



SAVONIA

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
KULTTUURIALA

BÄNDIPAIDAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

TEKIJÄ: Jenny Wright

Koulutusala Kulttuuriala	
Koulutusohjelma Muotoilun koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Jenny Wright	
Työn nimi Bändipaidan suunnittelu ja toteutus	
Päiväys 22.04.2015	Sivumäärä/Liitteet 49/1
Ohjaaja(t) Elina Sillanpää	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) The Screaming Bastards	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön aiheena on asiakastyönä suunnitella ja valmistaa bändipaitoja. Bändipaitoja painettiin käsin valmiisiin t-paitoihin. Bändipaitojen painamisen lisäksi tekijä tutki bändipaidan viestintää, historiaa, kuuluisia suunnittelijoita ja eri painamistekniikoita. Tekijän asiakkaana oli viisihenkinen suomalainen The Screaming Bastards-niminen bändi.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää tekijää muotoilijana, suunnittelijana ja kankaanpainajana. Työ toteutettiin tekijän opiskellessa Savonia - ammattikorkeakoulun tiloissa.</p> <p>Työn toteutus aloitettiin haastatellen asiakasta. Haastattelun pohjalta aloitettiin suunnitteluprosessi luonnostellen erilaisia ideoita ja sovitulla tapaamisilla esiteltiin ideat. Kun asiakas oli valinnut idean, se muokattiin printiksi, painettiin t-paitoihin, viimeisteltiin ja luovutettiin paidat asiakkaan käyttöön.</p> <p>Tuotokset tuotettiin aikataulun mukaan ja pesujen jälkeen kuvio halkeili. Tekijä kysyi palautetta kirjallisena asiakkailta sosiaalisen median kautta. Asiakkaat olivat pettyneitä kuvion halkeiluun, mutta olivat todella tyytyväisiä saamaan palveluun ja kuvioihin.</p>	
Avainsanat bändipaita, printti, kankaanpainanta, the screaming bastards	

Field of Study Culture			
Degree Programme Degree Programme in Design			
Author(s) Jenny Wright			
Title of Thesis Designing and making a band T-shirt			
Date	22.04.2015	Pages/Appendices	49/1
Supervisor(s) Elina Sillanpää			
Client Organisation /Partners The Screaming Bastards			
<p>Abstract</p> <p>The subject of the thesis was to design and make a band T-shirt. The T-shirts were printed by hands to ready-made T-shirts. Besides printing the T-shirt, the author was investigating history, and famous designers of band T-shirts and different printing techniques. The client in the project was a five member, Finnish band called The Screaming Bastards.</p> <p>The goal of the thesis was tend the author develops as a designer and a textile printer. The work was accomplished as the final year project of studies at Savonia University of Applied Sciences.</p> <p>The thesis project was started with interviewing clients. The design process was based on the interview by making drafts of different ideas and then introducing ideas at the meetings. As the clients had chosen the best idea, the idea was polished to print, printed to T-shirts, finished and given to the clients for use.</p> <p>The author asked written feedback from clients through social media, because these specific clients live in different towns and can rarely gather together.</p>			
<p>Keywords band T-shirt, print, textile printing, the screaming bastards</p>			

Sisällys

1 JOHDANTO	5
2 STREETWISE	6
3 BÄNDIPAITA	7
4 SUUNNITTELU	16
4.1. Haastattelu	16
4.2. Luonnostelu	20
4.3. Valmis printti	36
5 VALMISTAMINEN	37
5.1. Tekstiilipainon ydinasiat	37
5.2. Työskentely	37
5.3. Viimeisteleminen	40
6 PAINAMISEN MUUT MAHDOLLISUUDET	41
6.1. Kankaanpainantaan erikoistuneet yritykset	41
6.2. Materiaalilasku	42
6.3. Tekniikat	43
7 ASIAKKAAN PALAUTE	45
8 POHDINTA	46
LÄHTEET	47
LIITTEET	48
KUVALUETTELO	49

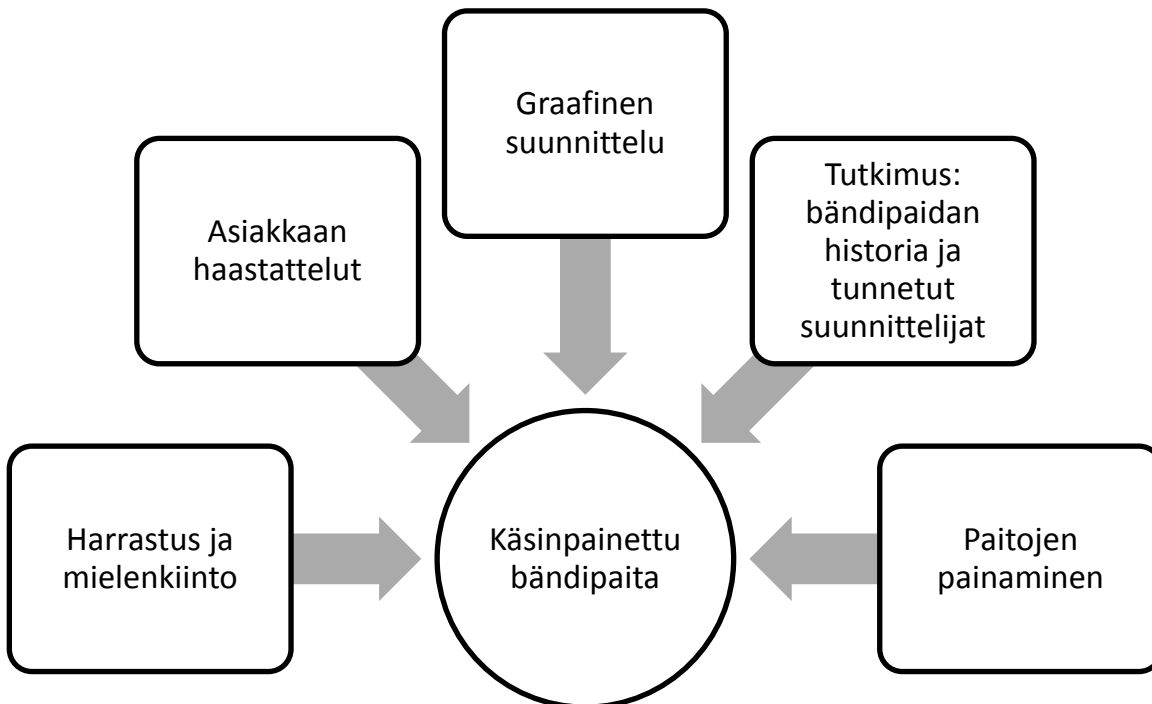
1 JOHDANTO

Mielenkiintoni kankaanpainamiseen alkoi yläasteen käsityötunneilta. Näillä tunneilla käytettiin menetelmää, jossa maalattiin kankaanpainoväreillä muovisiin kalvoihin ja siirrettiin maalaus tyynyliinoihin. Mielenkiintoni nousi yhä enemmän opiskellessani ammattikoulussa vaatetusosalalla, kun painettiin kankaita painokaavioilla silkkipainotekniikalla. Siitä lähtien kankaanpainanta on ollut pitkään mielenkiinnon kohteenani ja kuinka rakastinkaan suunnitella erilaisia printtejä, joita tekniikka ei rajoittanut. Opinnäytetyön aiheeksi halusin kankaanpainamisen. Tarvitsin vain asiakkaan opinnäytetyön toteuttamiseksi.

Opiskelun aikana tutustuin viisihenkiseen bändiin. Kyseinen ryhmä kertoi tarvitsevansa käsinpainettuja ja printillä varustettuja bändipaitoja, koska halusivat uniikin jäljen paitoihin. Valitsin heidät asiakkaakseni, koska heidän musiikkityylinsä kiehtoivat minua. Työssäni pääsisin suunnittelemaan ja mahdollisesti painamaan bändipaitoja, tutustumalla rokkimusiikin historiaan ja harjoittaen omaa kädenjälkeäni ja kankaanpainamistaitojani.

Opinnäytetyöni on asiakastyö, jossa tutkin aiheeseeni liittyviä asioita. Työhön kuuluu asiakasryhmän haastattelu ja sen analysoiminen, suunnittelu, tuotteen toteutus ja tutkiminen. Työn alussa esittelen asiakkaani taustoineen ja miten pääsemme yhdessä alkuun. Analysoin bändiä ja heidän musiikkiaan. Prosessin alkaessa haastattelen asiakasryhmää, jotta saan heidän toiveet ja ihanteet esille, sekä sen, mitä asiakkaat haluavat yhteistyöstämme. Haastattelun pohjalta suunnittelen luonnostelemalla erilaisia logoja ja printtejä ja luon omia näkemyksiäni. Suunnittelun aikana tapaan asiakkaita useamman kerran ja yhdessä karsitaan ei-mieleiset ideat ja valitaan parhaat hiottaviksi. Valitut ideat kehittelemme asiakkaan kanssa vielä kerran ja päätämme viimeisellä tapaamisella lopullisen printin ja logon. Lopuksi painan tuotteisiin printit ja valmiit tuotteet annan asiakkaan käyttöön.

Tavoitteena on kehittää omia taitojani visuaalisessa suunnittelussa, kankaanpainamisessa ja asiakastyöprosessissa. Oman suunnittelun tueksi tutkin bändipaidan historiaa ja tutustun tunnettuihin suunnittelijoihin. Haluan kehittyä ammatillisesti ja saada paremman pohjan tulevaan työelämäni opinnäytetyöni avulla.



KAAVIO 1. Prosessikaavio

2 STREETWISE

Vuonna 2012 perustettu Streetwise on rock'n'rollia soittava bändi. Tässä osiossa kerrotaan bändin lähtötilanteesta ja mistä kaikki sai alkunsa. Sisällössä mainitaan bändin jäseniä (nykyisiä sekä entisiä), heidän tyyli- ja musiikistaan, live-esityksistään ja tuotoksistaan. Lisäksi kerrotaan heidän tekemistä versioista kuuluisimmista rokkikappaleista ja nykyisestä bänditilanteestaan.

Eteläsavolaista rock'n'rollia

Bändiin kuuluvat laulaja Jyri, kitaristi Aleks, toinen kitaristi Tuomas, basisti Paavo ja rumpali Tomppa. Pojat soittivat aluksi Savonlinnassa Nätkillä, tehden omia versioita legendaarisista rokkibändien tunnetuimmista kappaleista mm. the Rolling Stonesin kappale Paint It Black, Hurriganesien Get On ja Tallahassee Lassic. Heidän esityksensä on rentoa ja menevää, jonka avulla he saavat kuulijat ja tanssijat mukaan tuttuihin ja klassisiin rokkikappaleiden pyörteisiin. Ajan myötä he tuottivat omia kappaleitaan ja teetättivät niitä omatekemällä äänitysstudiolla. Heidän musiikkinsa poltetaan cd-levyihin ja myydään keikoilla kuulijoille. Heiltä puuttui enää t-paita cd-levyn rinnalle, niin paketti olisi loistava musiikin kuulijalle. Heidän bändinsä logo löytyy liitteistä (Liite 1.)

Keväällä 2014 Streetwise – bändin jäsenet erottivat laulajan pois bändistä henkilökohtaisista syistä. Konfliktin takia bändi olisi lopettanut kokonaan, mutta he halusivat yrittää vielä uudestaan. He ottivat muutaman kuukauden päästä uuden laulajan, Kuneliuksen, mukaan porukkaan. Suunnittelu aloitettiin vasta silloin, kun bändi oli keksinyt uuden nimen uransa aloittamiseksi. Näin opinnäytetyöni ja yhteistyömme säilyi ja suunnittelu sai jatkoa.

Bändin jäsenet pitivät sosiaalisessa mediassa (Facebookissa), omissa henkilökohtaisissa ryhmässä, nimilistaa. Jokainen bändin jäsen laitoi omia nimiehdotuksia bändin nimeksi sovittuun päivään mennessä. Bändi oli yksimielisesti valinnut kaksi eri nimeä, mutta he eivät osanneet päättää, kumman ottaisivat. Tämän takia he pyysivät minua suunnittelemaan kahdelle eri nimelle printti- ja logoideoita. Vaikka bändin jäsen vaihtui kesken projektin, ei yhteinen haastattelumme ja heidän musiikkityylinsä muuttunut mihinkään. Sain kahden nimen pohjalta tuottaa erilaisia luonnoksia ja ideoita. Nimet olivat the Screaming Bastards (Huutavat Paskiaiset) ja Asphalt Vultures (Asfaltti Korppikotkat).

Asiakasanalyysi

Asiakkaani ovat nuoria miehiä (23 – 26 - vuotiaita) joilla on suuri mielenkiinto raskaaseen musiikkiin ja soittamiseen. He ovat usein pukeutuneet lempibändinsä bändipaitaan ja rentoihin vaatteisiin. Mielenkiinto musiikkiin ja soittamiseen yhdistävät heidät ryhmässä ja edesauttavat luomaan musiikkia. Toimiessaan ryhmänä ja soittamalla yhdessä heidän luomaa ja muiden bändien musiikkia, heidän yhteishenkensä vahvistuu. Ollessani muutamissa bänditreeneissä, soitto on sujuvaa ja antoivat toisilleen rehellistä palautetta. Soittamisen ulkopuolella maistui rento jutustelu ja toisten seura.

Keskustellessani bändin kanssa samaistun heidän musiikkimakuunsa, vaate-tyyliinsä ja näkemyksiin bändipaidoista. He pitivät musiikissa ja bändipaidoissa mustanpuhuvasta tyylistä ja voimakkaasta ilmaisusta. Tiesin siitä lähtien, että heidän makunsa ja oma kädenjälkeni kohtaisivat täydellisesti.

3 BÄNDIPAITA

Pukeutumisella viestiminen liittyy oleellisesti opinnäytetyöni aihealueeseen. Olen kuitenkin rajannut tutkimukseni koskemaan enemmän bändipaidan historiaa. Historiassa ilmentetään, kuinka tavallisesta t-paidasta on tullut bändipaita ja näytetään paidan ilmeen muuttumisesta vuosikymmenien vaihtuessa. Historian lähteenä käytin The Art of the Band T-Shirt -nimistä kirjaa. Kyseisessä kirjassa on käsitelty ytimekkäästi ja koukuttavasti historiaa bändipaidoista ja kuuluisista suunnittelijoista. Olen tutustunut myös muutamaani suunnittelijoihin ja kertoen heistä ytimekästä tietoa.

Historia

T-paidan syntytarina on harvalle tuttu. Moni ei arvaisi, että t-paita olisi tärkeä asia armeijassa 1900-luvun alkupuolella. Noin 1913-luvulla lämmittääkseen sotilaita Amerikan armeija oli ottanut käyttöön villasta tehdyn aluspaidan. Ranskalaisetkin ottivat aluspaidan käyttöön, mutta materiaalina käytettiin puuvillaa. Muiden maiden armeijat huomasivat tämän ilmiön ja ottivat myös käyttöön puuvillaisen aluspaidan. Puuvilla materiaalina oli hengittävä pitäen ihon viileänä ja kuivui nopeammin kuin villa. (Easby ja Oliver 2007, 1)

Koska t-paidat olivat kovassa kysynnässä, vuonna 1938 yritykset The Fruit of the Loom ja Hanes alkoivat tuottaa t-paitoja teollisesti. Suuren tuotannon avulla paitoja pystyi ostamaan alle dollarilla. Ei mennyt kauan, kunnes merivoimat ja armeija ottivat t-paidan käyttöön pukeutumissääntöihin. Vaikka t-paita oli käytännöllinen ja hengittävä päällä, paidan valkoinen väri oli helppo tähtäyskohde viholliselle. Hetkelliseksi ratkaisuksi sotilaat värjäisivät paidat kahvijauheella, kunnes sodan loppupuolella armeija teetätti sotilaille tummanvihreät t-paidat. Uusien t-paitojen tultua käyttöön, sotilaat päättivät painaa paitoihinsa oman asemansa armeijassa. Näin sotilaat pystyivät paremmin näkemään, kuka on missäkin yksikössä. (Easby ja Oliver 2007, 2)

Kun kansa näki painettuja t-paitoja sotilaiden käytössä, tapahtui suuri ilmiö muodin maailmassa. Nuoriso ei enää suostunut pukeutumaan vanhempiensa vaatteisiin, vaan loivat oman tyylinsä. Elokuvien ja raskaan musiikin innoittamina nuoret pukeutuivat nahkatakkeihin ja ajelivat moottoripyörillään etsien omaa asemaa yhteiskunnassa. 1960-luvun alussa paidan materiaali tehtiin paksummaksi ja kestävämmäksi. Paidan perusmuoto oli muunneltu pitkähihaiseksi ja pääntietä pienemmäksi. Sen ajan markkinoijat huomasivat paidan potentiaalisena mainostilana. Paidan teetättäminen ei maksanut paljoa ja kankaanpainanta yleistyi hurjaa vauhtia. Tämän kautta ensimmäinen bändipaita syntyi. (Easby ja Oliver 2007, 2-3)



KUVAT 1 ja 2. Ensimmäinen bändipaita Elvis Presleyn kuvalla ja The Beatles – bändipaita

1956-luvulla oli tehty ensimmäinen bändipaita Elvis Presleyn kuvalla varustettuna. Idean takana on Tom Parker, Elviksen manageri, joka tuotti useita erilaisia fanituotteita. Bändipaita-idea ei jäänyt yhdelle artistille. The Beatles myi vuonna 1964 ensimmäisiä bändipaitojaan Amerikan kiertueellansa. Elvis Presley, the Beatles ja moni muu bändi saivat oman musiikkinsa lisäksi myytyä bändipaitoja tuotteliaasti. Bändipaidasta tuli uusi villitys nuorten keskuudessa. Idea tuottaa bändipaitoja erityisesti konsertteja varten tuli Bill Grahamin avulla. Hän edisti ja auttoi bändejä saaden heille keikkoja. Hän jopa järjesti isompia tapahtumia, jonne tuli monta bändiä soittamaan. (Easby ja Oliver 2007, 3)

Yksi suurimmista tapahtumista, jossa suuri joukko bändejä kokoontui esiintymään, on nimeltään the Summer Jam Watkins Glen. Tapahtuma järjestettiin New Yorkissa 28.päivä heinäkuuta 1973. Pahamaineinen festivaali houkutteli 600 000 ihmistä ja esiintyjinä oli mm. The Grateful Dead, The Band ja The Allman Brothers. Festivaalia varten tehty kiertuepaita myytiin faneille ostettaviksi. Paidan eteen oli painettu festivaalin kolme esiintyjää ja paidan selkäpuolelle esiintyjien nimet. Paidan printin tekijä, Ira Sokoloff, teetätti paitoja ja teki erityisen paidan Bill Grahamille lisäten Grahamin nimen paitaan. Innostuessaan saamastaan paidastaan hän edisti samaisten paitojen myyntiä eteenpäin ja käytti samaa ideaa kiertuepaidoille eri tapahtumia varten. (Easby ja Oliver 2007, 4)



KUVAT 3. ja 4. Grateful Death – ja Ramones – bändipaita.

Vuoden 1975 aikaan t-paidan suosio on muuttunut niin hurjaksi, että paitoja on löytynyt myytävänä vähittäiskaupoista kirpputoreihin. Monella oli varaa ostaa t-paitoja ja teetättää omalla tyylillä mm. kangasmerkeillä ja silkkipainamisella. Arturo Vega, Ramonesin logon suunnittelija, muisteli tehneensä ensimmäisen Ramones – paidan. Vuonna 1976 bändin aloittaessa ensimmäistä kiertuetta Kaliforniaan, levy-yhtiö ei suostunut maksamaan Vegalle lentolippua. Vega päätti maksaa oman lentolippunsa painamalla Ramones-bändipaitoja käsin. Hän myi paitoja noin kolmella dollarilla kappaleelta ja pian hän pystyi maksamaan oman lentolippunsa Kaliforniaan. Siitä lähtien hänellä on ollut uniikki suhde Ramonesin bändin kanssa. Hän oli aina mukana bändin kiertueilla ja toimi lavastajana maalailen lavojen taustoja ja kohdevalojen laseja. Yhteistyö sujui hyvin pitkään. (Easby ja Oliver, 2007, 5)

Vuoden 1970 loppupuolella silkkipainotekniikoiden kehittyessä huimaa vauhtia, siirtokuvat tulivat myyntiin. Siirrettävä kuva tai teksti painetaan siirtokuva-arkille. Arkista leikatut palat asetellaan ja lämmöllä siirretään kuvio paitaan kiinni. Siirtokuvien avulla pystyy suunnittelemaan vaativampia kuvioita paitoihin ja tuottamaan kuviolla varustettuja paitoja lyhyessä ajassa. Kuluttajat saivat suuren mahdollisuuden luoda oman näköisen ja uniikin paidan helpoilla ja halvoilla välineillä. Esimerkkinä ihmiset pystyivät värjäämään erivärisiä raitoja solmuvärjäyksen avulla. (Easby ja Oliver 2007, 5)

1980-luku oli musiikillisesti tärkeä aika. Kuuluisat laulajat aloittivat uransa ja underground-tyylinen musiikin nopea leviäminen kuulijoiden tietouteen. Esimerkiksi Madonna, Prince ja Michael Jackson rikkoivat 80-luvun musiikkityylin rajoja ja nousivat nopeasti musiikin suurimmiksi ikoneiksi. Jatkaessa rajojen rikkomista bändit pystyivät rohkeammin käyttämään visuaalista ilmettä bändipaidoissa kuin mitä levyjen kansissa ja julisteissa. Tällä tavalla kuulijalle jää bändistä syvämpi muisto esimerkiksi keikasta ostetusta paidasta. Niin kuuluisalle ja ei-viralliselle bändille painetut paidat olivat ylimääräistä tuloa. Pienemmille bändeille se merkitsi ruoka- ja bensarahaa ja isommalle tähdelle paljon enemmän rahaa. Suuri osa bändeistä hyötyy fanituotteista, mutta osa ei halua markkinoida itseään. Esimerkkinä on Fugazi-bändi, joka on kuuluisa eettisestä asenteesta olla mainostamatta itseään markkinoiduilla tuotteilla. Vaikka he eivät halunneet myydä omalla nimellään tuotteita, trokarit myivät sen sijaan. (Easby ja Oliver 2007, 6)



KUVAT 5. ja 6. Madonna – ja Fugazi – bändipaita.

Kuuluisan henkilön pitäessä ei-tunnetun bändin paitaa yllään, kuluttajat ostavat kyseisen bändin tuotteita. Vuonna 1992 MTV Music Awards-tilaisuudessa Kurt Cobain (Nirvana – bändin laulaja) piti yllään Daniel Johnston-bändipaitaa. Hänen pukemansa t-paita synnytti niin paljon mielenkiintoa, että artisti Daniel Johnston pääsi Atlantic Records – levy-yhtiön palkkakirjoille. Kun pitää bändipaitaa yllään edistää bändin julkisuutta ja toimii tehokkaana mainostilana. Bändipaidan evoluutio lyhyessä ajassa on kehittynyt hurjaa vauhtia. Alussa bändipaita printin kera oli yksinkertainen ja muutamalla värillä koristeltu. Nykyajan bändipaita printillä on mielikuvituksellinen ja voimakkailla väreillä painettu. Kiitos silkkipainon eri tekniikoiden kehittymisen, painaminen ja siirtokuvien avulla on pystytty luomaan mitä erilaisimpia paitoja. Bändit ovat voineet ottaa kantaa poliittisesti ja kuvastaa eri lailla omaa musiikkityyliään printtien avulla. Entä sitten kun bändipaita on paljon suosituampi kuin mitä bändi itse? Bändipaidasta on tullut oma ilmiönsä ja sillä on ollut suuri merkitys muodin maailmassa enemmän kuin mitä musiikin muistona. Esimerkkinä ikonisimmista bändipaidoista on Ramones – bändin logo, jossa on kopio Amerikan presidentin sinetistä. Vegan mukaan on ollut antoisaa nähdä hänen kädenjälkeään ihmisten päällä ja kokea paitojen olevan taideteoksia. Hän on harmitellut, että ihmiset pitävät Ramones – paitaa yllään muodin takia, mutta eivät kuuntele kyseisen bändin musiikkia. (Easby ja Oliver 2007, 6-7)



KUVAT 7. ja 8. Ramones –(Wright, 2015 – 02 - 18) ja Slayer – bändipaidat H&M – myymälässä.

Tutkittuani bändipaidan historiaa, olen oppinut arvostamaan enemmän bändipaidan merkitystä. Paita oli alussa musiikkialalle kiva lisäys ja se muuttui ajan myötä muoti-ilmiöksi. Tekijänä hyödyin huomattavasti saamastani tiedoista suunnitellessani bändipaitaa. Tutkittuani eri bändipaidan ilmeitä voin inspiroitua niistä ja tuottaa omia printtejä omiin tai asiakkaan tuotteisiin.

Tunnetut suunnittelijat

Tässä osiossa tutustutaan kuuluisimpiin bändipaidan ja – logon suunnittelijoihin. Suunnittelijoina ovat Brian Cannon, John Pasche, Roger Dean ja Joe Petagno. Halusin tutkia juuri näitä suunnittelijoita, koska he ovat tunnettuja suunnittelemaan juuri bändeille albumin kansia, printtejä ja logoja. Heidän yleiset asiakkaat ovat Mötörhead, Oasis ja Yes. Jotkut suunnittelijat ovat itselleni tuttuja ja halusin omasta mielenkiinnostani tutkia heitä enemmän. Osiossa esitellään ytimekkäästi heidän omaa taustaansa, yhteistyötä erilaisien asiakkaiden kanssa ja esitellen kuuluisia suunnitelmia ja tuotoksia.

Brian Cannon

Brian Cannon on englantilainen graafinen suunnittelija, art director, bändimanageri ja musiikkivideoiden ohjaaja. Hän on tunnettu Microdot – yrityksestään, joka tekee asiakastyönä graafisia suunnitelmia ja tuotoksia. Hän perusti harjoittelevana suunnittelijana yrityksensä vuonna 1990. Tunnetuimmat asiakkaat olivat The Verve, Suede, Insprial Carpets, Super Furry Animals ja Oasis. Yrityksen tunnetuin tuotos on Oasis – bändin *Definetly Maybe* – albumin kansi vuodelta 1994. (Stop crying your heart out news 2010)

1998-luvulla Brian Cannon suunnitteli Oasis-bändille logon. Uransa alussa hän kuvaili bändille albumin kansia ja sai mahdollisuuden tehdä heille uuden logon. Brianista on tullut tärkeä henkilö Oasis-bändin uralle. Hän on ollut alusta lähtien bändin tukena ja katsonut heidän nousuaan kuuluisuuteen. (Stop crying your heart out news 2010)



KUVA 9. Oasis-bändin logo

Microdot-yrityksensä keskittyi tekemään valokuvauksellisia albumin kansia eli niin sanottuja ”käsintehtyä” kansitaidetta bändeille. He eivät suostuneet tekemään digitaalista kuvitusta, paitsi tekivät poikkeuksen Super Fluffy Animals-bändin albumin Fuzzy Logic kanssa vuonna 1996. Kuitenkin Brian käyttää vanhaa tekniikkaa, josta tuli heidän tavaramerkkinsä. (Stop crying your heart out news 2010)

John Pasche

John Pasche on englantilainen muotoilija, joka on kuuluisa The Rolling Stones-bändin logosta. Hän opiskeli taidekoulussa (Royal College Of Art) Lontoossa. Koulun kautta hän sai Mick Jaggerin (The Rolling Stones-bändin laulaja) toimistolta pyynnön suunnitella bändille Euroopan kiertuejulisteen. Hyväksytyään julisteen suunnitelman, Mick Jagger henkilökohtaisesti pyysi Johnia suunnittelemaan the Rolling Stones-bändille logon. Suunnittelun pohjana oli kuva Kali-jumalattaresta. Hänelle maksettiin suunnittelutyöstä 50 puntaa (joka oli sopiva palkka opiskelijalle 70-luvulla). Myöhemmin hänelle maksettiin enemmän logosta bändin suosion myötä. (Goldstein 2007)

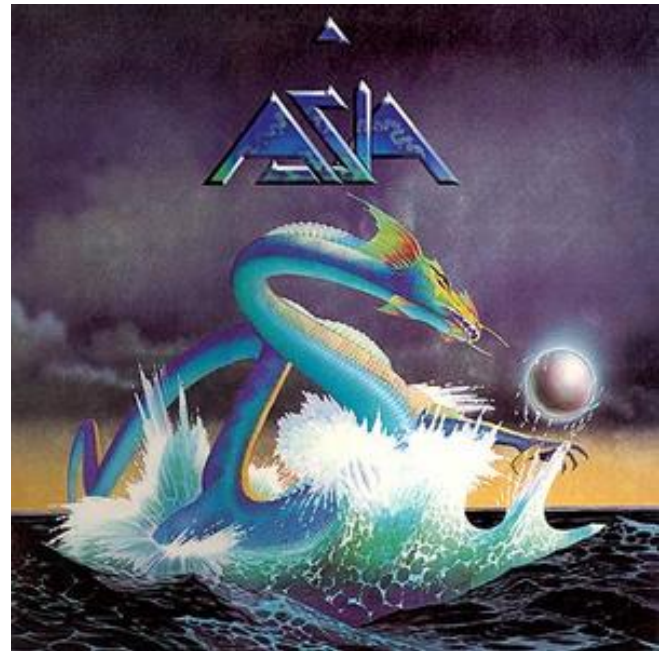


KUVA 10. The Rolling Stones-bändin logo

Vuosien 1970-74 aikana Pasche aloitti suunnittelemaan Stonesille logon ja kiertuejulisteen lisäksi neljä kiertuejulistetta lisää. Saatuaan suurta suosiota Rolling Stones-logon avulla, hän pääsi suunnittelemaan erilaisia asioita mm. The Who:lle, Paul McCartneylle ja muille artisteille. Muiden asiakastöiden lisäksi hän työskenteli luovana ohjaajana South Bank Centre Artsissa Lontoossa. Myöhemmin hän lopetti siellä työnsä ja on toiminut nykyaikaan asti freelancerinä omassa kotistudiossaan. (Goldstein 2007)

Roger Dean

Roger Dean on englantilainen taiteilija, suunnittelija ja julkaisija. Hänet tunnetaan 1960-luvun aikaisia eri artisteille ja bändeille (esim. Asia ja Yes) tehdyistä albuminkansista ja-julisteista. (Wikipedia 2015)



KUVAT 11. ja 12. Yes-bändin logo ja Asia – bändin albumin ”Asia” kansi vuodelta 1982

Hän suunnitteli ensimmäisen albumin kannen vuonna 1968 tehty The Gun-bändille. Hän suunnitteli samalla Atomic Rooster – bändin albumin kannen In Hearing Of. Vuonna 1971 hän teki kolmannelle bändille, Osibisa-nimiselle, albumin kannen. Kyseisessä kannessa on eläin, joka on norsun ja ötökän risteytys. Tämä albumin kansi oli lähempänä Rogerin nykyistä kädenjälkeä. (Wikipedia 2015)



KUVAT 13. ja 14. Osibisa-albumin kansi ja Tetris – logo.

Vuonna 1985 Dean teki yhteistyötä Psygnosis – peliyhtiön kanssa, jolle suunnitteli ja toteutti pelikansien kuvituksen. Kuuluisimmat ovat Shadow of the Beast ja Tetriksen logo (uudelleensuunniteltu). (Wikipedia 2015)

Joe Petagno

Joe Petagno on vuonna 1948 syntynyt amerikkalainen taiteilija. Hän syntyi Portlandissa ja lähti Amerikasta vuonna 1972. Hän työskenteli Hipgnosis-nimisessä taidemuotoilun ryhmässä. Hän on suunnitellut ja tuottanut taiteellisia kuvia albumeiden kansiin usealle artistille ja bändille. Kuuluisimmat asiakkaat ovat Pink Floyd, Led Zeppelin, Mötörhead, Roy Harper, Sweet, Nazareth, Marduk, Bal – Sagoth, Attick Demons ja Illdisposed. (Wikipedia 2015)



KUVAT 15. ja 16. Led Zeppelin levyn kuva ja Mötörhead – bändin War – Pig.

Petagnon kuuluisin työ on vuonna 1975 tehty Mötörhead-bändin logo ”War – Pig”. Hän suunnitteli kyseisen logon Mötörheadin debyyttialbumin kanteen. Pentagno ei kutsu kyseistä logoa War – Pigiksi vaan the Bastard-nimiseksi. Bastardin konsepti syntyi siitä, kun tekijä tutki villisikojen, gorillojen ja koirien kalloja. Näin hän yhdisti eri elementtejä. Laulaja ei ensinäkemyksellä ihastunut kyseiseen kuvaan, mutta ajallaan tottui ja ihastui lopulta siihen. (Wikipedia 2015)



KUVAT 17. ja 18. Mötörhead-albumin kansi ja nimetön teos.

Olen pienestä lähtien ihailnut esittelemiäni suunnittelijoita ja ihailen heitä vieläkin. Tutkittuani kattavasti eri sivuilta suunnittelijoita sain hyödyllistä tietoa omaan henkilökohtaiseen että ammatilliseen käyttööni. Olen oppinut, että harva suunnittelija aloittaa täydellisessä työympäristössä ja saa heti ihanteellisia asiakkaita. Moni on joutunut aloittamaan pohjalta ja tekemään ruokapalkalla pieniä töitä. Esimerkiksi John Paschen suunnittelema Rolling Stonesin logosta moni ei uskoisi, että yksinkertaisesta kuvasta voi tulla jotain suurta ja tunnettua. Kyseiset suunnittelijat ja heidän työnsä antoivat minulle inspiraatiota. Tutkiessani suunnittelijoiden tuotoksia olen huomionut erityisesti bändille tehtyjä asiakastöitä, jotka poikkeavat täysin muista. Heidän tekemät printit, logot ja albumien kannet ovat antaneet suuresti ideoita suunnittelutyössä. Olen pitänyt erityisesti albumien kansista, joihin on tehty mielikuvituksellisia ja rohkeita vedoksia. Esimerkkinä Joe Petagnon War Pig – logo, joka oli suunniteltu debyyttialbumin kanteeksi, näkyi jatkossa itse bändin maskottina. Samalla tavalla suunnittelisin jotain rohkeaa ja omaperäistä printtiä, mikä ei näkyisi usein ihmisten päällä.

Suosikkisuunnittelijani näistä neljästä on John Petagno. Kyseisen suunnittelijan tyyli on todella rohkeaa, kaunista, elävää, maalausmaista ja asenteella varustettua. Pidän hänen erilaisesta ja omaperäisestä kädenjäljestään ja rohkeasta maalaustyylistään. Työnsä ovat näkemykseltään niin vahvoja, ettei moni pidä niistä. Mutta näissä töissä näen asennetta ja rohkeaa mieltä toteuttaa itseään. Erityisesti hän tekee teoksia maailmanlopusta ja politiikasta. Suunnittelijoiden töiden ja teoksien innoittamana käytän oppimani tiedot nykyisiin ja tuleviin asiakastöihini.

4 SUUNNITTELU

Suunnittelu oli todella tärkeä osuus koko opinnäytetyössä. Se vaikutti asiakkaan eli bändin ajatusmaailma ja mitä he halusivat bändipaitaansa. Prosessissa pääsen graafisesti toteuttamaan itseäni, kuvittamaan erilaisia ideoita asiakkaileni ja saaden heiltä runsasta palautetta. Osiossa esitellään suunnittelun alku: miten haastattelusta lähdetään tuottamaan ja luonnostelevaan ja kuinka ne kehittyvät eteenpäin. Asiakkaan tapaamisia esitellään ja kuinka luonnosvedokset kehittyvät moniksi eri ideoiksi. Samalla näytetään asiakkaan tilaamat t-paidat ja viimeisteltyjä printti-ideoita asiakkaan päällä. Lopuksi kerrotaan, minkä printin ja logon asiakas päättää paitoihinsa.

4.1. Haastattelu

Ensimmäinen tapaaminen pidettiin syksyllä 2013. Tapasimme heidän treenipaikallaan, joka sijaitsee Rantasalmella. Sinne pääsi suurin osa bändin jäsenistä. Haastattelu aloitettiin kuvaamalla kahdella eri järjestelmäkameralla. Tällä menetelmällä tarkistetaan, että kummassa kamerassa kuuluu paremmin ääni ja siltä varalta, jos toisesta kamerasta loppuisi akku.



KUVA 19. Bändi Streetwise. Vasemmalta oikealle rumpali Tomppa, kitaristi Allu, kitaristi Tuomas ja basisti Paavo. (Wright 2014-06-28)

Kysymyslista ja vastaukset

1. Minkälaiset kuvat/muodot kiehtovat?

Kysymyksellä haetaan asiakkailta toivomaa printin muotoa eli minkälaiset kuvat ovat kiehtoneet heitä.

Kysymyksestä saan heiltä vastauksista pohjan suunnittelun rakentamista varten. Miehet toivoivat teollisia kuvia (esimerkkinä rattaat ja mekaanikon välineet), koska yksi heistä on ammatiltaan asentaja. Keskustelun kulkiessa eteenpäin he ideoivat epäsymmetrisiä muotoja, yksinkertaisuutta, suoraviivaista kuvaa, mustavalkoisuutta ja iskevää toimintaa. He toivoivat myös, että konteksti kuvaisi, mitä päätuote on eli heidän musiikkinsa.

2. Mikä olisi mieleinen printin koko paidassa?

Asiakkailta kysyin arvioitua printin kokoa, koska voin suunnitella ideoihin yksityiskohtaisuutta ja kuinka paljon voin muotoilla kuvioita koon mukaan. Samalla osaan arvioida, minkä kokoisen seulan tarvitsen valotusta varten.

He toivoivat että printti olisi kookas. Ison koon takia kuvio olisi selkeä, näkyisi kauas ja tunnistaisi sen bändin kehittymisen myötä. Printin koon lisäksi tuli ehdotuksia, että kuvio olisi linjava, erilainen ja monikäyttöinen idea, jota voi käyttää erilaisissa tuotepohjissa. Printti tulisi olla yhteneväinen levyn kannen kanssa.

3. Inspiroivat idolit?

Kysymyksellä miehet saavat kertoa heidän idoleitaan eli mistä he saavat inspiraationsa musiikkiinsa.

Heidän sanojensa mukaan heidän musiikkinsa perustuu 70- ja 80-luvun rock'n'rolliin. Inspiroivat idolit ovat heille Hurriganes, Iron Maiden, Motörhead, Tarot, Judas Priest, Deep Purple, Rainbow, Mötley Crue, Peer Günt ja Accept.

4. Mitkä ovat teidän lempibändipaidat? Mikä niissä miellyttää?

Haluan tällä kysymyksellä selvittää miehien lempibändipaidat ja niiden mieltymykset. Kysymyksen avulla saan lisäideoita suunnitteluun ja inspiroitua erilaisista bändipaidoista. Listaan jokaisen miehen kommentin erikseen:

Rumpali Tomppa: ” Ei erityisempiä ole. Löytyy monta hienoa, mutta ei ole suosikkia. ” Hän omistaa Turmion Kätiöitten paidan, mutta haluaa, että niistä näkyy selvästi, kuka bändi on kyseessä.

1. kitaristi Tuomas: Judas Priestin ”Painkiller” – paita. Hän olisi halunnut sellaisen, mutta ei omista sitä tällä hetkellä. Myös osa kiertuepaidoista on tullut tärkeitä, kun on käynyt konserteissa.

2. kitaristi Allu: Motörheadin paita. Siinä on yksinkertainen ja perinteinen muotoilu. Toinen paita on Iron Maidenin ”Seventh Son”-albumista paita Egypti-teemalla. Kyseessä on kunnia-asia ja kuluttajat ostavat minkäläistä krääsää tahansa nimen takia.

Basisti Paavo: Ei pysty sanomaan tiettyä suosikkibändipaitaa. Yleensä bändipaidan ulkonäkö iskee, kun se on tarpeeksi selkeä. Selviää, mikä bändi se on ja siinä on kontekstiin sopiva kuva. Yksinkertainen ja ei ole liikaa ”sontaa” kuvassa. Ei niin kuin ”Wow wow wow, ei liikaa ”sontaa” tuutin täydeltä.”

5. Mitä ETTE halua nähdä printissä?

Kysymyksellä selvitän suunnittelun rajojani. Saan selville, mitä asiakkaani eivät halua nähdä luonnoksissa ja mitä minun tulisi välttää suunnitellessani.

Miehillä tuli hetken hiljaisuus, mutta listasivat nämä asiat ei-toivottuihin printtiaiheiksi paitoihin:

- sydän (vähän iskelmä, aika ”humppamainen”)
- piikkilanka (sekin on ”humppamainen”)
- juntit tribal – tatuoinnit
- susi (jos yhdistää liekkihihat ja susi keskelle)
- isänmaallisuus
- liekit
- natsit
- verta
- ulosteita
- kaunokirjoitusta
- ylimääräiset koukerot/kiekurat
- katujengiin leimaavaa tekstiä/kuvia

6. Mikä olisi bändipaidan väriteema?

Kysymyksellä saan rajattua väreit ja kenties inspiroidun annetuista väreistä tehdessäni luonnoksia.

Haastattelun alussa bändi toivoi, että printti olisi valkoinen mustalla pohjalla. He sanoivat harkitsevansa myöhemmin urallaan värillisiä paitoja.

7. Tuleeko bändipaitaan voimakas vai mieto viestintä?

Tämän kysymyksen avulla saan selville, mitä bändi itse haluaa viestittää musiikkinsa lisäksi bändipaidan muodossa. Voimakkaalla viestinnällä tarkoitan voimakkaita linjoja ja todella rohkeita kuvioita esimerkiksi piirrettyä naisen paljasta pintaa. Miedolla viestinnällä tarkoitan yksinkertaista ja silmälle ystävällistä kuviointia, joka ei tuota kellekään vääristyneitä mielikuvia.

Bändi oli hetken hiljaa ja sanoivat: ”*Aika pahan kysymyksen laukaisit meille.*”

Pohdinnan aikana he miettivät, että se on katsojan silmissä, mitä näkee. He halusivat tuottaa ensimmäisessä paidassa viestin, mistä he tulevat, mitä ovat ja mitä tekevät.

Kitaristin Allun sanoin: ”*Tärkeintä on se sanoma, että olemme tällainen bändi ja tällaista soitamme. Olisi tärkeää, että olisi vahva viestintä edukseen muihin paitoihin verrattuna. Toisekseen tärkeintä olisi, että paita ei vie paljon huomiota musiikista. Pääpaino olisi musiikissa ja paita olisi osa kokonaisuutta. Paidasta voisi tulla enemmän kuin osiensa summa. Levyn kansista tulee sellaiset, ettei meidän tarvitse ’räkiä’ yhtään ja paidoistakin tulee sellaiset, että ei tarvitse itse kuin jorista ’urpoja’ tässä ja sinä yrität ottaa selkoa, mitä me oikein tarkoitettiin.*”

8. Mitä musiikkinne viestittää kuulijoille?

Selvitän kysymyksen avulla bändin musiikin viestittämisestä. Saan kommentteista ideoita luonnostelemista varten ja voin printillä viestittää samoja asioita kuin bändikin. Valitettavasti sanoittaja eli laulaja ei ollut haastattelussa paikalta. Kysyin kuitenkin muilta bändin henkilöiltä, miten he kokevat musiikillaan viestittävän kuulijoille.

He viestittävät soitannollisesti suorataempoista meininkiä. Rumpali kommentoi että toteuttaa itseään rumpujakkaralla istuen. Muut kommentoivat, että treenit auttavat kehittymään live-esityksiin ja lopulta levyn äänittämistä varten. He haluavat viestittää, että live-esityksellä he luovat hyvän meiningin omalla porukalla ja soitto kulkee niin hyvin kuin pystyy. Samalla he haluavat viestittää, että ovat tällä tasolla tällä hetkellä ja tulevaisuudessa parempia. Kuitenkaan kyseessä ei ole kuolemanvakavaa soittamista, vaan varaa on virheille. He sanoivat, että ei kertaakaan ole käynyt niin, että useammalla häviää tahti soittaessa. Vaikka soittavat ensimmäistä kertaa, jotain kappaletta, ei mennyt ”metsään”. Heille tärkeintä on, että pystyvät soittamisen aikana keskittymään yleisöön ja luomaan hyvää meininkiä. Pääpointtina on hauskanpito. Soittaessa pidetään soitto mielekkäänä, mutta ei kuitenkaan pelleillä. Kappaleet ovat omassa linjassa ja tunnistettavissa oman bändin käsityönä. Kappaleissa ei kuitenkaan ole kyse synkstä menosta tai ”käsi kädessä kulkemisesta auringonlaskuun Rantasalmella”. Niissä enemmän korostetaan bensaa, ”rööki kieruaa” ja viinaa.

9. Minkälaiset tekstityypit (fontit) miellyttävät?

Kysymyksellä haen kommentteista pohjaa bändin tekstilogon suunnittelemista varten. Antamien ideoiden mukaan luonnostelen mahdollisimman erilaisia logoideoita. Samalla luon omia logoideoita, mitkä kokisin bändille sopivaksi.

Miehet kommentoivat, että oma alkuperäinen logo on hyvä pohja. He haluavat suoraviivaisuutta, selkeästi luettavaa, korostettavissa olevaa ja yksinkertaista. Ala- ja yläviivoja voisi käyttää, esimerkkinä Thin Lizzy:n logo. Ei mielellään symboleja eikä ristiriitaista viestimistä esimerkiksi risti alaspäin. He haluaisivat luoda oman fontin, jossa kirjaimet yhdistyvät. Logo olisi monikäyttöinen sekä levyn kansissa että paidan päällä. Teksti olisi kahdessa rivissä ja S ja W ”repäistettyä” irti eli voisi käyttää SW-kirjaimet pienemmissä tuotteissa esimerkiksi pinseissä. Pohdinnan aikana miehet ideoivat S ja W olisivat suuret ja korostuvat muut tekstin lomassa. Toisena ideana olisi graffiti-tyylinen, joka olisi muunneltavissa. He halusivat antaa vapaat kädet ja pyysivät, että voisın lisätä omaa näkemystä suunnitelmiin muiden ideoiden lisäksi.

Haastattelun alussa tilanne oli jännittynyt, mutta edetessä loppuun bändin jäsenet rentoutuivat ja kertoivat rohkeammin asioita kysymyksiensä myötä. Haastattelu onnistui loistavasti ja olen saanut paljon erilaisia ajatuksia suunnittelua varten. Vaikka haastattelu kesti muutaman tunnin, saimme hyvän mielen porukassa.

4.2. Luonnostelu

Tiesin itsestäni, etten osaisi ottaa kynää käteen ja vain piirtää luonnoksia spontaanisesti. Tarvitsin pohjan, jonka avulla rakennan suunnitelmiani ja luonnoksiani. Käytin inspiraationa heidän tyyliään, joka edusti rock'n'rollia: svengaavaa rockia, jossa erilaisia kiellettyjä intohimoja suositaan ja ylistetään kuulijalle lyriikoiden kautta. Omasta näkökulmasta näkisin rock'n'rollin eläimellisenä, tummanpuhuvana ja voimakkaana. Kuunnellessani samalla heidän tuotoksiaan ja muiden samanhenkisten bändien musiikkia, aloittelin luonnostelevan oman näkökulman kautta erilaisia printtikuvioita ja logoideoita. Monet alussa tuottamani kuvat olivat voimakkaan linjakkaita ja kuvauksellisia. Samalla katselin Streetwise-bändin omia logotuotoksia sekä heidän lempibändinsä logoja että bändipaitojen printtejä netin kautta. Tämän avulla sain enemmän ideoita, luonnoksia ja ajatuksia suunnitteluun ja kokeiluun tehdä erilaista printtikuvioita ja logoa bändille. Pidän erityisesti Judas Priestin, Mötörheadin ja Acceptin bändipaitojen printteistä. Näissä on voimakkaat linjat, vahva viestintä katsojalle, yksinkertaiset värit ja poliittinen sanoma.

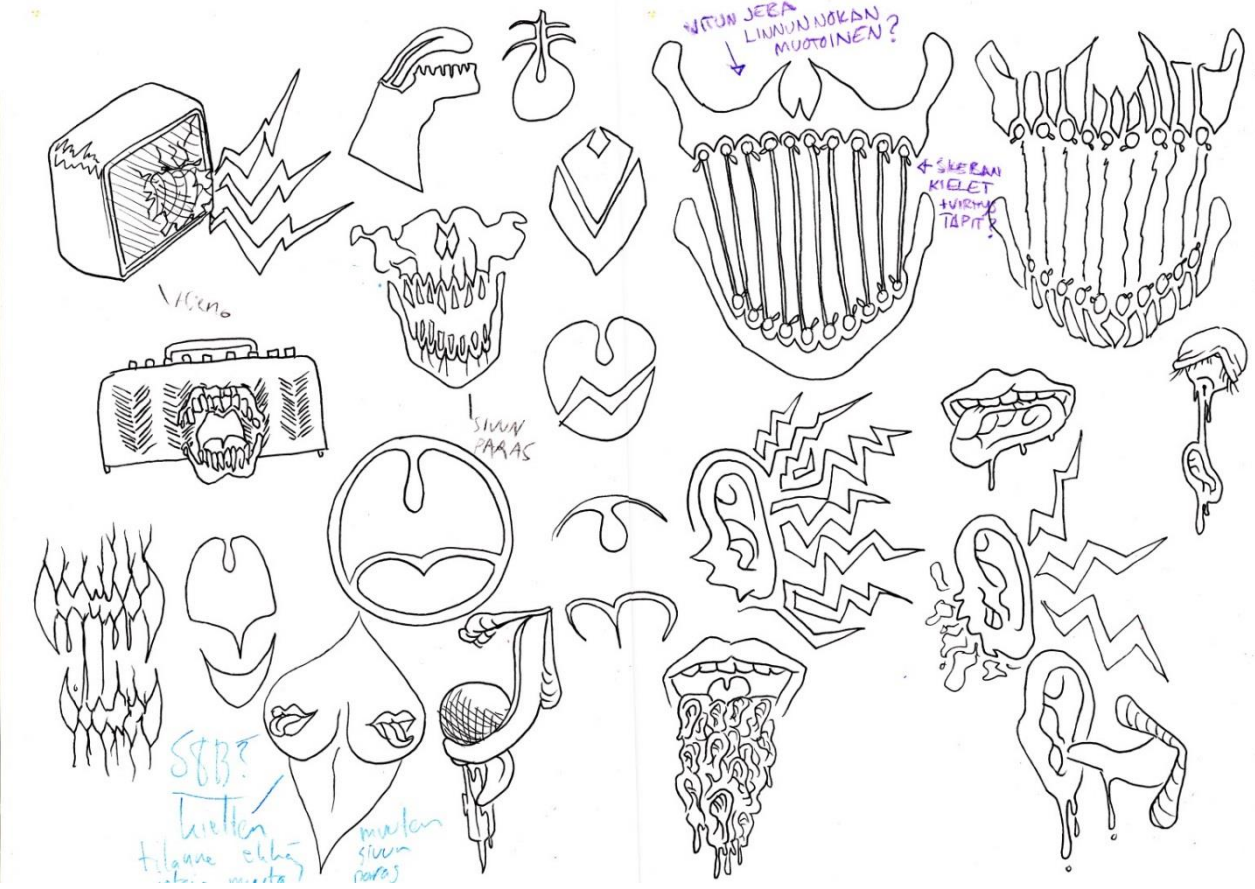
Omat ensimmäiset luonnokseni tuotin A4-kokoiseen luonnoslehtiöön. Tulevaisuudessa on helpompi katsoa lehtiöstä tuotoksiani ja käyttää myöhemmin hyödyksi. Seuraavilla sivuilla (s.15-17) esittelen ensimmäiset luonnokseni kahden nimen pohjalta.



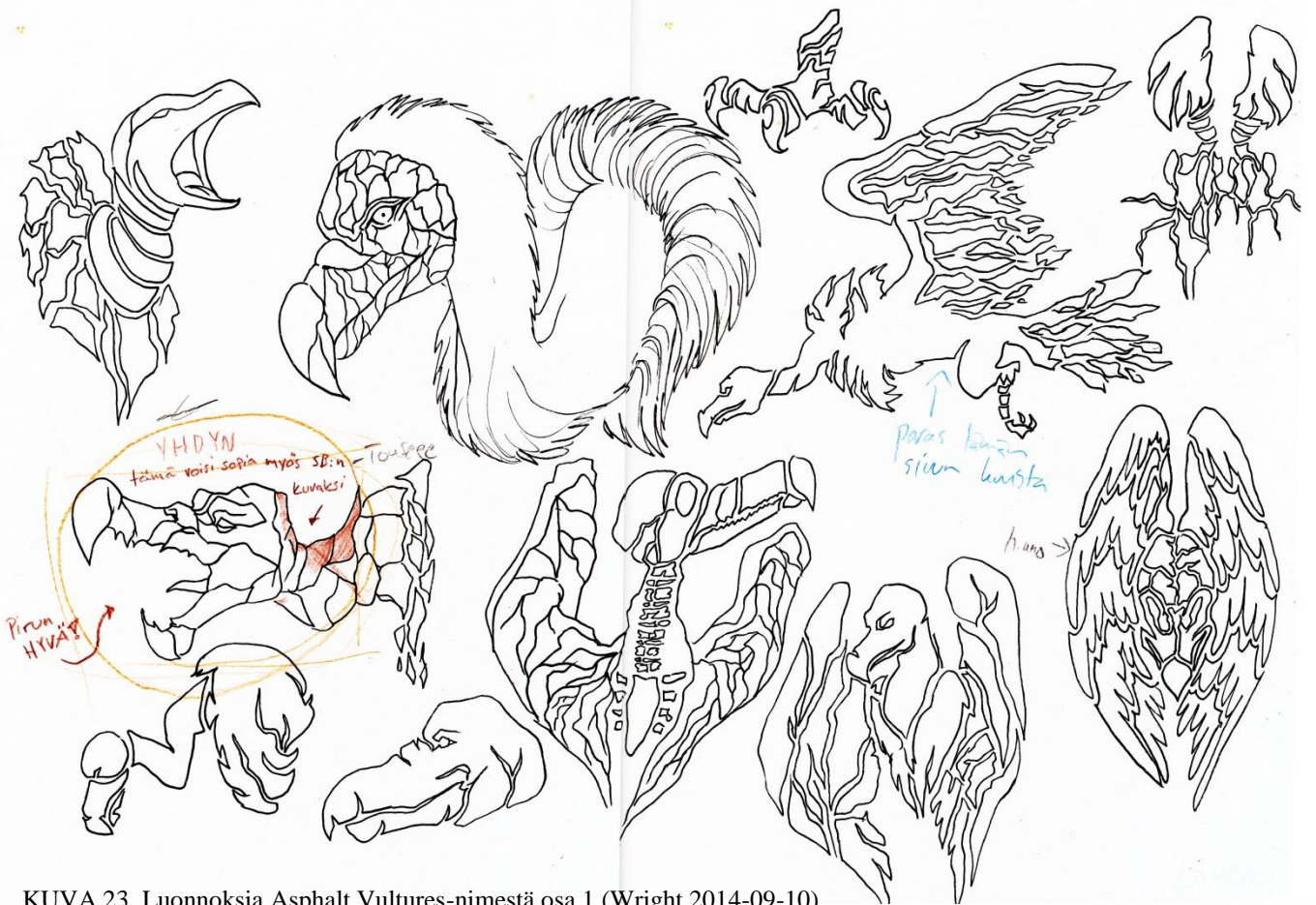
KUVA 20. Luonnoksia Screaming Bastards-nimestä osa 1 (Wright 2014-09-10)



KUVA 21. Luonnoksia Screaming Bastards-nimestä osa 2 (Wright 2014-09-10)



KUVA 22. Luonnoksia Screaming Bastards-nimestä osa 3 (Wright 2014-09-10)



KUVA 23. Luonnoksia Asphalt Vultures-nimestä osa 1 (Wright 2014-09-10)



KUVA 24. Luonnoksia Asphalt Vultures-nimestä osa 2 (Wright 2014-09-10)

Tapaaminen

Sovittiin toinen tapaaminen samassa paikassa kuten viimeksi eli heidän treenipaikallaan Rantasalmella. Teetätin tapaamista varten kopiot luonnoksistani ja ideoistani A3-kokoisiin papereihin, jotta bändin jäsenet pystyisivät tarkemmin katselemaan kuvia. He pääsivät kirjoittamaan paperin sivuun kommentteja ja kertomaan suullisesti ajatuksiaan. He kommentoivat, että oli paljon helpompaa katsella kuvioita konkreettisenä kuin mitä näytön kautta. Kuviot ja logot auttoivat heitä paremmin päättämään, mikä nimi kuulostaisi sekä näyttäisi hyvältä paidassa ja bändissä. Tapaamisen lopussa sovittiin, mitkä ideat jatkokehittelen seuraavaa tapaamista varten. Samalla sovittiin seuraava tapaaminen.

Tekstin alapuolella olevassa kuvassa bändin henkilöt ovat sovitussa tapaamisessa katselemassa luonnoksia ja kommentoivat suullisesti ja merkitsevät oman henkilökohtaisen suosikkinsa sekä muita huomioita.



KUVA 25. Toinen tapaamiskerta ja kuvien katselemista (Wright 2014-08-22)

Sain tapaamisella palautetta ja hyviä kommentteja. Hyvänä he pitivät kädenjälkeäni (viivojen linjaa, omaperäisyyttä, vahvaa ilmaisevaa tyyliä, veikeitä ideoita ja ennen kaikkea luonnoksien runsautta). Heidän katselfessaan luonnoksia ja valitessaan suosikkejaan, jokainen kertoi mielipiteensä. Parannusehdotuksina oli että teksti-ideoita olisi voinut olla toivottua enemmän, kuvat olisivat voineet olla isompia ja jokainen eri paperilla.

Asiakkaiden valitsemat ideat työstettiin eteenpäin. Esimerkkinä Screaming Bastards-tekstin SB-logo pyydettiin tekemään ronskimmat vedot ja he halusivat laittaa sen levynsä kanteen tulevaisuudessa. Eli kyseinen logo poistettiin printti-ideoista ja se jää työstettäväksi tulevaisuuteen. Suuri osa printti-ideasta jäi pois ja muutama korppikotka-idea (s. 25-26) tuli mukaan lisätyöstettäväksi. Yhteen korppikotkaan toivottiin side silmille ja toisesta toivottiin että olisi muhkeammat sulat ja tekstiosuus pois siivistä. Tekemäni idealuonnosten lisäksi olin avoin ottamaan uusia ideoita vastaan. Miehet ehdottivat sitten Mötörheadin innoittamana sikaa. He antoivat vapaat kädet ja toivoivat todella rumaa sikaa, pahkasikaa ja hurjalla katseella varustettua. Pyörityämme eläinmaailmassa, he toivoivat lisäksi huutavaa apinaa. Olin innoissani uusista ideoista ja valmiina aloittamaan puhtaalta pöydältä.

Rakentavan palautteen jälkeen tein tarvittavat muutokset ja loin lisää erilaisia kuvioita sekä logoja asiakkaiden pyynnöstä. Kuvien muokkaus ja uusien kuvioiden tekeminen meni vaativammaksi koska aikani alkoi olla rajallista ja kuvien tulisi olla korkealaatuisia. Photoshopilla sain kuvia muokattua laadukkaammaksi ja samalla tuotin lisää luonnoksia asiakasryhmän palautteen avulla.

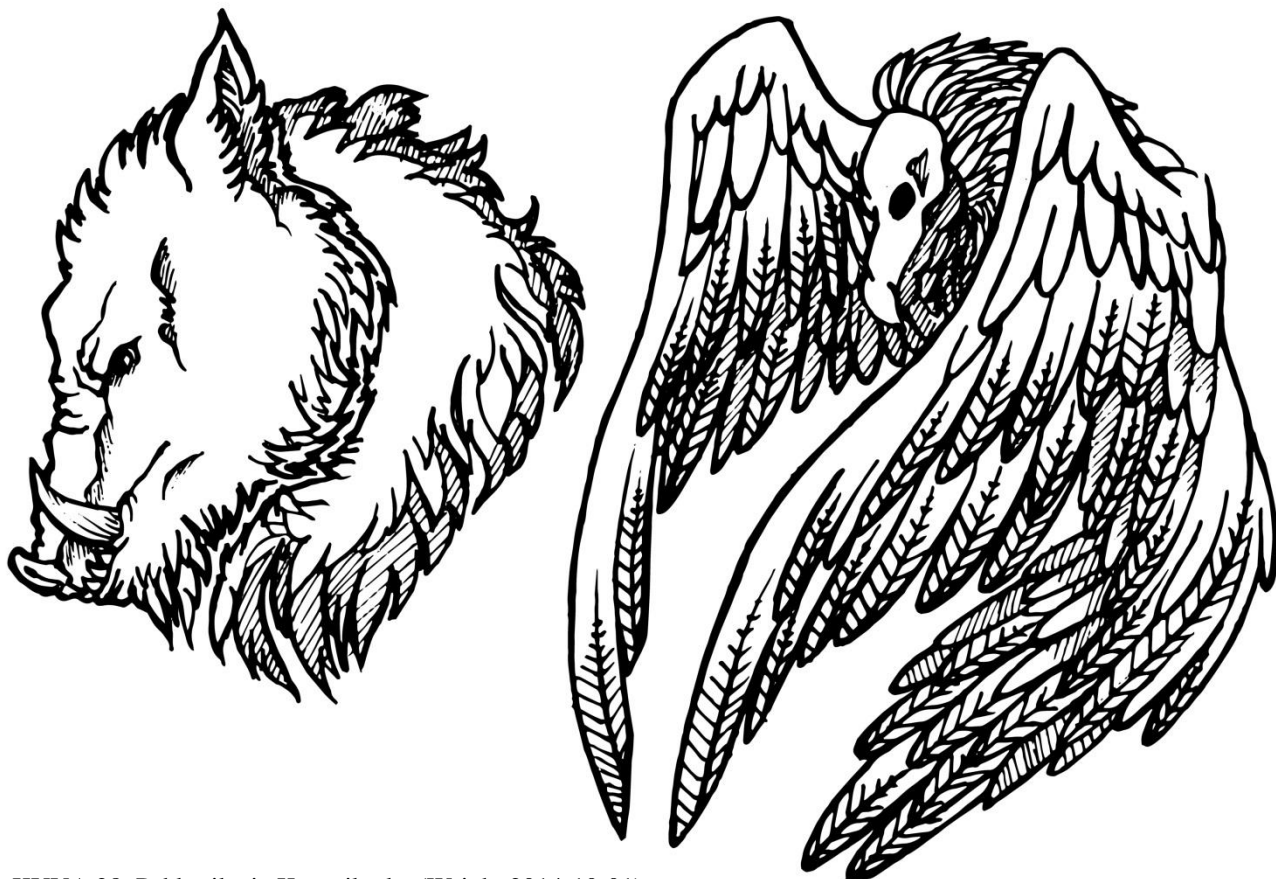
Lähetin muokatut ja tehdyt kuvat sosiaalisen median kautta (Facebook) bändin henkilökohtaiseen ryhmäsivustoon katseltavaksi ja kommentoitavaksi. Tällä tavalla sain kaikilta kirjallisena palautteen kuvista ja pääsin paljon nopeammin muokkaamaan kuvia heidän yhteisen palautteen mukaan. Vaikka jatkojalostusta oli tiedossa, bändi oli suurimmaksi osaksi yksimielinen. Seuraavana pyyntönä he halusivat nähdä valitut/jatkokehittävät printit ja logotekstit itse paidan päälle muokattuna. Näin he saivat käsityksen, miltä tuote näyttäisi asiakkaan päällä. Seuraavilla sivuilla näkyy tapaamisen pohjalta muokatut ja miehen ehdottamat ideat mustavalkoisina kuvina.



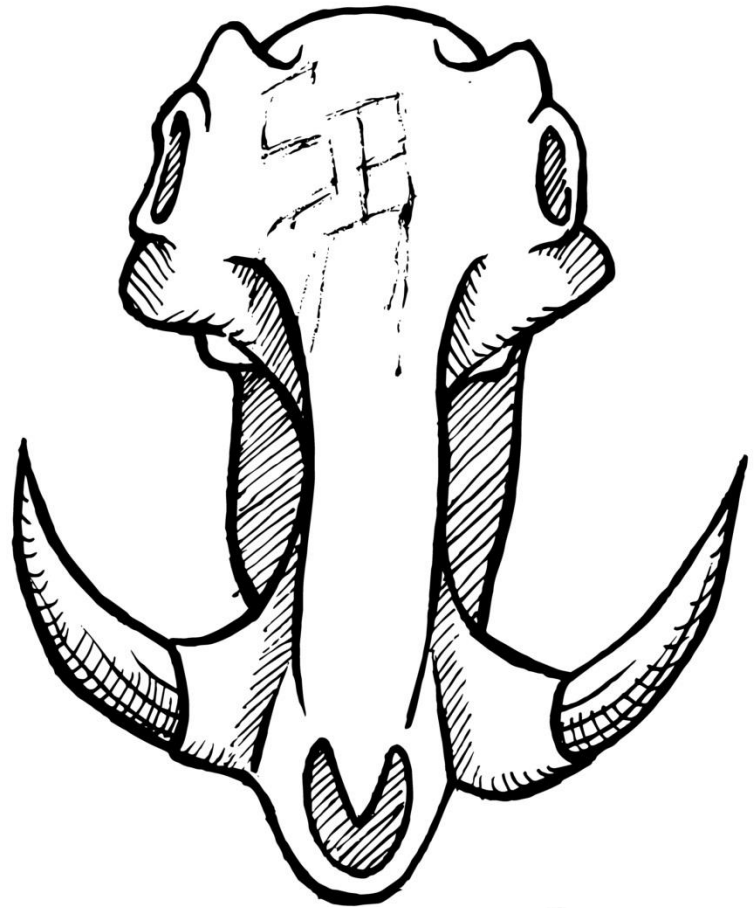
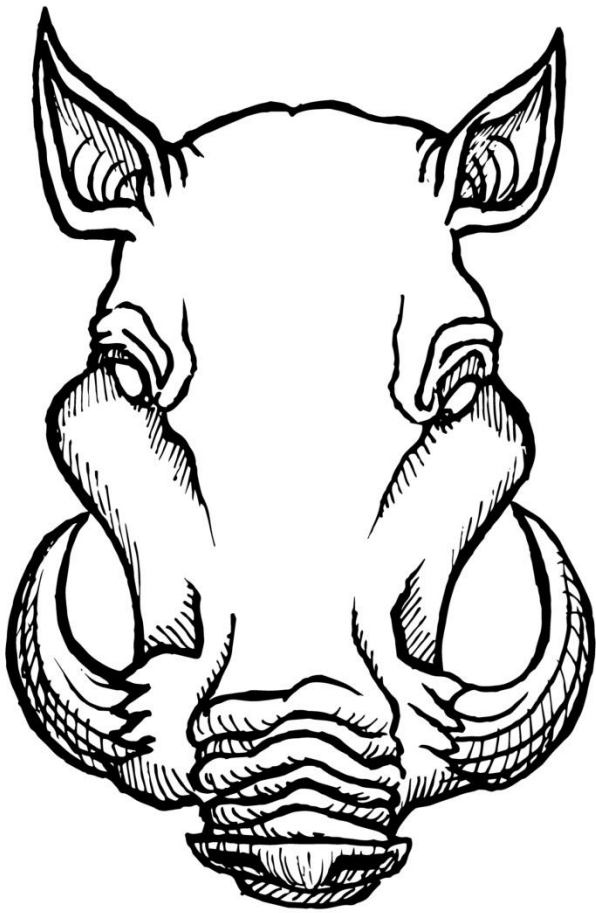
KUVA 26. Luonnoksia katsellen (Wright 2014-08-22)



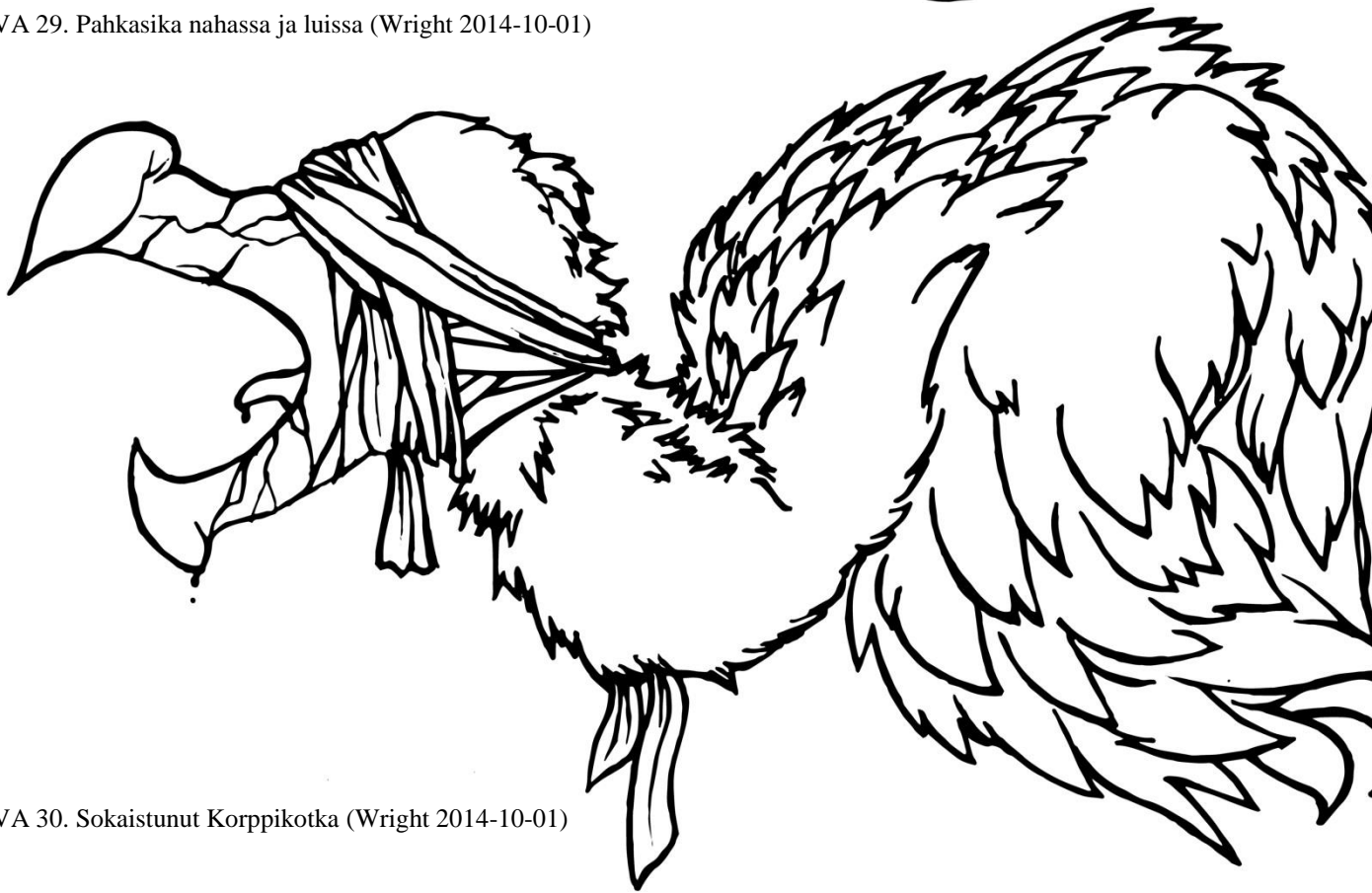
KUVA 27. Vedokset valitusta nimestä (Wright 2014-10-01)



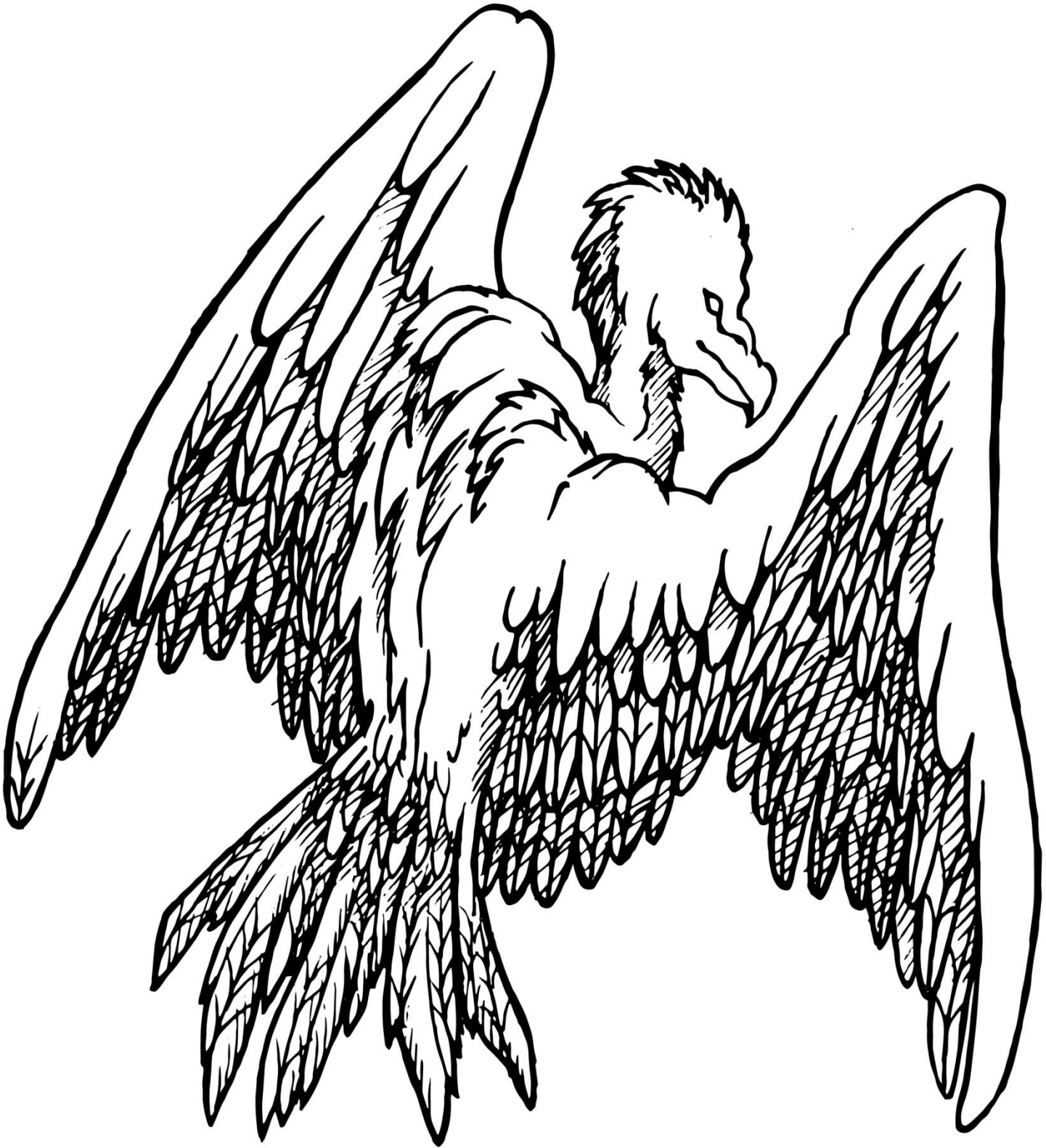
KUVA 28. Pahkasika ja Korppikotka (Wright 2014-10-01)



KUVA 29. Pahkasika nahassa ja luissa (Wright 2014-10-01)



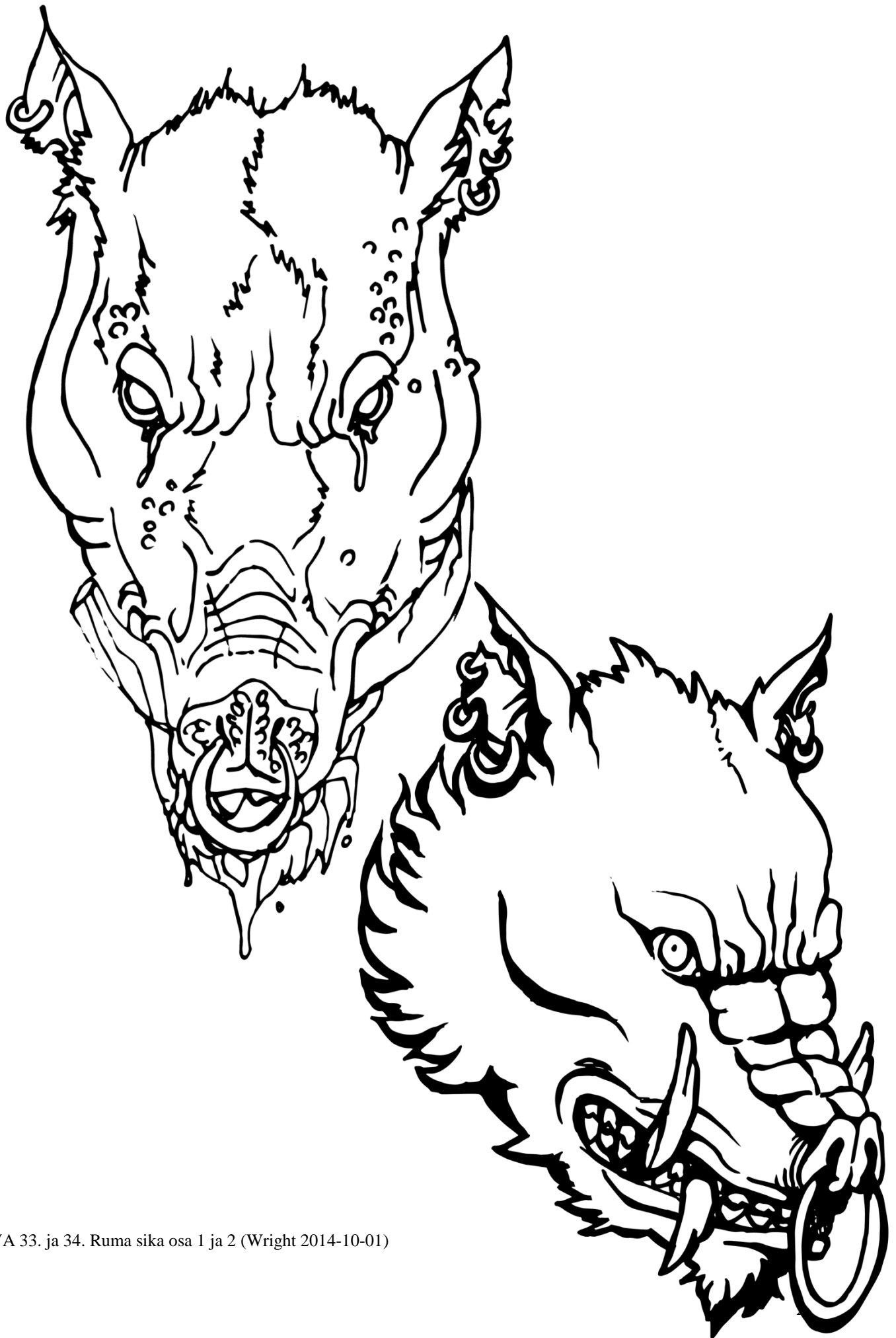
KUVA 30. Sokaistunut Korppikotka (Wright 2014-10-01)



KUVA 31. Korppikotkan selkä (Wright 2014-10-01)



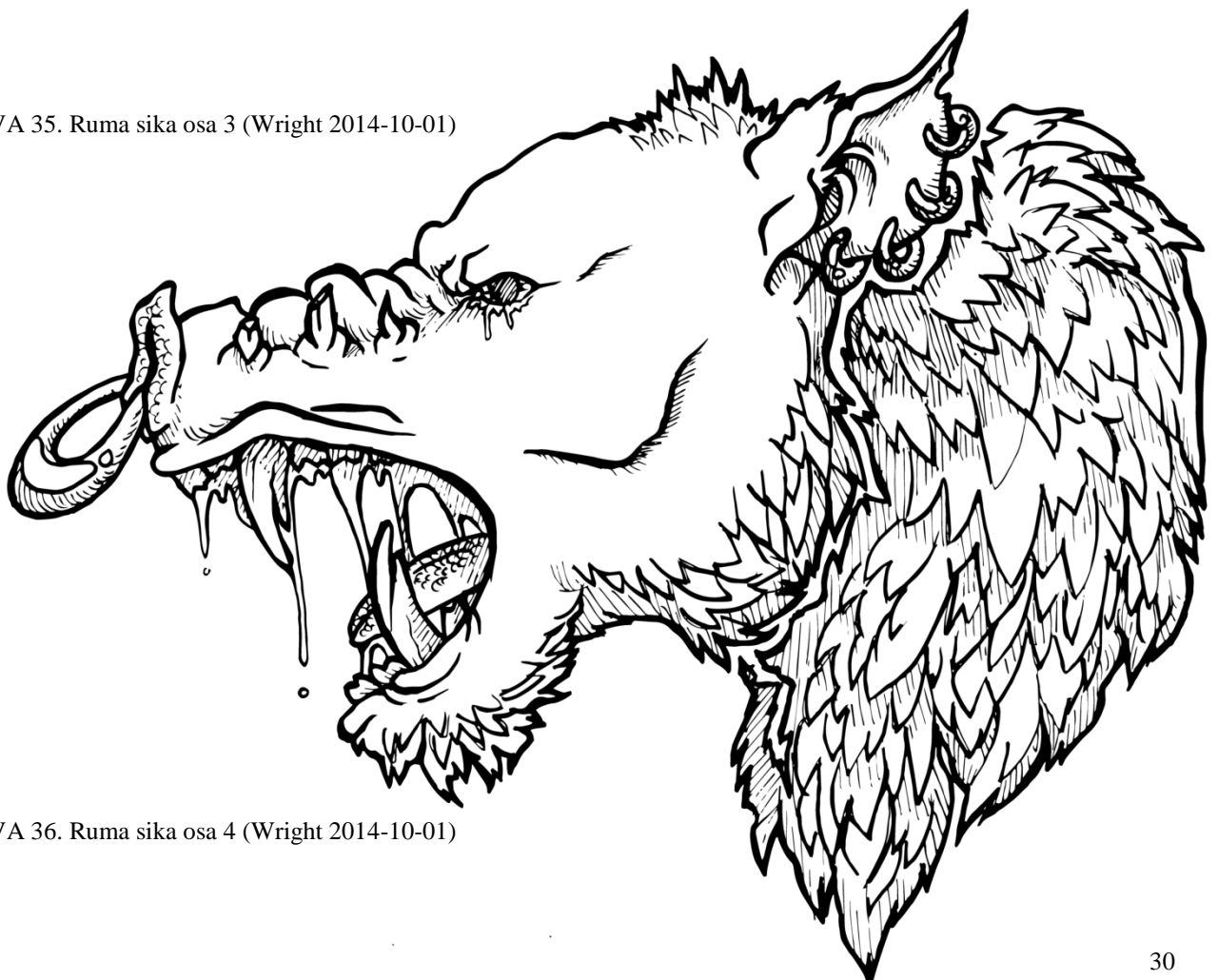
KUVA 32. Huutava Apina (Wright 2014-10-01)



KUVA 33. ja 34. Ruma sika osa 1 ja 2 (Wright 2014-10-01)



KUVA 35. Ruma sika osa 3 (Wright 2014-10-01)



KUVA 36. Ruma sika osa 4 (Wright 2014-10-01)

Tilatut T-paidat

T-paidat ovat tilattu kesällä ja saapuivat elokuun aikaan. Jotta saisin kunnolliset tuotekuvat tehtyä asiakkaan nähtäväksi, otin järjestelmäkameralla kuvia t-paidasta asiakkaan päällä.

Näin säästin työaikaani tekemällä pohjan, johon voin helposti liittää printtikuvioitani ja logojani. Puurtaessani tuotekuvia tein mahdollisimman paljon eri vaihtoehtoja bändipaidasta. Sen mukaan otin vastaan lisäkommentteja ja muokkailin mahdollisia kuvioita.

Neljäs eli viimeinen tapaaminen tapahtui taas Facebookin avulla bändin henkilökohtaisen ryhmäsivun kautta. Laitoin heille katseltavaksi 36 eri vaihtoehtoa bändipaidasta asiakkaan päällä. Näistä he valitsivat kolme parasta paitaa, joista yksi äänestettiin lopulliseksi bändipaidaksi. Äänestys oli sovittu ennakkoon bändin henkilöiden kanssa Facebookin kautta koska heillä oli omia henkilökohtaisia kiireitä. Päätös oli todella hankalaa jäsenillä ja moni piti monesta paitaehdokkaista. Mutta kovan kritiikin avulla kolme parasta saatiin ja niistä hieman muutoksia tehden yksi tuli yli kaikkien muiden näkyviin. Seuraavilla sivuilla (s. 33-36) esittelen viitteellisiä tuotekuvia bändipaitaehdokkaista.



KUVA 37. Tilatut paidat (Wright 2014 – 08 – 19)



KUVA 38. Paidat 1-6 (Wright 2015-02-21)



KUVA 39. Paidat 7-9 (Wright 2015-02-21)



KUVA 40. Paidat 10-12 (Wright 2015-02-21)



KUVA 41. Paidat 13 – 18 (Wright 2015-02-21)



KUVA 42. Paidat 19 – 24 (Wright 2015-02-21)



KUVA 43. Paidat 25 – 27 (Wright 2015-02-21)



KUVA 44. Paidat 28-30 (Wright 2015-02-21)



KUVA 45. Paidat 31 – 36 (Wright 2015-02-21)

4.3. Valmis printti



KUVA 46. Valittu paita (Wright 2014-10-06)

Syksyllä 2014 bändi sai päätettyä printtikuvion ja sopivan logon koristamaan tulevia paitoja.

5 VALMISTAMINEN

5.1. Tekstiilipainon ydinasiat

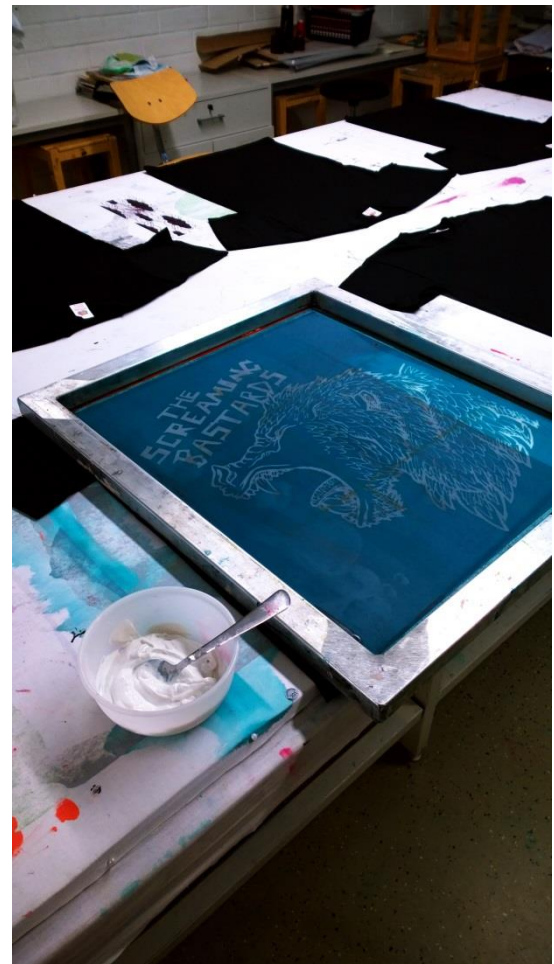
Tekstiilipainolla tarkoitetaan käsin painamista tietyllä tekniikalla tehden kuvion kohteen pintaan. Yleisin käytettyjä kankaanpainamisen tekniikoita ovat kaavio-, leimasin-, ja siirtopainanta (Pellonpää-Forrs 2009, 18-19). Jotta seulalla pääsisi painamaan, tarvitaan kuvio. Valitsin valotuskaavion tähän käyttöön, koska sillä menetelmällä on mahdollista tehdä monimutkaisia ja tarkkoja kuvioita. Valotuskaavion tekemisessä tarvitaan valotuserkkää emulsiota, joka levitetään painokaavion kummallekin puolelle kalvon pintaan. Ennen emulsion levittämistä, seulan pintaan levitetään rasvanpoistoainetta, ettei mikään jäänyt rasva hylkisi valotusemulsiota. Emulsiota levitetään ensin 1-2 kerrosta seulan painopuolelle ja sen jälkeen raakelipuolelle yksi kerros. Valotuslaitteella painoraportti siirretään painokaaviolle. Painoraportissa on mallin mukainen positiivifilmi, jossa painomallin värilliset alueet on käsitelty valoa läpäisemättömäksi (Pellonpää-Forrs 2009, 66-67). Seula valotetulla kuviolla pystyy käyttämään pidempään kuin mitä leikatulla muovikaaviolla. Seulan kaveriksi tarvitsen raakelin eli kaavioveitsen (lastamainen ja seulaan mitoitettu työväline, jossa on kuminen terä). Kuvio muodostuu, kun painoväri levitetään työstettävälle kankaalle painokaavion läpi. Painoväreinä käytin peittoväriä. Toisin kuin värjäyksessä käytettäviä värejä, painantaan varten väristä tehdään jähmeä. Näin painoväri pysyy painettuna kuvion alueella (Pellonpää-Forrs 2009, 74). Painopasta koostuu aina liuottimesta, paksunnosaineesta ja sideaineesta (Pellonpää-Forrs 2009, 78). Kun seula ja raakeli on hallussani, puuttuvat enää tuotteet pöydälle kiinnitettynä ja kuvion paikka tiedossa, painaminen voi alkaa.

5.2. Työskentely

Sommittelin printin ja logon kokoa paremmaksi paitoja varten koska kuvio olisi S-mallissa iso verrattuna XXL-malliin. Isommassa mallissa olisi pienempi kuvio kuin mitä pienimmän paidan kokoon verrattuna. Tästä päätellen tein kuvion niin, että se jatkuisi vähän pidemmälle sen mukaan kun painaa isommalle paidalle. Näin kuvio täyttäisi paidan sopivasti koosta riippumatta. Enää puuttui lopullinen printin tulostaminen kalvolle. tulostin päätetyn printtikuvion paperille ensin kokeillen mittoja seulan ja paitojen päällä. Printin koon ollessa oikean kokoinen, tulostin lopullisen tuotoksen kalvoon seulan valottamista varten. Valotin seulaani printtikuvion valmiiksi. Sain apua painamisessa, seulan siirtelemisessä painamishetkellä, puhdistamaan seulaani ja mahdollisesti silittämään kuivuneet printit kiinni silitysraudalla. Ilman heitä en olisi saanut paitojani ajoissa tehtyä.



KUVA 47. Juuri tulostettu kalvo printistä (Wright 2014-10-29)



KUVA 48. ja 49. Seulan kuvan avaaminen pesemällä (Wright 2014-31-10) ja ensimmäinen painamiskierros (Wright 2014-11-03)

Painoin paitojani niin, että laitoin paidat siistiin riviin (aloittaen S-mallin paidoista) tekstiilitilan painopöydälle ja painoin seullallani kolme paitaa putkeen. Jotta kuvio osuisi oikealle kohdalle, niin määritin jokaisen paidan kohdan merkitsemällä seulan paikan nuppineuloilla. Asetin seulan yläreunan vaateen vaatelapun kohdalle ja laskin siitä kuvion eläimen korvan takareunan päätyreunasta tietyn mitan, mihin paidan reuna päättyisi. Näin määritellen paidan kuvio toistuisi tasaisesti paitojen kokojen mukaan ja jokaisessa koossa tulisi kuvion toistua tasaisesti. Käytin painamisessa valkoista peittopastaa. Painamisen jälkeen pesin seulan kankaan runsaasti viileällä vedellä, ettei se tukkiutuisi peittopastasta. Tukkiutumisen tarkoitan, että seulan silkkikankaan verkkojen reikiin jäisi peittopastaa ja tämän myötä seulan kangas ei päästäisi pastaa läpi tukkiutuneista kohdista. Kuviosta tulisi sitten epätasainen ja laikukas.



KUVA 50. Lähikuva painamisen prosessista (Wright 2014-11-03)



KUVA 51. Seula ja tuoreet painetut t-paidat (Wright 2014-11-03)



KUVA 52. Vasemmalla yön yli kuivunut ja oikealla vastapainettu (Wright 2014-11-04)

5.3. Viimeisteleminen

Saatuani painettua paidat valmiiksi ja laitettuani siististi kuivumaan kuivaustelineelle yön yli, seuraavana päivänä silitin painetut paidan kuviot kiinni silitysraudalla. Suojasin kuvion ohuella puuvillakankaalla ja sen päältä silitin kolmella pisteellä eli korkeintaan 200 °C.



KUVA 53. Silittämässä kuviota kiinni t-paitaan (Wright 2014 – 11 – 06)

Ongelmia paidan pesemisessä

Pestyäni paidan huomasin, että kuvio haalistui ja pasta rakoili paidasta. Huomatessani tämän virheen, ilmoitin asiasta bändin jäsenille.

He olivat hieman pettyneitä laatuun. Pahoittelin asiasta ja pyysin heitä kertomaan tuleville ostajille, että paitaa tulisi pestä nurja puoli ulospäin 40 °C kirjopesussa.

Seuraavaksi aloin tutkia, miksi painokuvio ei pysy paidassa, vaikka materiaali oli oikea ja kuvio oli korkealla lämmöllä silitetty. Tekstiiliopettajien arvioiden mukaan en ole tehnyt kokeilupainantaa ja en pessyt paitoja ennen painamista. Paidassa on voinut jäädä paidan omia käsittelykemikaaleja, jotka estivät painopastan imeytymistä paitaan.

Toinen vaihtoehto voisi olla, että pasta oli jäänytynyt kuljetuksissa ja ei imeytynyt paitaan kunnolla. Tutkin asiaa silittämällä kuviotani uudestaan paitaan kiinni (jos olisi johtunut siitä, etten ole silittänyt tarpeeksi pitkään paitojen kuvioita kiinni). Asiaa hankaloitti se, että painotila ei ollut käytössäni kuin rajallisen ajan. Koulu vaihtoi opetustilat toiseen paikkaan. Kiireeni esti minua tekemästä koepainoa tai tuotteen pesua ennen varsinaisen sarjapainamisen tekoa. Kiirettä lisäsi myös bändin antama aikataulu.

6 PAINAMISEN MUUT MAHDOLLISUUDET

6.1. Kankaanpainantaan erikoistuneet yritykset

Tässä osiossa tutkin muutamaa yritystä, jotka omaavat silkkipainamisen ja teen heille tarjouspyyntöjä. Suunnittelun alussa päätimme asiakkaan kanssa, että painaisin paidat käsin. Tähän valintaan oli syynä asiakkaan rajallinen budjetti ja henkilökohtainen tavoite kehittyä kankaanpainajana. Toisena vaihtoehtona olisi teetättää yrityksellä, joka on erikoistunut silkkipainatuksiin. Hintavertailun vuoksi tutkin kahta eri kankaanpainantaan osaavaa yritystä. Tein yrityksille tarjouspyynnön lähettäen printin alkuperäisissä mitoissa. Laitoin viestiin t-paitojen kappalemäärän ja painopastan värin. Lähetin tarjouspyynnöt kummallekin yritykselle, joista sain vastaukset muutaman päivän päästä.

Ensimmäinen yrityksistä on Kevama

Kevama on perustettu vuonna 1965 Kuopion kaupungin omistuksen alla ja on toiminut työ kuntoutuspalveluiden tuottajana. Toiminnan perustana on sosiaalinen ja ammatillinen työ kuntoutus. Yhtiössä on useita tuotanto – ja palveluyksiköitä, joista yksi on silkkipaino.

TAULUKKO: Kevaman tarjouspyyntö

	a-hinta		yhteensä
perus t-paita	7,45 €/kpl	7,45 € x 56 kpl	417,20 €
1-värinen painatus	2,70 €/kpl	2,70 € x 56 kpl	151,20 €
seulakustannus	20,00 €/logo		20,00 €
			588,40 €

Toinen yritys on nimeltään Seriväri.

Seriväri on ollut vesipohjaisten tekstiili- ja silkkipainovärituotteiden valmistaja jo 30 vuotta. Heidän markkinointi tapahtuu Skandinaviassa ja Baltian alueella. Heille tärkeintä tuotteissaan on ympäristöystävällisyys ja uuden teknologian käyttö. Yhtiö antaa parhaansa mukaan laadukasta palvelua asiakkaille. Tarjolla on erilaisia ja käytännöllisiä tuotteita moneen makuun. Nettisivuston valikoimasta löytyy digipainamista, opetusvideoita (mm. seulan valottamisesta ja painamisesta), paitatulostimia ja monen muuta. Toisena mahdollisuutena on käydä Serivärin omassa myymälässä Helsingissä.

Serivärin tarjouspyyntö:

TAULUKKO: Painettu halvimpiin paitoihin

	a-hinta		yhteensä
Fruit Value Weight-paita	3,95 €/kpl	3,95 € x 56 kpl	221,20 €
1-väripeittopainatus (peittovalkoinen) aloituskustannus	39 € + 1,72 €/kpl	1,72 € x 56 kpl + 39 €	135,32 €
reprofilmikalvo kuvasta	38,00 €		38,00 €
Toimituskulut (Matkahuolto)			15,50 €
			410,02 €

TAULUKKO: Painettu kalliimpiin paitoihin

	a-hinta		yhteensä
Fruit Super Premium	5, 10 €/kpl	5, 10 € x 56 kpl	285, 60 €
1-väripeittopainatus (peittovalkoinen) aloituskustannus	39 € + 1, 72 €/kpl	1, 72 € x 56 kpl + 39 €	135, 32 €
reprofilmikalvo kuvasta	38, 00 €		38, 00 €
Toimituskulut (Matkahuolto)			15, 50 €
			474, 42 €

6.2. Materiaalilasku

Tässä osiossa esittelen oman osuuteni. Koska asiakkaat ostivat itse t-paidat, niiden hinta ei näy tässä laskussa. Käsien painaminen olisi kannattavaa, jos asiakas haluaa omaperäisen kuvion tuotteeseen ja valmis maksamaan siitä. Suunnittelutyön, seulan teetättämisen ja käsien painamisen tuntimäärä olisi suuri, että palkka olisi enemmän kuin mitä muilla yrityksillä teetättäminen. Painettuani paidat laskin materiaalien hinnat ja lähetin bändille laskun maksettavaksi.

TAULUKKO: Materiaalilasku

MATERIAALIT	MÄÄRÄ	A-HINTA	YHTEENSÄ
Seulan valottaminen	1	4, 00 €/krt	4, 00 €
Kalvon tulostus	45 cm + 0,9 ml mustetta	12, 00 €/m	6, 30 €
Paperin tulostus	45 cm + 0,8 ml mustetta	1, 00 €/m	1, 25 €
Peittovalkoinen painopasta	1,130 kg	22 €/kg	24, 86 €
Seula + raakeli	1	5, 00 €	5, 00 €
			43, 41 €

6.3. Tekniikat

Tässä luvussa käsitellään erilaisia painotekniikoita. Painotekniikka tarkoittaa sitä, miten väri siirtyy kankaalle tietyllä tyyllillä tai välineellä. Tekniikan avulla kuvion muotoinen alue värialue siirretään painettavalle kankaalle. Aihealue tekniikoissa rajautuu siihen, mitä olisin voinut käyttää omassa painamisprosessissa. Tekniikat esitellään ja käsitellään lyhyesti läpi. Samalla pohdin, olisivatko kyseiset tekniikat tulleet käyttöön.

Kaaviopainannan karuselli-laite

Tässä painannassa käytetään kuviokaaviota, joka on kiinnitetty painokaavioon. Kaavio koostuu suorakulmaisesta kehyksestä ja siihen pingotetusta seulakankaasta (Pellonpää-Forss 2009, 21). Kaaviopainannassa painamiseen erikoistuneet yritykset käyttävät yhden seulan lisäksi montakin seulaa. Paitoja painaessa värillisiä kuvioita yritykset käyttävät karuselli – laitetta. Painokoneen nimi tulee kehän muotoon kiinnitetyistä painoasemista, jotka kiertävät kiinnityskohtansa ympäri. Painokaaviot kiinnitetään näihin painoasemiin (Pellonpää-Forss 2009, 232). Karuselli on laite, johon laitetaan 3-5 seulaa ja niiden avulla painetaan kuvion eri kohtia eri väreillä. Kyseinen laite on hinnakas, mutta käytännöllinen. Prosessi on nopeampaa, kun laite pyörittää seuloja ja jokaisella seulalla on helppo painaa laitteen kanssa.

Siirtopainanta

Tässä painannassa tehdään erityiseen paperiin painetun tai tulostetun kuvion siirtämistä kankaalle lämmön ja paineen avulla. Tämä menetelmä on tarkoitettu tekokuituisiin kankaisiin esimerkiksi polyesteriin ja polyesterisekoitemateriaaleihin. Tämä tekniikka perustuu vuonna 1952 ICI:n patentoimaan sublimaatiotekniikkaan. Jo 1970-luvulta lähtien tekniikalla on ollut kaupallista merkitystä. Tätä tekniikkaa on käytetty sekä yhden kuvion painamiseen että metrikankaan kuvioimiseen. Tekstiilialan lisäksi eri yritykset esim. valokuvaamot ja seripainot ovat käyttäneet siirtopainantatekniikka erilaisissa tuotteissa. Yleisimmät siirtopainannan tuotteet ovat olleet mukit, hiirimatot, paidat ja taulut. Tekniikassa kuva ”paketoidaan” kuumaan reagoivaan lämpöseokseen ja kiinnittyy lämmöstä tuotteeseen kiinni. Tämä on mahdollistanut painamisen moneen eri pintaan. (Pellonpää-Forss 2009, 21-22)

Digitaalinen painanta

Digitaalinen painanta ja tulostaminen ovat uusinta teknologiaa. Siirtopainantaan verrattuna digitaalinen tulostaminen on ympäristöystävällisempää. Tietokoneella työstettyä mallia tulostetaan kankaalle ja kangas on pohjustettu värin kiinnittymisen vaatimilla apuaineilla. Väri kiinnitetään viimeistelemällä värin ja pohjakankaan vaativammalla tavalla. Värihukkaa on todella pientä ja kaaviokustannuksia ei ole. Eikä tarvita tilaa vieviä painokoneita ja suuria halleja työstämiseen ja säilyttämiseen. (Pellonpää-Forss 2009, 25-26)

Tutkittuani eri tekniikoita, listaamani tekniikat olivat lähempänä työni vaatimaa tasoa.

Kaaviopainanta on ollut käytössä ja se oli toimiva. Siirtopainanta olisi toiminut, mutta siinä olisi maksanut enemmän paperista ja enemmän aikaa painaa lämmön kautta kuvat. Ja kysymys kuuluisi, olisivatko kuvat kovemman tuntuisia kun ne on kiinnitetty liiman avulla?

Digitaalinen painanta olisi helppo ratkaisu. Valmiisiin paitoihin ei pystyisi tulostamaan kuvaa saumojen takia (tukkisi tulostimen). Paitojen pitäisi olla osina tulostamista varten. Olisin voinut tulostaa paitojen palasiin ja ommellut palasista valmiita paitoja. Koko prosessi olisi vaatinut aikaa, isomman budjetin ja kärsivällisyyttä.

Ytimekkäästi sanottuna tekniikkavaihtoehtoja on runsaasti, mutta omaa työprosessiani olisi pitänyt muunnella ja aikaa järjestää runsaasti. Muutama tekniikka olisi mieleen, mutta niissäkin oli omat ongelmansa.

Olen onnellinen sen suhteen, että valitsin kaaviopainannan työlleni. Sain sujuvasti painettua ja jokaisessa paidassa on omaperäinen jälki. Jatkossa käytän listaamiani tekniikoita jossain vaiheessa elämääni.

7 ASIAKKAAN PALAUTE

Pyysin palautetta asiakkailtani lähettämällä heille kysymyslistan vastattavaksi. Kysymyslistassa on vain muutama kysymys, jotka käsittelevät ytimekkäästi tuotteen laatua, arvoa ja asiakkaan tyytyväisyyttä. Käsitellen palautteita läpi ja huomioin asiakkaiden kommentteja. Lopuksi arvioin omaa työtäni saamani palautteen mukaan.

Pyysin virallista palautetta bändiltä, koska halusin saada suoraa kommenttia ja arviota antamasta työstäni ja suunnittelupalvelustani. Palautteen avulla kehitän itseäni ja tulevaisuudessa parantaisin taitojani.

Palautteeseen laitoin muutaman kysymyksen bändin miehille. Kysymykset käsittelevät paidan ilmeestä, laadusta, toivomista muutoksista ja heidän arvionsa prosessin kokonaisuudesta. Lähetin kysymykset heidän Facebook – ryhmäänsä ja annoin heille viikon aikaa vastata.

Kysymyslista:

1. Mistä pidät eniten uudessa bändipaidassanne?
2. Mitkä muutokset tekisit bändipaidalle?
3. Asteikolla 1-10, miten tyytyväinen olet tuotteesta ja saamasta suunnittelu- ja toteutuspalvelusta? Perustele.

Luettuani vastaukset olin positiivisesti yllättynyt.

Ensimmäisessä kysymyksessä moni jäsenistä piti kuvion rohkeista linjoista ja isosta koosta. Muutama olisi vielä halunnut heidän tekstinsä muuttuvan hieman kirjoitetummaksi, mutta ovat tyytyväisiä nykyiseenkin. He tykkäsivät myös paidan linjakuudesta ja kuinka kuvio asettautuu paidan päällä.

Toisessa kysymyksessä kaikki vastasivat samankaltaisella vastauksella: valkoisen peittövärin halkeilu ensimmäisellä pesulla. Se oli suuri miinus ja he harmittelivat sitä. Peittövärin lisäksi ei tullut muita toivomia muutoksia.

Kolmannessa kysymyksessä arviointinumeroita liikkui 8-10 välillä. Oletin, että olisi tullut huonompi numero painatuksen haalistumisen takia. Miehet ovat arvioineet paidan lisäksi suunnittelupalvelua ja he olivat todella tyytyväisiä saamasta kohtelusta. Loppukommenteiksi he suuresti kiittivät tästä projektista.

Olen todella tyytyväinen asiakkaiden antamaan palautteeseen. Olin tietoinen negatiivisista kommentteista printin haalistumisen suhteen, mutta en tiennyt, että he olivat tyytyväisiä saamasta suunnittelu- ja toteutuspalvelusta. Olen oppinut paljon tämän prosessin aikana ja saamasta palautteesta opin paljon omista virheistäni. Toivoisin suuresti, että bändin kanssa jatkuisi yhteistyö ja saisin auttaa heitä omieni taitojeni mukaan.

8 POHDINTA

Johdannon alussa kerroin tavoitteekseni kehittää omia taitojani visuaalisessa suunnittelussa ja kankaanpainannassa. Lisäksi tavoitteenani oli kuunnella asiakasryhmän toiveita suunnittelun aikana, tutkia bändipaidan historiaa ja kuuluisia suunnittelijoita.

Visuaaliset taitoni ovat kehittyneet opinnäytetyön aikana. Suunnittelun alussa olen saanut paljon kokemusta asiakastapaamisista (miten käyttäytyä, kuinka ottaa palaute vastaan ja miten kommunikoida paremmin asiakkaan kanssa) ja luonnosten tuottamisesta (viivan jäljen vahvistuminen, varmempi ote tuottaa luonnoksia, rohkeampi olo tuottaa erilaisia ideoita). Suunnittelun aikana yhteistyö vahvistui bändin kanssa. Tulin uskaliaammaksi tuottaa erilaisia ideoita heille. Luonnoksista tuli voimakkaampia linjoiltaan ja ilmeeltään. Luonnoksien runsaus antoi paljon valinnanvaraa bändille ja ideoiden karsiminen oli helpompaa. Olin todella tyytyväinen heidän valitsemaansa printti – ja logoideaan, koska kyseiset ideat olivat parhaimpiani tuotoksiani.

Kankaanpainannasta osasin vain alkeet, mutta opinnäytetyön työosuudessa taito kehittyi. Alussa sain apua valmisteluihin, mutta toimin itsenäisesti seulan valottamisessa, painamisessa ja viimeistelyssä. Sain muutaman käsiparin avukseni painamisessa ja viimeistelyssä. Painamisprosessi alkoi hitaasti, mutta nopeutui loppua myöten. Painamisessa oli tapahtunut muutamia painamisvirheitä, mutta olin lopputulokseen tyytyväinen. Taitoni kankaanpainamisessa ovat kehittyneet pitkälle ja varmemmaksi.

Saadessani palautetta asiakkailtani he kommentoivat saaneensa ensiluokkaista suunnittelu- ja toteutuspalvelua. Heidän toivomuksia kuunneltiin, otin hyvin vastaan palautetta tapaamisilla, tein heille sopivasti erilaisia vaihtoehtoja printin ja logon suhteen, kädenjälkeni miellytti heitä suuresti ja he olivat tyytyväisiä kuvioon konkreettisessa muodossa. Suurena miinuksena oli printin rapistuminen paidasta ensimmäisellä pesulla. Kiireeni ja saamani aikataulu esti minua tekemästä kokeiluja. Jälkikäteen harmittaa suuresti, mutta opin paljon työstäni ja saanut taitojani kehitettyä. Ytimekkäästi sanottuna minulla on oma osuuteni bändin toiminnan edistämisessä. Tekemällä heille bändipaitoja myytäväksi, he saivat keskittyä rauhassa oman musiikin tuottamiseen.

Halu kehittyä ammatillisesti ja saada parempi pohja tulevaan työelämään on osittain tavoitettu. Olen kehittynyt ammatillisesti asiakaspalvelu- ja kankaanpainantataidoiltani ja näillä taidoillani uskoisin pärjääväni työelämässä.

LÄHTEET

ADAM, Robert ja ROBERTSON, Carol 2003. Screenprinting, The complete water-based system. New York: Thames & Hudson.

EASBY, Amber ja OLIVER, Henry 2007. The Art of The Band T-Shirt. London: Simon & Schuster UK Ltd.

ELISHA, Dorit. 2009. Printmaking + Mixed Media. Loveland: Interweave Press LLC.

GOLDSTEIN, MIKE 2007, Rock Pop Gallery News [verkkosivu]. [viitattu 18.3.2015.] Saatavissa:
http://rockpopgallery.typepad.com/rockpop_gallery_news/2007/06/cover-story---r.html

PELLONPÄÄ-FORSS, Maija 2009, Kankaanpainanta, Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

STOP CRYING YOUR HEART OUT NEWS 2010 [verkkosivu]. [viitattu 18.3.2015.] Saatavissa:
<http://stopcryingyourheartoutnews.blogspot.fi/2010/10/brian-cannon-talks-oasis-and-more.html>

WIKIPEDIA 2015 [verkkosivu]. [viitattu 23.3.2015.] Saatavissa:

http://en.wikipedia.org/wiki/Roger_Dean_%28artist%29

http://en.wikipedia.org/wiki/Joe_Petagno

LIITTEET

Liite 1. Streetwise-bändi ja heidän logo



KUVALUETTELO

KUVIO 1. Jenny Wright 2015. Prosessikaavio

TAULUKOT . Jenny Wright 2015, Kevaman tarjouspyyntö, Painettu halvimpiin paitoihin, Painettu kalliimpiin paitoihin ja Materiaalilasku

KUVA 7, 19 – 53 Wright, Jenny 2014-2015 [digikuva]. Sijainti: Kuopio: Tekijän Jenny Wrightin henkilökohtaiset arkistot.

KUVA 1. Elvis Presley – bändipaita. (Easby ja Oliver 2007: 14)

KUVA 2. The Beatles – bändipaita (Easby ja Oliver 2007: 15)

KUVA 3. Grateful Death – bändipaita (Easby ja Oliver 2007: 24)

KUVA 4. Ramones – bändipaita (Easby ja Oliver 2007: 72)

KUVA 5. Madonna – bändipaita (Easby ja Oliver 2007: 134)

KUVA 6. This Is Not a Fugazi – bändipaita (Easby ja Oliver 2007: 155)

KUVA 8. Slayer – bändipaita [verkkosivu]. Saatavissa:

<http://www.metal.de/thrash-metal/news/slayer/59877-jetzt-schlaegt-es-13-jetzt-gibt-es-slayer-shirts-beim-discounter/>

KUVA 9. Oasis – bändin logo [verkkosivu]. Saatavissa:

<http://www.musiclipse.com/wp-content/uploads/2014/02/oasis-band-logo-wallpaper-large.png>

KUVA 10. Rolling Stones – bändin logo [verkkosivu]. Saatavissa:

<http://www.creativereview.co.uk/cr-blog/2012/june/shepard-fairey-rolling-stones-logo>

KUVA 11. YES – bändin logo [verkkosivu]. Saatavissa:

<http://www.theguardian.com/music/gallery/2014/aug/31/artist-roger-dean-at-70-in-pictures>

KUVA 12. Asia – bändin ”Asia”-albumin kansi [verkkosivu]. Saatavissa:

<http://www.progulus.com/rprweb/songinfo.php?artist=Asia&album=Asia>

KUVA 13. Osibisa bändin ”Woyaya” – albumi [verkkosivu]. Saatavissa:

<http://hookfiles.blogspot.fi/2011/06/osibisa-woyaya-1971.html>

KUVA 14. Tetris – logo [verkkosivu]. Saatavissa:

<https://www2.instantticketcontest.com/WI/Tetris/instant-scratch-game.dhtml>

KUVA 15. Led Zeppelin – levyn kuva [verkkosivu]. Saatavissa:

http://www.johncoulthart.com/feuilleton/wp-content/uploads/2008/07/swan_song.jpg

KUVA 16. Mötörhead – bändin maskotti ”War – Pig” [verkkosivu]. Saatavissa:

<http://heavymetalblog.org/motorheads-mascot>

KUVA 17. ja 18. Mötörhead – bändin ”Another Perfect Day” – albumin kansi ja nimeton teos[verkkosivu]. Saatavissa:

<http://kkdowning.net/specialreports/beyondmetals/petagno.html>