostavuus ja hyväntuulisuus; "sillä emme voi olla tekemässä tätä ilman omaa persoonaamme".

Kohderyhmä

Matikkanälän kohderyhmä oli löyhästi määritelty: opettajat, rehtorit ja opintopoliittisista asioista päättävät henkilöt. Tällä hetkellä tuotteita käyttävät eni-

ten opettajat kouluissa, mutta kohderyhmää olisi tarkoitus kasvattaa yrityspuolelle. Lauralla ja Juusolla kummallakin on taustaa yrityksissä konsultoinnista, ja he haluaisivat tehdä tätä myös Matikkanälän nimissä. Tämä olisi kuitenkin tiedossa vasta tulevaisuudessa, eikä strategiaa tai mahdollisia asiakkaita ollut vielä sen enempää määritelty.

Kauppapaikka

Matikkanälän asiakkaat löytävät sen pääosin verkkomainonnan kautta. Toisaalta koulutuksen kentällä tieto leviää nopeasti, joten suomalaisia asiakkaita on saatu mukaan myös kuulopuheiden perusteella. Lisäksi Matikkanälkä on mainostanut itseään tieteen ja koulutuksen kentän tapahtumissa.

Kilpailu

Juuson mukaan kilpailijoita ei Suomessa ihan hirveästi ole. Jotkut kouluttajat puhuvat hieman samoista aiheista (mm. koulutuksesta) mutta nämäkin ovat usein keskittyneet juuri oppimateriaalien tuottamiseen.

Hinta

Matikkanälän toiminnan ytimessä on laatu – sen palvelut ovat suhteellisen kalliita, mutta toisaalta parasta mitä rahalla saa.

Vahvuudet

Matikkanälkä on kouluttaja, joka ajaa kokonaisvaltaista ajattelun muutosta. Se ei tarjoa vain yksittäistä helppoa ratkaisua – "tässä tällainen erilainen matematiikan oppimateriaali" – vaan pyrkii myös koulutuksensa kautta kehittämään matematiikan opetusta ja arviointia syvällä ja mullistavalla tavalla. Monet kilpailijat tuottavat loppujen lopuksi todella perinteisiä materiaaleja, vaikka näitä uudenaikaisiksi kutsuttaisiinkin.

Heikkoudet

Heikkouksiksi Juuso luetteli resurssien vähyyden: heitä on vielä vain kaksi tekemässä, ja molemmilla riittää tekemistä muuallakin. Lisäksi vaikka kilpailijoita ei alalla juuri ole, niin Suomen markkinoilla ei myöskään myyntiä yksinkertaisesti ole, kun markkinat ovat pienet.

Olemassaoleva ilme

Verkkosivut

Matikkanälän sivuilla oli käytetty erilaisia ruokavalkuvia, joissa oli mielestäni hauska ajatus, mutta valokuva ei toteutuksen tasolla ollut tarpeeksi abstrahoiwa keino viedäkseen ajatukset ruoan maailmasta matematiikan maailmaan. Typografia oli perinteistä; päättellistä otsikoissa, päätteetöntä leipätekstissä. Turvallista, mutta ei erityisen modernia tai erottuvaa. Valkoista tilaa oli käytetty runsaasti, ja kokonaisilme oli minimalistinen, jopa hieman klininen.

Kirja

Matikkanälällä oli jo omat, toimialalle hieman poikkeukselliset värit; keltainen ja pinkki. Alareunaan on sijoitettu suu, jolle syötetään matikkaa ylhäältä päin. Taustalla on Maija Louekarin Vimhalle suunnittelemaa aaltoilevaa ruudukkoprinttiä, joka vie ajatukset Vimman tuotteisiin ja brändiin.



KUVA 02 / MATIKKANÄLKÄ 2018.



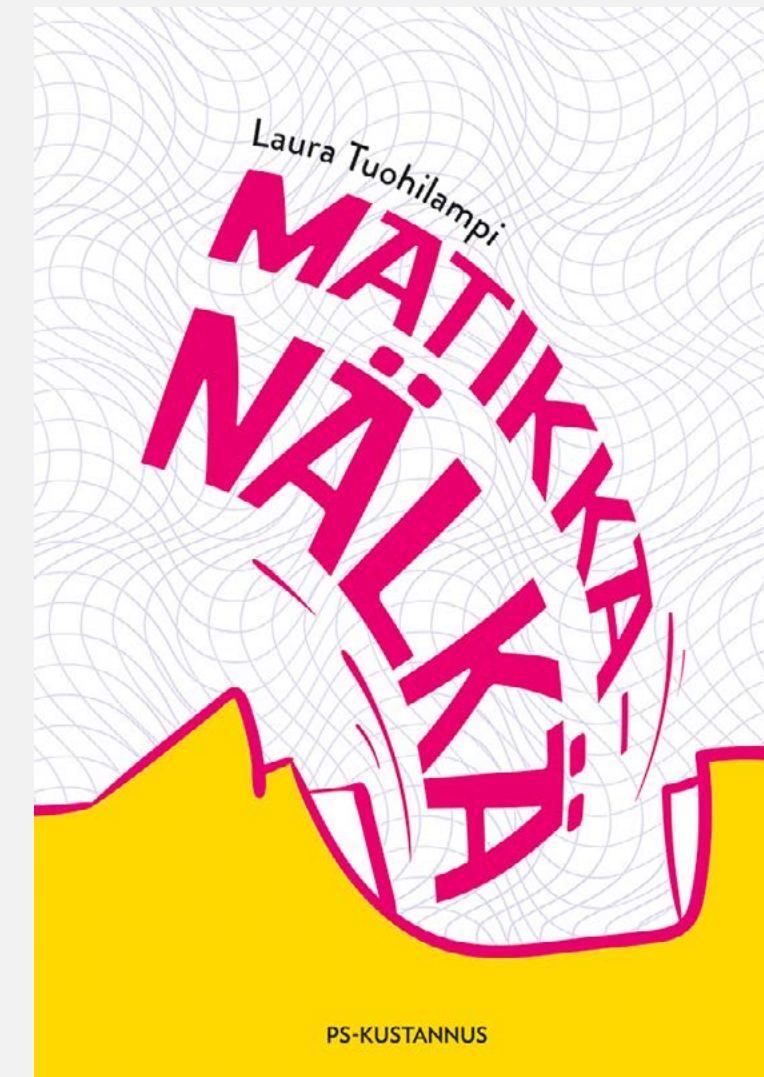
KUVA 03 / MATIKKANÄLKÄ 2018.



KUVA 04 / MATIKKANÄLKÄ 2018.

Matikkanälkä 1 - Johdatus matikan nälän nostattamiseen (3h)

Koulutuksessa perehdytään matematiikan merkitykselliseen opetukseen viimeaikaisten tutkimusten valossa, käsitellään kiinnostuksen heräämisen mekanisme ja sekä matemaattisen itsetunnon kehittymistä. Osallistajat tuntevat itse matematiikan mielekkyyden ja kokevat, millainen työskentely lisää tutkimusten suosittelua keskustelua ja yhteistyötä, mielekkyyttä, useiden ratkaisumenetelmien tunnistamista ja niiden oikeellisuuden arviointia (jos, niin -pohdintoja) sekä uskallusta osallistua. Koulutus suositellaan käytäväksi ennen muita Matikkanälkä-koulutuksia, mutta varsinainen esitietovaatimus se ei ole.



KUVA 05 / PS-KUSTANNUS 2017.

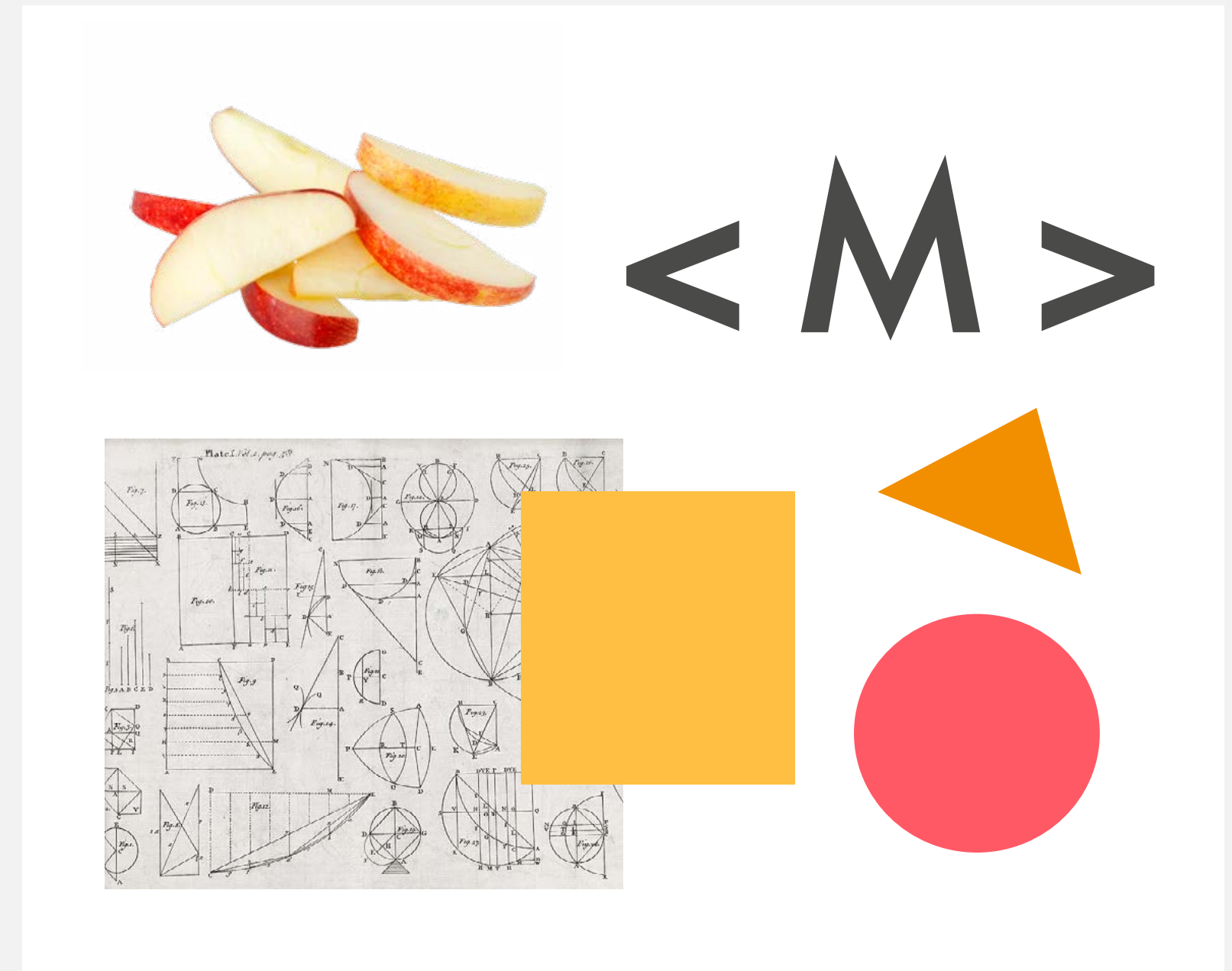
2.3 Toteutus

Konsepti ja moodboard

Matematiikan esittäminen visuaalisesti?

Asiakkaan toiveet huomioon ottaen lähdin etsimään tapoja esittää matematiikkaa, joka ei sisältäisi numeroita. Hain matematiikka-aiheisia kuvia inspiraatioksi Internetin hakukoneella ja tutkin muita matemaattisia merkkejä. Lisäksi yritin tuoda hauskaksi koettua ruokateemaa mukaan, mutta hienovaraisella tavalla.

Moodboardin pohjalta suunnittelin 2 logoehdotusta, jotka lähetin moodboardin ja saatetekstien kanssa asiakkaalle. Esittelen ne seuraavalla sivulla.



KUVA 06 / ILOMA PUSKA 2018.

Logoehdotukset

Typografia

Teksti on kirjoitettu kokonaan pienillä kirjaimilla modernin, mutta ystävällisen kuvan antamiseksi. Kirjasintyyppinä käytin päätteetöntä humanistista kirjasintyyppiä, jossa on pientä tekstauksen tunnelmaa.

Konsepti 1 – suu auki suurempaan

Tämä logo hyödyntää matemaattista symbolia, jossa on viittaus nälkään, mutta samalla myös matematiikkaan ja tekniseen koodimaailmaan.

Konsepti 2 –geometristä hedelmää

Tässä kokeilussa puolikkaat ympyrät (tai hedelmälohkot) muodostavat kirjaimen M.

Vastaus

Asiakas vastasi pitävänsä logoista, mutta kommentteja riittää, joten olisi hyvä tavata kasvotusten.



KUVA 07 / ILONA PUSKA 2018.



KUVA 08 / ILONA PUSKA 2018.

Palaute ja jatkokehitys

Ensitapaaminen

Ensivaikutelmani oli osunut oikeaan; Juuso ja Laura olivat skarppeja, mukavia ihmisiä, joilla oli kunnianhimoinen näkemys toiminnastaan, mutta rento ote.

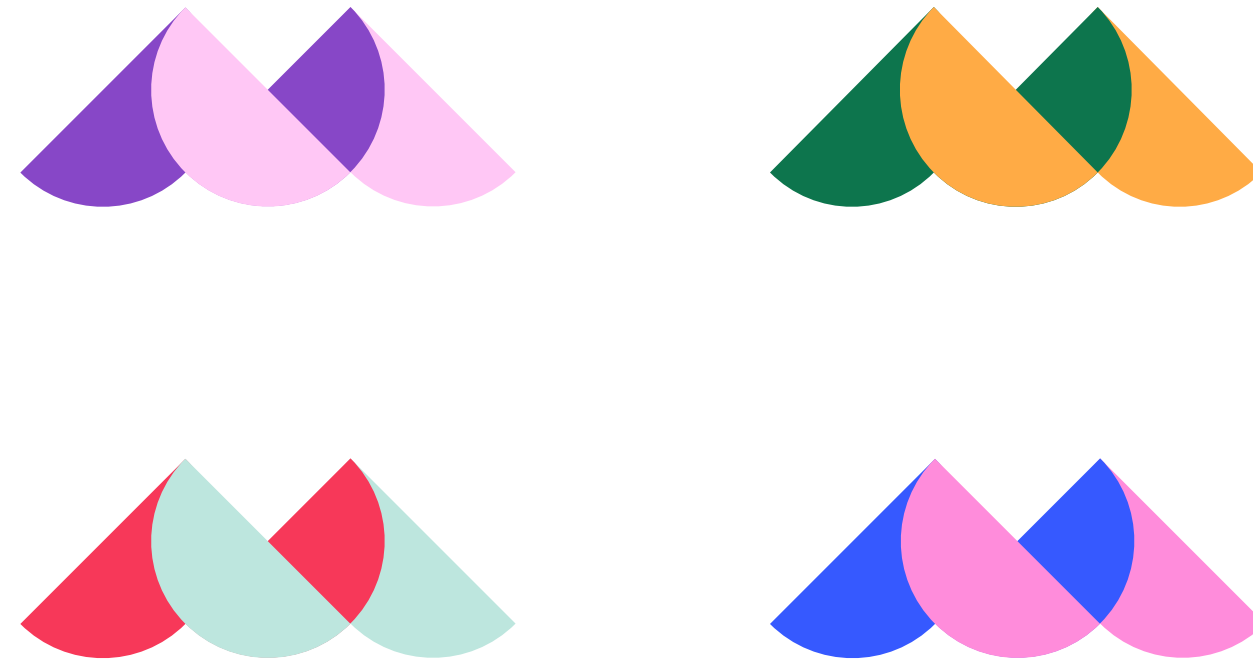
Hedelmäidea viehätti leikkisyydellään

Juuso ja Laura pitivät hedelmäideasta, joten se haluttiin pitää. Yleisilmeeltä toivottiin enemmän asennetta, villiyttä ja jämäkkyyttä, enemmän designia. Tästä syystä päätin vaihtaa logon kirjasintyyppin Futuraan viestimään skandinaavisesta moderniuudesta.

Myös väreistä tuli paljon puhetta: tuolloin en kunnolla ymmärännyt värien merkitystä brändäyksessä, joten pohdimme värejä ainoastaan hedelmäkonseptin tukemiseksi.

Jatkojalostus

Tapaamisen jälkeen tein värikokeiluja, joista Juuso ja Laura valitsivat mieleisempänsä pienillä viilauksilla. Tein logosta versiot eri käyttöön, lähetin ne sähköpostilla ja jäin odottelemaan ilmeprojektille jatkoa.



KUVA 09 / ILONA PUSKA 2018.

Valmis logo



KUVA 10 / ILONA PUSKA 2018.

3 Ilmetyön aloitus

3.1 Toimeksianto ja tavoitteet

Logosta ilmeeksi

Logosuunnittelusta opinnäytetyöhön

Tässä vaiheessa oli kulunut puoli vuotta logon valmistumisesta. Olin aloittamassa opinnäytetyötäni ja otin yhteyttä Matikkanälkään jatkaakseni ilmeen loppuun. Matikkanälkäläiset halusivat kehittää toimintaansa eteenpäin ja tarttuivat innolla tilaisuuteen. Asetin itselleni tavoitteeksi tehdä ilme- ja opinnäytetyön järkevässä aikataulussa ja prosessia seuraten. Asiakas ei asettanut tarkkaa aikataulua. Mitä nopeammin, sen parempi, mutta tehdään huolella.

Toimeksianto

Tarve olisi ilmeelle, joka säilyisi tunnistettavana läpi Matikkanälän monipuolisen materiaalipankin. Erillisiä tuotteita tai niiden tärkeysjärjestystä ei tässä vaiheessa määritelty. Lähdin suunnittelemaan konseptia, jota voitaisiin soveltaa jatkossa kaikkiin materiaaleihin.

4 Taustoitus

4.1 Vastausta vaille jääneet kysymykset

Logotyö jätti aukkoja taustoitukseen

Taustoituksen aukkoja täyttämään

Logoa tehdessä toimeksianto oli muuttunut hie-
man villimpään suuntaan, ja halusin saada lisää tie-
toa valintojeni tueksi; oliko suunnittelemani ilme
Matikkanälälle tarkoituksenmukainen? Tämän selvit-
täkseni halusin tehdä opinnäytetöni puitteissa perus-
teellisemmän taustoituksen. Monta kysymystä oli
aiemmin jäänyt vaille vastausta.

Ratkaistava ongelma ja motivaatio

Mitä merkitystä matematiikan osaamisella on? Eikö
sitä osata jo tarpeeksi hyvin? Entä miksi Matikkanälkä
haluaa auttaa, mikä heidän motivaationsa on?

Kohderyhmä

Matikkanälän kohderyhmän haasteet olivat jääneet
minulle vieraksi. Satunnaiset luokkakokojen kasvatta-
miseen tai digitalisaatioon liittyvät uutiset olivat luo-

neet mielikuvan, että koulu on murroksessa ja opet-
tajat kohtaavat työssään uusia haasteita. Halusin
syventyä näihin haasteisiin paremmin etenkin mate-
matiikan opetuksen näkökulmasta.

Matikkanälän ratkaisu

Miten Matikkanälkä vastaa näihin ongelmiin ja miten
arvokkaiksi mahdolliset asiakkaat nämä ratkaisut
kokevat? Voisiko tuotteita kehittää graafisen suun-
nittelun keinoin käyttäjäystävällisemmiksi? Millaisia
asioita ne käyttäjät arvostavat, joihin ilmeen tulisi
eniten vedota?

Kilpailu, toimiala ja Matikkanälän asema

Tavatessamme keskustellaksemme logosta oli koros-
tunut, että Matikkanälkä on oikeasti erilainen ja
uudenlainen, mutta minun oli vaikea saada kiinni, että
miksi näin on. Olin saanut nähtäväkseni Matikkanälän

tehtäviä ja kysynyt asiasta Juusolta, mutta omalla
nykyisen matematiikanopetuksen tietämykselläni en
nähty, mikä tekee materiaaleista joukosta erottuvia.
Halusin tutustua itse ideologiaan, toimialaan ja muihin
toimijoihin perusteellisemmin.

Uhkat ja mahdollisuudet?

Tarkoituksenmukaista olisi jo tässä vaiheessa tutus-
tua myös siihen kenttään, jolle Matikkanälkä on pyrki-
mässä, eli ulkomaille ja yritysmaailman: Matikkanälän
strategia oli kuitenkin edelleen muotoutumassa. Tästä
syystä tutustuin opinnäytetöni puitteissa vain sen het-
kiseen tilaan.

4.2 Toimiala

Koulutukseen osallistuminen

Ensivaikutelma

Koulutus järjestettiin Lahdessa lukion aineenopettajille. Se alkoi yhdeksältä lauantaiamuna, ja olin havaitsevani osallistujien keskuudessa pientä apatiaa – ilmeisesti koulutus ei ollut vapaaehtoinen. Lauran aloittaessa oman osionsa pari keski-ikäistä miesopettajaa supatti takarivissä, nuori naisopettaja ei irrottanut katsettaan puhelimestaan.

Koulutuksen alussa Laura kävi läpi matematiikan opetuksen nykytilaa, ongelmia, joita se aiheuttaa ja miten tilannetta voitaisiin korjata.

Ongelma

Peruskoulussa istutaan 1216 matematiikan oppitunnilla. Ensimmäiselle luokalle mentäessä matematiikasta ollaan innostuneita, mutta vuosien varrella sekä pystyvyyden tunne, että pitäminen vähenevät.

Ongelma vaikuttaa elinkeinoteollisuudessa asti

Tämä vaikuttaa lukion ainevalintoihin ja sitä kautta

aina työelämään asti: Suomessa on huutava pula matemaattisten alojen osajista, vaikka noilla aloilla on tyypillisesti varma työ ja hyvä palkka.

Matematiikan opetus ei tähtää oppimiseen

Syyttäminen ei ole oppilaita, vaan nykyistä järjestelmää: opetus ja arviointi tähtäävät oppikirjan nopeaan läpikäymiseen ja oppilaiden luokitteluun jatko-opintokelpoisuuden selvittämiseksi, eivät oppimiseen ja innostumiseen. Järjestelmä palkitsee kaavojen pänttäämisestä, ei ajattelun kehittämistä.

Matikkanälän ratkaisu

Laskukaava- ja oppikirjakeskeisyyden sijasta pitäisi siirtyä tehtäviin, jotka ovat osallistavia, tosielämään sijoittuvia ja monikerroksellisia. Tehtävien tulisi herättää keskustelua ja tunteita ja mahdollistaa monia eri ratkaisumalleja. Näin oppilaat saisivat mahdollisuuden kehittää henkilökohtaisen sidoksen matematiikkaan.

Kuulostaa hienolta, mutta mitä tämä tarkoittaa?

Matikkanälän ideologian mukaan yhden tehtävän ratkaisuun käytetään koko tunti. Oppilaat keskustelevat ryhmässä ja kehittelevät vaihtoehtoisia ratkaisutapoja.

Jyväskylän yliopisto teki tutkimuksen Matikkanälän tehtävien käytöstä oppitunnilla. Odotuksien mukaisesti tunneilla oli enemmän puhetta aiheen vierestä, mutta mikä tärkeintä: tunnilla oli mukavaa. Asiasta nauttiminen ja sen mielekkäänä pitäminen ovat avainasioita kiinnostuksen heräämisessä.

Oma mielikuva

Koulutuksessa pääsin itsekin kokemaan tuon kiinnostuksen heräämisen – monet aikaisemmin itselleni epämääräiset termit, kuten monikerroksellisuus, realisoituivat ilahduttavalla tavalla, kun pystyin aidosti osallistumaan tehtäviin. Tehtäviin oli monta sisäänpääsyä ja tapaa ratkoa, ja vaikka menetelmäni ei ehkä ollut yhtä hienostunut kuin viereisen matematiikanopettajan, se toimi. Olin onnistunut kasvattamaan itselleni matikkanälkkää.

4.3 Kohderyhmä

Opetuksen haasteet ja palaute Matikkanälän toiminnasta

Laura ja Juuso olivat innostavia esiintyjiä

Mutta minun mielipiteeni sikseen – mitä mieltä itse kohderyhmä, opettajat, ovat?

Päivän alussa havaitsemani apatia tuntui vähenevän: Laura ja Juuso olivat kumpikin asiansa osaavia, innostavia esiintyjiä ja vastasivat hyvin haastavampiinkin kysymyksiin.

Matematiikanopetuksen haasteet ovat monisyiset

Opettajat todella haastoivat: kysymysten ja keskustelun perusteella työssä on monia vaikeuksia, ja paikoin opettajat olivat käsinkosketeltavan turhautuneita ongelmista puhuessaan: kuten miten opettaa luokkaa, jossa on 20 erilaiset taidot omaavaa oppilasta, joista muutama on tehnyt kirjan loppuun ja puolia ei innosta? Miten ottaa arvioinnissa positiivisesti huomioon aktiivisuus tunnilla, jos kokeessa näkyy, että oppilas ei osaa suorittaa laskuja? Ansaitseeko hän yhtä hyvän numeron, kun se, joka saa kokeesta täydet pisteet, mutta tulee tunnille myöhässä eikä osallistu?

Muutosta toivotaan

Kentällä olevat vaikeudet ovat laajoja ja herättävät selvästi tunteita. Harppaus nykytilasta innostavaan, mutta toimivaan systeemiin on massiivinen ja vaatii opettajilta työtä. Vaatii aikaa, vaivaa ja rohkeutta hylätä tutut opetuksen tavat ja alkaa teettämään oppilailla keskustelua ja itsearviontia, kun vuosia opetuksen keskiössä on ollut oppikirja ja kokeet. Opettajat näkivät Matikkanälän menetelmien vahvuudet, mutta kokivat haasteeksi tuoda niitä omaan opetukseen.

Palaute

Jokaisen koulutuksen päätteeksi Matikkanälkä kerää asiakkailtaan palautetta. Koulutuksessa esiintulleet kipupisteet tulivat palautteessakin vahvasti esiin: Matikkanälän ideologia oli jäänyt liian korkealentoiseksi.

Opettajat toivoivat lisää konkretiaa, lisää työkaluja omaan käyttöön. Tehtävät ovat tästä hyvä esimerkki. Opettajilla on jo valmiiksi kädet täynnä töitä, ja omien keskustelutehtävien kehittäminen vie aikaa.

Matikkanälän palveluille siis on kysyntää, mutta ne pitäisi tuotteistaa kohderyhmän tarpeet ja haasteet mielessä pitäen.

Palautteeseen reagointi

Laura oli jo tarttunut tähän tehtävään ja työsti materiaalipakettia, jossa on opetussuunnitelman mukaiset sisällöt koko kouluvuodelle. Materiaalipaketti aiottiin julkaista aikataululla ”mahdollisimman pian”, joten lähdin suunnittelemaan ilmettä sillä ajatuksella, että jos saan sen valmiiksi, sitä sovelletaan pakettiin ennen julkaisua. Muussa tapauksessa ilme voitaisiin päivittää myöhemmin.

Toinen kohderyhmä: oppilaat

Taustoituksen puitteissa en päässyt seuraamaan oppilaita ratkomassa tehtäviä, mutta kohderyhmän laaja ikäjakauma tulisi ottaa huomioon ilmettä suunnitellessa.

4.4 Ilmeanalyysi

Hajanaista viestintää

Matikkanälällä oli mittavasti materiaalia

Tässä vaiheessa loin tarkemman katsauksen Matikkanälän materiaaleihin: logoa tehdessä olin tutustunut vain nettisivuihin, mutta koulutuksen ohessa minulle oli avautunut aivan uusi materiaalien maailma – päällimmäisenä näistä presentaatiot ja pienet, yhden dian mittaiset tehtävät.

Logo

Laura ja Juuso olivat myös ottaneet suunnittelemani logon käyttöön, mutta se oli jäänyt irralliseksi elementiksi muista materiaaleista, eikä luonut merkittävää lisäarvoa – ilme on kokonaisuus, ja logo on vain pieni pala viestintää.

Värit

Värien valinta logon kanssa oli epäonnistunut: tarjotamani punainen ja vihreä vain hajauttivat entisestään laajaa palettia. Yleisimmät värit olivat edelleen keltainen ja pinkki, mutta väripaletti ei ollut tunnistettava.

Typografia

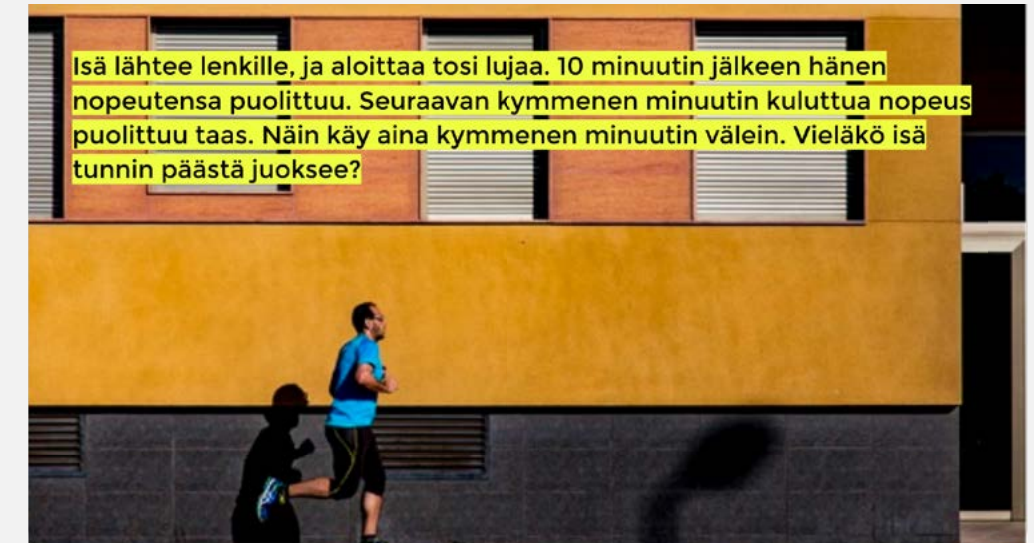
Fonteissa oli paljon vaihtelua. Nettisivuilla oli yhdistetty päätteellistä ja päätteetöntä, presentaatioissa oli muutamia erilaisia päätteettömiä fontteja, Instagramin tehtävissä oli leikitelty villimmillä display-fonteilla.

Valokuvat

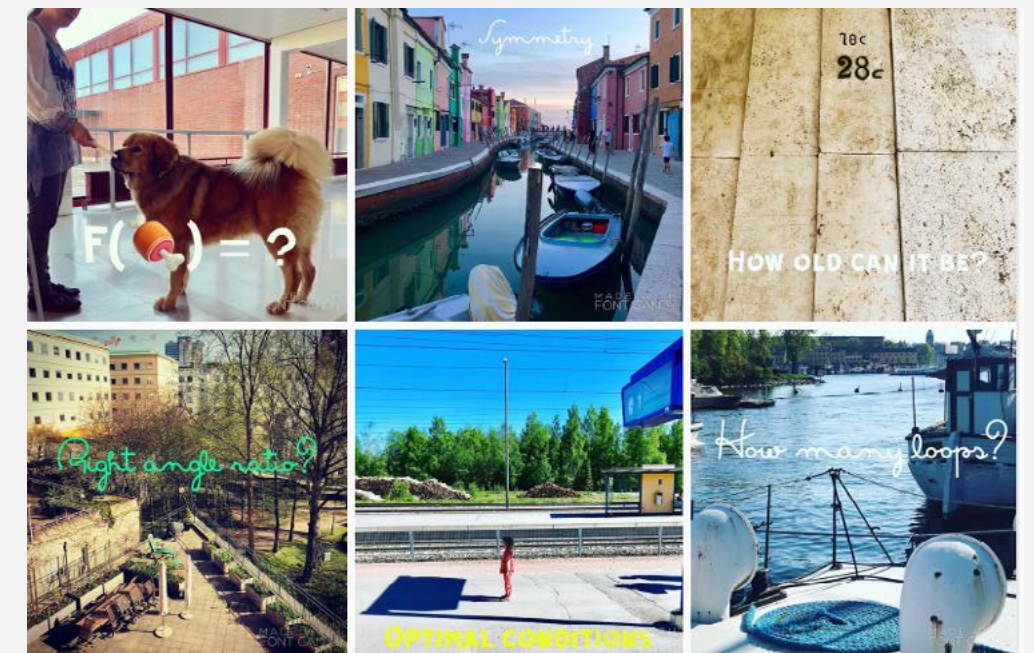
Valokuvia oli käytetty runsaasti ja kaikissa materiaaleissa: osa itse otettuja, osa netistä haettuja. Suuri osa oli heikkolaatuisia, eivätkä siis viestineet palvelun tai tuotteiden laadusta.

Sosiaalinen media

Instagramissa Matikkanälällä oli Lauran itse kuvamia valokuvia, jotka toimivat samalla matematiikan tosielämään sijoittuvina tehtävinä. Kuvissa oli käytetty kirkkaita filttareita. Tehtävääjatus oli mielestäni hauska ja tällainen candid-henkisyys tuo pienelle brändille persoonallisuutta ja aitoutta, mutta tilin kokonaiskuva oli kotikutoinen.



KUVA 11 / MATIKKANÄLKÄ 2018.



KUVA 12 / MATIKKANÄLKÄ 2018.

Presentaatiot

Presentaatioissa jäin kaipaamaan hierarkiaa; erilaiset kansi- ja osioiden aloitusdiat olisivat helpottaneet esityksen seuraamista. Tekstin takana oli usein käytetty keltaista korostusväriä, joka vei ajatukset koulumaailman yliviivaustusseihin. Sitä oltiin kuitenkin käytetty liikaa, jolloin siitä tuli pikemminkin ylimääräinen graafinen elementti, kuin hierarkiaa luova tekijä. Parempi keino olisi ollut jakaa sisältö usammalle dialle, mikä myös tekee esityksen seuraamisesta helpompaa.

Ilme ei ollut johdonmukainen, tunnistettava tai kuvannut arvoja

Suurin ongelma oli epäjohdonmukaisuus - pelkän logon lisääminen ei ollut vienyt ilmettä eteen päin. Sekava kokonaiskuva ei viestinyt modernin asiantuntijapalvelun laadusta tai lisännyt tunnistettavuutta.

2. RAKENNA MATEMATIIKKA YHDESSÄ

Oppilas esittää opettajan kysymykseen oikean vastauksen, mutta virheellisesti perustellen. Mitä seuraa, kun matematiikka on...

...opettajan omistamaa?

- Opettajalla on hallussaan tieto ja välineet siihen pääsemiseksi.
- Oppilaiden tehtäväksi jää löytää sisäänpääsy opettajan hallitsemaan tietoon.

...yhdessä rakennettavaa?

- Yhdessä arvioidaan, menikö päättely oikein, testataan, toimiiko se kaikissa tapauksissa ja päätellään, miksi / miksi ei.

Tapauskuvaus perustuu Lermanin (1990) artikkeliin Alternative Perspectives of the Nature of Mathematics and their Influence on the Teaching of Mathematics <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1080/0141192900160105>

4.5 Kilpailu

Kouluttajat

Pedagogiikkaa ja matematiikkaa

Seuraavaksi lähdin tutkimaan, millaisia toimijoita kentällä jo on. Tutkin sekä pedagogisia että matematiikan kouluttajia. Loin katsauksen Opettajan tietopalveluun, jossa Matikkanälän koulutus on myynnissä muiden koulutusten rinnalla. Kun koulut ostavat koulutuksia, ne ostetaan usein esimerkiksi koko koulun luokanopettajille. Matikkanälkä ei siis kilpaile ainoastaan matemaattisten toimijoiden kanssa.

Positiivisen pedagogiikan kouluttajat

Positiivisen pedagogiikan kouluttajien joukossa yleisiä olivat lähelle rajatut kasvokuvat: face-ism ratio -periaatteen mukaan näin lähelle rajatut kuvat korostavat henkilön ajatusmaailmaa ja tunteita (Lidwell, Holden, Butler, 2003, 88). Sivustot kantoivat usein omistajansa nimeä.

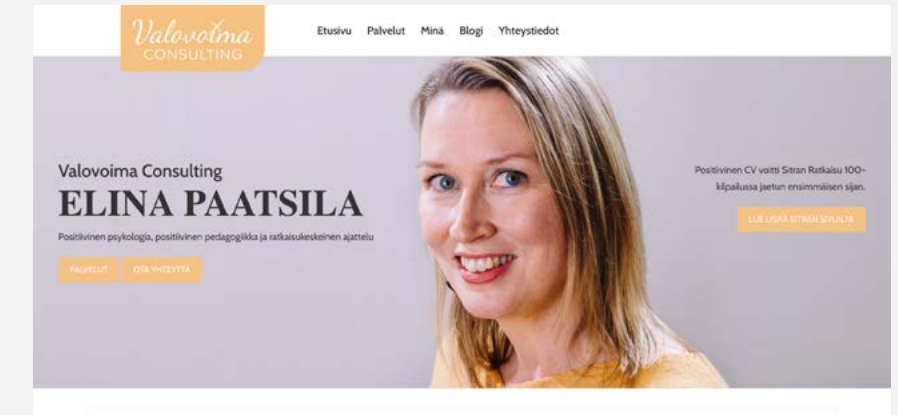
Lumatikka

Lumatikka luotti kuvapankkikuviin, jotka loivat geneerisen, persoonattoman vaikutelman. Pojan innostunut ilme ei vakuuta, vaan viestii väkinäisyydestä.

Jälleen kerran – kuuluuko koulutuksen olla turvallista ja varmaa? Tunnistaako koulutusta koulutukseksi, jos se ei pysyttele tiukkojen rajojen sisällä?

Youcubed

Matikkanälän amerikkalainen kilpailija, Youcubed, oli panostanut suuresti: sillä oli sivustollaan omat valokuvat, videoita, paljon aineistoa... Huomasin, että kyseessä on suuri, pitkän linjan toimija. Visuaalisuus oli kuitenkin perinteistä – eikö koulutuksen kentällä voi villitellä? Viekö se uskottavuutta? Ovatko koulut niin harkitsevia hankinnoissaan, että kouluttajan pitää herättää ensisijaisesti luottamusta?



KUVA 14 / ELINA PAATSILA 2019.



KUVA 15 / LUMATIikka 2019.



KUVA 16 / YOUCUBED 2019.

Oppimateriaalit

Milli-sarja lupaa ajattelun taitoja

Sanoman Milli-sarja on alakoululle suunnattu sarja, joka lupaa mullistaa matematiikan opetuksen. Millin avulla kehitetään ajattelua ja ymmärrystä ja opitaan matematiikan perustaitoja mielekkäällä tavalla. (Sanoma Pro 2019.)

Visuaalisuus vie ajatukset seikkailuun

Milli-kirjat ovat runsaasti, lastenkirjamaisesti kuvitettuja. Ne ovat monivärisiä ja sarjan kirjoissa ovat mukana hahmot, jotka kasvavat sarjan mukana. Kirjojen kansissa seikkaillaan luonnossa ja puuhailaan ystävien kanssa. Sisältö on monivärinen ja graafisia elementtejä täynnä. Typografia on ystävällistä ja humaania; nyt ollaan ihmisten maailmassa.



KUVA 17 / SANOMA PRO 2019.



KUVA 18 / SANOMA PRO 2019.

Kuutio lupaa loogisen ja luovan ajattelun taitoja

Kuutio-sarja sisältää valmiita tuntikokonaisuuksia ja runsaita tehtävämateriaaleja. Jokaiselle oppilaalle löytyy sopivan tasoisia haasteita. Sarja antaa mahdollisuuksia yksilöllisten oppimispolkujen rakentamiseen ja huomioi erilaisten oppijoiden tarpeet.

(Sanoma Pro 2019.)

Kannet eivät viesti yksilöllisyyttä

Kannet on kuvitettu jää- ja sokeripaloilla, nopilla ja laatoilla. Palat ovat keskenään identtisiä, mikä viestii toisteisuudesta ja yhteen muottiin mahdolluttamisesta. Värit viestivät perinteistä teknistä, insinöörimäistä lähestymistapaa. Humaanit muodot korvaantuvat neliöillä; emme ole enää ihmisten maailmassa – olemme siirtyneet kuutioiden maailmaan.

Typografiset toteutukset erottuivat edukseen

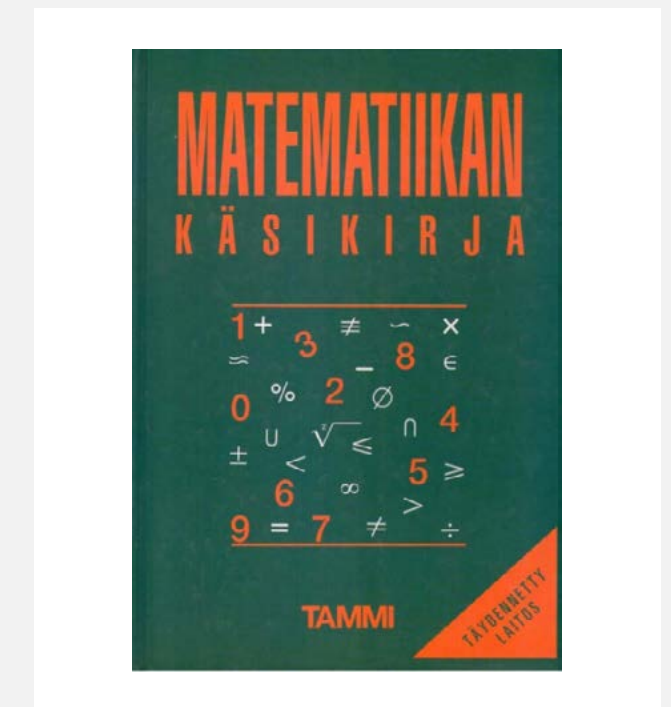
Internetin kuvahaussa edukseen erottuivat typografiseen toteutukseen luottavat kirjat. Niistä kuitenkin sain vahvistuksen ajatukselle, että Matikkanälän ilmeen ei tulisi nojata numeroihin; ne viestivät laskukaavoista ja laskemisesta, eivät ongelmanratkaisusta.



KUVA 19 / SANOMA PRO 2019.



KUVA 20 / EDU KUSTANNUS 2019.



KUVA 21 / ANTIKVARIAATTI ENSIPAINOS 2019.

4.6 Ilmetyöpaja

Menetelmän esittely

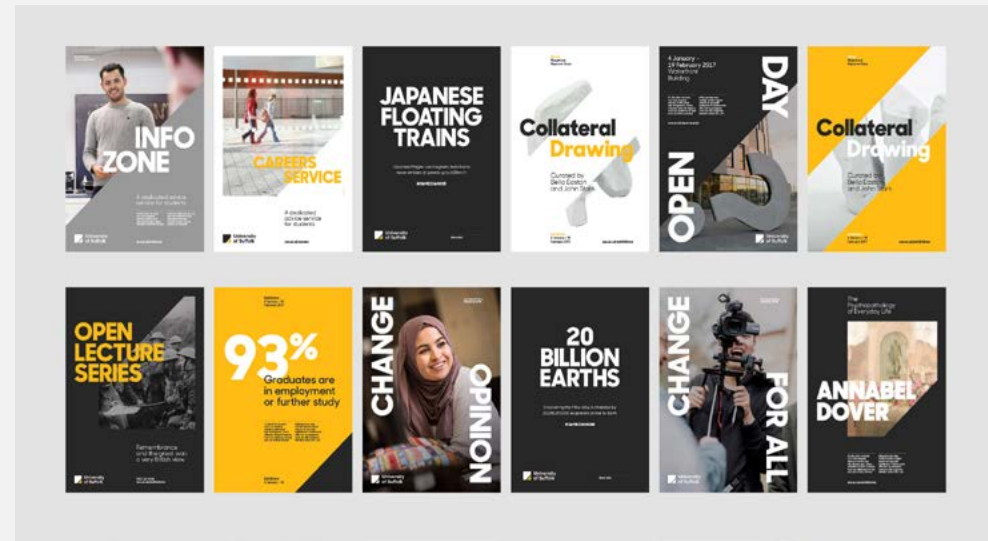
ROHKEA vai rohkea?

Visuaalisuutta on helpompi näyttää, kuin kertoa. Rohkea voi olla monella eri tavalla, ja logoprojektin jäljiltä epäilin, että käsityksemme asiakkaan kanssa ovat poikkeavat. Päätin järjestää ilmetyöpajan, jossa näyttäisin kuvapareja visuaalisista ilmeistä ja asiakas saisi valita niistä paremmin Matikkanälkää kuvaavan. Kuviksi olin valinnut etenkin pedagogiikan kentällä edukseen erottuvia visuaalisia ilmeitä.

Huomasin, että käyttämälläni kahden kuvan menetelmällä yksityiskohdat, kuten värit ja valokuvat, saavat helposti liikaa painoarvoa, ja muuten toimivia konsepteja saatetaan hylätä.

Moodboardit auttavat näkemään kokonaiskuvan

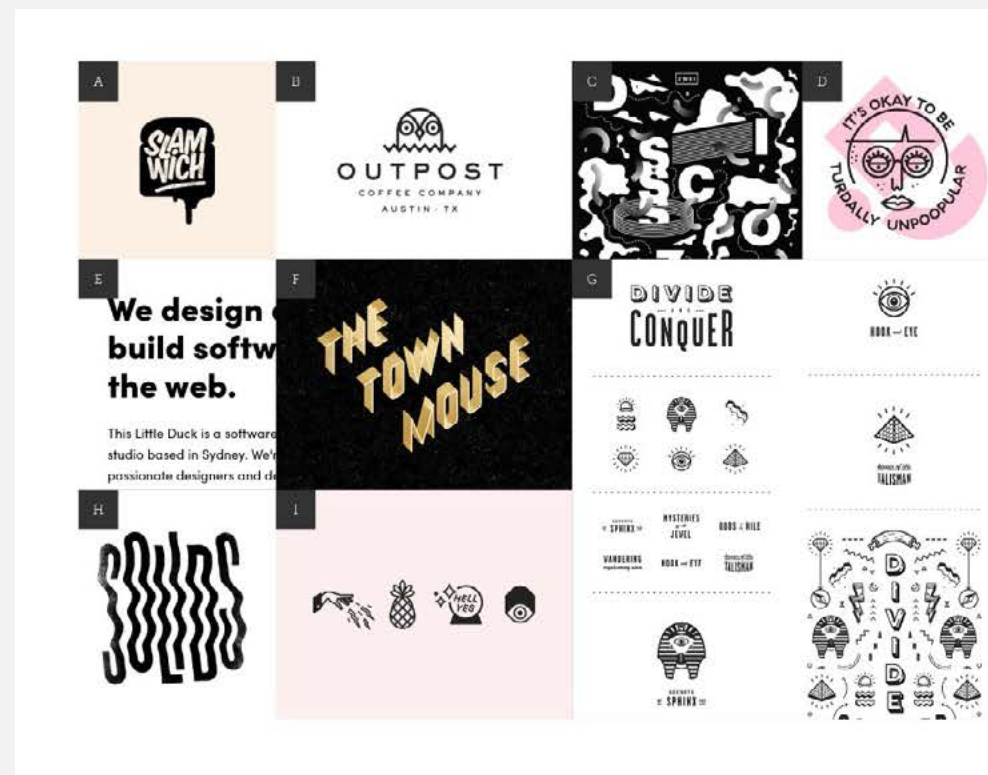
Toimivamman menetelmän tarjoaa Annie Wilson, joka käytti moodboardeja kuvaparien sijasta. Hän pyysi asiakasta antamaan yleisen arvosanan jokaiselle moodboardille sekä ympäröimään tiettyjä kuvia, jotka heihin vetosivat. (Wilson 2016.)



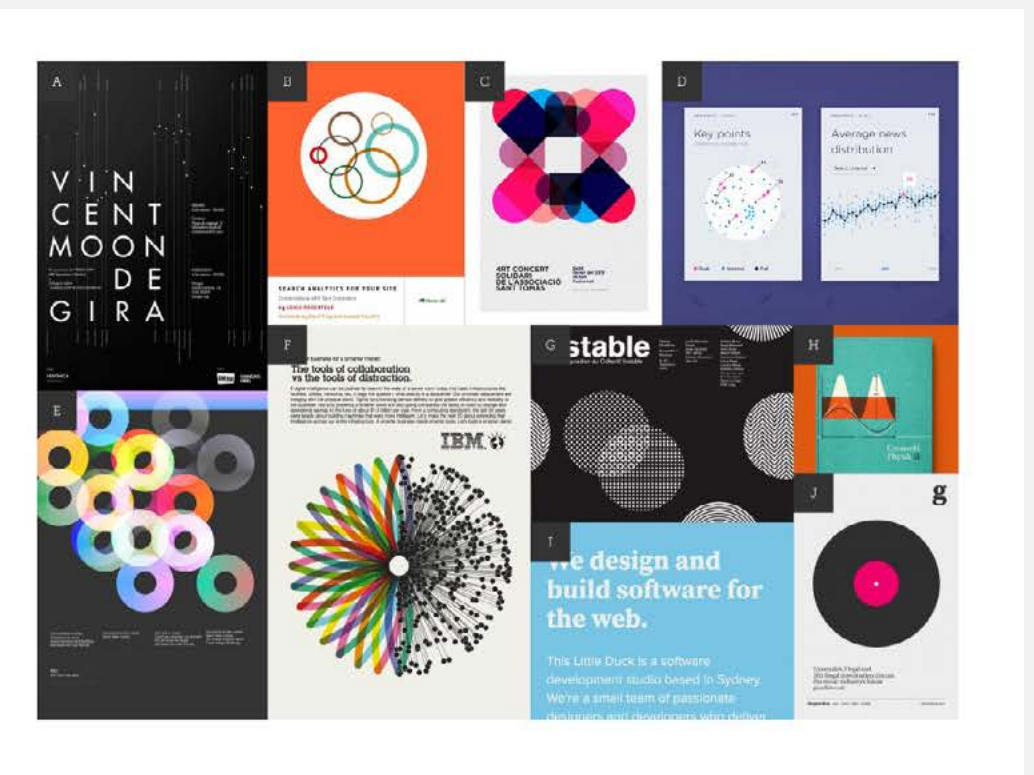
KUVA 22 / ONLY STUDIO 2019.



KUVA 23 / KOKORO & MOI



KUVA 24 / WILSON 2016.



Työpajan tulokset

Me ollaan niin kuin Flow

Olin valinnut mukaan pakkaa sekoittaakseni Flow Festivalin ilmeen vuodelta 2011, mutta juuri siitä asiakkaani innostui – siinä oli mukana anarkiaa ja villiyttä, jota Matikkanälän tulisi viestiä.

Uusi suunta

Ensimmäistä haastattelua tehdessä vallalla olivat olleet asiantuntemus, modernius ja iloisuus, mutta ilmeprosessin edetessä valtaa ottivat erilaiset arvot: anarkia, suunnannäyttäminen, kapinahenki, uho ja rohkeus. Toiminnan suunta ja samalla toimeksianto oli muuttunut.

Jouduin pohtimaan omaa rooliani ja näkymystäni graafikkona – voiko pedagoginen toimija näyttää yhtä villiltä kun hipstereille suunnattu musiikkifestivaali? Tai jos Flow olisi matematiikanopettaja, miltä se näyttäisi?



KUVA 25 / KUUKES 2011.

Rohkeaa pedagogiikkaa

Mukaan mahtui kaksi kuvaa, joista olimme yhtä mieltä. Ne viestivät omintakeisuudesta rohkeilla grafiikoillaan, mutta olivat samalla leikkisiä ja toimialalle soveltuvia.

Näiden pohjalta lähdin pohtimaan uutta, Matikkanälälle soveltuvaa konseptia.



KUVA 26 / ANDSTUDIO 2018.



KUVA 27 / GRAPHÉINE 2015

5 Toteutus

5.1 Grafiikkaelementit

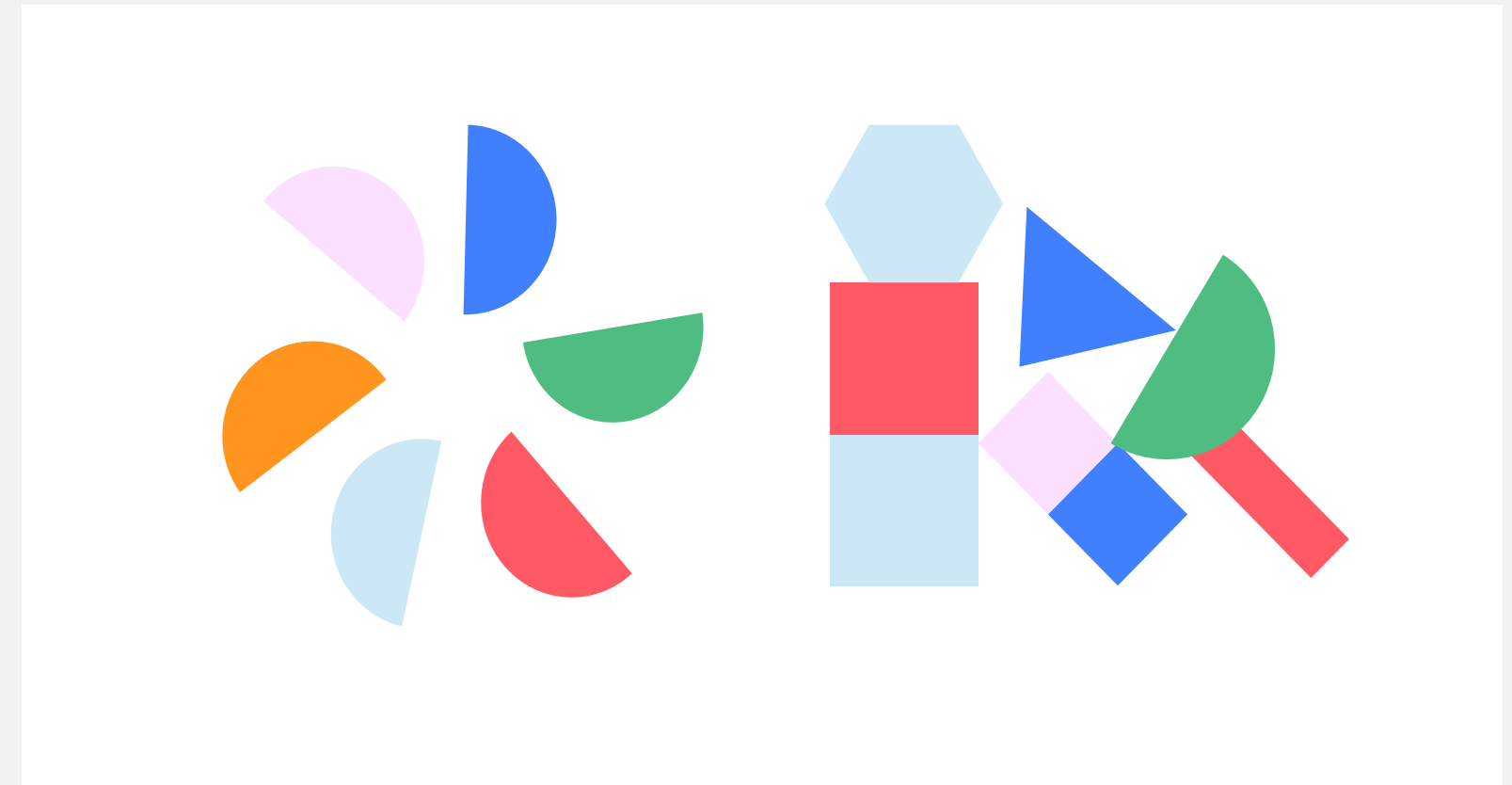
Konseptin etsiminen

Matematiikkaa, mutta Matikkanälän tavalla

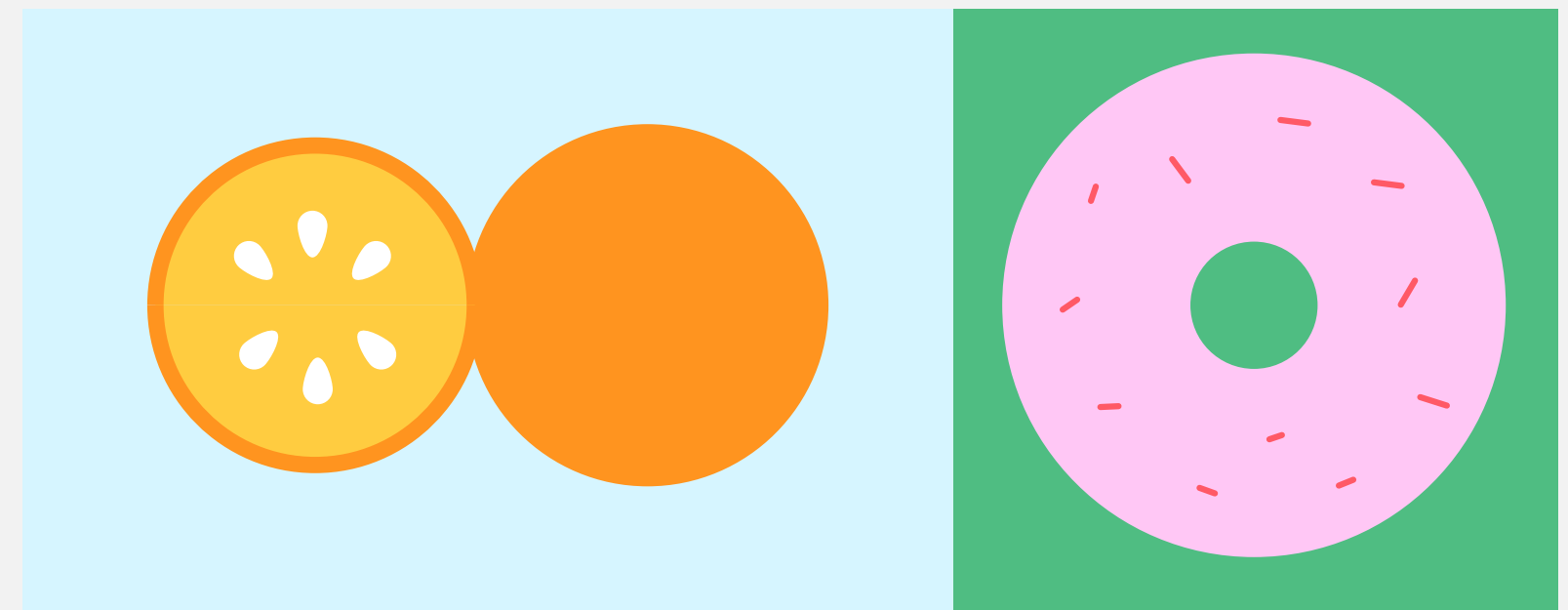
Vaikka ilmeen suunta oli muuttunut, yritin edelleen yrittää sisällyttää tehdyn logon mukaan; Laura ja Juuso olivat siihen kiintyneitä ja pitivät hedelmäideasta. Ajatuksenani oli luoda rohkeat ilmegrafiikat, jotka visualisoisivat ongelmanratkaisua, yhteisöllisyyttä, monikerroksellisuutta - Matikkanälän omia keinoja matematiikan mielekkyyden lisäämiseksi.

Nälkää?

Halusin yrittää löytää tavan toteuttaa ruoka-aiheisia grafiikoita, koska se oli niin hauska osa nimeä; oivaltavat ilmegrafiikat viestisivät oivaltavista sisällöistä.



KUVA 28 / ILONA PUSKA 2019



KUVA 29 / ILONA PUSKA 2019

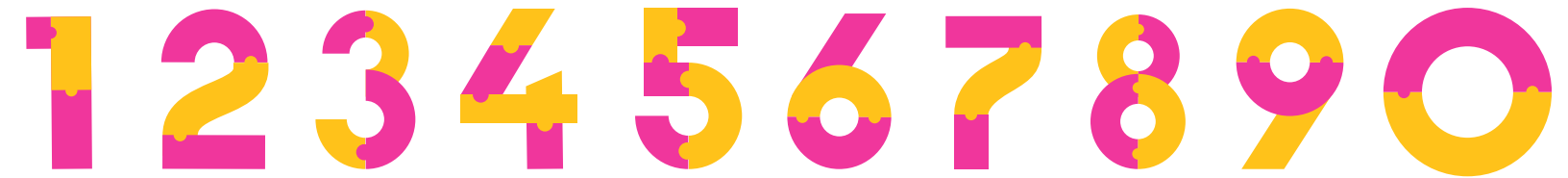
Ensimmäinen kierros

Ongelmanratkaisua, hedelmiä ja matikkaa

Lähdin tutkimaan keinoja visualisoida pian julkaistavan tehtäväpaketin sisältöjä. Näistä kokeiluista ja hedelmistä tein jonkinmoisen fuusion: en osannut päättää yhtä konseptia, joten näytin Juusolle ja Lauralle monia kuvia. Olin hieman epäileväinen näiden suhteen – olin ilmetyöpajan myötä menettänyt omaa visiotani. Olin vahvasti sitä mieltä, että pedagogiikan tulee näyttää pedagogiikalta, mutta yritin runsaalla värien käytöllä viestiä rohkeutta.

Kommentit

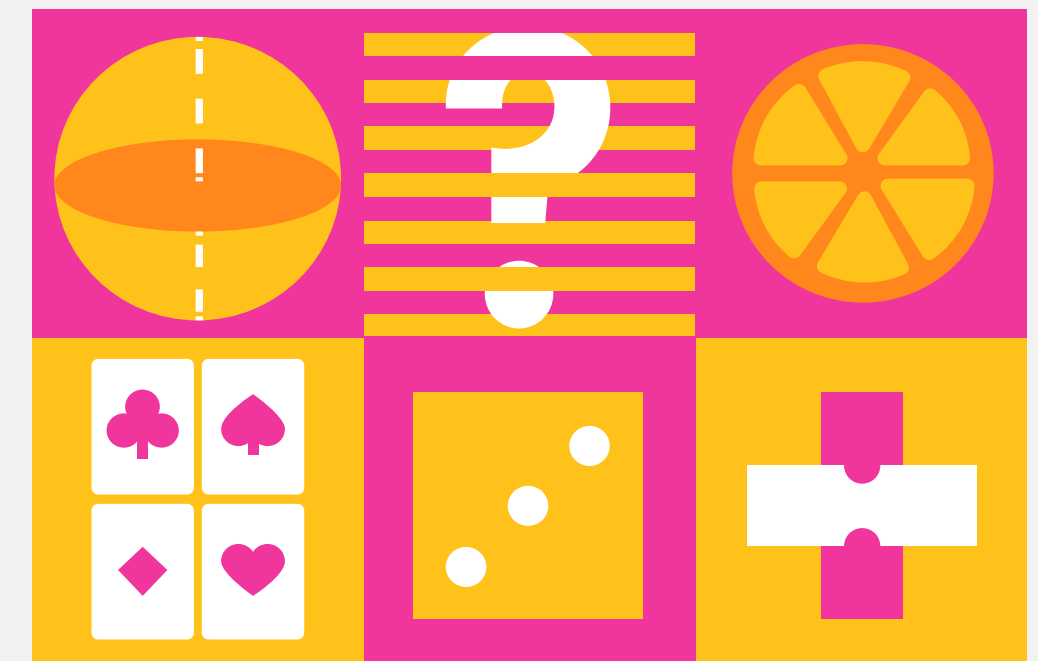
Asiakas piti matemaattisista hedelmistä, mutta liian yksinkertaiset matemaattiset konseptit, kuten palapelilumerot, olivat liian lapsekkaita. Monimutkaisemmat matemaattiset konseptit, kuten peilaus, viestisivät korkeamman asiantuntijuuden tasosta. Värien käyttö oli epäonnistunut: kokonaisuus näytti sekä minun, että asiakkaan mielestä retrolta rohkean sijaan.



KUVA 30 / ILONA PUSKA 2019

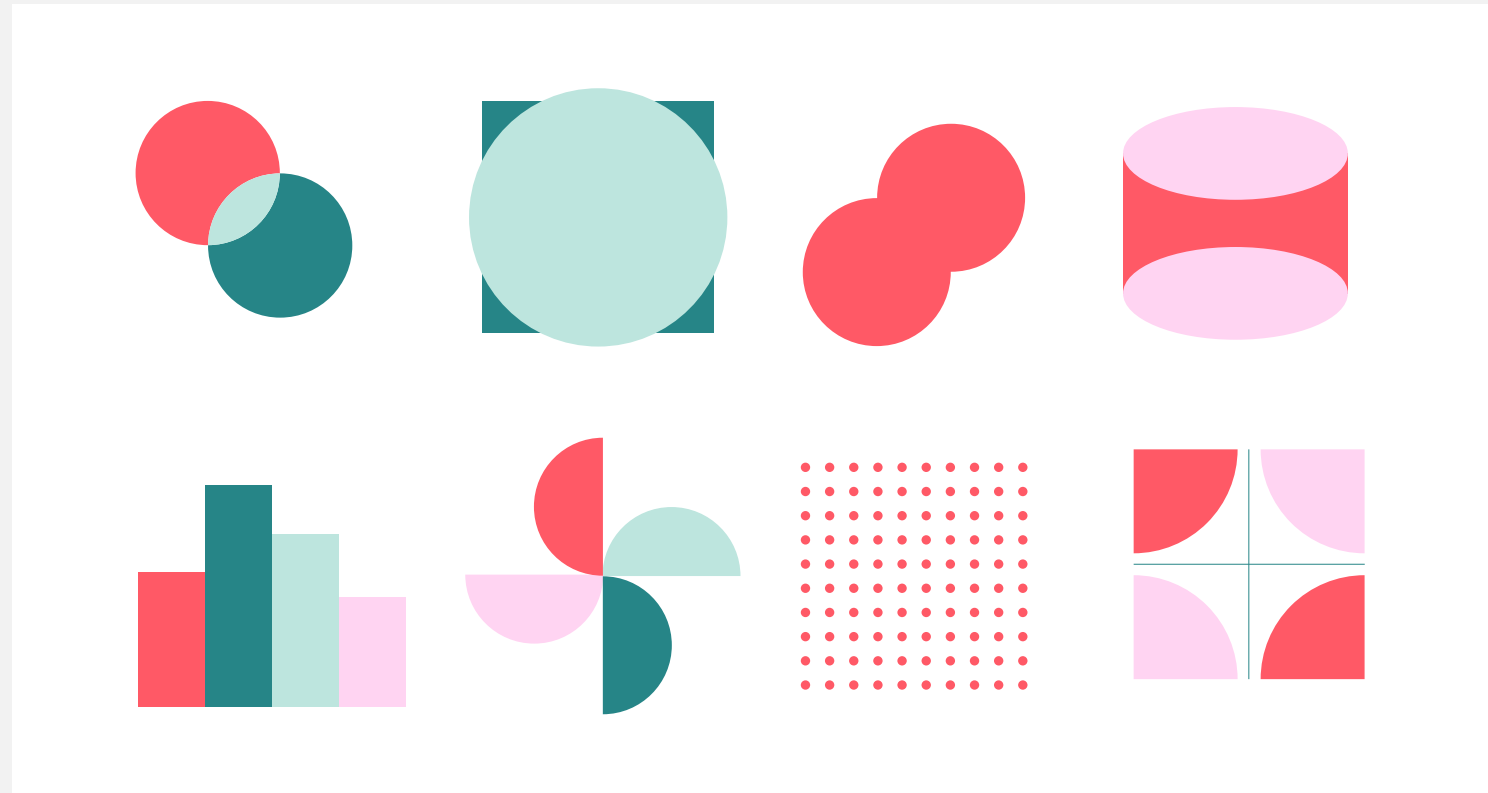


KUVA 31 / ILONA PUSKA 2019



KUVA 32 / ILONA PUSKA 2019

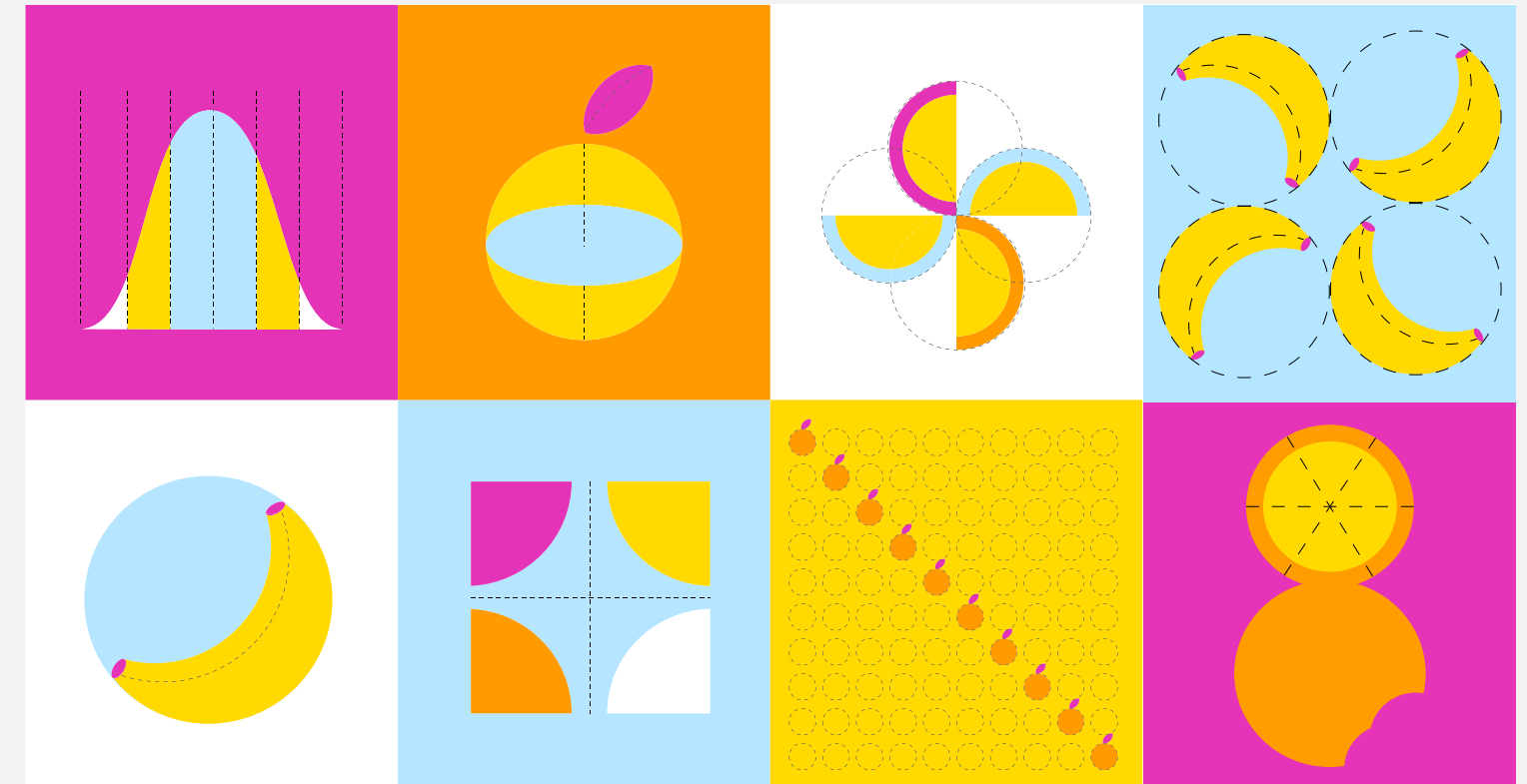
Toinen kierros



KUVA 34 / ILONA PUSKA 2019

Konsepti 1: matemaattisia konsepteja

Tein kokeiluja edistyneemmillä matemaattisilla konsepteilla: tilavuudella, symmetrialla, ympyrän neliöimisellä. Pidin grafiikoista, mutta koin niiden olevan persoonattomat – en edes esitellyt näitä asiakkaalle – jälkikäteen ajatellen persoonattomuus oli heikko perustelu ja esittämättä jättäminen huono ratkaisu.



KUVA 33 / ILONA PUSKA 2019

Konsepti 2: matemaatiikkaa ja hedelmiä

Lähdin tekemään kokeiluja geometrisilla hedelmillä ja löysin hauskoja konsepteja: yllättäen banaanistakin saisi jokseenkin geometrisen näköisen. Tällaiset kuvat olisivat leikkisä tapa viestiä matematiikasta, ruudut veivät ajatukset pala-peleihin ja ongelmanratkaisuun. Esittelin tämän konseptin Juusolle ja Lauralle. He pitivät siitä, joten lähdin työstämään sitä eteenpäin.

Soveltamista

Tilavuusomenat sikseen

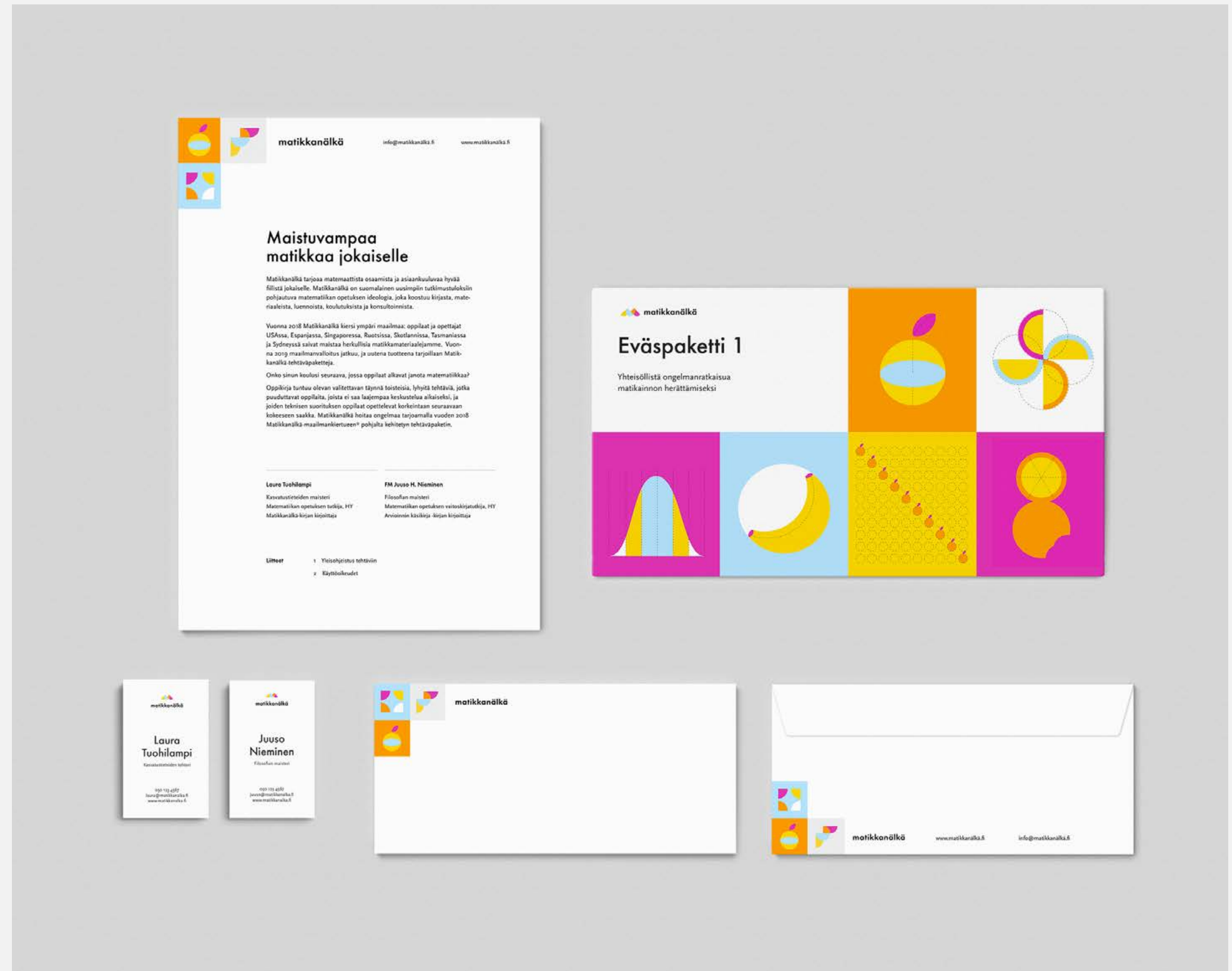
Soveltaessa grafiikoita tuotteisiin huomasi, että ne eivät toimineet. Oli hämmentävää, että tilavuustehävän kohdalla oli omena, mutta tehtävän sisällössä puhuttiinkin lumimassojen painosta.

Logon toimimattomuus

Jo tässä vaiheessa kamppailin logon kanssa. Se ei istunut muodoltaan muiden grafiikkaelementtien joukkoon eikä se erottunut värillisellä taustalla.

Visuaalista ilmettä, ei kuvituksia

Lähestymistapa alkoi tuntumaan epäkäytännölliseltä, vaikka hauska olikin. Kuvitukset saivat tulla sitten erikseen ja olla reilusti erilaisia: graafisen ilmeen tulisi olla rohkeasti graafinen, jotta en myöhemmin joutuisi kamppailemaan kahden kuvitustyylin kanssa. Leikkisyyttä tulisi hakea kokonaisuudella, ei yksittäisillä kuvituksilla. Päätin palata matemaattisiin konsepteihin: ne olivat abstrahoinnin tasoltaan tarpeeksi graafisia ja niitä voitaisiin hyödyntää tehtävissäkin tarkoituksenmukaisesti.



KUVA 35 / ILONA PUSKA 2019

5.2 Värir

Värien merkitys ilmeessä

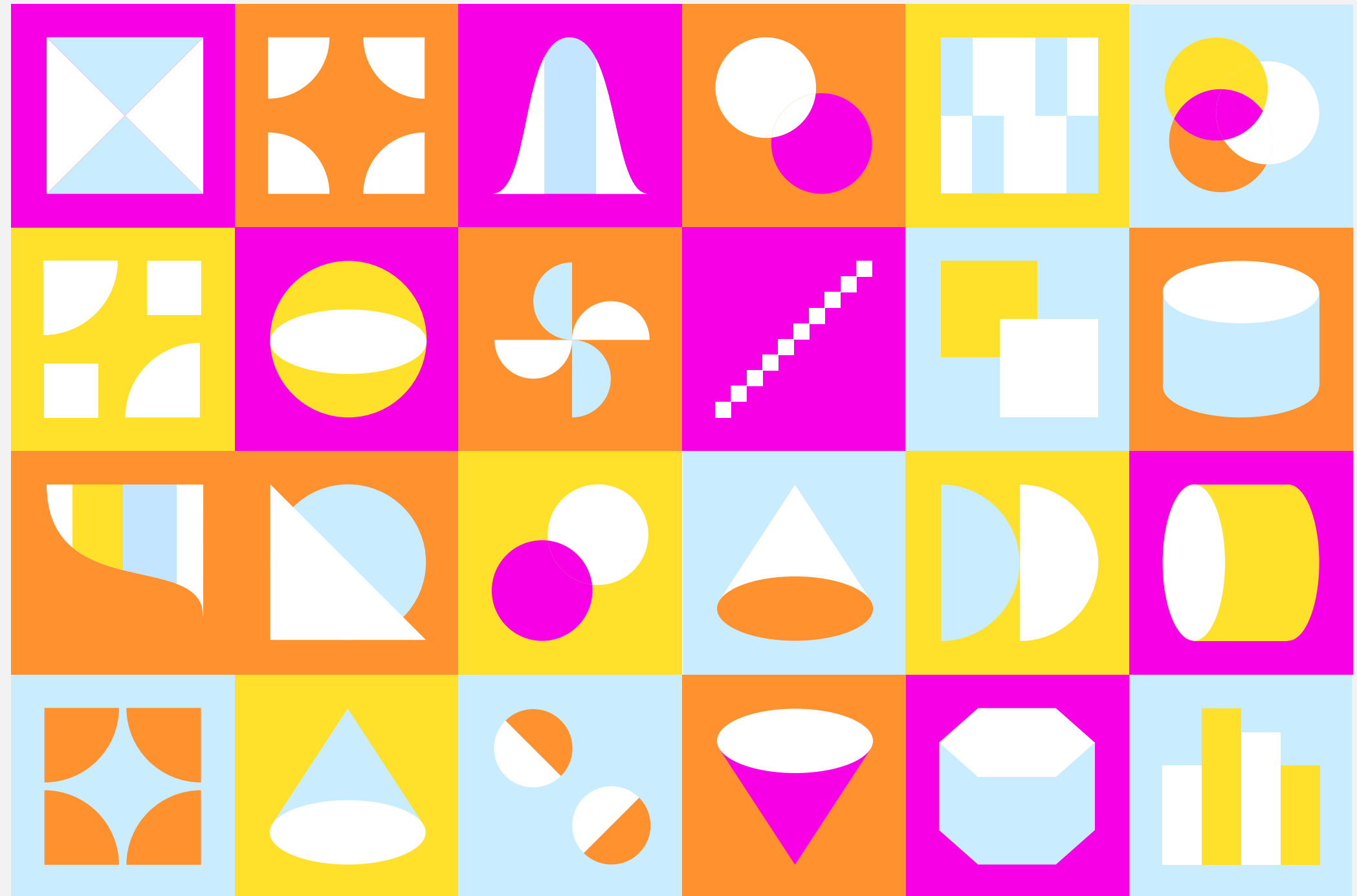
Värillä on monia tehtäviä – niiden avulla herätetään tunteita, ilmaistaan persoonallisuutta, tunnistaudutaan ja erotutaan kilpailijoista. Niiden avulla voidaan kommunikoida brändiarkkitehtuuria ja eri tuotelinjoja. (Wheeler 2009, 128.)

Matikkanälkä erottui kentällään

Taustoituksekseni olin huomannut, että Matikkanälän kirjan kannessa olevat värit, keltainen ja pinkki, ovat harvinaiset toimialalla - niitä käyttämällä voitaisiin siis erottua. Lisäksi kirja on suosittu tuote, joten sen värien hyödyntäminen lisäisi brändin tunnistettavuutta.

Värien merkitys ilmeessä

Halusin kuitenkin tuoda mukaan muitakin värejä. Taustoituksekseni olin havainnut ala-asteen lastenkirjojen monivärisyyden. Monivärisuus viestii iloisuutta, ongelmanratkaisua, yhteisöä ja yhteistyöstä. Koska nämä asiat ovat Matikkanälän toiminnan sydämessä, päätin tehdä paletista monivärisen.



KUVA 36 / ILONA PUSKA 2019

5.3 Benchmark

Hive code school rikkoo rajoja

Flow, vai matematiikan Flow?

Suuri peruskysymys projektissani oli jatkuvasti: kuinka villiltä pedagoginen toimija voi näyttää?

Vallankumouksellista yhteisöllistä oppimista

Sattumoisin samaa kysymystä soveltuvuudesta oli pohtinut Kuudes suunnitellessan brändiä Hive code schoolille. Projektiesittelyssään se kysyy: *Täytyykö koodikoulun näyttää koodikoululta?* (Kuudes 2019.)

Internet-ajasta, hieroglyfeista ja emojeista lainaava ilme on ystävällinen, eloisa, leikkisä ja avoin, mutta samalla kunnianhimoinen ja kansainvälinen. Se ottaa itsensä tosissaan, mutta ei vakavissaan.

(Kuudes 2019.)

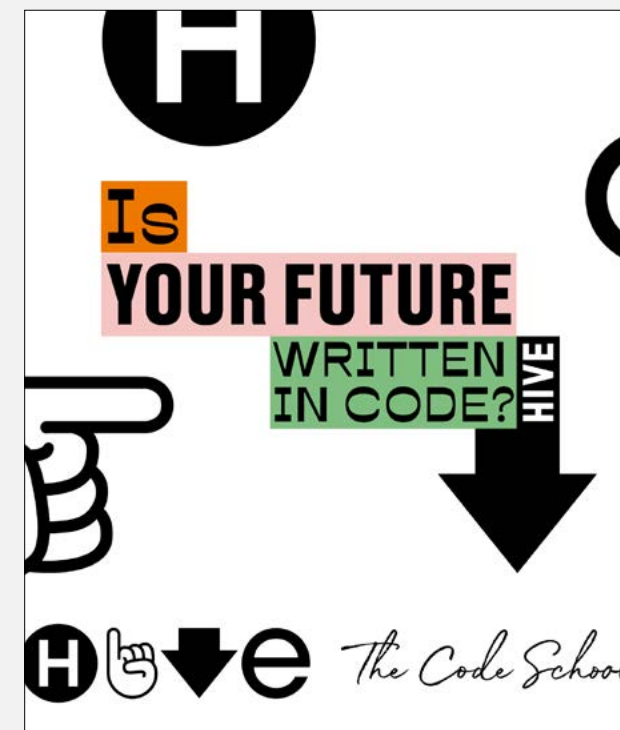
4,5 x enemmän hakijoita, kuin Suomen suurimmalla ohjelmoinnin pääaineella

Kuudes todistaa, että vastaus kysymykseen on ei: Hive on luonut valtavasti kiinnostusta julkaisustaan lähtien.

(Kuudes 2019.)



KUVA 37 / KUODES 2019



KUVA 38 / KUODES 2019



KUVA 39 / KUODES 2019

5.4 Typografia

Otsikot ja ingressit

Kokeelliset fontit rikkovat rajoja

Hiven rohkeudesta inspiroituneena valitsin Matikkanälän otsikoihin kaksi kokeellista kirjasintyyppiä, CSTM Xprmntl 01 ja 02.

Nämä fontit kuuluvat CSTM-fonttien kokeelliseen "fast fonts" projektiin, jossa yhdistellään yhteen kirjasintyyppiin ominaisuuksia täysin eri tyylistä fonteista, yhdistäen ne yhdeksi oudoksi kokonaisuudeksi. CSTM Xprmntl 01 sisältää 15 vaihtoehtoista tyyliä, joka mahdollistaa staattisen antikvan ja geometrisen groteskin yhdistämisen samalle riville. (Type.today 2019.)

Leikkisyyttä, mutta ei lapsellisuutta

Nämä olisivat nappivalinta Matikkanälälle. Omituiset, vaihtelevat muodot viestivät erilaisten ratkaisumenetelmien tunnistamisesta ja rohkeudesta.

Lisäksi nämä ratkaisivat ongelmani kohderyhmän laajasta ikäjakaumasta: Nämä kirjasintyypit ovat leikkisiä, mutta eivät lapsekkaita ja kiinnittävät varmasti huomion tunnin alussa.

Cstm xprmntl 01

A A A A A B B B C C D E E E E E F F F G D H H H H H I I I I -
J K K K K L L L M M M M M M N N N N N O O O P P P Q R R R R -
R R S S S T U V V V W W W W X X X X X Y Y Y Z Z Å Ä Ö
a a a a b b b c c d e e e f f f g g d d h h h i i j j k k k l m m m n -
n n o o o p p p q q q r s s s t u u u v v w w x x x y y y z z å -
ä ö 1 1 2 2 2 2 3 3 3 4 4 4 5 5 5 5 6 6 6 7 7 8 8 9 9 9 0
? ! . , - & % € # " @ / () @ + < = >

Cstm xprmntl 02

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
1234567890?!.,-&%€#"@/()@+<=>

Leipäteksti

Sirkushevoselle pariksi työhevonen

Leipätekstissä mietin käytännön tarpeita. Koska otsikotason fontit olivat maksullisia, leipätekstifontin tulisi olla ilmainen ja siinä tulisi olla laaja matemaattinen aakkosto. Samalla sen tulisi toimia pienessä koossa: tehtäviä tulisi mahdollisesti lukemaan puhelimen ruudulta.

Plex on IBM:n uusi vaihtoehto Helveticalle

Päädyin IBM Plex Sansiin, joka on Mike Abbink:n johtaman työryhmän IBM:lle suunnittelema groteski ilmaisfontti (Quito 2017).

Suunnittelutyön tavoitteena oli tehdä Plexistä tunnistettava, käytännöllinen ja ajaton kirjasintyyppi; moderni vaihtoehto Helveticalle. Sen muodot tasapainottelevat luonnollisen ja teknisen välillä. Siinä on kulmikkaita muotoja tuomaan mielen matemattisen insinöörimaailman, mutta pitäen mukana humanin luonteen. (IBM 2019.)

Maatiiikk

abcdefghijklmnopqrstuvwxyääö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

1234567890?!.,- & % € # " @ / () @ + < = >

5.5 Logo

Liikemerkin oli aika mennä

***30.8.2018**

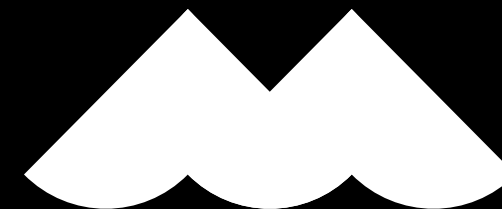
† **16.11.2019**

Yksi logosuunnittelun perussäännöistä on, että suunnittelu pitäisi aloittaa yksivärisenä (Airey 2015, 29).

Sovelluksia tehdessä huomasin, että aikaisemmin suunnittelemani logo ei ollut toimiva. Se ei ollut tarpeeksi tunnistettava muodoltaan toimiakseen yksivärisenä, joka vaikeutti sen sommittelua värilliselle alustalle. Se ei erottunut kunnolla pienessä koossa eikä sen muoto mukautunut nykypäivänä verkossa yleiseen formaattiin, neliöön.

Lopulta päädyin ehdottamaan asiakkaalleni kuvallisen elementin poistamista. Siitä oli tullut epäkäytännöllinen jäännös ajalta, kun Matikkanälän brändi oli kovin erilainen, kuin nyt.

Mutta nyt, ilman liikemerkkiä, tunnus oli vain Futuralla kirjoitettu sana. Futura ei ole rohkea edelläkävijä, joten senkin oli aika mennä.



Uusi logo

Anarkistista matematiikkaa

Ladoin uuden logon toisella otsikkotason fonteistani, CSTM Xprmntl 01:llä. Siinä on nähtävissä matematiikan symbolit, joita hyödynsin jo ensimmäisessä logoehdotuksessani – tällä kertaa yhdistettynä itse tekstityyppiin. M- ja N-kirjaimissa on nähtävissä numero 1, mutta ei alleviivaavasti. Alkukirjain toimii hienosti monogrammina pienemmässäkin koossa. Kokonaisilme on jämäkkä, rohkea ja erottuva.

111

matikkänälkä

111

matikkänälkä

5.6 Grafikoiden soveltaminen

Rautalangat

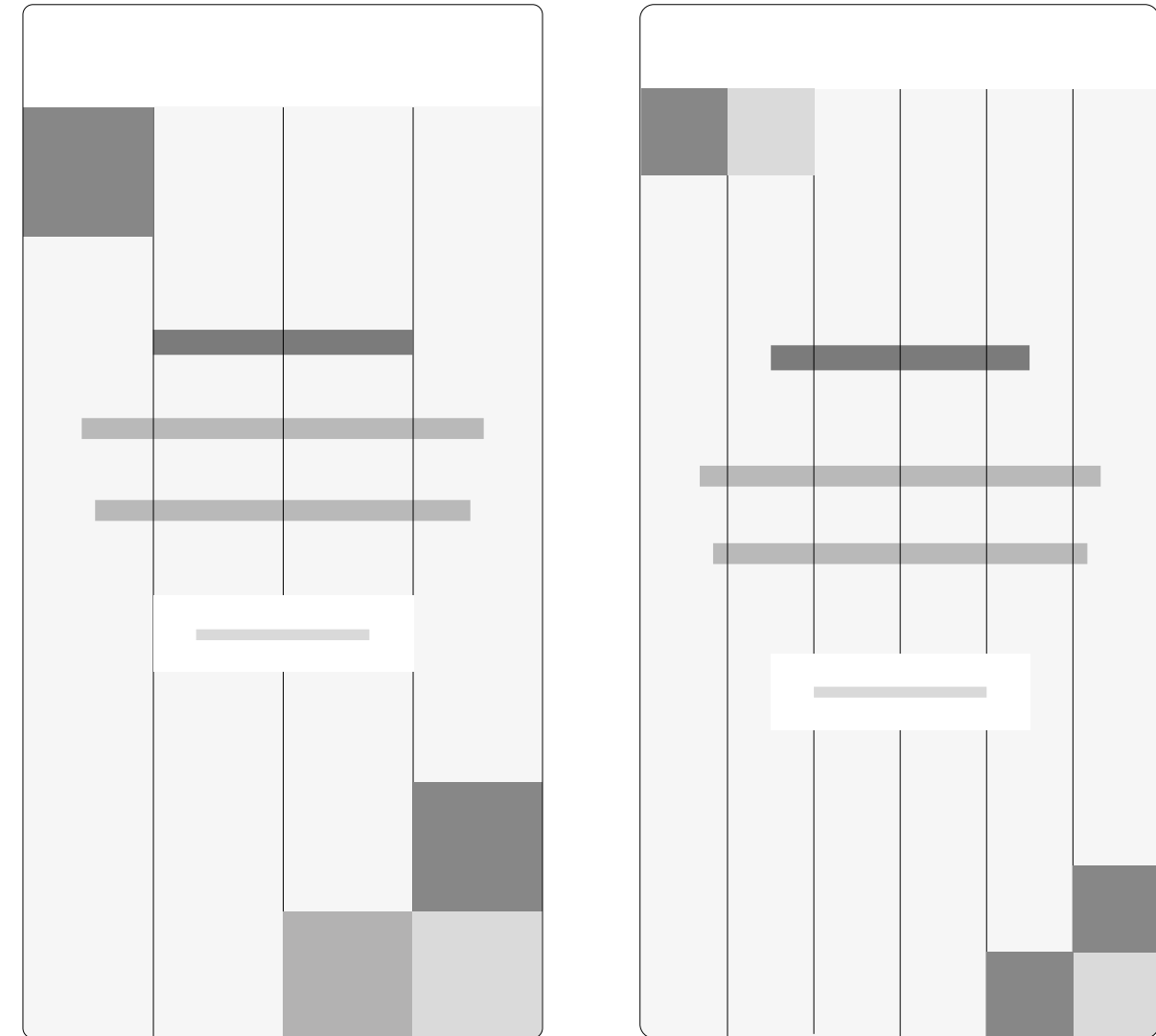
Pieni formaatti pakottaa keskittymään olennaiseen

Kuvia tehdessä testasin niiden soveltuvuutta erilaisiin materiaaleihin. Aloitin mobiilikäyttöliittymän suunnittelulla: pieni formaatti pakottaa keskittymään olennaiseen.

Lisää yksinkertaisuutta

Huomasin pian, että grafiikoita tulisi käyttää harkiten; liian isoja tai liian monta palasta kerralla, ja kokonaisuus ei näyttäisi modernilta. Lisäksi liian isot palat aiheuttivat hankaluuksia sisällön sijoittelussa.

Vain yhden kuvan käyttäminen yksinään muistutti verkkosivuilla jo linkkiä. Alkoi vaikuttamaan, että kuvien pitäisi olla vielä yksinkertaisempia toimiakseen ryhmissä ja pienessä koossa. Grafiikkapalasten tulee olla niin yksinkertaisia, että ne toimivat myös yksivärisinä. Yksinkertaistaminen tulee jatkumaan.



KUVA 39 / ILONA PUSKA 2019

6 Ilmekonsepti

matikkanälkä

Maistuvampaa matikkaa rimaa laskematta

Matemaattista osaamista ja asiaankuuluvaa hyvää fiilistä jokaiselle

VARAA KOULUTUS

KUVA 40 / ILONA PUSKA 2019 / VERKKOSIVUT

matikkanälkä

Tutustu

Matikkanälkä on Laura Tuohilammen vuonna 2016 perustama matematiikan opetuksen ideologia, joka koostuu luennoista, koulutuksista, konsultoinnista, kirjasta ja tehtävämateriaaleista.

Vuonna 2018 mukaan tuli Juuso H. Nieminen, jolloin toiminta ulotettiin myös arviointiin.

OTA YHTEYTTÄ

KUVA 41 / ILONA PUSKA 2019 / VERKKOSIVUT

matikkanälkä

Ideologia

Enemmän

Keskustelua ja yhteistyötä
Useita ratkaisumenetelmiä
Uskallusta osallistua

Vähemmän

Läpikäymisen pedagogiikkaa
Toisteisia tehtäviä, joiden sisällön oppilaat muistavat korkeintaan seuraavaan kokeeseen asti

KUVA 42 / ILONA PUSKA 2019 / VERKKOSIVUT

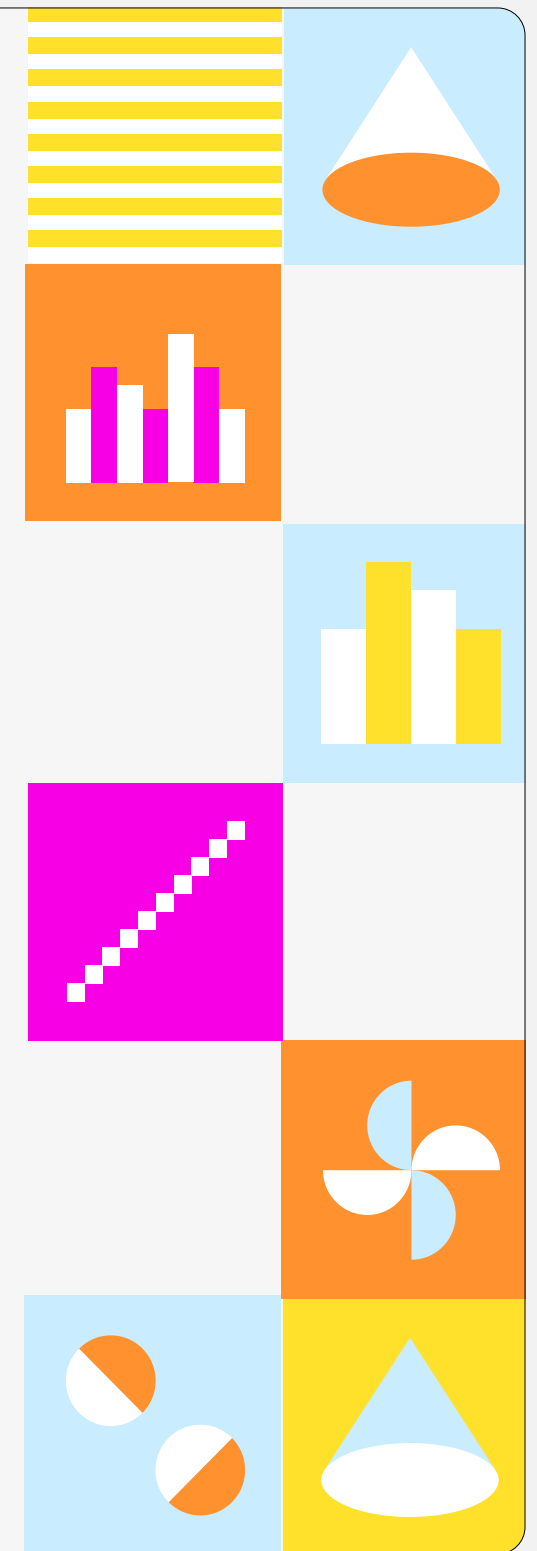
matikkanälkä

Kuinka raivata tilaa hyödylliselle ponnistelulle

KT Laura Tuohilampi

01.01.2020

Paikkakunta





KUVA 44 / ILONA PUSKA 2019 / KÄYNTIKORTIT

7 Lopuksi

7.1 Yhteenveto ja itsearviointi

Yhteenveto

Asiakkaan tavoitteet muotoutuivat prosessin aikana

Matikkanälkä on kunnianhimoinen ja rohkea toimija. Sillä on toimivaksi todettu ideologia, jota ollaan kehittämässä helposti ostettavaksi tuotteeksi. Työn alussa se vielä etsi omia vahvuuksiaan, mutta alkoi löytämään niitä projektin edetessä.

Tutkimuskysymys muovautui mukana

Työssäni kuvasin ilmeprosessia, jonka suunta muuttui tämän kehityksen mukana. Alkuun hain uutta tapaa kuvittaa matematiikkaa, mutta lopulta korjasin suuntaa ja tutkin, josko tuota uutuutta voisi visualisoida muutoin kentälle epätyypillisillä valinnoilla. Lopputulos on ilmekonsepti, jonka toimivuutta kokeilen muutamalla eri tuotteella.

Itsearviointi

Tavoitteet ja aikataulu jäivät epämääräisiksi

Olin alkuun asetanut itselleni tavoitteeksi löytää Matikkanälän toiminnan ydin ja tehdä visualisointi siihen pohjautuen. Tämä osoittautui huonosti asetetuksi tavoitteeksi; Matikkanälän ydin haki vielä muotoaan.

Lisäksi halusin tehdä tämän työn seuraten kunnan prosessia ja järkevässä aikataulussa, mutta en tehnyt tarkkoja aikatauluja missään vaiheessa.

Projekti olisi kaivannut johtajaa

Ilmeprojektin suuri kompastuskivi oli, että en ottanut selkeästi johtajan roolia tai asettanut selkeämpiä tavoitteita. Menestynyt työ vaatii projektinhallintataitoja.

Kokonaisuuden hahmottaminen oli vaikeaa

Prosessini oli orgaaninen. Kokonaisuuden hahmottamista vaikeutti konseptin työstäminen eteenpäin pala kerrallaan. Tämä aiheutti päänvaivaa elementtien yhteensovittamisessa. Valmiiden ilmekonseptien suunnittelu laajemman benchmarkkauksen ja moodboardien avulla olisivat auttaneet.

Päätökset tein heikoin perustein

Tein pitkään kuvituksia, en visuaalista ilmettä. Valitsin lopulta toimivan konseptin, mutta logosta viisastuneena aion tutkia, josko sitä voisi yksinkertaistaa pidemmälle.

En hakenut ohjausta

Pyysin välillä työpaikallani palautetta, mutta kontaktimalla opettajia olisin varmasti saanut apua kaikessa, mistä tässä itsearvioinnissa kirjoitan.

Tein taustoituksen asiakkaasta huolella

Käyttämistäni menetelmistä haastattelu oli toimiva ja kysymyslomake hyvä muistinvirkistäjä. Koulutukseen osallistuminen oli täyttä kultaa; vasta silloin kunnolla ymmärsin, mistä ideologiassa ja tehtävissä on kyse. Sain kosketuksen kohderyhmään ja ymmärsin alan kipupisteitä paremmin. Ilmeworkshop sai minut hetkeksi hämmentymään, mutta auttoi lopulta löytämään oikean suunnan. Olisin voinut tehdä benchmarkkauksen paremmin ja eri näkökulmasta: keskityin paikkoihin, joista ei irronnut visuaalista esimerkkiä.

Loppua kohden fokus löytyi

Kirjallisen osuuden tekeminen oli itselleni todella hyödyllistä: jouduin perustelemaan näkemyksiäni ja se toimi minulla siten myös suunnittelutyökaluna. Projektin viimeisillä metreillä kirjallisen osuuden tekeminen auttoi ratkaisemaan viimeisetkin ongelmat ja viemään typografian oikeaan suuntaan. Kirjallista tehdessä reflektoin omaa prosessiani ja löysin paljon kehityksen paikkoja taustoituksesta, tutkimuskysymyksen asettamisesta, avun pyytamisestä ja aikatauluttamisesta. Loppujen lopuksi tästä työstä tuli kohdallani enemmän oppimistyö, kuin opinnäytetyö.

Asiakas on tyytyväinen ja työ jatkuu

Olen saanut asiakkaalta todella hyvää palautetta ja ansainnut projektin edetessä luottamuksen. Aloin visioimaan suoran toiveiden toteuttamisen sijasta. Yhteistyö jatkuu, ja nettisivuprojektin aikataulu on jo sovittu.

7.2 Lähteet

Painetut lähteet

Wheeler, A. 2009.

Designing brand identity: an essential guide to the whole branding team. Third edition.

Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.

Airey, D. 2015.

Logo design love, second edition.

A guide to creating iconic brand identities. USA: Pearson education, Peachpit.

Lidwell W., Holden D., Butler J. 2003.

Universal principles of design. Beverly, Massachusetts; Rockport publishers.

Elektroniset lähteet Kaikkiin viitattu 19.11.2019

Sanoma Pro. Milli. 2019.

Luettavissa:
www.sanomapro.fi/sarjat/milli/

Sanoma Pro. Kuutio. 2019.

Luettavissa:
www.sanomapro.fi/sarjat/kuutio/

Wilson, A. Medium. Rebuilding a Brand: the Brand Workshop. 2016.

Luettavissa:
medium.com/@BroccoliWilson/re-branding-part-1-the-brand-workshop-4ddcf6af6dde

Kuudes. Hive Branding. 2019.

Luettavissa:
kuudes.com/work/hive/

Type.today. CSTM Xprmntl 01. 2019.

Luettavissa:
tomorrow.type.today/en/cstm_xprmntl01/

IBM. 2019.

Luettavissa:
www.ibm.com/plex/

Quito, A. IBM has freed itself from the tyranny of Helvetica. 2017.

Luettavissa:
qz.com/1124664/ibm-plex-with-its-first-ever-custom-corporate-font-ibm-is-freeing-itself-from-the-tyranny-of-helvetica/

Kuvat

Kaikkiin viitattu 20.11.2019.

- 01 / JAAKKO TUULI 2018. SAATAVISSA:
MATIKKANALKA.FI/CONTACT
- 02 / MATIKKANÄLKÄ 2018. SAATAVISSA:
MATIKKANALKA.FI/KOULUTUKSET
- 03 / MATIKKANÄLKÄ 2018. SAATAVISSA:
MATIKKANALKA.FI/KOULUTUKSET
- 04 / MATIKKANÄLKÄ 2018. SAATAVISSA:
MATIKKANALKA.FI/KOULUTUKSET
- 05 / PS-KUSTANNUS 2017. SAATAVISSA:
WWW.PS-KUSTANNUS.FI/LAURA-TUOHILAMPI/
MATIKKAN%C3%A4LK%C3%A4.HTML
- 06 / ILONA PUSKA 2018.
- 07 / ILONA PUSKA 2018.
- 08 / ILONA PUSKA 2018.
- 09 / ILONA PUSKA 2018.
- 10 / ILONA PUSKA 2018.
- 11 / MATIKKANÄLKÄ 2018.
- 12 / MATIKKANÄLKÄ 2018.
- 13 / MATIKKANÄLKÄ 2019.
- 14 / ELINA PAATSILA 2019. SAATAVISSA:
ELINAPAATSILA.FI
- 15 / LUMATIikka 2019. SAATAVISSA:
LUMATIikka.LUMA.FI/
- 16 / YOUCUBED 2019. SAATAVISSA:
WWW.YOUCUBED.ORG/
- 17 / SANOMA PRO 2019. SAATAVISSA:
WWW.SANOMAPRO.FI/SARJAT/MILLI/
- 18 / SANOMA PRO 2019. SAATAVISSA:
WWW.SANOMAPRO.FI/ASKARTELUVINKKI-
ALAKOULUUN-MILLI-LAKSYMERKKI/
- 19 / SANOMA PRO 2019. SAATAVISSA:
WWW.SANOMAPRO.FI/SARJAT/KUUTIO/
- 20 / EDU KUSTANNUS 2019. SAATAVISSA:
WWW.EDUKUSTANNUS.FI/YLAKOULU/LUKU/
- 21 / ANTIKVARIAATTI ENSIPAINOS 2019. SAATAVISSA:
WWW.ENSIPAINOS.FI/FI/LUONNONTIEDE/T_2797
- 22 / ONLY STUDIO 2019. SAATAVISSA:
ONLYSTUDIO.CO.UK/UNIVERSITY-SUFFOLK
- 23 / KOKORO & MOI SAATAVISSA:
WWW.KOKOROMOI.COM/HELLO-RUBY
- 24 / WILSON 2016. SAATAVISSA:
MEDIUM.COM/@BROCCOLIWILSON/RE-BRANDING-
PART-1-THE-BRAND-WORKSHOP-4DDCF6AF6DDE
- 25 / KUUDES 2011. SAATAVISSA:
TSTO.ORG/WORK/FLOW-FESTIVAL-2011/
- 26 / ANDSTUDIO 2018. SAATAVISSA:
WWW.BEHANCE.NET/GALLERY/68521117
SMK-UNIVERSITY-OF-APPLIED-SOCIAL-SCIENCES
- 27 / GRAPHÉINE 2015 SAATAVISSA:
WWW.BEHANCE.NET/GALLERY/31658551/
EDUCATION-BRAND-DESIGN
- 28 / ILONA PUSKA 2019
- 29 / ILONA PUSKA 2019
- 30 / ILONA PUSKA 2019
- 31 / ILONA PUSKA 2019
- 32 / ILONA PUSKA 2019
- 33 / ILONA PUSKA 2019
- 34 / ILONA PUSKA 2019
- 35 / ILONA PUSKA 2019
- 36 / ILONA PUSKA 2019
- 37 / KUUDES 2019. SAATAVISSA:
KUUDES.COM/WORK/HIVE/
- 38 / KUUDES 2019. SAATAVISSA:
KUUDES.COM/WORK/HIVE/
- 39 / KUUDES 2019. SAATAVISSA:
/KUUDES.COM/WORK/HIVE/
- 40 / ILONA PUSKA 2019
- 41 / ILONA PUSKA 2019
- 42 / ILONA PUSKA 2019
- 43 / ILONA PUSKA 2019
- 44 / ILONA PUSKA 2019

matikkanälkä

Ilona Puska 2019