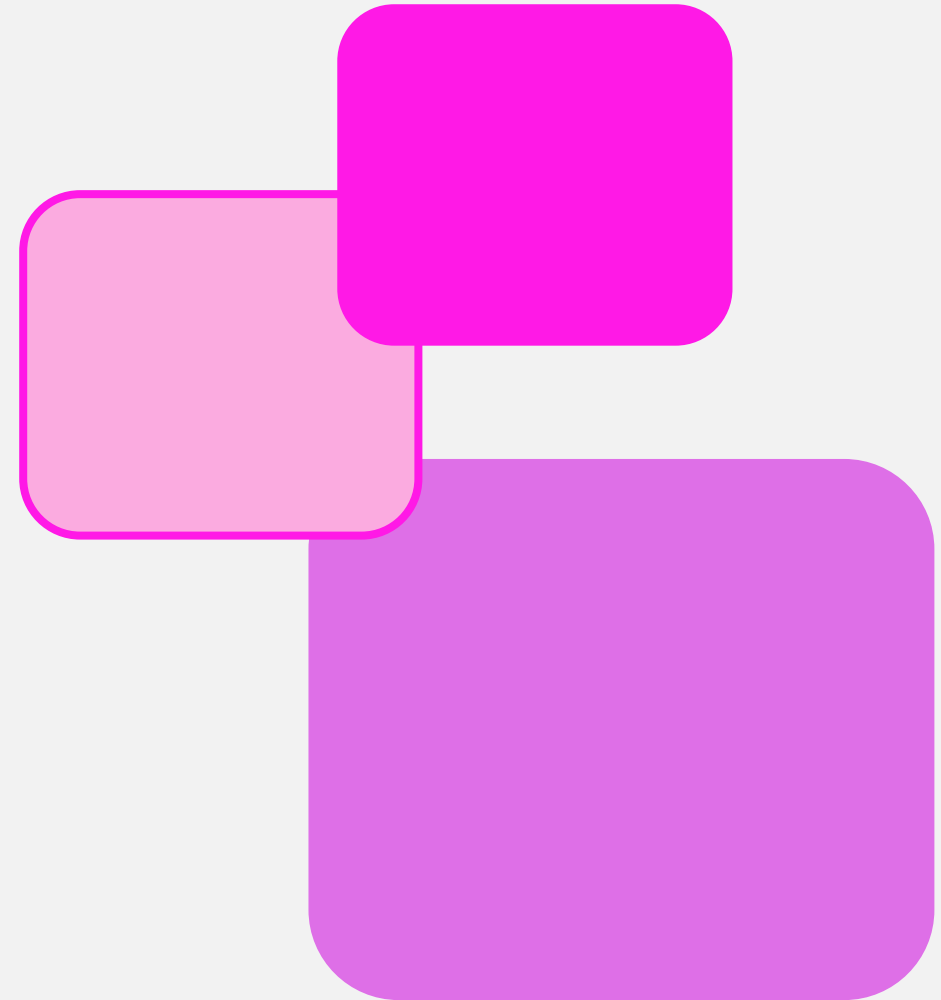


Imagon merkitys tilasuunnittelussa – konseptisuunnitelma Savonian kampukselle

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU

Jenni Forsman



Koulutusala Kulttuuriala	
Koulutusohjelma Muotoilun koulutusohjelma, Sisustusarkkitehtuuri ja kalustemuotoilu	
Työn tekijä (t) Jenni Forsman	
Työn nimi Imagon merkitys tilasuunnittelussa – konseptisuunnitelma Savonian kampukselle	
Päiväys 6.5.2020	Sivumäärä/Liitteet 47/2
Ohjaaja (t) Tarja Arkola	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppanit -	
Tiivistelmä <p>Tässä opinnäytetyössä selvitetään, miten Savonia-ammattikorkeakoulun imagoa voidaan hyödyntää tilasuunnittelussa. Pohjatietojen avulla luodaan imagokyselytutkimus, jonka keskeinen teema on tilasuunnittelu. Saatuja tuloksia käytetään tilasuunnittelukonseptin apuna.</p> <p>Aluksi käydään läpi Microkadun kampuksen suunniteltavien tilojen lähtökohdat. Seuraavaksi avataan sitä, mitä imago tarkoittaa ja mitkä ovat sen keskeiset käsitteet. Kyselytutkimuksen toteutusta varten etsittiin tietoja Savonian strategiasta, graafisesta ohjeistuksesta ja kyselytutkimuksen erilaisista keinoista. Tämän jälkeen haastateltiin koulun rehtori Mervi Vidgrénia. Haastattelun teemana oli Savonian imagon keskeiset arvot sekä rehtorilta kysyttiin hänen toiveitaan suunniteltaviin tiloihin. Haastattelun vastauksia käytettiin kyselytutkimuksen muodostamisen apuna.</p> <p>Kyselytutkimuksen vastaajaryhmäksi muodostui Opistotien kampuksen muotoilualan opiskelijat sekä henkilökunta. Saadut tulokset käytiin läpi kaavioita havainnoimalla. Tämän jälkeen analysoitiin ja pohdittiin, miten tuloksia käytetään tilasuunnittelussa.</p> <p>Saatujen tuloksien avulla tehtiin tilasuunnitelmat. Prosessissa sovellettiin Savonian linjauksia sekä saatuja tutkimustuloksia. Tiloista tehtiin 2D-piirustuksia ja 3D-visualisoinnit. Viimeiseksi pohditaan, miten opinnäytetyö onnistui.</p>	
Avainsanat imago, imagotutkimus, julkitilasuunnittelu, tilasuunnittelu	

Field of Study Culture	
Degree Programme Degree Programme in Design, interior architecture and furniture design	
Author (s) Jenni Forsman	
Title of Thesis The role of image in space planning – a concept plan for Savonia's campus	
Date 6.5.2020	Pages/Appendices 47/2
Supervisor (s) Tarja Arkola	
Project/Partners -	
<p>Abstract</p> <p>This thesis aims to study how Savonia University of Applied Science's image can be utilized into a concept space planning. Using research background information, an image survey study will be made. The survey study focuses on central theme of this thesis, which is space planning. The obtained results will be used to help creating a space planning concept.</p> <p>At the start, the already planned spaces at Microkatu's campus will be reviewed. After that this thesis will open the meaning of image and what are it's key concepts. Before the survey was conducted, research for additional information about strategy, graphic guideline and survey methods were made. This was followed by interviewing the school principal Mervi Vidgrén. The topic of the interview was around Savonia's own image and values. She was also given a chance to affect plannings by asking how the concept plan could look like. The principal's answers were used as a part to build the survey study.</p> <p>The survey study's response group consisted of students in field of design and the staff on the Opistotie campus. The results that were obtained, were reviewed by observing diagrams. Data was then analyzed and it was considered how the results could be used for the concept plan. The obtained results were used to make a space plan. Savonia's strategy and survey study's results were applied in the making progress. All spaces were drawn in 2D layouts and visualizations were made with 3D graphics. At last, it is considered if and how the thesis has succeeded.</p>	
Keywords image, image survey, space planning, public space planning	

SISÄLTÖ

1. Johdanto.....	5
1.1 Tavoitteet.....	6
1.2 Aiheen rajaus.....	6
1.3 Problematisointi.....	7
1.4 Tiedonhankintamenetelmät.....	8
2. Tilasuunnitelman lähtökohdat.....	9
2.1 Savonian suunniteltavat tilat.....	9
2.3 Johdon tilat ja käytävä.....	10
2.4 Neuvottelutila.....	11
3. Imago.....	12
3.1 Imagon määritelmä.....	12
3.2 Maine osana imagoa.....	12
3.3 Psykologiset vaikuttajat.....	13
3.4 Visuaalinen imago.....	14
3.5 Imago + maine= brändi.....	14
4. Tutkimusmateriaali.....	15
4.1 Tutkimuksen metodit.....	15
4.2 Savonian imago.....	16
4.3 Graafinen ohjeistus.....	17
4.4 Rehtorin haastattelu.....	18
4.5 Kyselytutkimus.....	20
4.5.1 Sisältö.....	20
4.5.2 Tulokset.....	21
4.6 Tutkimusmateriaalin analysointi.....	27

5. Konseptisuunnitelma.....	30
5.1 Suunnitteluprosessi.....	30
5.1.1 Konseptoinnin lähtökohdat.....	31
5.1.2 välikatselmuksen luonnokset.....	33
5.2 Lopputulos.....	34
5.2.1 Rehtorin ja vararehtorin huoneet.....	35
5.2.2 Aula.....	38
5.2.3 Neuvottelutila.....	40

6. Pohdinta.....	42
-------------------------	----

Kuvaluettelo.....	44
-------------------	----

Lähteet.....	47
--------------	----

LIITE 1: Rehtorin haastattelun kysymykset

LIITE 2: Kyselytutkimuslomake

1. JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on tutkia imagon merkitystä ja selvittää sekä hyödyntää sitä luoden konseptitilasuunnitelma Savonia-ammattikorkeakoulun Microkadun kampukselle. Suunniteltavat tilat on saatu Savonian muotoilupuelen opettajalta projektivastaava Heikki Nevalaiselta. Suunniteltavien tilojen on tarkoitus kuvastaa ja sopia yhteen mielikuvan ja graafisen ilmeen kanssa sekä tehostaa sitä.

Aloitan ensin kertomalla ja esittelemällä lähtökohdat tiloista, joihin olen konseptoimassa tilasuunnitelmat. Seuraavaksi käyn läpi lähestymiskulmani tilasuunnitteluun ja avaan tarkemmin, mitä imago ja siihen liittyvät termit tarkoittavat. Pohdin myös imagon visuaalisuuden merkitystä sisustus suunnittelun kannalta ja miten muotoilualan saisi näkymään tiloissa.

Olemassa olevan tiedon kartoittamisen jälkeen lähdin selvittämään Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoiden ja henkilökunnan mielikuvia koulun imagosta sekä maineesta kyselytutkimuksen avulla. Haastattelen koulun rehtoria samalla teemalla ja kysyn myös hänen toivomuksiaan oman huoneensa suunnitelman suhteen. Tämän jälkeen analysoin saamani tulokset ja vertailen, miten ne eroavat koulun itse imagoon tekemiensä määritelmien kanssa.

Suunnittelen luonnokset tiloista saatujen ja sovellettujen tietojen avulla. Käyn luonnosten suunnitelmat läpi yhdessä rehtorin kanssa, jotta johdon tilojen suunnitelmista tulisi todellista tilannetta vastaavat. Teen lopulliset ja jatkotyöstetyt versiot tiloista itse imagotutkimuksesta saatujen vastausten keinoin ja esittelen ne tässä opinnäytetyössä.

Halusin opinnäytetyössäni tehdä julkitilasuunnittelua, joten pyysin ideoita opinnäytetyöaiheeksi koulusta. Valitsin imagon lähestymiskulmaksi itse, sillä minua kiinnostaa tutkia, miten tilat saadaan vastaamaan käyttäjiensä odotuksia positiivisesti. Savonian kaltaisessa koulussa, josta löytyy erikseen Muotoilun koulutusosalta sisustusarkkitehtuurin linja, olisi hyvä että opiskelijoiden oma käden jälki näkyisi kampuksella.

Lisäksi halusin oppia lisää julkitilasuunnitteluun liittyvistä työvaiheista, joten tämä aihe tuntui luontevalta valinnalta. Toivoin myös, että opinnäytetyöni kehittää minua ja lukijoita ajattelemaan sekä ymmärtämään yrityksen imagoa syvemmin tiloja suunniteltaessa.

1.1 TAVOITTEET

Työn tavoitteena on tehdä tilasuunnitelma käyttäen apuna imagoa ja tutkia sitä tarkemmin Savonia-ammattikorkeakoulun näkökulmasta. Suunnittelen konseptin, joka yhtenäistää tiloja Savonian imagoon sopivaksi. Haluan siis parantaa koulun imagon yhtä osa-aluetta eli tiloja ja näin vahvistaa mainetta parempaan, toivottuun suuntaan. Tällä osa-alueella on kuitenkin suuri merkitys, sillä henkilökunta, opiskelijat ja muut vierailijat viettävät tiloissa aikaa.

Kyselytutkimuksen tarkoituksena on kerätä tietoa siitä, toteutuuko Savonian itse määrittelemä strategia toivotulla tavalla. Visuaaliset tekijät pääteemana kerään dataa, jota on helppo verrata jo olemassa oleviin määrittelyihin. Pysin määrittelemään tiloissa nähdyt puutteet ja lisäämään elementtejä suunniteltaviin tiloihin.

Henkilökohtaisena motiivinani on oppia ymmärtämään imagoa paremmin ja tehdä sen perusteella nimenomaan julkitilan suunnitelma. Uskon tämän tyyllisen tuotannon testautuvan taitojani ja kehityksen varmasti myös matkan varrella. Tavoitteenani on lisäksi myös tehdä 3D-visualisoinnit, joiden uskon edistävän mallintamistaitojani.

1.2 AIHEEN RAJAUS

Olen rajannut työni koostumaan viidestä erilaisesta vaiheesta. Ensimmäiseksi käyn läpi suunniteltavat tilat ja tuon esiin niiden haasteet. Seuraavassa vaiheessa määrittelen imagon ja sen merkityksen tarkemmin. Aiheesta olisi paljon kirjoitettavaa, mutta pidän pohjatiedon yksinkertaisena päättääkseni pääpainon sitä seuraavan tutkimusosuuden vastauksissa ja sen pohjalta suunnittelemisessa. Kyselytutkimukseen olen valinnut vastaajiksi Savonian henkilökunnan, muotoilun opiskelijat ja tekniikan opiskelijat.

Suunnitteluprosessissa kerron prosessin kulusta. Rehtori on myös vaikuttanut luonnostelun välivaiheissa johdon tilojen suunnitelmiin, jotta lopputulos olisi todellista tilannetta vastaavampi. Viimeisessä kohdassa esittelen paranneltujen suunnitelmien kokonaisuuden.

Kaikkia mielipidetutkimuksella saatuja kommentteja on vaikea ottaa huomioon. Olen kuitenkin yrittänyt suhteuttaa kommentteja ja entuudestaan määriteltyjä arvoja sekä tavoitteita toisiinsa. Olen myös yrittänyt korjata vanhentuneen oloista mielikuvaa tälle vuosikymmenelle sopivaksi. Käytetyn tiedon tiivistäminen on ollut haastavaa, mutta tilasuunnitelmat ovat myös monesti suunnittelijan oma visio kerätyistä tiedoista.

1.3 PROBLEMATISOINTI

Työssä haetaan vastauksia siihen, miten tila saadaan ilmentämään Savonia-ammattikorkeakoulun omaa tyyliä. Keskeisiä ongelmia onkin, kuinka tyyli selvitetään. Entä kuinka sitä sovelletaan käytännössä?

Myös tutkimuskyselyä tehdessä ilmenee mietteitä sen suhteen, osaanko kysyä oikeat asiat. Kimmo Vehkalahten mukaan ratkaisevinta tutkimuskyselyssä on kysyä kysymykset oikein, jotta tutkimusmateriaalin vastauksissa löytyy aiheeseen liittyviä vastauksia. Huonosti rakennetut kysymykset myös vaikeuttavat tilastojen ja kaavioiden tekemistä. (Vehkalahti 2014, 20.)

Oikealta löytyvässä ajatuskartassa (kuva1) näkyy keskeisimpiä kysymyksiä, joita pyrin avaamaan ja selvittämään työssäni. Ison osan opinnäytetyön materiaalin ollessa täysin uutta ja vierasta on olemassa riski, etten saa kaikkiin kysymyksiin vastauksia tai vastaus ei auta tilasuunnittelussa. Isointa jännitystä aiheuttavatkin kysymykset ”Kuinka ja miksi imago tulisi ottaa huomioon” ja ”Onko se edes mahdollista”, sillä en aihetta valitessa ole osannut ajatellakaan, millainen termi imago on sitä oikeaoppisesti käytettäessä.



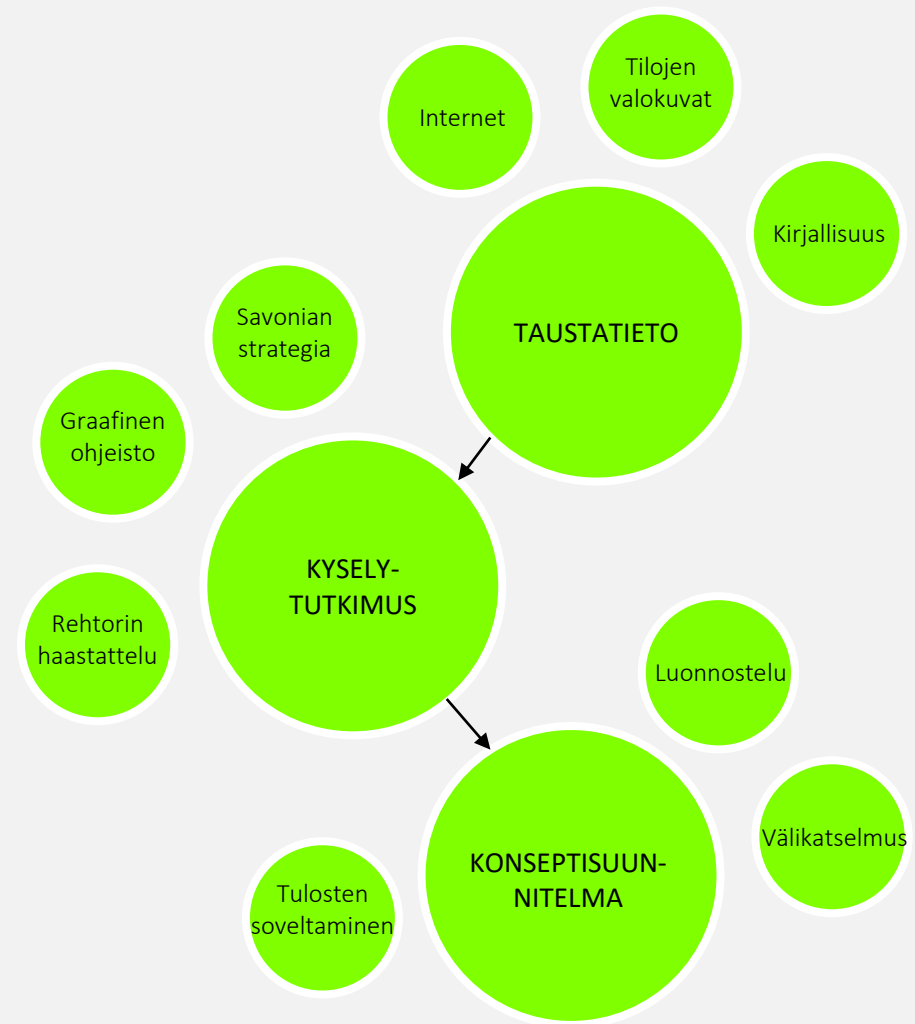
Kuva 1. Ajatuskartta.

1.4 TIEDONHANKINTAMENETELMÄT

Tiedonhankintamenetelmiä varten oikealta löytyy kuva 2, joka tiivistää käytetyt menetelmät opinnäytetyön mukaisessa etenemisjärjestyksessä. Olen kerännyt työhöni pohjaksi eri lähteistä tiivistelmän imagosta ja sen lähtermeistä. Ne toimivat työni lähtötietoina. Tietoa on etsitty niin kirjallisuudesta kuin internetistä. Myös koulun omat määritelmät 'Savonian Strategia 2017-2020' aineistosta ovat olleet osana tutkimuksen luomista (Savonia).

Lisäksi olen Erkki Karvosen kirjan 'Elämää mielikuva- yhteiskunnassa' neuvojen avulla määritellyt oman tutkimusosan menetelmiksi monivalinnan sisältävän kyselytutkimuksen ja Savonia-ammattikorkeakoulun rehtorin haastattelun. Valintaan vaikutti myös Kimmo Vehkalahten kirjan nettijulkaisu 'Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät', jossa kerrotaan kyselylomakkeen olevan mielipide ja palautetiedusteluihin soveltuva (Vehkalahti 2014, 11,20).

Kerättyjen tietojen lisäksi iso osa työstäni sisältää omaa matkan varrella tuottamaani materiaalia, kuten visuaalisia suunnitelmia sekä niiden havainnoimista. Tähän kuuluu valokuvia tilojen lähtötilanteesta, pohjapiirustuksia ja visualisointeja suunnitelmasta. Vuoropuhelu ohjaavan opettajan kanssa on myös vaikuttanut lopullisen konseptin lopputulokseen.



Kuva 2. Tiivistelmä menetelmien etenemisjärjestyksestä.

2.TILASUUNNITELMAN LÄHTÖKOHDAT

Pääsin heti opinnäytetyön alussa tutustumaan Microkadun kampukselle tiloihin, joista tulen tekemään suunnitelmat imagotutkimuksen avulla. Savonia-ammattikorkeakoulun kampusalue sijaitsee KPY Novapolis Oy:n (kuva 3) toimitiloja organisaatioille ja henkilöille vuokraavassa rakennuskokonaisuudessa Savilahden kaupunginosassa Kuopiossa. Tiloissa on jo vuosia ollut Savonian toimintaa, mutta vuoden 2020 syksyyn alkuun mennessä Opistotien kampuksen sulkeutuessa loputkin opiskelijat siirtyvät samalle alueelle. Tämä avoin kampus on palvelumuotoilukonseptihanke, jossa eri toimijoiden ollessa samassa rakennuksessa niillä toivotaan olevan yhteistyötä ja erilaisia hankkeita. (Savonia)

2.1 SUUNNITELTAVAT TILAT KAMPUKSELLA

Suunniteltavat tilat sijaitsevat alueella eri rakennuksissa, mutta ne ovat yhteydessä toisiinsa rakennusten välisen yhdyskäytävän kautta. Suunnittelen A-rakennuksessa sijaitsevat johdon tilat, niiden aulan ja saman kerroksen käytävän. Uudesta kampussiivestä löytyy suunniteltava opiskelijakäyttöön tuleva neuvotteluhuone. Pysin luomaan oikeaa tilannetta vastaavat suunnitelmat, joten määrittelen tiloissa huomioitavat asiat tarkkaan.



Kuva 3, Microkadun rakennus. Kuvassa näkyy oikealla A-rakennus. (Savonia)

2.2 JOHDON TILAT JA AULA

Johdon tilojen kokonaisuuteen sisältyy rehtorin ja vararehtorin huoneet, sekä niiden aulatilat, joka yhdistyy henkilökunnan huoneeseen. Rehtorin tilan suunnitelmassa otetaan myös huomioon hänen omia toiveitaan kalustamisessa. Viereinen vararehtorin huone on vapaasti suunniteltavissa.

Rehtorin ja vararehtorin huoneiden ulkoseinusta on muodoltaan ulospäin kaartava, mikä tulee ottaa huomioon kalusteiden asettelussa. Tilassa tulee säilyä ennallaan lattiapinnat, välikatto, ovet ja metallikehyksiset lasiseinämät. Haasteena on, että kokolattiamaton kuvio on valmiiksi hallitseva ja se on sijoitettu tiloihin viistosti. Välikattoon saa kuitenkin laittaa uusia paikkoja lampuille, mikä helpottaa huonekalujen sijoittamista toivottuihin paikkoihin. Huomioitavaa tiloissa (kuvat 4 ja 5) on, että työpisteiden luota puuttuu hyvä valaistus tehdä paperitöitä.

Aulatilassa (kuva 6) säilyvät ennallaan myös lattiamatto ja alakatto. Tilassa pitää olla myös naulakkopaikka saapuvia vieraita tai henkilökuntaa varten. Tilassa pitäisi olla myös istuskelualue, jossa tapaamista odottava vieras voi odotella aikaansa mukavasti oleillen.



Vasemmalta ylhäältä katsottuna kuva 4. rehtorin huone ja kuva 5. vararehtorin huone. Alhaalla kuva 6. aula.

2.3 NEUVOTTELUTILA



Kuva 7. Neuvottelutila.

Alun perin uuden kampusrakennuksen suunniteltavasta neuvottelutilasta oli tarkoitus tulla noin kahdenkymmenen henkilön iso neuvottelutila. Tilanteeseen tuli kuitenkin nopeasti kuvien ottamisen jälkeen muutos. En onneksi ollut tässä vaiheessa vielä kerennyt aloittamaan tilan suunnittelutyötä, koska tarkoitukseni oli tehdä oikeaa tilannetta vastaavat suunnitelmat. Vasemmalla näkyvässä kuvassa tyhjäan B2016-tilaan (kuva 7) on tulossa vasempaan reunaan kahdeksan hengen opiskelijakäyttöön tuleva neuvottelutila. Suunniteltava tila vie kuvan huoneesta noin 1/3 osan ja loppuun 2/3 osaan tulee tiloja muuhun käyttötarkoitukseen, joita minä en tule suunnittelemaan.

Huoneessa ennallaan tulee säilyä linoleumilattia ja alakatto. Lisäpaikkoja lampuille saa laittaa. Erityistä huomiota tulee kiinnittää suunniteltaessa pylväiden luomiin syvennyksiin, joiden jättämä tila kannattaa hyödyntää esim. istuskeluun tai naulakkopaikkaan.

Tilan jakavan seinän luokse oikeaan takakulmaan tulee myös monitorilla varustettu valvontapaikka. Seinässä sen edessä on viereiseen tilaan näyttävä valvontaikkuna. Monitoripöydän paikka on siis valmiiksi päätetty, joten sitä ei voida siirtää. Kalusteet ja seinäpinnat ovat vapaasti suunniteltavissa.

3.IMAGO

Imago on laaja-alainen ja paikoitellen vaikeatulkintainen käsitteenä. Siihen on sidoksissa lukuisia eri tekijöitä ja sitä voidaan käyttää erilaisissa tarkastelunäkökulmissa. Tämän osion on tarkoitus avata termiä yrityspainotteisesta näkökulmasta tiivistetysti ja kuvata sen keskeisiä osia tämän opinnäytetyön kannalta.

3.1 IMAGON MÄÄRITELMÄ

Sanakirjassa termi imago määritellään seuraavalla tavalla: ”Henkilön, likeyrityksen tai muun *usein* tietoisesti itsestään antama kuva.”(suomisanakirja). Erkki Karvosen kirjoittamassa imagon maailmaan johdattavassa ja tutkivassa kattavassa teoksessa ’Elämää mielikuvayhteiskunnassa’ kertoo myös määritelmäksi ”kuvan”, mutta lisäksi termiä käytetään myös sanan ”mielikuva” synonyyminä. Hän kertoo sanan mielikuva helposti yhdistyvän mielikuvitukseen, mutta imagoon viittavassa käyttötarkoituksessa se on todellinen kuva jostain asiasta. (Karvonen 1996, 36,316.)

Kun imagosta puhutaan yritysmaailmassa, käytetään myös usein termiä ”julkinen kuva”. Tämäkin tarkoittaa sitä, millaisen kuvan yritys itsestään tietoisesti antaa. Imagoa ja sen tutkimista käytetään silloin, kun halutaan havainnoida ja määritellä yrityksen strategia, eli päämäärää. Keskeisiä haasteita on

tuoda haluttu mielikuva yleiseksi käsitykseksi jostain. (Karvonen 1996, 36, 123, Ammattijohtaja 2018.)

Imago voidaan yrityksessä jakaa kahteen osaan: ulkoiseen ja sisäiseen kuvaan. Sisäinen tarkoittaa, millainen kuva yrityksestä on yrityksen omalla henkilöstöllä. Ulkoinen taas tarkoittaa yrityksen tuotteita tai palveluja käyttävien mielipiteitä yrityksestä. Timo Ropen ja Jani Metherin kirjassa ”Mielikuva-markkinointi” todetaan olevan tavallisinta, että sisäinen mielikuva on ulkoista parempi. Kuitenkin jos sisäinen kuva on huono, on silloin usein myös ulkoinenkin. Huonolla kokonaiskuvalla on negatiivinen vaikutus yritystoimintaan ja sen tulokseen. (Rope ja Mether 1991, 146-149.)

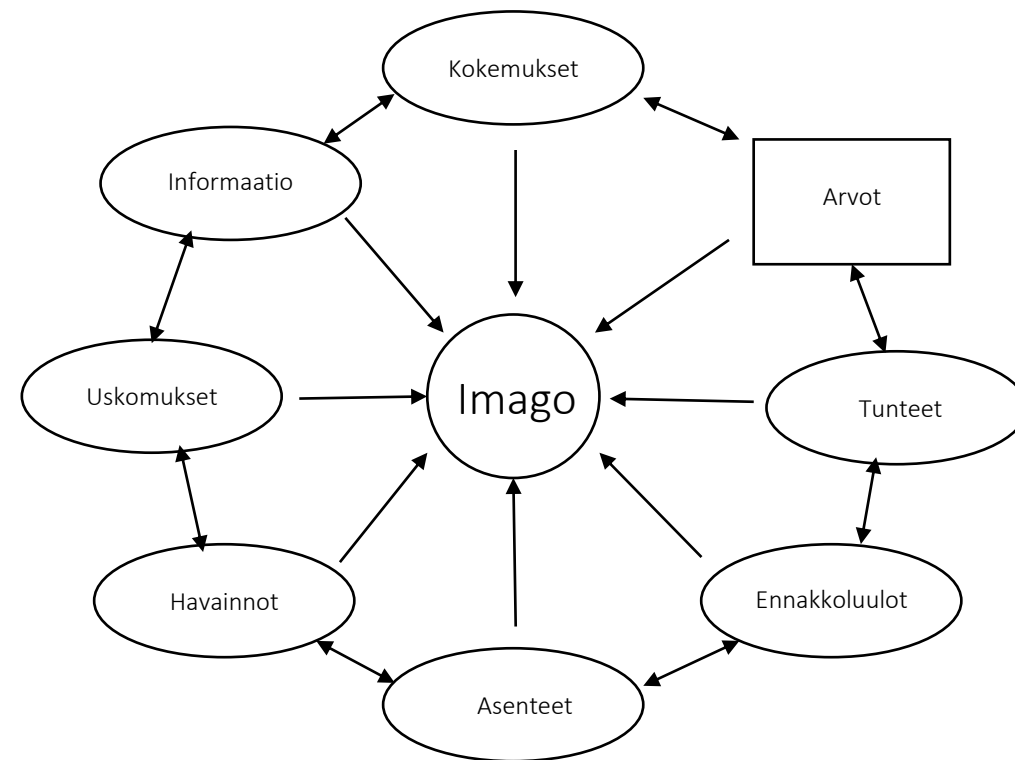
3.2 MAINE OSANA IMAGOA

Maine on vahvasti sidoksissa imagoon. Erkki Karvonen kertoo kirjassaan, että yritykset, laitokset ja organisaatiot ovat vahvasti riippuvaisia siitä, millainen maine niille lopulta muodostuu. Maine määrittelee sen, millaisen valinnan henkilö tekee samankaltaisten valintojen välillä. Maineseen vaikuttavat siis mielipiteet, jotka voivat olla keskenään erilaisia. Yleisin mielipiteistä määrittelee lopputuleman. (Karvonen 1996, 17-18.)

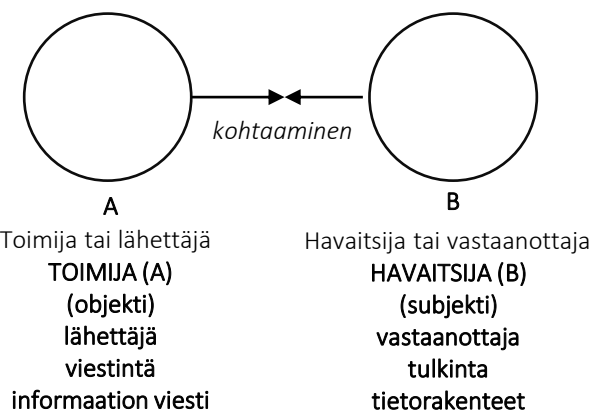
3.3 PSYKOLOGISET VAIKUTTAJAT

Timo Ropen ja Jari Metherin teoksessa 'Tavoitteena menestysbrändi- onnistu mielikuvamarkkinoilla' lähestytään aihetta markkinoinnin ja tuotteiden näkökulmasta. Kirjassa on myös osio koskien imagon muodostumiseen vaikuttavista psykologisista tekijöistä. Kirjasta löytyvä kuvio oikealla (kuva 8) auttaa hahmottamaan eri vaikuttajia ja niiden välisiä suhteita. Heidän mukaansa myös "markkinoinnissa pitäisi pystyä vaikuttamaan koko siihen ihmisen sisäiseen psykologiseen kenttään, joka vaikuttaa imagoon." (Rope ja Mether 2001, 87)

Joskus psykologiset vaikuttajat voivat olla myös tiedostamattomia tai niitä ei nosteta organisaation sisällä esille tarpeeksi hyvin. Informaation tiedetään kulkevan henkilöiden välillä ja siksi alkuperäinen kertoja voi lähettää väärää tietoa omiin kokemuksiinsa nojautuen. Väärää tietoa voi myös lähettää tahallisesti. Karvonen Erkki myös kuvaileekin imagon rakentumiseen ja maineeseen vaikuttavan kaksi osapuolta, jossa toinen on viereisen kuvan (kuva 9) mukaan toimija/lähettäjä A, mistä kuva ja käsitys muodostetaan ja toinen taas havaitsija/vastaanottaja B, jolle tämä kuva lopulta muodostuu. (Karvonen 1996, 51-53.)



Kuva 8. Imagon psykologiset vaikuttajat. (Rope, ja Mether, 2001, 87)



Kuva 9. (Karvonen 1996, 52)

3.4 VISUAALINEN IMAGO

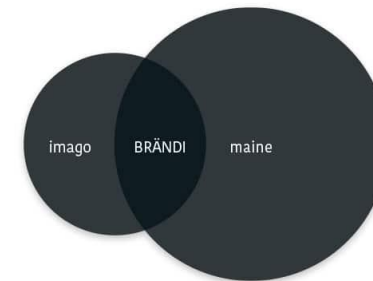
Tilan ulkonäkö on yksi osa muodostuvaa imagoa. Karvonen kertoo kirjassaan tilojen olevan imagon kiinteän näyttämön ”lavastus”, joka pitää sisällään huonekalut, koristeet sekä itse fyysisen tilan. Näyttämö on siis rakennus, jossa oikeanlainen julkisivu parantaa ja ylläpitää imagoa halutunlaisena. (Karvonen 1996, 249-250)

Ensivaikutelmaa tehtäessä on tärkeää, että tilojen ja muun visuaalisen ilmeen päivittämistä pidetään ajan tasalla. Kokonaan laiminlyöty tai aikansa elänyt ja rappeutunut lavastus voi olla varmasti merkittävässä roolissa maineen muodostumiseen. Grafiikka on myös osa lavastusta, koska se usein näkyy yrityksen sisällä erilaisina koristeina niin papereissa, opasteissa kuin isolla valotaululla rakennuksen kyljessä. Tätä ajatusta puoltaa myös Mokka- graafinen suunnittelutoimisto, joka on julkaissut nettiartikkelin, jossa kerrotaan grafiikan olevan ratkaiseva tekijä päästä myymään jotain. Visuaalisella ilmeellä pitää tehdä positiivinen vaikutus. Siksi graafisessa ilmeessä ja tilojen kokonaisuuksien muotokielessä kannattaa olla yhtäläisyyksiä, jotta ne eivät riitelisi keskenään. (Karvonen 1996, 249-250, Taitengrafia, 2014.)

3.5 IMAGO + MAINE = BRÄNDI

Imago, brändi ja maine menevät helposti keskenään sekaisin. Eikä syyttä, sillä ne ovat kaikki sidoksissa toisiinsa kuvan 10 mukaisella tavalla. Viimeisenä terminä brändi on siis imagon, eli määritellyn kuvan ja maineen, eli lopullisen mielipiteen kautta muodostuvan ulkoisen kuvan summa. (Brandnews)

Brändi on myös Tero Purasen kirjoittamassa nettiartikkelissa ’Brändi- pääoma ja sen mittaaminen’ tiivistetty ytimekkäästi: ”Brändi on nimi, merkki, symboli, muoto tai näiden yhdistelmä, jonka tarkoituksena on identifioida myyjän tai myyjien tuotteet ja palvelut, sekä erottaa ne kilpailijoista.” (Ammattijohtaja 2018.) Brändi on siis sidoksissa määritettyyn visuaaliseen imagoon, jonka joskus myös sattumaan perustuva maine vaikuttaa siihen, mikä lopulta nousee esille.



Kuva 10. (Brandnews)

4. TUTKIMUSMATERIAALI

Tarkoitukseni on selvittää tilasuunnitelmaa varten, miten imago on ymmärretty ja millainen maine Savonia-ammattikorkeakoululla on. Kyselyn pääpainon tulee olla aiheen takia visuaalisia mielikuvia selvittävä sekä mielipiteitä keräävä, jotta saan opinnäytetyöhön liittyviä vastauksia. Koska kaikki ammattikorkeakoulut Suomessa ovat osakeyhtiöitä, haluan asettaa kaksi erilaista keinoa kerätä tietoa soveltaen aikaisemmin kerättyä yritysperspektiiviin perustuvaa tietoa. (Finlex 2014)

Aikaisemmassa luvussa lävitse käytyjen tietojen pohjalta valitsen tarkastelun kohteeksi sisäisen ja ulkoisen kuvan käsitykset koulun imagosta. Sisäinen kuva vastaa siis Savonian henkilöstöä ja tätä varten haastattelen erikseen itse koulun johdosta rehtori Mervi Vidgrénia. Ulkoisen kuvan edustajiksi valitsen opiskelijat, sillä muiden kuin tiloissa säännöllisesti käyvien henkilöiden mielikuvien tutkiminen ei tässä opinnäytetyössä ole olennaista. Tavoitteena on enemmän selvittää tilojen käyttäjien kokemuksia, sillä heiltä saa tarvittavaa tietoa mahdollisten tilasuunnitelmallisten ratkaisujen suhteen. Jos haluttaisiin selvittää koulussa vierailleiden kokemuksia, tutkimus laajenisi liian suureen ja pitkäkestoiseen mittakaavaan.

4.1 TUTKIMUKSEN METODIT

Vastausten keräämistä varten ensin määritellään Savonia-ammattikorkeakoulun strategian kautta, millainen on määritelty tavoitekuva. Erkki Karvosen kirjassa 'Elämää mielikuvayhteiskunnassa' onkin koostettu imagotutkimusta varten keskeisimmät metodit. Todellisen kuvan selvittämiseksi valitsenkin käyttää yksittäisen ihmisen kanssa keskustelua ja monivalintakyselyä, joissa on valittu teemaksi visuaalinen lähestymistapa määriteltyjen arvojen jälkeen. (Karvonen 1996, 118-123.)

Se, miten hyvin imagon määritellyt arvot ovat vastaanotettu, auttaa vertailemaan tavoitekuvan ja todellisen kuvan eroja. Arvot myös vaikuttavat visuaalisuuteen, sillä ne on helppo kääntää adjektiiveiksi, ja vastauksia kysymyssanaan "millainen" onkin mahdollista soveltaa tiloja luonnehtiessa. Myös vastakkainasettelut ääripäivävaihtoehdoista auttavat määrittelemään, mitä jonkin on tai ei ainakaan ole. Tällaisia esimerkkejä ovat esimerkiksi "kylmä vs. kuuma" tai "tyylikäs vs. tyyli-tön". (Karvonen 1996, 118-123.) Vehkalahten kirjassa 'Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmä' myös mainitaan, ettei mielipiteiden ja arvojen sekä erilaisten asenteiden tutkiminen ole helppoa. Kysymysten ja väitteiden avulla kuitenkin tuloksia saadaan. (Vehkalahti 2014, 11- 13.)

4.2 SAVONIAN IMAGO

Savoniasta muodostunutta kuvaa eli imagoa vastaajien keskuudessa ei vielä tässä vaiheessa tiedetä. Imagon määrittelyä apuna käytetään Savonian virallisesti määritettyjä arvoja ja tavoitteita. Niiden avulla voidaan miettiä tavoiteimagoa ja vertailla, kokevatko kyselytutkimukseen vastanneet jonkun arvon toista voimakkaammin esille nousevaksi vai onko heidän mielestään joku muu arvo kuin määritelty keskeisempi oppilaitoksessa.

Arvojen määrittelyllä laaditaan tavoitteet siitä, millainen yrityksen tulisi olla, ja millaiset arvot ovat keskeisimpiä. Savonian strategiasta vuosille 2017-2020 löytyykin oikean puoleisen kuvan (kuva 11) mukaisesti neljä määriteltyä arvoa: Luotettavuus, rohkeus, vaikuttavuus ja yhteisöllisyys. Näiden arvojen on tarkoitus näkyä niin ulkoisessa kuin sisäisessä kuvassa. Arvojen toteutumista varten onkin laadittu tavoitteita (kuva 12), joihin pyritään ja mitä edistetään. (Savonia)

Visuaalisen imagon ja sen kokemisen selvittämistä varten haasteena on ilman aikaisempaa tutkimuskokemusta valita, mikä olemassa olevasta strategiasta olisi tärkeintä huomioida oikeanlaisen tutkimustuloksen kannalta. Kaikkien tavoitteiden toteutuneisuutta ei ole tässä opinnäytetyössä tarkoitus lähteä selvittämään. Pääasiat voidaan kuitenkin mainita.



Kuva 11. Savonian arvot. (Savonia)

Määriteltyjen arvojen kautta maineen selvittäminen opiskelijoiden keskuudessa on keskeisessä roolissa, sillä kokemuksiin vaikuttavat aiemmin läpi käytyt psykologiset tekijät (ks. 13). Hyvä kouluympäristö voidaankin nähdä opiskelijoille suunnattuna markkinointina, jonka tarkoituksena on houkuttaa hakemaan korkeakouluun ja luoda opiskelijoille hyvät puitteet viihtyä opintojen ajan.



Kuva 12. Strategiset tavoitteet. (Savonia)







4.3 SAVONIAN GRAAFINEN OHJEISTO

Tilasuunnitelmia varten on hyvä tarkistaa, millainen on Savonia-ammattikorkeakoulussa määritelty graafinen ohjeisto. Monissa yrityksissä on jo valmiiksi suunniteltuna tiloissa näkyviä erilaisia opasteista kuten kylttejä. Niissä on usein nähtävissä jokin tietty tyyli, kuten minimalistinen, rustiikkinen, dynaaminen ja niin edelleen. Tällaiset asiat kannattaa ottaa huomioon, ettei moderneissa tiloissa ole yllättäen aivan eri tyylin ja muotokielen rönsyileviä kukkaiskylttejä. (Taitengrafia 2014)

Savonialta ei kuitenkaan graafisesta ohjeistosta löydy tietoa opasteiden tai kylttien määrittelystä ulkoasusta. Tämä voi osittain johtua siitä, että Savonia on levittäytynyt useampaan rakennukseen ja niissä mahdollisten vuokrattujen toimitilojen rajoitukset voivat tulla vastaan.

Erilaisiin paperisiin tulosteisiin ja verkkosivustoille on normaalisti logot (kuvat 14 ja 15), fonttimääritelmät, typografia ja muut vastaavat. Graafisten elementtien ohjeistuksena on kuvassa 13 näkyvät kuusi erilaista väriä. Määriteltynä ovat myös tarvittaessa tiloihin tulevat roll up-telineet ja yllättävästi autojen teippaukset. Määriteltyjä värejä käytetään apuna kyselytutkimuksessa, kun selvitetään, mitkä värit tulevat mieleen Opistotiestä. Graafisen ohjeistuksen värien ei muuten tarvitse olla sidoksissa väriävalintoihin tilasuunnitelmassa, mutta niitä voidaan soveltaa tapauskohtaisesti.

VÄRIMÄÄRITYKSET CMYK, RGB, PMS

	c0 m90 y10 k0 rgb pms
	c0 m25 y100 k0 rgb pms
	c0 m60 y100 k0 rgb pms
	c20 m100 y0 k0 rgb pms
	c75 m0 y20 k0 rgb pms
	c50 m0 y100 k0 rgb pms

Kuva 13. Värimääritykset.(Savonia)



Kuva 14. Savonian logo. (Savonia)



Kuva 15. Savonian logo tummanvärисelle pohjalle. (Savonia)

4.4 REHTORIN HAASTATTELU

Sain hienon tilaisuuden haastatella Savonia-ammattikorkeakoulun rehtoria Mervi Vidgrénia. Tarkoituksena oli selvittää hänen mielipidettään imagosta ja siitä, kuinka johdon henkilö on perillä määrittelystä strategiasta. Minua kiinnosti selvittää, vastaako hänen versiosta imagosta ja sen arvoista määritellyjä asioita. Haastattelukysymykset muodostuivat määritelyjen arvojen ja tavoitteiden ympärille. Tarkemmat kysymykset löytyvät liitteestä 1.

Kysymykset osoittautuivatkin olevan hänelle helppoja. Hän mainitsi kaikki neljä arvoa eli luotettavuus, rohkeus, vaikuttavuus ja yhteisöllisyys. Hän kertoikin, miten ne näkyvät käytännössä. Yhteisöllisyys näkyy niin, että opiskelijat kuuluvat myös yhteisöön ja Savonia koettaisiin sellaisena yhteisönä, jossa on mukava ja helppo olla. Luotettavuus taas näkyy niin, että Savonia on sidosryhmien ja eri työelämäorganisaatioiden kanssa sanansa mittainen. Myös opiskelijoiden kanssa toiminta on avointa. Mielenkiintoista oli kuitenkin kuulla, että rohkeus on uusin määritelty arvo strategiassa. Muuttuvassa maailmassa pitäisi uskaltaa tehdä nopeitakin ja rohkeita kokeiluja. Rohkeuteen myös liittyy se, ettei aina voi onnistua ja siihen on myös lupa. Viimeisenä arvona oli vaikuttavuus, jossa tehdään tekeminen näkyväksi erilaisten projektien avulla. Tehdyllä yhteistyöllä on myös valtava vaikutus alueen yrityksiin ja asioihin. Savonian visio onkin olla vuonna 2020 Suomen vaikuttavin ammattikorkeakoulu.

Savonia myös hänen mukaansa haluaa viestittää yhteisönä, että arvot halutaan saada elämään, eli ne ohjaavat tekemistä ja siksi onkin kirjattu hyvän toimintatavan periaatteet. Esimerkiksi johto pyritään pitämään helposti lähestyttävänä. Nykypäivän kaltaisena hektisenä aikana tarvitaan yhdessä tekemistä niin, että on sitä hyvää tekemisen meininkiä.

Kansainvälisyys on myös tärkeä osa ja Savonialla on viisi kansainvälistä tutkinto-ohjelmaa. Opiskelijoille annetaan hyvät kansainväliset valmiudet ja tämä toive tulee myös yrityksiin puolelta. Tämä tarkoittaa käytännössä kansainvälisiä tutkimus- ja kehittämishankkeita, joihin haetaan kansainvälistä rahoitusta toimintaa varten. Savonia on hyvissä kansainvälisissä verkostoissa, joiden kautta pääsee toimimaan yhdessä ja esimerkiksi yksi painoala on vesiturvallisuus.

Viimeinen osa koski kampustiloja ja kuinka sitä voisi hyödyntää tilojen suunnittelussa. Hän kertoikin, että on upeaa, että talossa on osajia niin kulttuurialalta kuin myös vaikka rakennuspuolelta. Opiskelijat ovat tehneet paljon suunnitelmia ja projekteja kampuksille. Tämän jäljen eli tietynlaisen *savonialaisuuden*, oman koulun osaamisen, hän haluaakin näkyvän kampuksella.

Värimaailmasta Mervi Vidgrén kertoi, että Savonialla on oma tietynlaisensa värimaailma. Myös logolla on vaikutusta ja toisaalta Savonialla on oma tietty ilmeensä. Vaikka onkin ajatus siitä, että kampus on monialainen ja avoin, eikä haluta määritellä tietylle alueelle tiettyä koulutusta, niin silti kampuksella voisi näkyä eri alojen identiteetti erilaisilla tavoilla. Erilaisia osajia on paljon.

Värien tarkentamista varten Vidgrén näytti Savonian paperia, jossa näkyi reunassa graafisen ohjeistuksen värit. Erityisen vahvasti väreistä on hänen mukaansa ollut esillä pinkki. Lisäyksiäkin on kuitenkin ollut, mutta graafisen ohjeistuksen värit ovat olleet usein väriskaalana. Värit näkyvät esimerkiksi Savonian autoissa ja ne erottuvat hyvin liikkeessä. Savonian logosta hän kertoi, että uutta logoa ei ole suunnitteilla. Aikaisempi vuosia sitten on ollut särmikkäämpi ja uutta logoa käytetään ja tehdään kampuksella jatkossakin.

Näytin välillä hänelle alustavia luonnoksia johdon tiloista. Järjestykseen tehtiin muutoksia ja seuraavaa vaihetta varten hylkään Savonian vihreän tiloista. Hän piti ajatuksesta, että tiloihin tulisi Savoniasta valmistuneen opiskelijan suunnittelema tuoleja. Vielä viimeiseksi pyysin häntä kuvailemaan Sa-

oniaa kolmella sanalla ja hän valitsikin seuraavat: *”Savonia on nuorekas, on ihanaa työskennellä ympäristössä, jossa on nuoria. Se on meidän voima. Sitten oltaisiin samalla ilmeikäs, että ei olla sellainen pönöttävä organisaatio vaan, että on sitä ilmettä ja viimeisenä se tekemisen meininki.”* Hän vielä mainitsi, että jos Savonialla on vielä puutteita, niin niitä kohti halutaan mennä ja korjata.

Haastattelusta jäi todella hyvä fiilis ja mielestäni voikin todeta Mervi Vidgrénin haastattelun perusteella, että johdon puolesta Savonia-ammattikorkeakoulu on hyvissä käsissä. Strategia oli hyvin hallussa, ja käytännön esimerkit auttoivat ymmärtämään paremmin sitä, miten asioita pyritään toteuttamaan käytännössä, jotta määritelty kuva toteutuisi. Oli myös hyvä kuulla hänen mietteitään kampuksien tilasuunnittelusta.

”Nuorekas, ilmeikäs ja tekemisen meininki.” – Mervi Vidgrén, 2019.

4.5 KYSELYTUTKIMUS

Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, millainen kuva Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoilla ja henkilökunnalla on koulusta. Kysely on toteutettu 24.5–9.6.2019 välisenä aikana, eli aikaa on ollut vastata noin kaksi viikkoa. Vastausajan kestoksi on arvioitu noin viisi minuuttia. Kyselyn on alun perin ollut tarkoitus mennä kaikkien koulutusalojen vastattavaksi, mutta monilla aloilla toteutettuna ajankohtana opinnot olivat jo kevätlukukaudella päättyneet. Lopulta kysely on päätetty lähettää Opistotien kampuksen opiskelijoille ja henkilökunnalle. Opistotien alat ovat tekniikka ja muotoilu. Kyselyä lähettäessä selvisi kuitenkin, että myös tekniikalla kevätlukukausi on päättynyt. Edellä mainitut asiat siis pitää ottaa huomioon tuloksia analysoitaessa.

Pääpaino vastauksissa on siis muotoilualan opiskelijoilla. Tämä on myös hyvä tarkastelukulma tuloksia varten, sillä muotoilun koulutuspuolen opiskelijat ja opettajat ovat visuaalisia ja taiteeseen perehtyneitä. Kyselyssä ei ole kuitenkaan haluttu eritellä eri suuntautumisalojen näkemyksiä, vaan kerätä yleisesti vastauksia. Lopuksi kaikesta materiaalista on analysointi ja pohdintaa.

4.5.1 KYSELYN SISÄLTÖ

Kyselytutkimus on laadittu luvun alussa mainittujen metodien avulla (ks.s.15) ja niitä on sovellettu aiheeseen sopivaksi. Kyselyn pohjatietoina on käytetty Savonian strategiaa ja ai-

emmin kappaleessa kolme (ks.s.12–14) kerrottuja keskeisimpiä asioita imagosta. Niistä on pyritty valitsemaan olennaisimmat asiat tilasuunnittelun kannalta. Tutkimuksessa on kuitenkin selvitettävä ensin muodostunut kuva eli maine, jotta tuloksia voidaan tutkia. Tarkat kysymykset on luettavissa liitteestä 2.

Imagotutkimus on aloitettu kysymällä vastaajan perustiedot (kohdat 1–3) ja jatkamalla osiolla ”Arvot ja maine”. Se taas kattaa kohdat 3–6. Tämän osion on ollut tarkoitus selvittää väittämien avulla ensin mainetta ja sen jälkeen antaa vastaajan valita vaihtoehtojen joukoista arvoiksi yksi tai useampia. Tämän jälkeen on saanut kertoa vapaasti, mitä Savonian imagosta tulee mieleen.

Seuraava osio on kattanut kohdat 7–10 ja niiden aiheena ovat olleet kampustilat. Ensimmäiseksi on annettu väittämiä kampustiloista ja niistä voi olla samaa tai täysin eri mieltä asteikoilla 1–5. Tämän jälkeen on vapaa kommenttikenttä, miksi tilat vastaavat tai eivät vastaa imagoa.

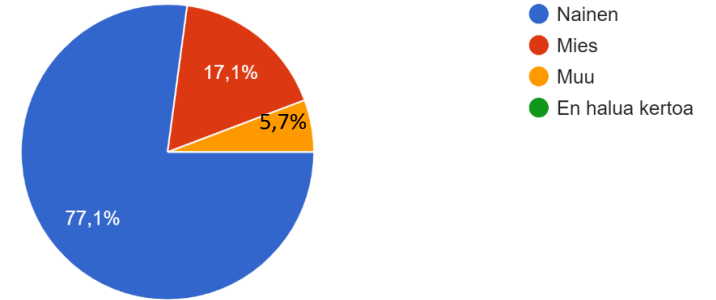
Rehtorin haastattelu on käyty ennen kyselytutkimuksen lähettämistä, joten hänen kertomansa on huomioitu kyselyssä. Tämän vuoksi Savonialle on määritelty värejä kohdassa viisi graafisen ohjeistuksen pohjalta, sekä lisäksi joukkoon on laitettu muitakin värejä ja annettu vaihtoehto kirjoittaa värejä itse. Lopuksi selvitettiin toiveita koskien uusia tiloja, joihin Opistotieltä siirrytään ja saa jakaa aiheeseen liittyviä mietteitä vapaasti.

4.5.2 TULOKSET

Kyselyyn tuli kahden viikon aikana vastauksia 35 kappaletta. Tekniikalta ei oletetusti tullut yhtään vastausta kesäloman takia. Siksi pitääkin huomioida, että vastauksissa pääpaino on kulttuurialan muotoilun opiskelijoilla sekä henkilökunnalla, jonka ei ole tarvinnut määritellä opetuspuoltaan. Tuloksissa ei siis tiedetä, onko kyselyyn vastannut yhtäkään tekniikan opettajaa. Vastausten määrä suhteessa ajanjaksoon ja vastausaikaan on kuitenkin parempi, mitä odotin. Tuloksista ei voida kuitenkaan puhua koko muotoilualan mielipiteenä, mutta tulokset ovat silti suuntaa antavia siitä, miten muotoilualalla on koettu asiat yhdessä henkilökunnan kanssa. Henkilökunnan ja opiskelijoiden vastauksien eroja mietitään vasta viimeiseksi.

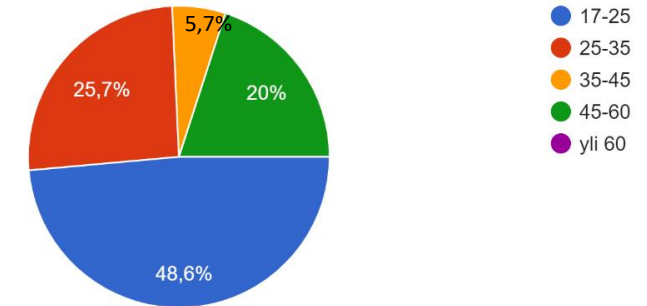
Ensiksi selvitettiin vastaajien tietoja. Kuvissa 16, 17 ja 18 sivun oikealla puolella nähdään, millaisia vastaajia kyselyssä on ollut. Muotoilualan opiskelijoista suurin osa on naisia ja tähän viittaa kuva 16 naisten 77,1 prosentin edustus. Myös muilta on onneksi saatu vastauksia. Myös ikä kuvassa 17 ikäryhmillä 17–25 ja 25–35 vastaa varmasti keski- tai korkeakouluopiskelijan ikää. Vanhempia opiskelijoita oli vastaajissa. Ikätuloksen kanssa korreloikin se, että 77,1 prosenttia vastaajista oli muotoilun opiskelijoita. Opettajat, henkilökunta ja yksi TKI-henkilöstön vastaaja (kuva 18) yhteenlaskettuna ulkoisen kuvan eli henkilöstön vastaajia oli siis 22,9 prosenttia. Tutkimuksen kannalta on hyvä, että henkilökunnan jäseniä saatiin myös vastaajiksi.

1. Sukupuoli
35 vastausta



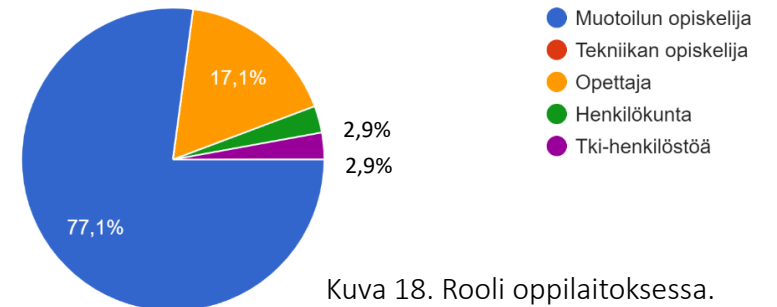
Kuva 16. Sukupuoli.

2. Ikä
35 vastausta



Kuva 17. Ikä.

3. Olen...
35 vastausta

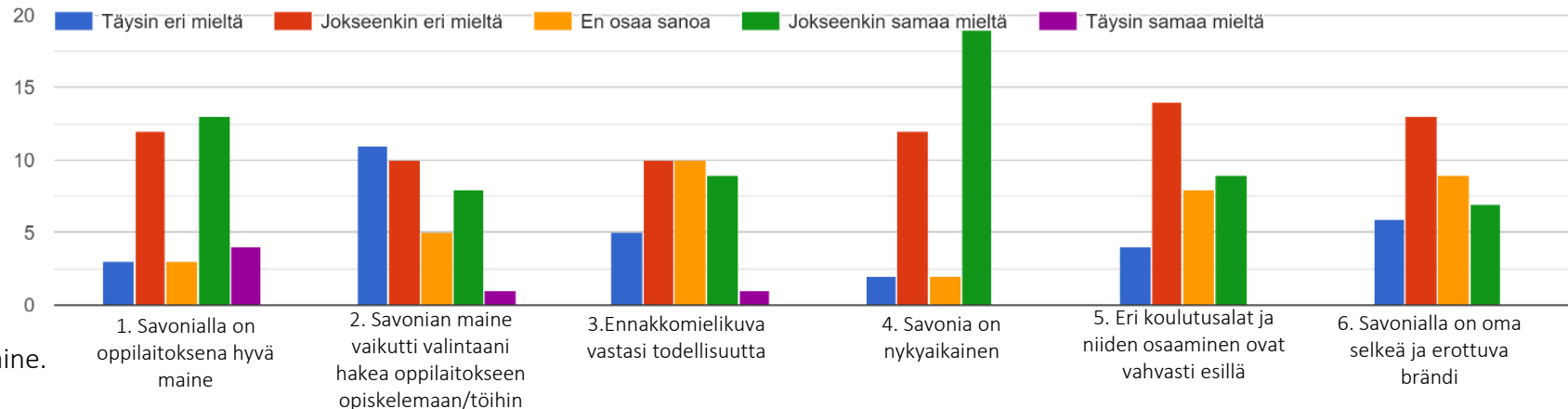


Kuva 18. Rooli oppilaitoksessa.

Arvot ja maine -osiossa vastattiin alla näkyvät taulukon (kuva 19) mukaisesti erilaisiin väittämiin täysin samaa tai eri mieltä viiden vaihtoehdon skaalalla. Tuloksista voidaan kohdassa yksi huomata esimerkiksi, että oppilaitoksen maine yleisesti on jakanut mielipiteitä. Vastaukset kuitenkin kallistuvat enemmän hyväksi koetuksi. Toisaalta maine ei ole vaikuttanut suurimmalla osalla päätökseen hakea opiskelemaan tai töihin. Yksi syy tälle voi olla se, että valintakriteerinä on ollut sama paikkakunta tai sen läheinen sijainti.

Väite ”Mielikuva vastasi todellisuutta” on koettu vaikeaksi. Jopa kymmenen 35 henkilöstä vastasi, ettei osaa sanoa. ”Jokseenkin eri mieltä” ja ”täysin eri mieltä” kallistaa vastauksen siihen, ettei mielikuva ole vastannut odotettua. Kysymys on kuitenkin muotoiltu niin, että vastauksista ei voi arvioida sitä, onko lopputulema hyvä vai huono asia. Voidaan silti pää-

4. Vastaa seuraaviin



Kuva 19. Arvot ja maine.

tellä, että se, minkälaisen kuvan on saanut ennen opiskelua tai töitä, ei ole ollut samanlainen kuin millaista oppilaitoksella lopulta on ollut. Tällaisen lopputuloksen kanssa voitaisiin joissain tilanteissa miettiä tarkemmin sitä, miten esimerkiksi sosiaalisessa mediassa saataisiin markkinoinnilla annettua oikeanlainen kuva, jotta todellisuus olisi yhteneväisempi ennakkomielikuvan kanssa. Kohdassa neljä 19 vastaajaa oli ”jokseenkin samaa mieltä”, eli suurin osa koki oppilaitoksen ainakin jossain määrin nykyaikaseksi.

Eri koulutusalojen osaamisen näkyvyydestä koettiin olevan eniten ”jokseenkin eri mieltä” sen suhteen, näkyvätkö alat mitenkään. Kukaan ei myöskään ollut täysin samaa mieltä tai toisaalta kahdeksan ei osannut sanoa. Yhdeksän oli kuitenkin ”jokseenkin samaa mieltä”. Savonialla ei koettu olevan myöskään kovin erottuvaa ja selkeää brändiä. Tämä ei ole välttämättä huono asia. Seitsemän mielestä Savonialla on jossain määrin oma brändinsä.

Maineen selvittämisen jälkeen osassa viisi (kuva 20) tarkoituksena oli testata, kuinka hyvin strategiassa määritellyt arvot (kuva 11, s.16) on sisäistetty. Omasta virheestäni johtuen kuitenkin kysymyksestä puuttuu jostain syystä kokonaan luotettavuus, joten sitä arvoa ei ole voinut valita. Vaikuttavuuden kanssa pitää myös ottaa huomioon se, että ilman erikseen sanan avaamista, miten se toteutuu käytännössä, sitä ei ole välttämättä ymmärretty. Vaikeatulkintaisuuden takia vastausvaihtoehtoina onkin sen takia arvojen osa-alueita tai yhdistelmiä. Kansainvälisyys on esimerkiksi samaan aikaan osa yhteisöllisyyttä ja vaikuttavuutta.

Käytännönläheisyys muodostui eniten ääniä saaneeksi, sillä jopa kaksikymmentä kolmestakymmenestäviidestä valitsi sen. Kysymykseen olisi toisaalta voinut laittaa pakolliseksi valita neljä vaihtoehtoa, sillä nyt seitsemän käytännöllisyyden valinneesta ei valinnut mitään muuta. Kuvaa kuuluukin tulkita niin, mitkä asiat on koettu korostuvan eniten. Se ei tarkoita sitä, etteikö strategiassa määriteltyjä arvoja olisi koettu olle-kaan oppilaitoksessa.

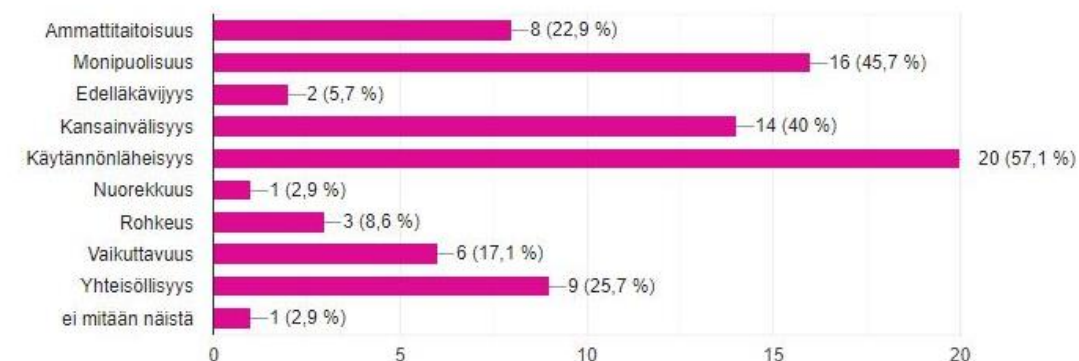
Seuraavaksi suosituin oli monipuolisuus, tämän jälkeen kansainvälisyys ja yhdeksällä vastauksella sijalla neljä oli yhteisöllisyys. Heti perässä seurasi ammattitaitoisuus, vaikuttavuus ja kolme ääntä oli saanut rohkeus. Rohkeuden kolme ääntä voi tuntua pieneltä tulokselta, mutta on muistettava, että se on Savonian strategian uusin arvo. Sen toteuttaminen käytännössä on vielä seuraamisvaiheessa. Tämän kysymyksen avulla nähtiin, mitkä asiat olivat korostuneet opiskelijoiden ja henkilökunnan keskuudessa. Yksi ei kokenut minkään edellä mainitun arvon korostuvan.

Kohta 6 oli vapaa kommenttikenttä, jossa sai kertoa mitä Savonian imagosta tulee mieleen. 15 henkilöä jätti tähän kohtaan kommentin. Savoniaa kuvailtiin useamman mielestä esimerkiksi hyvin verkostoituneeksi ja vahvaksi alueelliseksi toimijaksi. Kuva koettiin positiiviseksi. Myös pari kommentoijaa on huomannut yrityksen panostaa imagoon, mutta siinä ei oltu heistä vielä täysin onnistuttu. Osa koki imagon hieman sekavaksi tai vanhanaikaiseksi. Opetuksen taso koettiin vaihtelevaksi.

Vastauksissa näkyi selkeästi myös muotoilijoiden ajatukset. Osa koki, ettei imagossa näy kaikki koulutusalat tasapuolisesti ja esimerkkinä mainittiin luovat alat. Esille nousi myös toivomus, että kohderyhmää oppilaitoksessa rajattaisiin tarkemmin ja nuorekkuus saisi näkyä enemmän. Nämä asiat parantaisivat kuvaa.

5. Savonia-ammattikorkeakoulussa korostuvia arvoja ovat(valitse yksi tai useampi):

35 vastausta

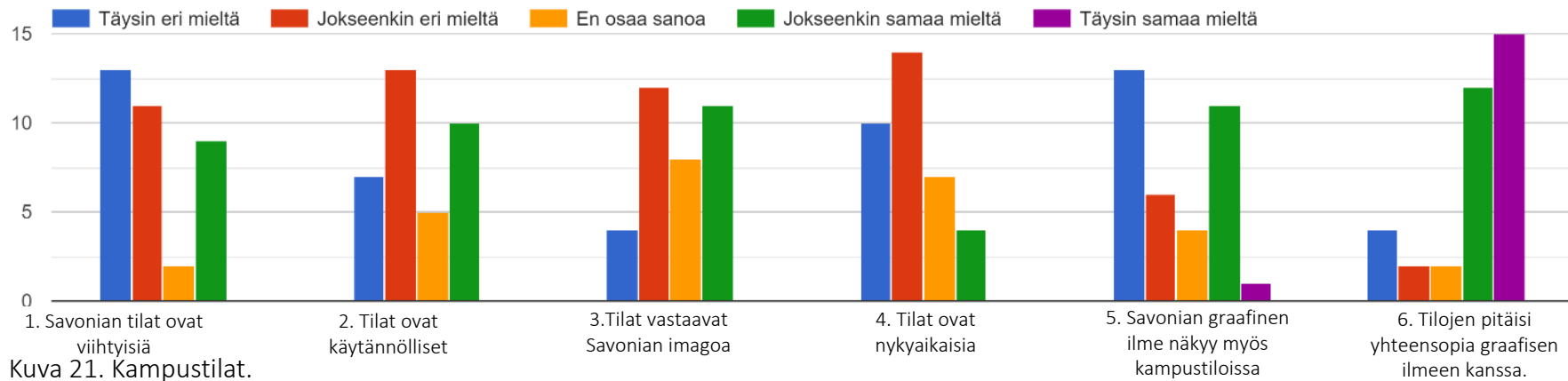


Kuva 20.

Seuraava kyselyn osa käsitteli kampustiloja. Tätäkin varten oli tehty erilaisia väittämiä, joissa pystyi olemaan samaa tai eri mieltä. Vastauksissa pitää muistaa, että vastaajista suurin osa opiskelijoista ollut koko opintojensa ajan Opistotien kampuksella, joten kokemukset eivät liity välttämättä muihin kampuksiin. Osalla on kuitenkin saattanut olla tunteja esimerkiksi vaatetuspuolen tiloissa Microkadun kampuksella ja henkilökunnasta ei voi vetää oletuksia.

Alapuolen kuvassa 21 ensimmäisessä kohdassa enemmistö oli täysin tai jokseenkin eri mieltä siitä, että opistotien tilat ovat viihtyisät. Yhdeksän mielestä tilat olivat kuitenkin jossain määrin viihtyisät ja vain kaksi ei osannut sanoa. Käytännöllisyyden suhteen täysin eri mieltä olevien lukema pieneni, mutta silti suurin osa koki tilojen olevan jossain määrin epäkäytännölliset. ”Jokseenkin samaa mieltä” nousi edellisestä yhdellä äänellä ja kukaan ei ollut täysin samaa mieltä. Kol-

7. Vastaa seuraaviin



Kuva 21. Kampustilat.

moskohdassa mielipiteet olivat jakautuneet sen suhteen, vastaavatko tilat imagoa vai eivät. Kahdeksan ei osannut sanoa. Enemmän vastauksia tuli sen puolesta, ettei tilojen koettu vastaavan imagoa.

Seuraavassa väittämässä numero neljä oli kymmenen täysin eri mieltä ja 14 jokseenkin eri mieltä sen suhteen, että tilat olisivat nykyaikaiset. Vain neljä oli jokseenkin samaa mieltä ja loput eivät osanneet sanoa. Kohta viisi taas käsitteli väittämää siitä, että näkykö Savonian graafinen ilme tiloissa. Jopa 13 oli täysin eri mieltä sen suhteen, että ilme näkyisi ja kuusi jokseenkin eri mieltä. Toisaalta 11 oli jokseenkin samaa mieltä ja yksi täysin samaa mieltä. Neljä ei osannut sanoa.

Viimeisessä kohdassa oli väittämä, että tilojen pitäisi yhteensopia graafisen ilmeen kanssa. Tästä täysin samaa mieltä oli 15 vastaajaa ja jokseenkin samaa mieltä 12. Toisaalta neljä oli täysin eri mieltä, kaksi jokseenkin eri mieltä ja viimeiset kaksi ei osannut sanoa.

Osio kahdeksan oli vapaavalintainen kommenttikenttä, jossa sai kertoa miten/miksi tilat vastaavat tai eivät vastaa Savonian imagoa. Vastauksia kohtaan tuli 19 kappaletta. Useassa vastauksessa mainittiin erikseen kommentin koskevan Opistotietä, mutta vastaajien tietojen perusteella voidaan olettaa, että muidenkin mielipiteisiin on vaikuttanut vahvasti Opistotie.

Opistotiestä kerrottiin, ettei siellä ole mitään erityisiä ”Savonia-elementtejä” ja ne mitä asiat mitä Savonia yrittää tuoda esille, kuten nuorekkuus, ei ole näkynyt kampuksella käytännössä. Tiloissa ei koettu olevan viihtyvyyttä lisääviä elementtejä ja Savonian värit koettiin näkyvän vain ykköskerroksen ”jumppakäytävällä” ja rakennuksen kyljessä. Tilat oltiin koettu sairaalamaisiksi. Useampi maininta oli myös liian ahtaista ja muuten huonoista vanhahtavista tiloista, joista puuttuu olennaisia asioita. Esimerkkeinä tälle olivat kunnollinen valaistus ja ergonomiset kalusteet. Yksi myös kommentoi, että tiloja ei kehtaa näyttää kavereille.

Useampi huomautus oli myös erikseen siitä, että Microkadun kampus ei koskenut annettua kritiikkiä ja siellä tilat vastaavat imagoa paremmin. Kyselyn aikana tilat, joihin muotoilijat tullaan kampuksella sijoittamaan, eivät ole vielä olleet valmiit. Vastaajat eivät siis oletettavasti eivät tiedä, millaiset heidän tilansa tulevat olemaan.

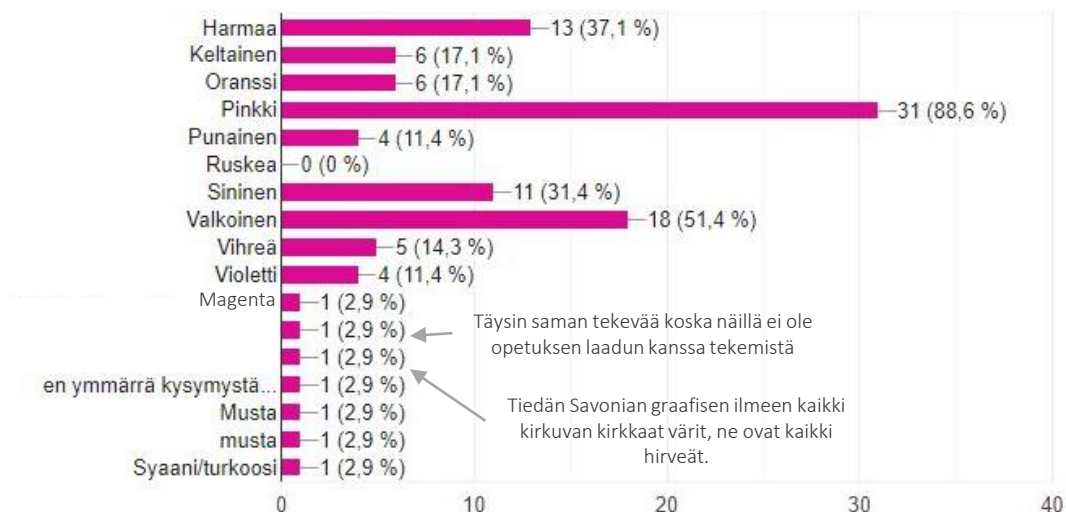
Toiseksi viimeisenä selvityksenä oli oikean puolen (kuva 20) kohta yhdeksän. Siinä sai vapaasti valita, mitkä värit ovat Savonian värejä ja myös lisätä itse, jos jotain väriä ei valmiiksi löytynyt. Värejä sai valita niin paljon kuin halusi. Menin ydis-

tämään kyselyä tehdessä kohtaan ”pinkki” Savonian pinkin ja magentan. Jälkikäteen ajateltuna ne olisi voinut samankaltaisuudesta huolimatta laittaa erikseen.

Eniten ääniä saaneeksi väriksi muodostui väri pinkki, jonka valitsi melkein kaikki vastaajista eli 88,6 prosenttia. Seuraavaksi eniten ääniä sai valkoinen (51,4 %) ja kolmanneksi eniten harmaa (37,5 %). Neljänneksi ylsi sininen (31,4 %) ja saman verran ääniä keskenään olivat saaneet keltainen ja oranssi (17,1 %). Lopuksi 4-5 ääniä olivat saaneet punainen, vihreä ja violetti. Erikseen mainittuina oli myös kaksi ääntä mustalle, yksi magentalle sekä yksi syaanille/turkoosille. Yksi ei ymmärtänyt kysymystä ja kaksi viimeistä vastausta sivusivat kohdan aihetta.

9. Savonian värejä ovat (valitse yksi tai useampi):

35 vastausta



Kuva 22.

Kysely on tehty vuonna 2019 keväällä, joten siksi 10. kohta sisälsi kysymyksen siitä, mitä toivoisi huomioitavan uusissa (Microkadun) tiloissa. Vastaukset nostavat siis esille opiskelijoiden ja henkilökunnan toiveita. Kohta oli vapaavalintainen ja siihen vastasi 22 henkilöä.

Useita toiveita tuli tilojen valoisuuden, käytännöllisyyden ja viihtyvyyden puolesta. Useampi toivoi erilaisiin opiskelutarpeisiin suunniteltuja opiskelijamukavuutta lisääviä alueita, kuten ryhmätyöpaikkoja, vetäytymistiloja ja sellaisia tiloja, jotka olisivat helposti muunneltavissa erilaisiin tarkoituksiin. Näille tiloille toivottiin yksityisyyttä, vaikka ne sijaitsisivat päätiloissa eivätkä erillisessä huoneessa.

Viihtyvyyttä varten toivottiin viherelementtejä ja mukavia ja pehmeitä istuimia, jotka olisivat moderneja sekä värejä saisi olla enemmän. Kekseliäitä ja mielenkiintoisiakin ratkaisuja toivottiin. Mukana oli myös huolta siitä, ettei muotoilualue menettäisi omia tilojaan, joissa on esimerkiksi ammattikäyttöön tarkoitettujen tietokoneiden ohjelmia. Pajatiloista myös toivottiin, että ne olisivat turvalliset ja toimivat. Useampi maininta oli myös Opistotien kunnosta ja uusissa tiloissa toivottiin olevan tämän takia hyvä sisäilma.

Lisäksi toivottiin, että tiloissa yritettäisiin muistaa niiden käyttäjät eli alojen identiteetti saisi näkyä. Tämän ja kaikkien edellä olevien toiveiden uskottiin vahvistavan positiivisesti opiskelijoiden ja henkilökunnan sitoutumista, ammattiylpeyttä ja yhteenkuuluvuutta Savoniaan. Lopuksi oli vielä kohta, jos-

sa sai yleisesti halutessaan kertoa aiheeseen liittyviä mieleen tulleita asioita. Vastauksia oli kuusi kappaletta. Kohdan vastauksissa oli osittain samaa kuin aikaisemmassa kohdassa 10, eli toivomuksia tilojen käytännöllisyydestä ja turvallisuudesta. Yksi halusi muistuttaa siitä, että muotoilussa on tehty erilaisia tyylikkää ja nuorekkaita aineistoja ja sama saisi näkyä muillakin aloilla sekä tki- ja liiketoiminnassa. Tilojen mainittiin myös kertovan organisaation kulttuurista ja kuinka ensivaikutelmaa tehtäessä on tärkeää, että ensiajatus Savonian tiloihin astuessa olisi ”tänne minä haluan opiskelemaan/töihin.”

4.6 TUTKIMUSMATERIAALIN ANALYSOINTI

Selvitettävää taustatietoa kyselytutkimusta varten oli paljon ja se vei yllättävän paljon aikaa. Aikaa kului niin imagon ymmärtämiseen kuin olennaisten asioiden valitsemiseen, Savonian lähtötietojen tutkimiseen, haastatteluun, kyselytutkimuksen soveltuvuuden selvittämiseen ja sen rakenteen ja sisällön yhteensovittamiseen. Tämän laajuuden takia kyselytutkimukseen osuikin muutama virhe, kuten värin mainitseminen valmiiksi listattuna tai se, että kysymyksen vastauksen pystyy ymmärtämään kahdella tavalla. Onkin hyvä muistaa, että imagotutkimus toteutuneen kuvan määrittelyä varten vie vuosiakin ja sen tekee normaalisti kyselytutkimuksiin ja erilaisiin mittareihin perehtynyt ammattilainen. Tätä en tietysti tiennyt tai ymmärtänyt kunnolla aihetta valitessa. Imagoselvityksiä on kuitenkin suositeltu tehtäväksi yrityksessä päivittyneen kuvan ymmärtämiseksi, joten tämä opinnäytetyö on siis samalla pienimuotoinen selvitys muotoilijoiden ja henkilökunnan perspektiivistä. (Karvonen 1996, 123 Vehkalahti 2014)

Sen kysymyksen ymmärtämiseksi, onko imagolla merkitystä kampuustiloissa ja voidaanko sitä soveltaa suunnittelussa, oli siis ensin pakko kysyä myös arvoihin ja muihin määriteltäviin asioihin liittyviä alueita. Yleisen kuvan määrittelemineen on olennainen osa imagotutkimusta. Tiloihin liittyvien kohtien lisäksi tärkeää teemalla varustetussa aiheessa oli, että vas-

taaja saa halutessaan kertoa itse kirjoittamalla mielipiteitään ja muodostuneita käsityksiä. Näin ymmärretään paremmin monivalintojen ja erilaisten väitteiden tuloksia.

Kuten on aikaisemmin mainittu, vastaajat koostuivat pelkästään muotoilun opiskelijoista sekä henkilökunnasta, jonka vastaajista suurin osa oli opettajia. 27 vastaajaa 35 henkilöstä oli opiskelijoita, eli heidän vastauksillaan oli isoin vaikutus tulokseen. Kyselytutkimuksen vastauksia analysoidessa huomasin myös, että Googlen omalla kyselylomakepohjalla oli hankalaa suoraan nähdä henkilökunnan ja opiskelijoiden vastausten välisiä eroja. Tämän takia en ole tutkimustulosvaiheessa tilastoimalla eriteltyt vastauksia, mutta olen tarkastellut vastauseroja yksi kerrallaan.

Henkilökunnan vastauksia tutkiessani huomasin, että he olivat suhteessa 22,9 prosentin vastaajamääräänsä vastanneet väittämiin yleisesti ottaen myönteisemmin. Tämä vastaa myös aiemmin kappaleessa 'Imago' kerrottua Ropen ja Metherin mainintaa, että sisäinen kuva koetaan yleensä positiivisemmin. Täysin yhtä mieltä henkilökuntakaan ei kaikesta väittämien kanssa ollut, vaan oli myös useita väittämiä, joista oltiin täysin eri mieltä. Toisaalta se, että henkilökunnan kes-

kuudessakaan ei koeta, että kaikissa asioissa olisi onnistuttu, vaikuttaa myös ulkoiseen kuvaan eli opiskelijoihin. Henkilökunnalta tulikin paljon vastauksia vapaisiin kommenttikenttiin suhteessa vastaajamäärään ja heidän mainintansa koskivat monella tilojen toimivuutta. Huonot tilat, jotka eivät tue opiskelua tai ovat puutteellisia, ovatkin suoraan vaikutuksessa opiskelijoiden ja heidän arkeensa. He siis kokivat maineen yleisesti paremmaksi, mutta tiloihin voisi panostaa Opistotietä enemmän.

Ulkoisen kuvan edustajat eli opiskelijat antoivat siis enemmän negatiiviseen viittaavia vastauksia, mutta otanta heistä oli isompi ja täten jakauma vastauksien välillä laajempi. Heistä löytyi muutamia vastaajia, jotka kokivat kaikkien asioiden olevan huonosti aina maineesta tiloihin saakka. Näiden henkilöiden vastaukset ovatkin vaikuttaneet lopputuloksiin, jotka ovat olleet hyvän ja huonon kuvan rajamaastoilla. Yleensä ottaen opiskelijatkin olivat kuitenkin joistain asioista edes ”jokseenkin samaa mieltä”. Eniten ”täysin samaa mieltä” vastauksia opiskelijat antoivat väittämään 7 (kuva 19) ”tilojen pitäisi yhteensopia graafisen ilmeen kanssa”.

Ulkoisen kuva eli henkilökunta on todennäköisesti tietoisempi siitä, mitä asioita oppilaitoksessa on tehty tiettyjen arvojen toteutumisen eteen. He ehkä ovat yleisesti ottaen siksi myönteisempiä muodostuneen kuvan suhteen. Ulkoiselle kuvalle taas keskeisin ongelma onkin usein se, ettei tehtyjen päätösten syyt välity heille. He voivat vain ihmetellä, miksi tiloista puuttuu oleellisia asioita ja tekevät siksi omia johtopäätel-

miään. Opettajatkaan eivät silti aina välttämättä tiedä syitä perusteellisesti.

Yksi henkilö oli myös kommentteissa maininnut, että tämän hetkisistä tiloista huomaa niiden olevan väliaikaisratkaisu. Tätä varten teinkin tutkimustyötä muotoilualan historiasta. Muotoiluala oli Kuopiossa alun perin Kuopion Rouvasväenyhdistyksen ylläpitämä. Vuonna 2002 opetusministeriön edellytyksen mukaisesti Kuopion Muotoiluakatemia tunnettu oppilaitos siirtyi Savonia-ammattikorkeakoulun kuntayhtymän ylläpitoon. Kuntayhtymä ja Kuopion rouvasväen-yhdistys toimivat aluksi yhteistyössä, kunnes kuntayhtymä irtisanoi vuonna 2010 sopimuksen ja irtisanomisaika päättyi vuonna 2014 lopussa. Perustana oli tarve saada Savonia-ammattikorkeakoulun opetus yhteiselle kampukselle ja erilaiset lainsäädännön muutokset, ylläpitojärjestelmän muuttaminen ja kehittämisen vaatimukset. Lisäksi muotoilun koulutuksesta vähennettiin voimakkaasti aloituspaikkoja. (Muotoiluakatemia)

Historian lukemisen jälkeen voidaankin ymmärtää mielestäni muotoilualan ja henkilökunnan tyytymättömyys tiloihin paremmin. Muotoilu on siirretty Muotoiluakatemia tiloista tekniikan alan kampukselle, ja tämä on näkynyt ahtautena opetustiloissa ja sitä kautta huonossa viihtyvyydessä. Muotoiluala on Savoniassa eräänlaisessa murrosvaiheessa, jossa uusiin ja lopullisiin tiloihin pääsemistä on odoteltu. Opistotie onkin todennäköisesti ollut väliaikaissijoitus, sillä erilaiset luvat rakentaa ja toteuttaa suunnitelmia tapahtuvat lainsäädä-

dännöillä hitaasti. Huonoksi koetut ovat tilat ovat siis osaksi siirtymävaiheen seurausta. Tällä on voinut olla vaikutusta siihen, millainen maine Savonialla on tällä hetkellä opiskelijoiden ja osittain henkilökunnan keskuudessa. Pitää tosin ottaa huomioon, että en tiedä tarkemmin, millaiseksi maine on koettu aikaisemmissa tiloissa.

Tehdyn kyselytutkimuksen lopputulos viittaa siihen, että imagoa voitaisiin vahvistaa tilojen huolellisen suunnittelun avulla. Tilat toimivat vahvasti oppilaitoksen edustustiloina, jotka jättävät jälkensä tiloissa käyneisiin tai työskenteleviin. Ne ovat siis osa ammattiuskottavuutta. Ammattikorkeakoulujen on pidettävä huolta siitä, että heille halutaan hakea jatkossakin. Huolellisella alakohtaisiin toiveisiin perustuvalla suunnittelulla on myös vaikutus siihen, että tilat koetaan käyttäjien mielestä toimiviksi ja viihtyisiksi. Vastaajilla olikin paljon konkreettisia ratkaisuehdotuksia, joita voitaisiin jatkossa huomioida.

Mielenkiintoista tutkimuksessa olisi ollut saada tekniikalta vastauksia siitä, millaiseksi he ovat tilat kokeneet tai kiinnostaako heitä yleisesti tilojen visuaaliset kokemukset. Muotoilijoilta ja heidän opettajiltaan alan luovuuden takia voidaankin olettaa, että he toivovat tilojen olevan mielenkiintoisia ja hyvin toteutettuja. Hyvin suunnitellut tilat ovat yhtä aikaa käytännölliset ja mukavat, mutta kyselytutkimuksessa Opistotiellä ei oltu koettu kumpaakaan täysin onnistuneeksi.

Vastaajat nimittivät Savonian ykkösarvoksi annetuista vaihtoehdoista käytännönläheisyyden, joten tilojen pitäisi myös vastata sitä. Käytännönläheisyys voisi kuulua strategiassa määriteltävään arvoon luotettavuus, eli tilat ovat sitä, mitä alalta oletetaan. Yhteisöllisyys ja sitä kautta myös oppilaitoksen arvostus varmasti nousee, jos tiloissa näkyy onnistuneesti eri alojen identiteettiä.

Rohkeutta voisikin arvona korostaa erilaisilla tiloilla, joissa oppilaitoksen opiskelijoiden kädenjälki ja kokeilut näkyvät. Opistotiellä ei ole ollut esimerkiksi ollenkaan vakituista näyttelytilaa, joten jollainen alue auttaisi tuomaan osaamista esille niin muille koulun aloille kuin siellä vieraileville. Tämä konkreettisesti vaikuttavuutta: Savonialla on tekemisen meininkiä, joka myös näkyy. Eikä ainoastaan muotoilijoille, vaan myös muiden alojen taidonnäytteitä olisi hyvä nähdä esillä saakka.

Tutkimuksen pohjalta suunniteltavien tilojen kannalta en voi ottaa kuitenkaan kaikkia mainittuja asioita huomioon, koska suunnittelualueeni on rajattu opinnäytetyöhön sopivan mittaiseksi. En siis voi ottaa huomioon esimerkiksi yleisiä kampuksia tai luokkia, sillä muuten työmäärä laajan tutkimuksen jälkeen olisi liikaa. Tuloksista voisi kuitenkin olla apua, jos uusiin kampuksiloihin tehdään lisäsuunnittelua esimerkiksi opiskelijoiden toimesta. Tämä olisi myös kommenttikentässä mainittujen toiveiden mukaista.

5. KONSEPTISUUNNITELMA

Suunnittelemani tilojen on tarkoitus toimia yhtenä esimerkkinä siitä, miten aikaisemmin kerättyä tietoa voitaisiin soveltaa oikeisiin tiloihin. Haasteena onkin osata valita olennaisimmat asiat, jotka voisivat edistää Savonian tilojen vaikuttavuutta positiivisesti. Tilojen pitää myös pyrkiä vastaamaan kyselytutkimukseen vastanneiden toiveita. Tämän takia suunniteltaviksi tiloiksi on valittu johdon tilat, sekä opiskelijoiden käyttöön tuleva neuvottelutila. Tässä kappaleessa esittelen suunnitteluprosessin kulun, tunnelmataulut, välikatselmuksen luonnokset ja lopputuloksen.

5.1 SUUNNITTELUPROSESSI

Tutkimusaiheen kannalta oli hyvä, että konseptoitavat tilat ovat sellaiset, joista toinen kokonaisuus tulee henkilöstölle ja toinen opiskelijoille. Taustatietojen keräämisen jälkeen (kuva 23) olen aloittanut johdon tilojen konseptoinnin ennen tutkimustuloksia, jotta voisin yhdessä rehtorin kanssa katsoa alustavaa konseptia hänen huoneestaan ja miettiä, mitä hän siinä haluaisi tulevan. Koin, että luonnoksen kanssa hänen on helpompi kertoa vähintään, mitä hän ei huoneeseensa aina-

kaan haluaisi. Tästä on sitten helppo lähteä jatkotyöstämään tilaa.

Haastattelusta sainkin hyvää ja rakentavaa palautetta. Johdon tilat, joissa on rehtorin oma huone ja vararehtorin huone, oli sen takia myöskin hyvä valinta, että sitä suunnitellessa pääsin treenaamaan, kuinka julkitilasuunnittelussa pitää myös imagon lisäksi ottaa joissain tiloissa henkilökohtaiset tarpeet huomioon. Aulatilaa sen sijaan tulee henkilökunnan yhteiseen käyttöön, joten siinä pitää ottaa huomioon kokonaiskuva.

Tämän jälkeen sain kyselytutkimuksen valmiiksi ja vastauksia odotellessa jo etsiskelin Savonian ilmeeseen sopivia kalusteita. Lopullisten vastausten saavuttua tein luonnoksia eteenpäin. Katsoin välikatselmuksessa yhdessä ohjaavan opettajan kanssa luonnosten tilannetta, sain hyvää rakentavaa palautetta ja sitten pyrin jatkamaan tiloja vielä eteenpäin. Tämän jälkeen visualisoin kunnolla lopulliset valmiit mallit, jotka löytyvät tästä opinnäytetyöstä. Tilat ovat siis vain konseptteja, eivät toteutettavaksi tulevia suunnitelmia.

Taustatieto

Luonnostelu

Rehtorin
haastattelu

Luonnostelu/
Kyselytutkimus

Välikatselmus

Luonnostelu

Lopputulos

Kuva 23. Koko prosessin aikajana.

5.1.1 KONSEPTOINNIN LÄHTÖKOHDAT



Kuva 24. Tunnelmataulu: johdon tilat ja aula.

Johdon tiloja ja aulaa varten tein ensin molemmille vasemalla näkyvän yhteisen tunnelmataulun (kuva 24). Tiloissa halusin vastausten mukaisesti välttää kalseutta ja sairaalamaisuutta. Siksi valitsin käytettäväksi puupanelointia seinille, jotta se toisi viihtyisyyttä ja lämminhenkisyyttä. Tiloihin on tarkoitus tulla Savonian graafisen ilmeen värejä teemoittain. Pääväreiksi valitsin magentan, pinkkihtävän violetin ja sinisen. Aulan tulee olla samalla väriteemalla kuin rehtorin huoneen, sillä aulasta aukeaa näkymä lasiseinämän läpi suoraan tilaan. Niiden tulisi siis sointua yhteen toistensa kanssa.

Tilojen pääkäyttäjänä on siis henkilökunta. Tämän lisäksi tiloissa käyvät myös opiskelijat sekä koulun vieraat, jotka tulevat esimerkiksi tapaamaan rehtoria. Näiden tilojen kokonaisuudella on vaikutusta suhteisiin niin suomalaisten yritysten kuin kansainvälisen yhteistyön kanssa. Tilojen pitää siis olla edustavat, jotta ensivaikutelma jättäisi hyvän kuvan. Tiloilla on tarkoitus tukea vaikuttavuuden toteutumista, mutta samalla erilaisilla mielenkiintoisilla yksityiskohdilla haluaisin tuoda esille myös rohkeuden. Rohkea elementti voisi näkyä esimerkiksi seinällä näyttävänä akustiikkapaneeliteoksena. Nykyaikaisuuden toteutumista varten otan myös huomioon tarkemmin valinnoissa sen, että ne olisivat tyyliltään ajan hermoilla.

Opiskelijakäyttöön tulevassa neuvottelutilassa halusin panostaa nykyaikaisuuteen ja sitä kautta trendikkyyteen. Mieleeni kyselytutkimuksesta jäi vastaus, että kavereille ei kehdannut näyttää kuvaa millaisessa koulussa opiskelee. Lähdin miettimään asiaa niin, millaisen tilan esittelisi muille ylpeydellä.

Koska tila oli valmiiksi suhteellisen pieni, kalusteiden paikat määräytyvät aika selkeästi tietyille paikoille. Pyrkimyksenäni oli pitää tunnelmataulun mukaisesti (kuva 25) huone tyylikäänä ja puhtaslinjaisena. Tilan pitää palvella käyttötarkoitustaan isolla neuvottelupöydällä, jonka äärellä kahdeksan henkilöä voi levittäytyä projektinsa kanssa ja luonnostella yhdessä isojakin projekteja. Toivottavaa olisikin, että hieno neuvotteluhuone inspiroisi ja motivoisi työskentelyn taustalla.

Värien käytön suhteen valitsin graafisesta ilmeestä hyödynnettäväksi Savonian oranssin ja keltaisen. Tilasta on tunnelmataulun mukaisesti tarkoitus tulla tummansävyinen, jossa puuelementit ja muutama tehosteväri luovat tunnelmallisen kokonaisuuden. Tilassa olisi myös hyvä olla käytännöllisyyden suhteen paikka takeille tai laukuille, jotta ne eivät pyörisi jaloissa neuvottelupöydän äärellä istuttaessa. Ajattelin neuvottelutilan olevan tila, jonka edustavuus on suunnattu opiskelijoita varten. Uskon, että tila joka on suunniteltu heitä ja opettajia varten huolellisesti parantaa myös yhteisöllistä kokemusta.



Kuva 25. Tunnelmataulu: Neuvottelutila.

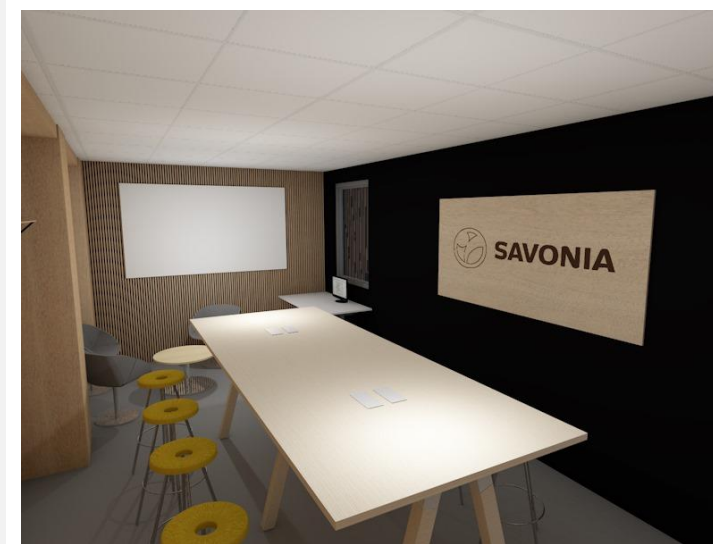
5.1.2 VÄLIKATSELMUKSEN LUONNOKSET

Välikatselmusta varten olin tehnyt erilaisia vedoksia rehtorin huoneesta ja neuvottelutilasta. Jätin aulatilan viimeiseksi, jotta saisin lopullisen rehtorin huoneen suunnitelman jälkeen sen tilan suunnitelmaan mukaan yhteensopivia elementtejä. Välikatselmuksen luonnoksissa (kuva 26) olin kokeillut muutamaa erilaista versiota. Rehtorin haastattelun jälkeen poistin hänen huoneestaan alun perin Savonian graafisesta ohjeistuksesta valitsemani vihreän karkeasta ideoinnista, jonka näytin haastattelutilanteessa. Rehtori näki myös välikatselmuksessa kuvat tilastaan. Hän toivoi, ettei tilaan tulisi kuvissa näkyvää sinistä ja sen viereisiä sävyjä. Myös pöydän suuntaa ja kalusteiden sijoittelupaikkaa muutettiin toivomuksia kuunnellen.

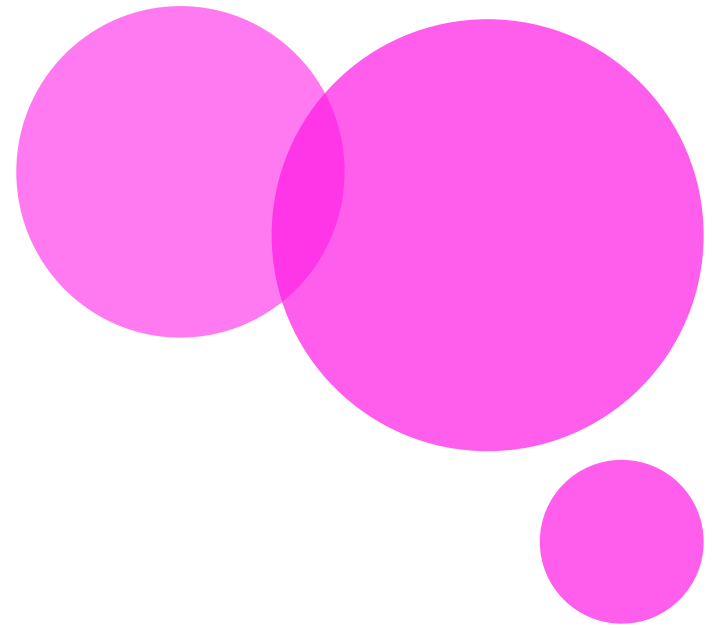
Tässä vaiheessa muutoksia vaativia osioita olikin vielä paljon. Kuvassa 27 valitsemani tuolit eivät olleet muotokieltään tarpeeksi mielenkiintoiset. Samoin seinälle suunnitelma vanerista, johon olisi poltettuna Savonian logo, ei ollut tarpeeksi huomiota kiinnittävä. Visualisoinnissa ei myöskään tässä vaiheessa näkynyt lamppuja, mikä vaikuttaa kuvassa näkyvään kokonaisuuteen. Valaistuksesta minulla oli kuitenkin jo selkeä visio. Lähdinkin jatkotyöstämään näillä muutostoimenpiteillä lopullisia suunnitelmia.



Kuva 26. Luonnoksia johdon tiloista.



Kuva 27. Luonnoksia neuvotteluhuoneesta.



5.2 LOPPUTULOS

Tarkoituksenani oli suunnitella tilat, joiden valinnoissa on huomioitu Savonia-ammattikorkeakoulun imago. Tilojen on tarkoitus korostaa Savonian määriteltyjä arvoja ja parantaa mainetta tilasuunnittelun keinoin. Suunnitelman lähtökohtina olen käyttänyt Savonian strategian lisäksi graafista ohjeistoa, rehtorin haastattelua ja kyselytutkimuksen tuloksia. Imagotutkimuksen avulla sain ideoita siitä, millaiseksi opiskelijat ja henkilökunta kokevat Savonian. Pyrin poimimalla mielipiteitä konkretisoimaan konseptiin asioita, jotka heidän mielestään pitäisi huomioida jatkossa kampuksilla. Suunnitelma sisältää visualisoituja ideoita: niin kehitystä vaatineita asioita kuin sellaisten asioiden korostamista, jotka koettiin jo hyväksi. Lopputuloksessa esittelen pohjat, kalustevalinnat ja visualisoinnit tiloista.

5.2.1 REHTORIN JA VARAREHTORIN HUONEET

Rehtorin huoneeseen päävärinä säilyi magenta ja violetihtavan pinkki. Vararehtorille taas tuli lopulliseen suunnitelmaan alusta asti määritelty sininen. Molempien huoneisiin tulee yhdelle seinustalle sormipaneelia, jonka spottivalot katossa valaisevat tunnelmaa tuoden. Molempien tiloissa on (kuvat 28, 29, 30 ja 31) mukaisesti säilytyskalusteet asiakirjoja ja muita tavaroita varten. Tiloissa on huomioitu henkilökohtaisia toivomuksia. Myös valaistusta on suunniteltu niin, että huoneeseen tulisi tunnelmaa, mutta myös työpisteillä näkee tehdä töitä. Kokonaisuuden on tarkoitus olla harmoninen, jotta tilojen käyttäjät viihtyisivät omissa työhuoneissaan. Rehtorin edustustehtävien takia hänellä on myös istuskelualue, jossa vieraiden kanssa voidaan käydä keskustelua viihtyisässä ja huolitellussa ympäristössä. Tilaan voi luoda lasiseinämän eteen yksityisyyttä lamelliverhon avulla.

Kalusteet

T1= Martela, Sola- tuoli



T2= Isku, Step+ - työtuoli



T3= Enea, Kaiak- nojatuoli



T4= Isku, Big hug-nojatuoli



P1= Karl Andersson & Söner, CAP- sohvapöytä, 290



P2=Karl Andersson & Söner, CAP- sohvapöytä, 350



P3= Martela, Alku S&S-työpöytä



K1=Martela, Combo-kaappi



PP1= Lintex, mobile flow- Piirtopinta



V1= Boknas, Cane line Combine-Viherkaluste



Valaisimet

VL1= Secto Design, Octo small



VL2=Secto Design, Octo



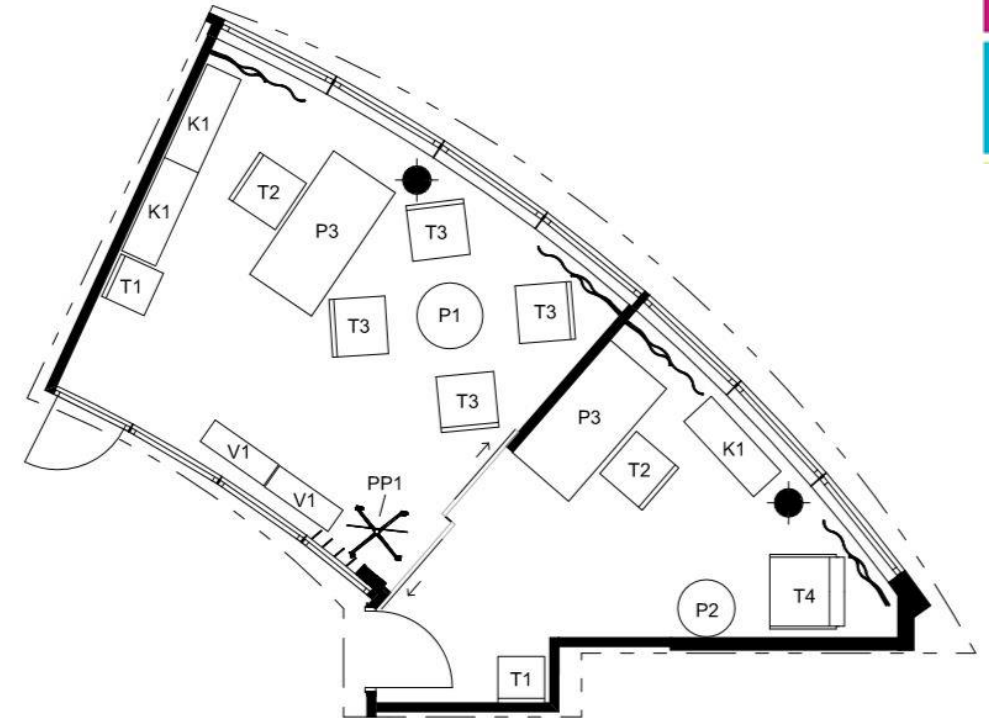
VL3= Fagerhult- closs-valaisin



VL4= Led store, Led- spottivalo



Muuta= Abstracta Aircone-akustiikkapaneeli



1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000

Ei mittakaavassa

Kuva 28. Rehtorin ja vararehtorin huoneiden pohjapiirustus sekä kalusteluettelo.



Kuva 29. Rehtorin huone.



Kuva 30. Rehtorin huoneen istuskelualue.



Kuva 31. Vararehtorin huone.

5.2.2 AULA

Aulatilaan (kuvat 32 ja 33) on valittu rehtorin tilan väripaletti, jotta lasiseinämän läpinäkyvä huone sointuisi yhteen aulatilan kanssa. Näyttävyyttä varten ensimmäisenä tilassa näkyvälle seinälle on suunniteltu geometrinen maalattava seinäkuviointi. Tilassa on pidetty paikallaan alkuperäinen naulakko, joka on maalattu metallimaalilla valkoiseksi. Aulassa kulkee paljon henkilökuntaa, koska heidän pisteensä sijaitsevat samassa avotilassa kuin aula. Aula-alueella on myös neljä ovea muihin tiloihin, minkä takia tilaan on jätetty saapumisoven luokse kulkutilaa. Kattoon on kuitenkin laitettu näyttävät valaisimet. Vieraat voivatkin takit jätettyään mennä eteenpäin kävellessä löytyvälle istuskelualueelle odottelemaan. Kokonaisuuden on tarkoitus sisältää mielenkiintoisia yksityiskohtia, joihin katse hakeutuu odotellessa. Tunnelmaa on tuotu sormipaneeliseinämällä, jota reunustaa katon rajassa LED-nauha. Lisäksi istuskelualueen seinältä löytyy oikeilla kasveilla varustettu kasvitaulu.

Kalusteet

T5= Menu, harbour- tuoli



S1= Capdell, plum-sohva



R1= Enea, puck-rahi



P4= Stolab, Yngve- pöytä



P5= Isku, Kivikko-pöytä



NL1= Alkuperäinen naulakko,
Maalaus valkoiseksi



Valaisimet

VL5= Foscarini, Rock-valaisin



VL6= Olympic, F45A03



VL7= Olympic, F45A01

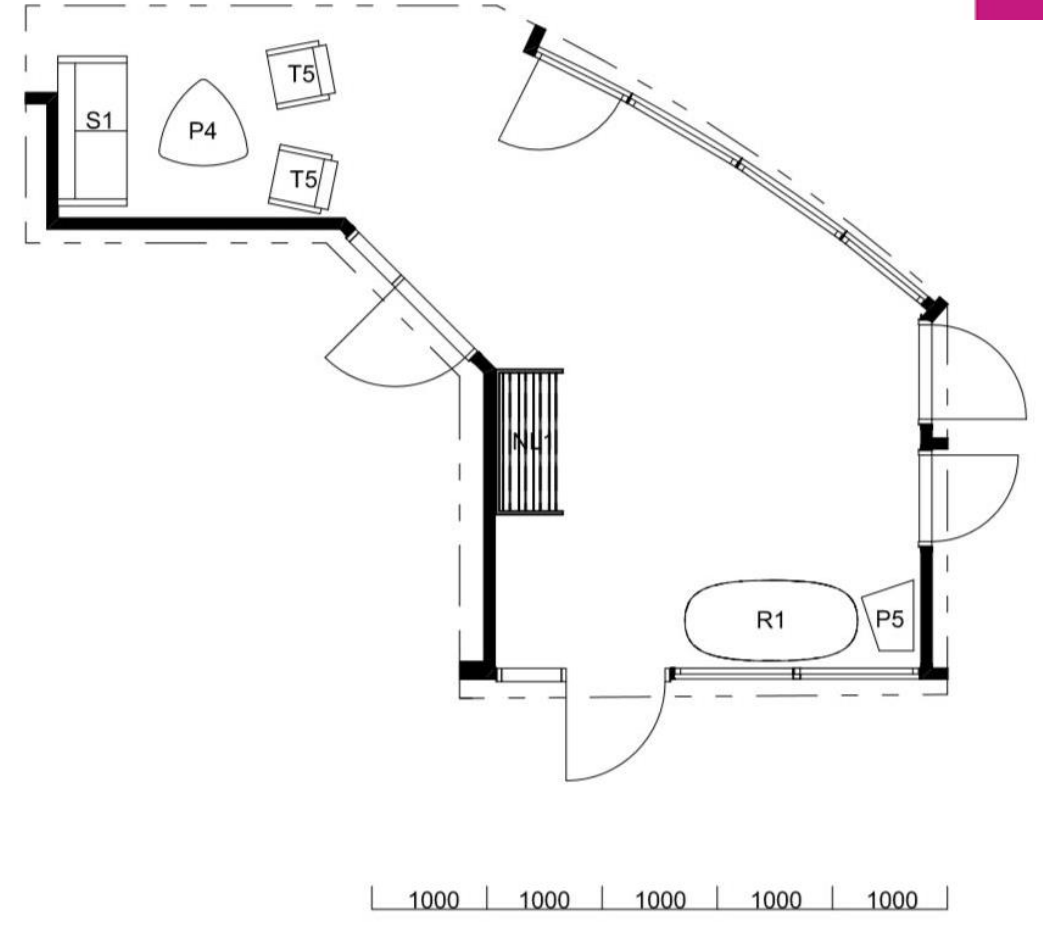


VL8= Led-nauha



Muuta:

Istuskelualueen seinustalle sijoitetaan Viherviisikon kasvitaulu. Kasvit ovat oikeita ja niitä voidaan vaihtaa.



Ei mittakaavassa

Kuva 32. Aulan pohjapiirustus ja kalusteluettelo.



Kuva 33. Aula.

5.2.3 NEUVOTTELUHUONE

Neuvotteluhuoneessa alkuperäinen visio on toteutunut hyvin. Lopullisessa suunnitelmassa (kuvat 34, 35 ja 36) tilaan on vaihdettu muotokieleltään leikkisämmät tuolit neuvottelupöydän ympärille. Alkuperäisen vanerisuunnitelman sijaan tilaan on laitettu kehyksiin näyttävyyttä tuomaan paloturvallista sisustussammalta viherelementin muodossa. Sen suojaksi kapeassa tilassa on lasipaneeli. Seinämiltä löytyy puurimoitusta tuomaan viihtyisyyttä. Kalusteisiin on valittu Savonian keltainen.

Tilan on tarkoitus vastata käyttäjiensä toiveita. Huoneesta on siis haluttu tehdä tyylikäs ja tunnelmallinen edustuskelpoinen neuvottelutila. Tyylikyydestä huolimatta tilassa on pyritty huomioimaan käytännöllisyys ja siksi huoneessa onkin iso neuvottelupöytä. Neuvottelutuokio voidaan tehdä myös etuosan rennommalla istuskelualueella.

Kalusteet

T6= Isku, Iloa Bar+ - jakkara



T7= Isku, Iloa- tuoli



T8= Martela, Sola-nojatuoli



P3= Martela, Alku S&S-työpöytä



P6= Martela, Frankie-neuvottelupöytä



P7= Martela, Spot-pöytä



NL2= K-rauta, Olikos Kaisa-naulakko



Valaisimet

VL4= Led store, Led-spottivalo



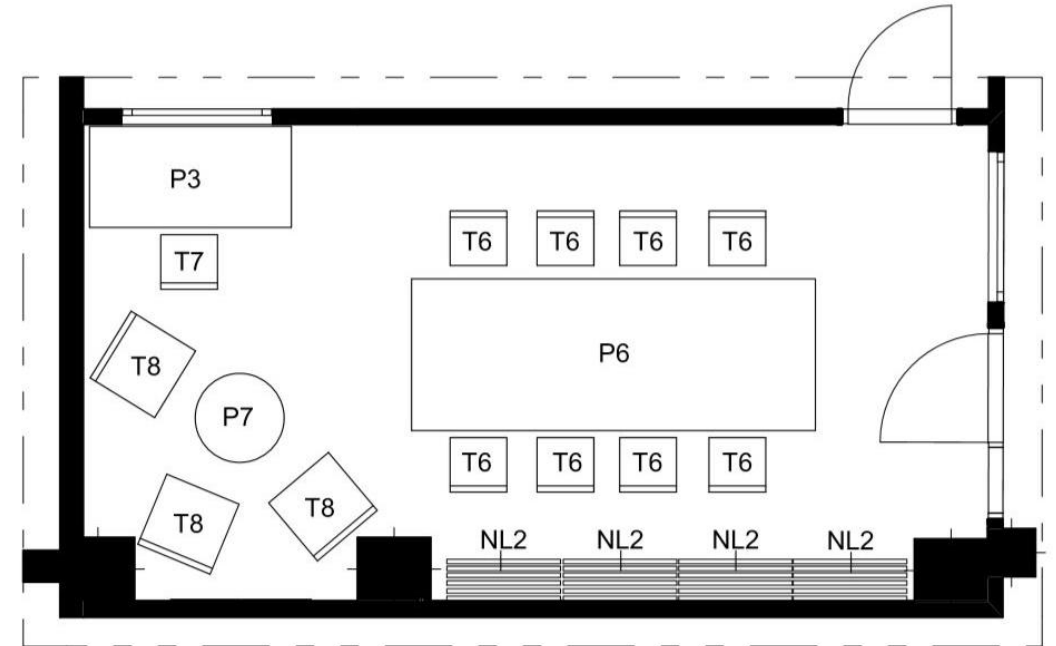
VL9= Fagerhult, Notor-valaisin



VL10= Fagerhult, Multi-Lume Slim hygiene-valaisin



Muuta: Seinille tulee koristeeksi Polarmoss- sammalelementtiä.



1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000

Ei mittakaavassa

Kuva 34. Neuvotteluhuoneen pohjapiirustus ja kalusteluettelo.



Kuva 35. Neuvotteluhuone.



Kuva 36. Neuvotteluhuoneen istuskelualue.

7. POHDINTA

Keskeisin tavoitteeni oli tutkia Savonia-ammattikorkeakoulun imagoa ja luoda konseptisuunnitelma uuden kampusalueen tiloista. Sain kyselytutkimuksella kerättyä toivomani asiat hyvin ja pystyin hyödyntämään niitä tilasuunnittelussa. Jos tilat toteutettaisiin oikeasti, olisi mahdollista tehdä uusi imago tutkimus ja katsoa myöhemmin, vaikuttavatko imagon mukaan konseptoidut tilat mielipiteisiin. Parempaa tutkimustulosta varten myös muita tiloja pitäisi toteuttaa tutkimuksen tulosten keinoin.

Henkilökohtaiset motiivini olivat oppia ymmärtämään imagon merkitystä suunnittelussa ja tehdä julkityösuunnitelma. Taitoni joutuivat koetukselle etenkin kyselytutkimusta tehdessä, mutta uskon kehittyneeni tulkitsemaan sitä, mitä tilasuunnitelmia tehdessä tulee ottaa huomioon. Oma kehitykseni myös näkyy erittäin hyvin välikatselmuksen ja lopullisten suunnitelmien välillä. Lopullisessa suunnitelmassa on mielestäni muotokieleltään paljon ryhdikkäämpi ja rohkeampi kokonaisuus.

Työn rajaaminen oli paikoitellen hankalaa. Materiaalia oli niin paljon, että se tuntui vaikealta sovittaa järkevä mittaiseksi. Tämän takia olenkin joutunut leikkaamaan asioita aika rajulla otteella, mikä on paikoitellen saattanut näkyä työssä niin,

että en ole lukijan mielestä välttämättä avannut jotain asiaa tarpeeksi hyvin. Mielestäni visualisoinnit onneksi puhuvat paljon puolestaan. Myös kyselytutkimustulokset luettuaan pitäisi tiloissa nähdä siellä mainittuja asioita, kuten värikkyyttä ja mukavat, ergonomiset istuimet. En tietenkään pystynyt ottamaan kaikkia toiveita huomioon, sillä en konseptoinut esimerkiksi luokkahuoneita tai istuskelualueita opiskelijoille.

Löysin pääsääntöisesti kaikkiin tutkimuskysymyksiini vastaukset. Imago tulee ottaa huomioon, koska se on yrityksen julkisivu. Tämä julkisivu kannattaisi suunnitella tarkkaan, sillä yritystiloihin astuttaessa ”lavastus” on luomassa ensivaikutelmaa. Oppilaitosten pitäisi korostaa ammattitaitoaan, joten ammattitaidon ja osaamisen kuuluisi näkyä. Yrityksessä voisi siis luoda osan strategiaan siitä, miten ammattitaito näkyy myös käytännössä kampusalueella.

Imago tutkimus perustuu mielipidepohjaisuuteen, sillä se mittaa henkilöiden yhdessä muodostamaa mainetta. Se on siis hyvä mittari ymmärtämään, miksi määritelty imago ei toteudu ihmisten keskuudessa halutulla tavalla. Vapaat kommenttikentät sovelsivat tutkimusta lähemmäksi tilojen käyttäjiä. Valitsemalla kampustilat teemaksi myös saatiin olennaista tietoa. Koska tutkimuksella on ollut pääpaino tilasuunnittelussa, sen vastauksilla ei voida lähteä ratkomaan muita

imagon ongelmia. Myös otantamäärä oli suppea ja se koostui vain yhden kampuksen pienestä määrästä opiskelijoita ja henkilökuntaa.

Arvot ovat olennainen osa imagoa, sillä ne määrittelevät sitä suuntaa, mihin yritystä viedään. Ne eivät ole vain sanoja paperilla, vaan niitä tuodaan esille käytännössä erilaisilla tavoitteilla. Sen takia arvot olivat hyvä osa tutkimusta, sillä arvot kertovat sen, mikä on yritykselle tärkeää. Kaikki arvot eivät välttämättä ole sovellettavissa tilasuunnitteluun, mutta esimerkiksi yhteisöllisyys voisi tarkoittaa oppilaitoksessa erilaisia kohtaamispaikkoja, joissa on helppoa olla. Jos tiloista ei haluttaisi yhteisöllisiä, silloin ei laitettaisi mitään isoja istuskelualueita.

Muotokieli oli hankalin asia päättää. Asiaa olisi voinut kysyä kyselytutkimuksessa paremmin laittamalla vastakkain asetteleiksi esimerkiksi ”moderni vs. vanhanaikainen” tyyliä kysymyksiä. Kommenttikentät onneksi antoivat ideoita tyyliin. Työssä piti ottaa huomioon myös kyselytutkimuksen lisäksi muut tutkimusmateriaalit. Myös suunnittelijana jouduin tekemään omia tulkintojani siitä, mikä huonekalu mielestäni näyttää joltakin tyyliä. Tämän takia onkin vaikeaa arvioida pelkästään itse, olenko onnistunut tuomaan tiloissa sopivasti nykyaikaisuutta, trendikkyyttä tai moderniutta.

Koen itse onnistuneeni lopullisissa tilasuunnitelmissa hyvin. Ne vastaavat sitä, miten minä ymmärsin keräämäni tietoa. Ollessani itse myös Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelija

on selvää, että minulla on myös oma kuvani oppilaitoksesta. En kuitenkaan halunnut konseptoida tiloja, joiden lähtökohdina olisi toiminut vain oma käsitykseni. Myös pelkkä strategian käyttäminen pohjalla olisi jättänyt koulun henkilökunnan ja opiskelijoiden oman äänen pois. Olikin mahtavaa, että sain haastatella rehtoria ja kyselytutkimukseen vastasi alkuvasta kesälomasta huolimatta niinkin monta henkilöä. Tilat tuntuvatkin minusta yhdessä suunnitelluilta.

Opinnäytetyöni tekeminen kesti paljon kauemmin kuin mitä olin suunnitellut. Aiheen takia jouduin käyttämään syväliiseen mietiskelyynkin tunteja. Minulla oli lisäksi puolen vuoden mittainen työharjoittelu välissä sekä kesätöitä. Tämä onkin jälkikäteen hieman harmittanut, sillä en ole tässä opinnäytetyössä päässyt käyttämään kaikkea sitä, minkä olen harjoittelussa julkitilasuunnittelun suhteen oppinut. Jouduin lopussa tekemään osan 2D-pohjapiirustuksista uusiksi, koska halusin tehdä niihin korjauksia. Myös visualisointeja piti tämän takia ottaa uudestaan.

Toisaalta, koska opinnäytetyöni tekemisen aikana on kulunut yhteensä vuosi, näen paremmin oman kehitykseni. Aloituskävänä visualisointuihin kuviin on myös ollut helppoa tehdä kuvanmuokkauksella lisäyksiä. On ollut hyvä huomata, miten paljon matkan varrella julkitilojen suunnittelutaitoni ovat parantuneet. Toivon myös, että tästä opinnäytetyöstä lukija voisi oppia ajattelemaan syvällisemmin tilojen oikeanlaisen suunnittelun tärkeyttä.

KUVALUETTELO

Kuva 1. Forsman, Jenni 2020. Ajatuskartta. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 2. Forsman, Jenni 2020. Tiivistelmä menetelmien etenemisjärjestyksestä. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 3. Microkadun rakennus. Saatavissa: <https://portal.savonia.fi/amk/fi/tutustu-savoniaan/yhteystiedot/microkadun-kampus>

Kuva 4. Rehtorin huone. Forsman, Jenni 2019. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 5. Vararehtorin huone. Forsman, Jenni 2019. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 6. Aula. Forsman, Jenni 2019. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 7. Neuvottelutila. Forsman, Jenni 2019. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 8. Imagon psykologiset vaikuttajat. Sijainti: Rope, T. ja Mether, J. 2001, 87. Tavoitteena menestysbrändi - onnistu mielikuvamarkkinoilla. Wsoy.

Kuva 9. Sijainti: Karvonen, E. 1996, 52. Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Gaudeamus Helsinki University Press.

Kuva 10. Saatavissa: <http://brandnews.fi/mika-on-brandi/>

Kuva 11. Savonian arvot. 2016. Saatavissa: <https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/organisaatio/Savonia%20Strategia%202017-2020-FINAL.pdf>

Kuva 12. Strategiset tavoitteet. 2016. Saatavissa: <https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/organisaatio/Savonia%20Strategia%202017-2020-FINAL.pdf>

Kuva 13. Värimääriykset. Saatavissa: https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/viestint%c3%a4/Savonia_graafohj_v3_LR.pdf

Kuva 14. Savonian logo. Saatavissa: https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/viestint%c3%a4/Savonia_graafohj_v3_LR.pdf

Kuva 15. Savonian logo tummanväriselle pohjalle. Saatavissa: https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/viestint%c3%a4/Savonia_graafohj_v3_LR.pdf

Kuva 16. Forsman, Jenni 2019. Sukupuoli. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 17. Forsman, Jenni 2019. Ikä. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 18. Forsman, Jenni 2019. Rooli oppilaitoksessa. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 19. Forsman, Jenni 2019. Arvot ja maine. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 20. Forsman, Jenni 2019. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 21. Forsman, Jenni 2019. Kampustilat. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 22. Forsman, Jenni 2019. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 23. Forsman, Jenni 2020. Koko prosessin aikajana. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 24. Forsman, Jenni 2019. Tunnelmataulu: johdon tilat ja aula. Kuvien lähteet:

https://fi.pinterest.com/pin/854558098024076380/?nic_v1=1ahnGYTv%2BNMG%2FACEiKZtIOFhp%2FhB5T1LVwHz8OtG%2BMDTVphLDpLu5nczYxQpW2HDB2

<https://interior.isku.com/tuote/smart-packduo/>

https://fi.pinterest.com/pin/854558098033420816/?nic_v1=1a3e9WhHUhCYxfEED5AKmq2G54ikhChoaSdvhCNo81Pwsu2x9e9v7yDbxqcmSBBgrN

<https://www.siparila.fi/tuote/pala-paneeli-vasenkatinen/>

https://www.google.com/imgres?imgurl=http://img.archiexpo.es/images_ae/photo-m2/144157-10169888.jpg&imgrefurl=http://www.archiexpo.es/prod/gabriel/product-144157-1737423.html&h=300&w=300&tbnid=sUF3jAm0k3xdBM&tbnh=225&tbnw=225&usq=A14_-kR9iWvDeYYUNNbplc8pYORuDNfyKw&vet=1&docid=LvR21UWamZSFLM&itg=1&hl=fi

https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/viestint%c3%a4/Savonia_graafohj_v3_LR.pdf

https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/viestint%c3%a4/Savonia_graafohj_v3_LR.pdf

Kuva 25. Forsman, Jenni 2019. Tunnelmataulu: neuvottelutila. Kuvien lähteet:

https://fi.pinterest.com/pin/854558098024081649/?nic_v1=1a6VlfuEgWRzKupDhQi5mTgbV4onc7WjlxoUJgADaYzQ%2FgBCyHODZWlh6ARKTL%2FuGY
https://fi.pinterest.com/pin/854558098025004456/?nic_v1=1a8N7LFui1Nj4e%2Fe9fBXLKdZpcuzuGHAMBglCgWNPed4GI%2F1s9uQ5Joz2Fr71ITo4
https://fi.pinterest.com/pin/854558098025004469/?nic_v1=1a8c6uueVOAW3bWZvqyVVXcTFrziHKZ81%2BiVDxu835eLtp%2FQ1PW6y75IOH621K%2Bsv
https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/viestint%c3%a4/Savonia_graafohj_v3_LR.pdf
<https://www.puuinfo.fi/tiedote/uusi-palosuojattu-vaneri-rakentamiseen>

Kuva 26. Forsman, Jenni 2019. Luonnoksia johdon tiloista. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 27. Forsman, Jenni 2019. Luonnoksia neuvotteluhuoneesta. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 28. Forsman, Jenni 2020. Rehtorin ja vararehtorin huoneiden pohjapiirustus sekä kalusteluettelo. Kuvien lähteet:

Pohjapiirustus, Sijainti: Tekijän oma arkisto.

<https://boknas.fi/combine-kasviteline-suorakaide-leveys-83cm-j901>
<https://www.isku.com/fi/fi/tuote/isku-step-tyotuoli-33-kangas-kasinojat-3d-360-astetta>
<https://www.isku.com/fi/fi/tuote/isku-big-hug-nojatuoli-metallilajoin>
https://www.sectodesign.fi/thumbs/1060x1214/pendant-lamps/octo-4240-pendant-lamp/Secto-Design-Octo-4240-pendant-lamp-color_birch.jpg
https://www.sectodesign.fi/thumbs/1060x1214/pendant-lamps/octo-small-4241-pendant-lamp/Secto-Design-Octo-Small-4241-pendant-lamp-color_birch.jpg
<https://www.eneadesign.com/wp-content/uploads/2019/10/kaiak-4r-lounge-enea-design-1.jpg>
https://www.lintex.fi/storage/media/75/responsive-images/12675-120___medialibrary_original_857_623.png
https://www.martela.fi/files/styles/large-normal-600/public/products/sola_377pd_01.jpg?itok=SpIzXwNx
https://www.karl-andersson.se/Images/1/1/1063_21.jpg
<https://www.fagerhult.com/fi/Tuotteet/closs/closs-led-suoraepasuora/>
www.martela.fi/toimistokalusteet/kaapit/combo-kaappi
https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/viestint%c3%a4/Savonia_graafohj_v3_LR.pdf
<https://www.martela.fi/toimistokalusteet/tyopoydat/alku-s-s-tyopoyta>
<https://abstracta.se/product/aircone-partition/>
<https://ledstore.fi/led-spottivalo-budjetti-bj33-himmennettava-ja-suunnattava-8w-mattavalkoinen>

Kuva 29. Forsman, Jenni 2020. Rehtorin huone. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 30. Forsman, Jenni 2020. Rehtorin huoneen istuskelualue. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 31. Forsman, Jenni 2020. Vararehtorin huone. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 32. Forsman, Jenni 2020. Aulan pohjapiirustus ja kalusteluettelo. Kuvien lähteet:

<https://menuspace.com/en/chairs/harbour-chair-natural-oak-dakar-0250/#images-1>
<https://restatop.fi/plum-560s-sohva>
<https://www.eneadesign.com/en/products/puck-lounge/>
<https://www.bimobject.com/en/content/showproductimage/b4bf1b76-54ec-408c-9ab5-dd168a1599bd/1213/default?ver=20141119023148>
https://d3bsr111nhttx2.cloudfront.net/app/uploads/01092848/Kivikko_161214_02_Office__1200x1200_-320x343.jpg
https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/viestint%c3%a4/Savonia_graafohj_v3_LR.pdf

<https://www.naulakot.fi/visia+1702/>

https://cdn.ambientedirect.com/chameleon/mediapool/thumbs/7/9e/Diesel_Rock-Pendelleuchte_1723x1723-ID1945909-49cab8ea03cbfa1dd89916efd6b3a3b0.jpg

<https://www.bimobject.com/fi/fabbian/product/olympic-f45a01>

<https://www.bimobject.com/fi/fabbian/product/olympic-f45a03>

https://viherviisikko.fi/wp-content/uploads/photo-gallery/imported_from_media_libray//thumb/LivePicture-XL_Product-Image_03.jpg

Kuva 33. Forsman, Jenni 2020. Aula. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Kuva 34. Forsman, Jenni 2020. Neuvotteluhuoneen pohjapiirustus ja kalusteluettelo. Kuvien lähteet:

<https://interior.isku.com/tuote/iloa-bar-tuoli-2/>

<https://interior.isku.com/tuote/iloa-tuoli/>

<https://www.martela.fi/toimistokalusteet/tyopoydat/alku-s-s-tyopoyta>

<https://www.martela.fi/toimistokalusteet/tyopoydat/frankie-bench-tyopoyta-korkealla-puisella-A-jalustalla>

<https://www.martelaoutlet.fi/Spot-pyt-kansi-valkoinen-halkaisia-105cm-jalusta-keskiharmaa-korkeus-72-cm-laipan-halkaisia-65-c>

<https://public.keskofiles.com/f/k-rauta/products/6418976000216?auto=format&bg=fff&dpr=1&fit=fill&h=558&q=80&w=558>

<https://www.martela.fi/julkitilakalusteet/nojatuolit-ja-sohvat/sola-aulatuoli-kasinojilla-ja-pyorivalla-laippajalustalla>

<https://ledstore.fi/led-spottivalo-budjetti-bj33-himmennettava-ja-suunnattava-8w-mattavalkoinen>

<https://www.fagerhult.com/fi/Tuotteet/notor-36/notor-36-ripustettava-valaisin/>

<https://www.fagerhult.com/fi/Tuotteet/multilume/multilume-slim-hygiene/>

<https://www.polarboss.fi/polarboss-hexagon.html>

https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/viestint%c3%a4/Savonia_graafohj_v3_LR.pdf

Kuva 35. Forsman, Jenni 2020. Kuvien lähteet:

Visualisointikuva. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Seinän vihreä sammaltaulu. Saatavissa:

https://fi.pinterest.com/pin/854558098033452259/?nic_v1=1adpUHANqno6E4d8sY9lsh7aYN%2F1Oom0VbED96Zo3iWfGOE0fSGazaxRgAfWYwdfIR

Kuva 36. Forsman, Jenni 2020. Neuvotteluhuoneen istuskelualue. Kuvien lähteet:

Visualisointikuva. Sijainti: Tekijän oma arkisto.

Hexagon-sammalpaneeli. Saatavissa: <https://www.polarboss.fi/polarboss-hexagon.html>

LÄHTEET

- Ammattijohtaja.fi, 2018-26-03. Brändi – Brändipääoma ja sen mittaaminen [verkkoaineisto]. Saatavissa: <https://www.ammattijohtaja.fi/brandi-brandipaaoma-ja-sen-mittaaminen/>
- Brandnews.fi. Mikä on brändi? [verkkoaineisto]. Saatavissa: <http://brandnews.fi/mika-on-brandi/>
- Finlex.fi. 2014-14-11. Ammattikorkeakoululaki. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20140932>
- Karvonen, E. 1996. Elämää mielikuvayhteiskunnassa- imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Gaudeamus Helsinki University Press.
- Muotoiluakatemia.fi. Kuopion Rouvasväenyhdistyksen toiminta ja historia. [verkkoaineisto]. Saatavissa: <https://www.muotoiluakatemia.fi/fi/6/1/0/yhdistys>
- Portal.savonia.fi. Graafinen ohjeisto [verkkoaineisto]. Saatavissa: https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/viestint%c3%a4/Savonia_graafohj_v3_LR.pdf
- Portal.savonia.fi. Savilahden kampus etenee konkretiaan[verkkoaineisto]. Saatavilla: <https://portal.savonia.fi/amk/fi/tutustu-savoniaan/savilahden-kampus-etenee-konkretiaan>
- Portal.savonia.fi. Savonian Strategia 2017-2020[verkkoaineisto]. Saatavissa: <https://portal.savonia.fi/amk/fi/tutustu-savoniaan/organisaatio-ja-johtaminen/strateginen-ohjaus-ja-johtaminen/strategia>
- Suomisanakirja.fi. Imago [verkkoaineisto]. Saatavissa: <https://www.suomisanakirja.fi/imago>
- Taitengrafia.fi, 2014-04-11. Yrityksen graafinen ilme [verkkoaineisto]. Saatavissa: <http://www.taitengrafia.fi/yrityksen-graafinen-ilme/>
- Vehkalahti,K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät [verkkoaineisto]. Saatavissa: <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/305021/Kyselytutkimuksen-mittarit-ja-menetelmat-2019-Vehkalahti.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rope, T. & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrändi- onnistu mielikuvamarkkinoilla. WSOY.
- Rope, T. & Mether, J. 1987. Mielikuvamarkkinointi. Weilin + Gröös.

LIITE 1. REHTORIN HAASTATTELUN KYSYMYKSET

Aiheen esittely: Savonian kampustilojen suunnittelua imagotutkimuksen keinoin

Teen opinnäytetyönä Savonia-ammattikorkeakoulun kampustiloja (johdon tilat, käytävä ja iso neuvottelutila) ja selvitän suunnittelutyötä varten, millainen on Savonian imago (julkinen kuva, mielikuva). Voiko haastattelun äänittää ja saanko tiivistää haastattelun liitteeksi opinnäytetyöhön, vai kerron työssä vain selvinneet ydinasiat (haastattelumateriaali on vain minulle)?

Kysymykset:

1. Millaisia arvoja on Savonia- ammattikorkeakoululla? (Miten ne näkyvät?)

2. Millaisia arvoja Savonia haluaa viestittää/ viestii tällä hetkellä?

3. Miten kansainvälisyys näkyy Savonian imagossa?

4. Miten mielestänne Savonian imagoa voisi hyödyntää kampustilojen suunnittelussa?

5. Olisiko teillä jotain toiveita, mitä tilasuunnittelussa voisi huomioida? (Millaisia)

Bonus: Haluaisitteko kuvailla vielä lopuksi Savoniaa kolmella adjektiivilla?

LIITE 2. KYSELYTUTKIMUS

Osoite 1/2

Savonia-ammattikorkeakoulun imagon selvittämisen kyselytutkimus

Suunnittelen opinnäytetyönä Savonia-ammattikorkeakoululle tiloja ja tämän kyselyn tarkoituksena on kartoittaa opiskelijoiden ja Savoniassa työskentelevän henkilökunnan käsitystä Savonian imagosta (mielikuva, julkinen kuva) sekä miten se vastaa todellista kuvaa. Tutkimuksessa tarkastellaan, miten imago näkyy tilasuunnittelussa ja kuinka se tulisi ottaa huomioon suunnittelussa.
Tulokset tulevat näkyviin opinnäytetyöhön ja vapaan kommenttikentän tekstejä voidaan käyttää työssä. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, eikä henkilökohtaisia tietoja jaeta opinnäytetyössä. Kiitos, että vastaat kyselyyn!

1. Sukupuoli *

Nainen

Mies

Muu

En halua kertoa

2. Ikä *

17-25

25-35

35-45

45-60

yli 60

Olen... *

Muotoilun opiskelija

Tekniikan opiskelija

Opettaja

Muu...

Arvot ja maine

Kuvaus (valinnainen)

4. Vastaa seuraaviin

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	En osaa sanoa	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
Savoniassa on oppilaitoksena hyvä maine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Savonian maine vaikutti valintaani hakea oppilaitokseen opiskelemaan/töihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennakkomieli kuva koulusta vastasi todellisuutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Savonia on nykyaikainen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eri koulutusalat ja niiden osaaminen ovat vahvasti esillä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Savoniassa on oma selkeä ja erottuva brändi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Savonia-ammattikorkeakoulussa korostuvia arvoja ovat (valitse yksi tai useampi): *

Ammattitaitoisuus

Monipuolisuus

Edelläkävijyys

Kansainvälisyys

Käytännölläisyys

Nuorekkuus

Rohkeus

Vaikuttavuus

Yhteisöllisyys

Muu...

6. Kerro vapaasti, mitä sinulle tulee mieleen Savonian imagosta?

Lyhyt vastaukseksi

Kampustilat

*Graafinen ilme tarkoittaa yritykselle luotua visuaalista ilmettä, joka näkyy esimerkiksi nettisivuilla, mainonnassa ja kytteissä. Graafista ilmettä hyödynnetään usein tilasuunnittelussa. Ilman yhtenevää ulkoosua yrityksestä voi jäädä epäamaarainen kuva.

7. Vastaa seuraaviin

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	En osaa sanoa	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
Savonian tilat ovat viihtyisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilat ovat käytännölliset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilat vastaavat Savonian imagoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilat ovat nykyaikaisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Savonian graafinen ilme näkyy myös kampustiloissa*	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilojen pitäisi yhteensopia graafisen ilmeen kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Kerro miten/miksi tilat vastaavat tai eivät vastaa imagoa

Pitkä vastaukseksi

9. Savonian värejä ovat (valitse yksi tai useampi): *

Harmaa

Keltainen

Oranssi

Pinkki

Punainen

Ruskea

Sininen

Valkoinen

Vihreä

Violetti

Muu...

10. Mitä toivoisit huomioitavan uusissa tiloissa?

Lyhyt vastaukseksi

Vapaa kommenttikenttä

Kuvaus (valinnainen)

Jos jotain aiheeseen liittyvää tuli mieleesi, niin kerro se tähän

Pitkä vastaukseksi