

hand letter ring

**ILMIÖ KIRJAINKUVITUKSEN TAKANA
MAISA ABDALLA**

Metropolia Ammattikorkeakoulu
Medianomi
Viestinnän koulutusohjelma
Opinnäytetyö
26.4.2016

tiivistelmä

TEKIJÄ	Maisa Abdalla
OTSIKKO	Handlettering– ilmiö kirjainkuvituksen takana
SIVUMÄÄRÄ	54 sivua + 8 liitettä
AIKA	26.4.2016
TUTKINTO	Medianomi
KOULUTUSOHJELMA	Viestinnän koulutusohjelma
SUUNTAUTUMISVAIHTOEHTO	Graafinen suunnittelu
OHJAAJA	Pt. tuntiopettaja Kai Talonpoika

Tämä opinnäytetyö pyrkii selittämään lukijalle mitä on handlettering ja miten se ilmiönä vaikuttaa graafiseen suunnitteluun. Sana handlettering on vapaasti suomennettu kirjainkuvitukseksi sopimaan paremmin opinnäytetyön suomenkieliseen kirjoitusasuun. Ilmiön haltuunottoa varten tutkimusmateriaalina käytetään monipuolista aineistoa; haastatteluja, nettikeskusteluja, videoluentoja, alan kirjallisuutta, sekä sosiaalisen median eri kirjainkuvitusryhmiä. Kirjainkuvituksen juuria pyritään tutkimaan historian lisäksi typografian ja kirjainkuvituksen erojen sekä yhtäläisyyksien kautta.

Tutkielmaa varten on haastateltu graafista suunnittelijaa Linda Linkoa, joka käyttää työssään kirjainkuvitusta. Haastattelu on toteutettu keväällä 2016.

Viime vuosina kirjainkuvituksen käyttö graafisessa suunnittelussa on kasvanut entisestään. Sosiaalisella medialla on ollut tärkeä rooli kirjainkuvituksen ilmiön levinneisyydessä. Sosiaalista mediaa seuraamalla pystytään spekuloidaan myös tulevaisuuden näkymiä kirjainkuvituksen saralla.

Kirjainkuvitus saattaa olla muoti-ilmiö, mutta kuinka pitkän aikaa on kysymys, johon tutkimus pyrkii myös löytämään vastauksia. Elämme aikakautta, jossa ihmiset kaipaavat suunnittelulta jotain käsinkosketeltavaa, lähestyttävää ja inhimillistä.

AVAINSANAT

Handlettering, typografia, graafinen suunnittelu, kuvitus, käsinkirjoitus, trendit.

abstract

AUTHOR	Maisa Abdalla
TITLE	Handlettering– the Phenomenon Behind the Trend
NUMBER OF PAGES	54 pages + 8 appendices
DATE	26 April 2016
DEGREE	Bachelor of Culture and Arts
DEGREE PROGRAMME	Media
SPECIALISATION OPTION	Graphic design
INSTRUCTOR	Kai Talonpoika, Lecturer

This Bachelor's thesis aims to explain what is handlettering and how does the phenomenon behind it affect the graphic design industry? To study the phenomenon a versatile number of sources has been gathered, starting from interviews, internet talks, video lectures, literature and social media.

An interview with Linda Linko was conducted for this study. She is a Finnish graphic designer who uses handlettering in her work. The interview was held in spring 2016.

Handlettering has been around for centuries but the last few years its popularity has really exploded both in advertisement and social media. This thesis aims to explain its popularity in the present age through the evolution of handlettering in history and tackles the differences and similarities between typography and handlettering.

The role of social media in making handlettering more popular is undeniable. Instagram has created an effective platform for handlettering to grow. This study will hopefully benefit and inspire other graphic designers to reflect on their work, and realize that the following new trends will probably benefit also their personal careers. Despite of being fashionable, handlettering will be around for a while. People need something more human and crafty contrary to computer based design.

KEYWORDS

Handlettering, typography, graphic design, illustration, lettering, trend.



1 Johdanto	1
2 Mitä on handlettering	5
2.1 Historia	6
2.2 Taiteiden historialliset aikakaudet ja kirjainkuvitus	7
2.3 Kirjainkuvitus vs. kalligrafia vs. typografia	9
2.4 Kirjainkuvitus ja helppolukuisuus	12
2.5 Kirjainkuvituksen eri tyyllilajit	13
3 Kirjainkuvitus ilmiönä	19
3.1 Kirjainkuvitus — kieltä vai visuaalisuutta?	20
3.2 Kirjainkuvitus ja yhteisöllisyys	21
3.3 Harrastelijat vs. ammattilaiset – tekijöiden laaja kirjo	25
3.4 Kirjainkuvitus ja yritykset	27
3.4.1 News Corporation logouudistus	30
3.4.2 Miraculos – kirjainkuvitusta pakkaus uudistuksessa	31
4 Kirjainkuvituksen tulevaisuus	33
4.1 Muoti-ilmiö vai pysyvä trendi?	34
4.2 Tekijöiden tulva, alku vai loppu ilmiölle?	36
5 Yhteenveto	43
Lähteet	47
Kuvalähteet	51
Liitteet	55
1. Haastattelu: Linda Linko	55

Johdanto

Tässä opinnäytetyössä tutustutan lukijan handletteringiin yhtenä osa-alueena graafisen suunnittelun alalla. Koska handlettering tyylilajina vaikuttaa vahvimmin ulkomailla, sekä tutkimusmateriaali, että termistö ovat pääsääntöisesti englanninkielisiä. Sanan handlettering olen kääntänyt kirjainkuvitukseksi helpottaakseni lukijaa ymmärtämään paremmin mitä se sanana tarkoittaa ja saadakseni sanan taipumaan paremmin muuhun suomenkieliseen tekstiin työssäni.

Opinnäytetyön päätavoitteena on löytää vastaus siihen miksi kirjainkuviutus on taas pinnalla graafisessa suunnittelussa? Miksi kirjainkuvitusta näkyy katukuvassa osana monien yritysten ilmettä? Tutkimalla sitä ilmiönä uskon saavani vastauksia näihin kysymyksiin. Historian ja taiteen eri aikakausien kautta pyrin ymmärtämään kirjainkuvituksen kasvutarinaa ja nykyistä roolia graafisessa suunnittelussa. Samalla yritän myös pohtia kirjainkuvituksen tulevaisuutta.

Mitä siis on kirjainkuviutus? Monet yhdistävät sen kalligrafiaan ja typografiaan. Toisin kuin kalligrafia, kirjainkuviutus on enemmän piirtämistä kuin kirjoittamista. Esimerkkejä kirjainkuvituksesta on nähtävissä kuvissa 1, 2, ja 3. Kirjainkuvituksessa tekstin visuaalinen sanoma on tärkeä. Kalligrafiassa päätarkoitus on kirjoittaa sulavaa ja kaunista luettavaa tekstiä, kirjainkuvituksessa taas on tarkoitus antaa lukijalle visuaalinen kokemus halutusta tunteesta ja elämyksestä. Kirjainkuvitettua sanaa voidaan tutkia kauankin ja materiaalina voi olla lähestulkoon mikä materiaali tahansa.



KUVAT 1,2 JA 3 ESIMERKKEJÄ KIRJAINKUVITUKSESTA

Johdannon jälkeisessä luvussa (luku 2) käyn läpi kirjainkuvituksen historiaa. Kirjainkuvitus on saanut vahvoja vaikutteita taiteen eri suuntauksista ja avaan hieman tätä aihetta tässä osiossa. Samassa luvussa käsittelen myös kirjainkuvituksen ja typografian eroja, jotka on hyvä selittää heti alkuvaiheessa. Kirjainkuvituksella on paljon samanlaisia lainalaisuuksia kuin typografiassa, vaikka onkin vapaampi menetelmiltään. Luvussa 3 pureudun tarkemmin kirjainkuvitukseen ilmiönä. Edellisessä luvussa (luku 2) keskityn enemmän tyylilajien kuvaamiseen ja menetelmiin. Luvussa 3 pyrin vastaamaan kysymyksiin kuten miksi kirjainkuvitusta tehdään? Miksi yritykset haluavat kirjainkuvitusta mainoksiinsa ja yritysilmeyksiinsä? Ketkä kirjainkuvitusta tekevät? Ja miten sosiaalinen media liittyy kirjainkuvituksen kasvuun?

Opinnäytetyössä pyrin hyödyntämään mahdollisimman monipuolisesti erilaisia lähteitä, nettiartikkeleista kirjoihin. Tutkiessani kirjainkuvitusta ilmiönä huomioin myös laajan keskustelun ja visuaalisen materiaalin sosiaalisessa mediassa. Kuvien, kuten kuvat 4 ja 5, kautta pyrin myös tuomaan esiin kuvien tarkastelun tärkeyttä kirjainkuvitusta tutkittaessa. Tämän tutkimuksen menetelmiä ovat alalla olevien tekijöiden pohdintoihin perustuva havainnointi ja niistä tehdyt päätelmät. Monet oppaat ja ohjeistukset tulevat kirjainkuvittajilta, jotka ovat itseoppineita ja tieto on välittynyt heille muilta tekijöiltä. Haastatteluiden analysointi on yksi käyttämäni menetelmä. Mukana on graafisen suunnittelijan Linda Linkon kanssa käyty haastattelu, joka on sijoitettu teemoittain eri osioihin opinnäytetyössä. Koko haastattelu on luettavissa liitteissä.

Tutkimusmenetelmät nojautuvat enimmäkseen siihen mitä itse havainnoin, sillä lähtökohtana tutkimukselle on intressini ja niiden varassa työskentely. Havaintojeni kautta toivon inspiroivani myös muita, jotka ovat kiinnostuneita kirjainkuvitu-

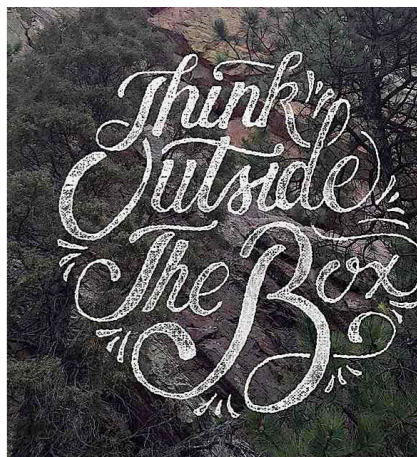
tuksesta ja miettivät missä asemassa se on tänäpäivänä graafisessa suunnittelussa.

Henkilökohtainen oppiminen näkyy taustalla läpi opinnäytetyön. En ole koskaan aiemmin kokeillut kirjainkuvitusta, mutta kiinnostus ja into aihetta kohtaan on vahva. Tavoitteena on prosessin aikana tehdä mahdollisimman paljon kirjainkuvitusta, opiskella sitä, perustaa Instagram-tilin omien töiden esittelyä varten ja seurata muita kirjainkuvittajia. Ajatuksena on tutustua ilmiöön ja sen kehittymiseen sekä tutkia minkälainen kirjo tekijöitä sen taustalta löytyy.

Seuraan sosiaalisen median ryhmien kautta sekä harrastelijoita että ammattilaisia ja pohdin, onko heidän teknisessä osaamisessa suuria eroa. Pyrkimyksenä on selvittää myös kirjainkuvituksen yhteisöllisyyden juuria ja niiden merkitystä ilmiön leviämisessä.

Jokaisen luvun lopussa on sivu oman oppimisen prosessista. Nämä rytmittävät opinnäytetyötä ja antavat mahdollisuuden lukijalle nähdä miten oppimisprosessini etenee ja antavat hengähdystauon ennen seuraavaa lukua.

Opinnäytetyön tavoitteena on saada siitä kiinnostuneet tutustumaan aiheeseen ja saada innostusta niille graafisen suunnittelun alalla oleville ihmisille, jotka pohtivat erikoistumista jollekin tietylle graafisen suunnittelun osa-alueelle. Oli se sitten kirjainkuvitus tai ei, inspiraation voi saada jostain täysin itselleen poikkeavasta aiheesta.



KUVAT 4 JA 5 ESIMERKKEJÄ
KIRJAINKUVITUKSESTA



2.1 Historia

Alettaessa tutkimaan kirjainkuviutuksen historiaa ja syntyä on ymmärrettävä yhteys koristeelliseen taiteen tyylilajiin ja sen historiaan. Taiteen historiassa pelkistetty aikakausi on lähes aina seurannut koristeellista aikakautta. Päinvastaisesti pelkistetyn aikakauden jälkeen on kaivattu rönsyjä ja koristeellisuutta niin taiteeseen kuin muuhunkin ilmaisuun. Historiaa tutkiessa graafinen suunnittelu ja typografia ovat kulkeneet aina taidesuuntausten rinnalla ja saaneet vaikutteita sieltä. (Heller & Andersson 2010, 6–9.)

Kirjainkuviutuksen alkujuuria tutkittaessa on selvää, ettei tyylilajilla ole yhtä tiettyä syntyhetkeä; se on ollut olemassa siitä asti, kun ihminen on osannut kirjoittaa. Kirjainkuviutus on kulkenut historian saatossa vahvasti typografian rinnalla ja saanut siitä suuria vaikutteita. Kirjainkuviutuksen historian tutkimuksessa on siksi hyvä mainita typografian juurista ja kirjapainannon synnystä, sekä sen kehittäjästä Johannes Gutenbergistä.

Gutenberg kehitti 1400-luvun puolivälissä ensimmäisen kirjapainokoneen ja siihen tarvittavan musteen, joka kiinnittyi erityisen hyvin metalliin mahdollistaen nopean painotyöskentelyn. Gutenbergin raamattu oli ensimmäinen painettu kirja, jossa kirjainkuviutetut anfangit yhdistyvät fraktuuralla painettuun leipätekstiin. Goottilaisiin kirjaintyyppihin kuuluva fraktuura eroaa kulmikkuudellaan silemmästä antiikkikirjaintyyppistä. (Wikipedia 2016a). Gutenbergin raamatussa (kuva 6) on nähtävillä ensi kertaa sitä tarkkaa välistystä ja kirjainmuotoilua, joka nykypäivänä yhdistetään typografiaan. (Alessio 2013.)

Gutenberg kehitti myös painokoneeseen tarvittavat metalliset irtokirjakeet, joita oli mahdollista käyttää useampaan kertaan. Tämä mahdollisti tiedon leviämisen nopeammin kuin koskaan, verrattuna aikaisempaan menetelmään, jossa kirjat kirjoitettiin käsin (Wikipedia 2016b). Nykyaikaisen typografian ensiaskeleet saivat siis alkunsa kirjapainannassa käytetyistä kirjakkeista, jotka taas alun perin perustuivat Gutenbergin ja gotiikan aikakaudella käytettyihin fraktuuran kirjoitusmuotoihin. (Wikipedia 2016c.)

KUVA 6 SIVU JOHANNES GUTENBERGIN RAAMATUSTA

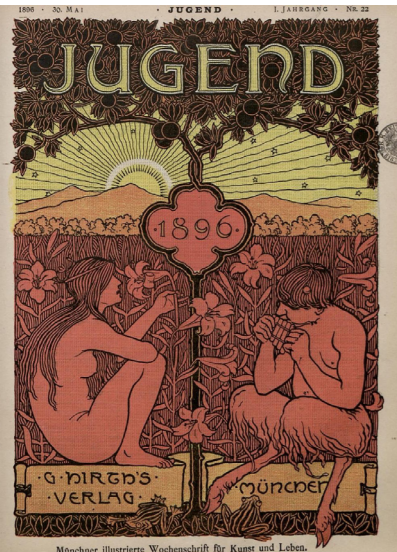


2.2 Taiteiden historialliset aikakaudet ja kirjainkuvitus

Kirjainkuvituksen historiaa avaa laajemmin sen tarkkailu erilaisten taiteen aikakausien kautta. Yksi merkittävimmistä aikakausista kirjainkuvituksen kehityksessä on 1800-luvun lopulla vaikuttanut art nouveau tai paremmin Suomessa tunnettu jugend. Jugend-tyylisuuntauksessa erityistä oli, että taide haluttiin ihmisten lähelle erityisesti arkkitehtuurissa ja muotoilussa ja sitä kautta myös typografiassa. Kuten kuvissa 7 ja 8 on nähtävissä, keskeisin tunnistettava elementti jugend-tyylilajissa oli äärimmäinen koristeellisuus. Tämä näkyi varsinkin typografiassa koukeroiden käytössä ja kirjainten yksityiskohtaisissa koristeeluissa. Jotkut näkevät koristeellisuuden vastaiskuna suurelle teollistumiselle, joka tapahtui 1800-luvun alussa. Silloin taiteilijat pyrkivät kirjaimellisesti peittämään ja koristelemaan rumia teollisuuskoneita sekä rakennuksia ja luomaan koristeellisuudella vastamyrrykyä tehtaiden savupiipuista tupruttaville saasteille. (Heller & Andersson 2010, 6–7.)

Jugendia kuvailtiin sen viimeisinä aikoina sanoilla ”floriated madness”, eli vapaasti suomentaen kukilla koristelluksi hulluudeksi. Se kuvaa hyvin naturalismin ilmentymistä ja luonnollisten muotojen ja ornamenttien palvontaa, joka oli Jugendissa lähtökohtana kaikelle tekemiselle. (Heller & Andersson 2010, 86).

Ennen jugendia valloilla oli viktoriaaninen aikakausi joka loi myös pohjaa jugendin ornamentaalisille tyylille. Tällä aikakaudella mm. kaupallistuminen oli nouseva trendi ja sen kautta mainontaan panostettiin yhä enemmän ajatusta ja huomiota.



KUVAT 7 JA 8 ESIMERKKEJÄ JUGEND AJAN JULISTETAITEESTA JA KIRJAINKUVITUSTYYLISTÄ

Viktoriaaniselle aikakaudelle ominaiset, paikoin pröystäilevätkin mainokset nousivat esiin katukuvassa. (Heller & Andersson 2010, 18.)

Koristeellisuus ja tunteisiin vetoaminen huokuvat tuon ajan mallasuutetta mainostavassa mainoksessa (kuva 9), joka viestittää juoman eheyttävistä vaikutuksista äitiyteen.

Vastaisku jugendin tuomalle koristeellisuudelle näkyi Adolf Loosin vuonna 1919 julkaisemassa, etenkin Euroopassa suurta huomiota saaneessa, ”Ornament and Crime”- julkaisussa. Kyseisessä julkaisussa itävaltalainen arkkitehti väitti koristeellisen tyylin arkipäivän tuotteissa ja esineissä pidättelevän kulttuurillista kehitystä ja tekevän kaikesta vanhanaikaista. Loosin mielestä tarpeeton ja ylenpalttinen koristeellisuus oli suunnittelijan ajan tuhlausta ja jopa moraalitonta ihmiskuntaa kohtaan. Tuleva modernismin aikakausi pyrki uudistumiseen, tyrkkäämällä vanhan selkeämmän uuden tieltä. (Heller & Andersson 2010, 6–7.)

Vaikka minimalistisessa taiteessa koristeellisuudesta onkin pyritty pääsemään eroon, voidaan monissa modernismin suuntauksissakin nähdä merkkejä koristeellisuudesta. Tämä on nähtävissä esimerkiksi Joost Schmidin vuonna 1923 luomassa julisteessa (kuva 10). Bauhaus-tyylisuunta oli tunnettu erityisesti minimalistisuudestaan niin arkkitehtuurissa, muotoilussa kuin typografiassa. Typografiassa käytetyt punaiset ja mustat viivat ja palkit voidaan nähdä koristeellisuuden merkkeinä. (Heller & Andersson 2010, 7.) Tietokoneiden aikakausi muutti kirjoittamista radikaalisti. Ennen tietokoneita kirjainkuvitus oli 50- ja 60-luvuilla laajalti käytetty menetelmä mm. logojen suunnittelussa. Kirjainkuvitus ei ollut vain esteettisyyden takia käytetty tekniikka, mutta myös nopein ja yleisin viestinnän väline. Käsinkirjoittamiseen oli



KUVA 9 VIKTORIAANISEN AJAN JULISTE MALLASJUOMAN POSITIIVISISTA VAIKUTUKSISTA ÄITIYTEEN



KUVA 10 JOOST SCHMIDT. JULISTE BAUHAUS NÄYTTELYYN SAKSAN WEIMARISSA

erikoistunut tietty ammattikunta, jotka tekivät työkseen vain kirjainkuvitusta. Nykyään saadakseen nopeasti tuotettua tekstiä riittää, että kirjoittaa sen tietokoneen ruudulle. Tämä ei ole välttämättä huono asia, se on väline siinä missä aiemmin kirjainkuvittaminen käsin oli. Nykyään on kuitenkin huomattavissa paluuta käsillätekemiseen, joka edustaa meille ehkä lämpöä, persoonallisuutta tai sitä, ettemme yksinkertaisesti löydä tarvittavaa kirjaintyyppiä valmiista valikoimista. (Castro 2016, 11.)

2.3 Kirjainkuvitus vs. kalligrafia vs. typografia

Roomalaiset aakkoset ovat muokanneet vuosisatojen saatossa kirjoittamisen standardeja ja luettavuutta. Eri aikakausina tietyt kirjaintyypit ovat erottuneet toisistaan, niin persoonallisten piirteidensä kuin erityisesti luettavuutensa kannalta. 1800-luvulla pidettiin mm. päätteettömiä fontteja luettavuuden kannalta hankalina, toisin kuin nyt ja koko 2000-luvulla, jolloin päätteettömistä fonteista on tullut yhtä käytettyjä kuin päätteellisistä. (Willen & Strals 2009, 2.)

Vaikka kirjainkuvitus ja typografia sanoina saattavat sekoittuakin, ne ovat silti kaksi täysin eri lajia. Typografia on valmiiksi aseteltuja kirjaimia tiettyyn ymmärrettävään ja luettavaan muotoon, kun taas kirjainkuvitus on kirjainten hyvin vapaata asettelua. Typografia on ennalta suunniteltujen kirjainten kanssa työskentelyä koneella, joka nykypäivänä on tietokone. Typografiassa kaikki kirjaimet on suunniteltu sopimaan missä tahansa järjestyksessä näyttämään hyvältä ja luettavalta, kuten kuvan 11 Langdon shadow -kirjaintyyppissä on havaittavissa. Tähän päästään vain noudattamalla tiukkoja matemaattisia sääntöjä ja laskutoimituksia, joilla välistykset ja kirjainten kohditus saadaan aina näyttämään samalta. Typografia on aina etukäteen suunnittelijan suunnittelema, toisin kuin kirjainkuvitus jossa tekijä suunnittelee kyseisen kirjaimen ulkomuodon nimenomaista työtä varten. (Castro 2016, 13.)

Kirjainkuvituksessa tavoitteena on kuvittaa tunne asiasta, joka halutaan ilmaista kirjaimilla. Vaikka kirjainkuvitusta tehdessä tekijällä on vapaus asetella kirjaimet miten

haluaa, on sillä samoja sääntöjä kuin typografiassa. Vaikka olisikin kyse kuvan 12 tapaisesta kirjainten järjestelystä, välistykseen on silti tärkeä kiinnittää huomiota halutessa luoda illuusiota vapaasta asetelusta. (Alessio 2013.)

Kirjainkuvituksessa kirjoittamisen voi ajatella että, kuvitetaan merkkejä, jotka symboloivat aakkoston eri kirjaimia. Merkit tai kirjaimet luodaan useammilla siveltimen tai kynän vedoilla, ja niitä voidaan muokata yhä uudestaan ja uudestaan prosessin aikana. Yksittäisiä kirjaimia viimeistellään ja tutkitaan paljon yksityiskohtaisemmin kuin esimerkiksi kalligrafiassa. (Castro 2016, 12.)

Kalligrafian ja kirjainkuvituksen ero on hiuksenhieno, siksi ne usein sekoittuvat keskenään. Kalligrafiassa työkalut muodostuvat tärkeiksi. Kuten kuvassa 13 näkyy, erilaisilla kynillä ja siveltimillä kirjoitetaan yhtenäisellä viivalla ja varmallalla käden liikkeillä sanoja. Ivan Castro (2016, 12) mainitsee kirjassaan The ABC of Custom Lettering, ilman kalligrafiata ei voi oppia kirjainkuvitusta. Tämä lause vahvistaa ajatusta, kuinka vahvasti yhteydessä typografia, kalligrafia ja kirjainkuvitus ovat.

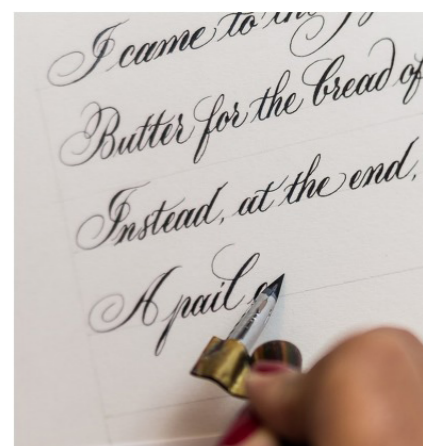
Kirjainkuvittaja Jessica Hische kuvailee nettisivuillaan kirjainkuvitusta kirjainten, sanojen ja lauseiden piirtämiseksi. Kun häneltä kirjainkuvittajana tilataan jonkun tietyn sanan kirjainkuvitus hän ei suinkaan aloita piirtämällä aakkostoa alusta loppuun, vaan suunnittelee lopullisen sanan kokonaisuudessaan suoraan kuvaksi. Kun kirjainkuvitetusta työstä erittelee yksittäiset kirjaimet ja järjestellee ne uudestaan, lopputulos on yleensä Hischen mukaan huono ja epäonnistunut. Kirjaimet on tehty käytettäväksi vain ja ainostaan tarkoitetussa muodossa ja välistys on suunniteltava tilattuun työhön sopivaksi. (Hische 2016.)

**LANGDON
SHADOW**
ACCESSED WITH LOWER CASE KEYS

KUVA 11: ESIMERKKI MINIMALISTISESTA TYPOGRAFISESTA FONTISTA



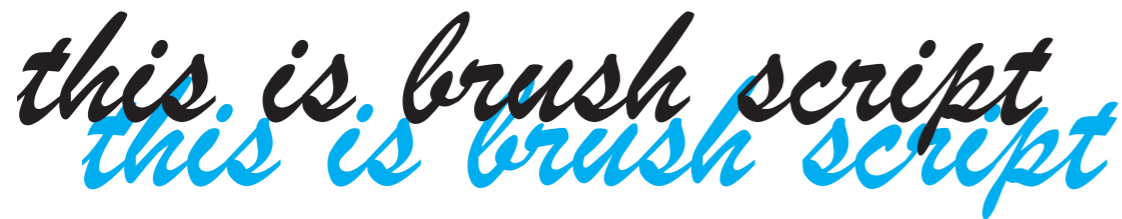
KUVA 12: ESIMERKKI KIRJAINKUVITUKSEN VAPAUESTA SÄÄNNÖISTÄ



KUVA 13: ESIMERKKI KALLIGRAFIASTA

Vaikka usein puhutaan typografian vaikutuksesta kirjainkuvitukseen, tilanne voi olla myös toisinpäin. Myfonts-sivustolla käydessä ei voi olla huomaamatta valtavaa määrää script -fontteja ja muita kirjainkuvitukseen perustuvia fontteja (Studio Six, 2016). Digitalisoituminen on tuonut myös kysyntää kirjainkuvituksesta inspiroiduille fonteille. Usein kuitenkin kirjainkuvitukseen perustuvia fontteja tekevät kirjainkuvittajat, jotka eivät ole erikoistuneita typografiaan tai fonttien luomiseen. Suurimmat laatuerot fonteissa johtuvat tämän kokemuksen puutteesta.

Vuonna 1942 American Type Founders (ATF) loi Brush Script-fontin jonka tarkoituksena oli imitoida käsinkirjoitusta. Kuvassa 14 näkyvä fontti on aiheuttanut paljon ristiriitaisia mielipiteitä sen käsinkirjoitusjäljen aitoudesta. Typografioiden tutkimiseen erikoistunut kirjoittaja Simon Garfield luokittelee fontin yhdeksi aikakaudemme huonoimmista fonteista. Hän mainitsee syyksi sen, ettei tiedä ketään joka kirjoittaisi yhtä täydellisesti ilman pienintäkään virhettä tai nykäystä. Fontin luoja Robert E Smith on pyrkinyt luomaan yhtenäisen ja sulavan jäljen kirjainten välille. Tämä kuitenkin aiheuttaa uskottavuusongelmia, sillä oikeassa käsinkirjoituksessa olevat sattumanvaraisuudet ovat osa sen kauneutta. Kaikesta huolimatta fontti on ollut hyvin suosittu nimenomaan tilanteissa joissa halutaan antaa kuva käsintehtyä tunnelmasta ilman vaivannäköä. (Garfield 2011.)

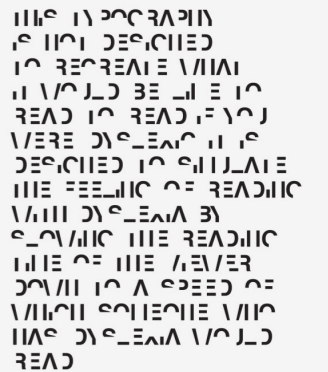


KUVA 14: BRUSH SCRIPT FONTTI VUODELTA 1942 ON MIETITYTTÄNYT VUOSIKYMMENIÄNTAAKO SE AIDON TUNTEEN KÄSINKIRJOITETUSTA JÄLJESTÄ.

2.4 Kirjainkuvitus ja helppolukuisuus

Kirjainkuvitus päättyy lähes pääsääntöisesti aina otsikkokäyttöön, sillä leipätekstissä sen lukeminen on ongelmallista. Vaikka kirjainkuvituksessa onkin kyse sääntöjen rikkomisista ja normaaleista typografiassa käytetyistä raameista irtautumisesta, helppolukuisuus on aina huomioitava viestin välittymisessä. Helppolukuisuuteen voi vaikuttaa ensisijaisesti kaksi tekijää, joko sanan vaikea luettavuus tai yksittäisen kirjaimen epäselvä ulkoasu. Usein kirjainkuvituksessa yksittäiseen työhön saattaa kuluja useita työtunteja, joten on tärkeää heti alussa tiedostaa luettavuuteen vaikuttavat seikat. Kirjainkuvituksessa kirjaimien toteutus ja muokkaus voi mennä teknisesti hyvinkin monimutkaiseksi, mutta luettavuus on silti tärkeää. A-kirjain, joka ei enää näytä A-kirjaimelta epäonnistuu alkuperäisen viestin ja sanoman välittymisessä lukijalle. Oikein käytettynä kirjainten suurikin muokkaus toimii luettavuushaasteista huolimattakin ja kutsuu lukijan ennemmin tutkimaan sitä, kuin ajattelemaan sitä vain sanana. (Willen & Strals 2009, 1.)

Englantilainen kirjainkuvittaja Tam Love antaa Lettering Tutorial-sivustolla esimerkin vaikeasti luettavasta tekstistä, joka ei kuitenkaan epäonnistu täysin luettavuudessaan. Love kertoo kuinka, Daniel Britton kehitti olemassa olevista typografiasta uuden aakkoston, jossa kirjainten lukeminen antaa vihjeitä siitä miltä tuntuu lukea lukihäiriöisenä normaaleilla aakkosilla kirjoitettua tekstiä. Kuvista 15 ja 16 voi huomata, ilman muokkauksia samaa viestiä ei välttämättä olisi saavutettu. Love painottaa siis kirjainkuvittajia aina ajattelemaan luettavuuden tärkeyttä, vaikka kokeilunhaluisuus ja radikaalitkin muutokset ovatkin olennainen osa kirjainkuvitusta. (Love 2015.)





KUVAT 15 JA 16: ESIMERKKI DANIEL BRITTONIN SUUNNITTELMASTA TYPOGRAFIASTA, JOKA OTTAA KANTAA LUKIHÄIRIÖISTEN VAIKEUTEEN LUKEA NS. NORMAALIA TEKSTIÄ.

Love kertoo aloittelevan kirjainkuvittajan sortuvan teksteissään ensimmäisenä vaikeaan luetavuuteen. Usein virheet liittyvät kokemattomuuteen, joka näkyy esimerkiksi välistämisessä tai sanojen sijoittelussa. Kokemuksen myötä vahvistuu esimerkiksi kyky tietää, mihin lukijan silmät kiinnittävät huomiota ensin. Näin ollen kirjainkuvittaja onnistuu sijoittamaan sanat oikein käytävälle pinnalle. Joskus vaikeasti luettavat tekstit ovat tarkoituksellisia. Osa ihmisistä nauttii kirjainkuvituksesta, jossa on jokin koodi tai haaste, joka pitää selvittää ymmärtääkseen halutun viestin. Vaikeasti luettava teksti jää usein lukematta. (Love 2015.)

2.5 Kirjainkuvituksen eri tyyllilajit

Kirjassaan *Handletterin Ledger* Mary Kate McDevitt on listannut muutamia tärkeitä tyyllilajeja, jotka mielestäni toistuvat useissa muissakin kirjainkuvitukseen keskittyvissä teoksissa. Kirja toimii oppaanani kirjainkuvitusta opiskellessani. Viereiselle sivulle olen koonnut kollaasin McDevittin tyyllilajiesimerkeistä. Seuraavaksi listaan suosituimmat tyylit (suluissa vapaa suomennos/kuvan tunniste): Serif ja sans serif (päätteelliset ja päätteettömät/a ja b), ornate (koristeelliset/c), scripts (kaunokirjoitus/d), dimensional (moniulotteiset/e), playbill (ohjelmajuliste-tyyli/f), signpainter (opastetyyli; esim. seinämaalausmainokset/g), black letter (goottilainen/h), illustration and lettering (kuvituksellinen/i), representational (esittävä/j) ja combining styles (eri tyylien sekoitus/k). (McDevitt 2014, 20–63.)

Kirjainkuvitusta käyttämällä saadaan juuri kyseistä projektia varten räätälöity tyyli. Tutkiessani aihetta huomasin, ettei kirjainkuvituksessa ole mitään tiukkoja sääntöjä ja joskus ensimmäinen luonnos voi olla lopullinen teos. Tiettyjä tyyllilajeja ja vinkkejä hyvään kirjainkuvitukseen kuitenkin löytyy paljon. Kovan harjoittelun lisäksi kirjainkuvitus vaatii kykyä ymmärtää myös viestinnän muita alueita. Usein kirjainkuvituksella on sekä informatiivinen, että sisällöllinen sanoma tunnelman luomista unohtamatta. Jokaisen työ on nähtävä kokonaisuutena ja kirjainkuvituksen on istuttava siihen kokonaisuuteen.

McDevittin kuvittamista tyyleistä näkee selkeästi vaikutteet eri aikakausilta. Tärkeintä töissä on Devittin oman kädenjäljen vahvuus ja sen tuoma lisäarvo kirjainkuvitukselle. Alettaessa kirjain-



KUVA 17: KOLLAASI MARY KATE MCDEVITTIN KIRJAINKUVITUKSISTA KIRJASTAAN *HANDLETTERING LEDGER*. HÄN ON KIRJAINKUVITTAJA JOKA TAITAA ERILAISET TYYLLILAJIT, MUTTA ONNISTUU SILTI SÄILYTTÄMÄÄN OMAN KÄDENJÄLKENSÄ LOPPUTULOKSISSA.



KUVA 18: ESIMERKKI YHTEENSULAUTUVASTA KIRJAINKUVITUKSESTA



KUVA 19: ESIMERKKI KUVITUKSEEN SYVÄTYSTÄ KIRJAINKUVITUKSESTA



KUVA 20: MARIAN BANTJES KÄYTTÄÄ KIRJAINKUVITUKSISSAAN PALJON KUKKIA

kuvittamaan Dewitt suosittelee valmiiden fonttien kopioimista käden harjaannuttamiseksi. Tärkeää on kuitenkin luoda lopulta oma tyyli ja tapa tehdä. (McDevitt 2014, 18.)

Koneella tehty viimeistely takaa yhteensopivuuden esimerkiksi mainoksissa muun käytetyn tekstin ja materiaalin kanssa. Saadakseen kirjainkuvituksen eri tyyllilajit soveltumaan tälle vuosituhannele käsintehty jälki on usein viimeistelyä. Hiottu lopputulos saavutetaan, kun sen jälkikäsittelee vektoriohjelmassa. McDevittin kirjainkuvituksissa on huomattavissa selkeää vektorointia ja viimeistelyä koneella, mutta käsintehty jälki on säilynyt. Vaikka käsintehty jälki usein vaatii epäsymmetriaa ja sattumanvaraisuutta, McDevitt kehoittaa erityisesti koukeroisten kirjainten kanssa pitämään mielessä, että vähän on aina enemmän. Kirjainten yksinkertaistaminen kuuluu typografian lailla myös kirjainkuvituksen suunnitteluun. (McDevitt 2014, 16.)

Kirjainkuvittaja Caitlin Jordan listaa McDevittin lailla 40 erilaista suosittua tyyllilajia kirjainkuvituksessa. Olen niistä poiminut muutaman kiinnostavimman tarkempaan tutkintaan. (Jordan, 2015). Suosittu kirjainkuvitustyyli on tyyli, jossa tekstit muodostavat yhenäisen massan. Usein kirjaintyyli on koukeroinen tai script-tyylinen. Koristeellisia koukeroita käytetään sitomaan sanat yhteen, kuten kuvassa 18. Kuvassa 19 on esimerkki kirjainkuvituksessa paljon käytetystä syväämistyylistä, jossa teksti sulautuu kuvan sisälle tai sen reunoille. Teksti on usein tyyliltään ja viivan paksuudeltaan samanlainen kuin mukana oleva kuvitus. (Jordan 2015.)

Kirjainkuvituksessa käytetään myös muitakin materiaaleja kuin

kynää ja paperiaa. Kolmiulotteinen ajattelutapa on siirtynyt viime vuosina myös kirjoittamiseen. Tärkeää on luoda tekstit mahdollisimman paljon aitoja materiaaleja hyödyntäen. Vaikka 3d-ohjelmat ovat luoneet mahdollisuuden toteuttaa myös kokonaan näillä ohjelmilla tuotettuja teoksia, aitous ja materiaalin tuntu ovat iso osa tunnelman luomisesta. Marian Bantjes on erikoistunut kokeilemaan kirjainkuvituksen rajoja erilaisilla materiaaleilla. Kuvassa 20 näemme Bantjesille ominaista kukkien hyödyntämistä kirjainten rakentamisessa.

Alison Charmichael on kirjainkuvittaja, joka käyttää usein töissään epätavallisia materiaaleja. Blogisivusto Pen Heavenin haastattelussa hän kertoo yhden hienoimmista kirjainkuvitusprojekteistaan olleen suunnittelutoimisto Saatchi & Saatchi:n järjestämään näyttelyyn pyydetty teos (kuvat 22 ja 23). Tämä teos on oiva esimerkki siitä kuinka kirjainkuvitus on enemmän visuaalisuutta kuin kieltä. Tästä aiheesta kerron lisää vielä luvussa 3.1. Koska Charmichaelin teos pyydettiin isoon formaattiin (4x12 metriä pitkä mainoskyltti), kuvanlaadun takaamiseksi oli valittava juuri oikeat työskentelytavat. Materiaaliksi Charmichaeli oli valinnut nonparellit joten lopuliset kirjaimet oli tehtävä lopulliseen kokoon, jotta kuvan laatu säilyisi hyvänä isossakin koossa. (Pen Heaven 2015)

Charmichael mainitsee oikean kokoluokan valitsemisen työstövaiheessa tärkeimmäksi asiaksi käytettäessä epätavallisilla materiaaleilla. Hänen ketsupilla tehtyä työtä (kuva 21), katoessa saattaa luulla, että se on tehty suoraan lautasen kokoon. Charmichael kertoo haastattelussaan Pen Heaveninille alkuperäisen työn oleen paljon isompi. Jotta yksityiskohtiin pystyttiin keskittymään, sanojen ääriviivat piirrettiin alustalle suurenetun alkuperäisen



KUVA 21: ALISON CHARMICHAELIN KIRJAINKUVITUSTA, MATERIAALINE KETSUPPI



KUVAT 22 JA 23: ALISON CHARMICHAELIN KOKONAAN NONPARELLEILLA KIRJAINKUVITTAMA TEOS SAATCHI & SAATCHIN NÄYTTELYYN. YLEMPÄNÄ YKSITYISKOHTA .

tekstin mukaan, ja ketsuppi maalattiin viiva viivalta ääriiviivojen sisälle Jälkikäsitellyssä se pienennettiin oikeaan kokoon. (Pen Heaven 2015)

Kirjainkuvituksessa yksittäisten sanojen tärkeys korostuu. Yksittäisiä sanoja saatetaan korostaa ympäröimällä ne koristeellisilla viivoilla tai erilaisilla väreillä. Korostus voi tapahtua myös erilaisilla valoilla ja heijastuksilla. Kirjainten kokoeroilla voi leikitellä rohkeasti. Koska kirjainkuvituksessa jokainen sana on käsin muokattu, voi kirjaimet pakottaa mahtumaan mihin tahansa muotoon ja kokoon. Jälkikäteen kokojen muokkaus on myös mahdollista, jos sanat käsitellään vektoriohjelmilla. Kirjaimiin saa myös muotoilun lisäksi eloa ja kolmiulotteisuutta erilaisilla tekstuureilla. Graafiset ja orgaaniset kirjainten sisältöä värittävät tekstuurit ovat usein käytetty elementti. Vaikka tietokoneella viimeistelty tyyli on aina siistin näköistä, usein käsin tehty on persoonallisempaa, ja siitä välittyvät helpommin alkuperäinen ajatus ja tunnelma. (Jordan 2015.)

Materiaalin valinta on erityisen tärkeää myös helsinkiläiselle graafiselle suunnittelijalle Linda Linkolle. Haastattelussa hän kertoo saavansa inspiraationsa töihin ympärillään olevista ja löytämistään asioista. Hän valokuvaa paljon sattumalta löytämiään kiinnostavia pintoja ja materiaaleja. Kadulla kävellessä hän saattaa kuvata maassa olevan hienon öljyläikän. Myöhemmin työhuoneellaan Linko käy läpi valokuviaan ja koittaa löytää niistä kiinnostavia tekstuureja, jotka luovat toistensa kanssa ristiriitoja. Linko inspiroituu materiaalin käytössään juuri rajojen rikkomisesta. Hän keskittyy typografiaa tehdessä muotoihin ja tekstuureihin ja niiden keskenäiseen kommunikointiin. (Linko 2016.)

Kirjainkuvituksessa erilaisten kirjaintyylien yhdistely samassa teoksessa on hyvin yleistä. On melkein sääntö kuin poikkeus, että yhdessä työssä saattaa olla viittäkin eri kirjaintyyppiä. Kokonaisuus ja harmonia ovat tietenkin tärkeitä ja tunnelman tulee säilyä yhtenäisenä. Useimmiten käytetään kahta eri kirjaintyyliä, jotka täydentävät toisiaan.

KIRJAINKUVITTAMISEN ALKUVAIHEET

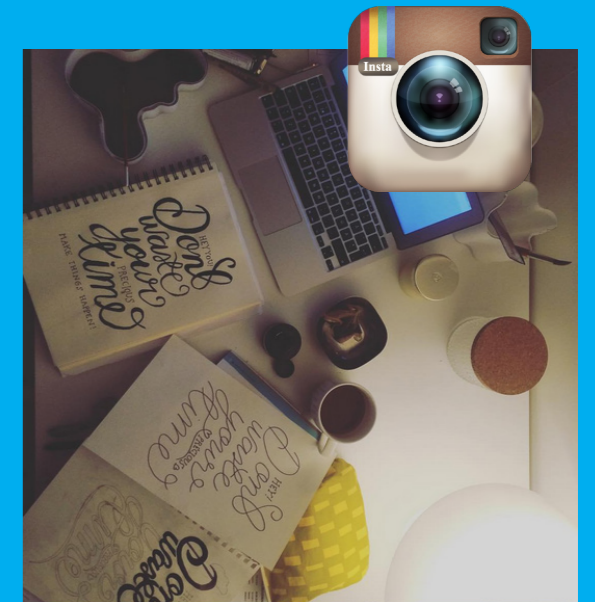
#1

Oma oppimiseni alkoi halusta osata kirjainkuvittaa niinkuin muut tekijät Instagramissa, joten luonnollista oli perustaa tili juuri siihen yhteisöön jota ihailin. Tilin tarkoitus on jakaa vain kirjainkuvitustöitä.

Ensimmäinen työ oli haastava, koska sen oli jollain tavalla kerrottava itsestäni kirjainkuvittajana ja persoonana.

Materiaalit valikoituivat helpoista ja valmiiksi olemassaolevista välineistä. Tussit ja siveltimet sekä muste tuntuivat aluksi helpoimmilta välineiltä. Ensimmäinen työ kertoo kirjainkuvituksen inspiroivasta vaikutuksesta minuun.

OMAT KUVAT #1: ITSE KUVAAMIA
PROSESSIKUVIA OMISTA KIRJAINKUVITUSTÖISTÄ





3.1 Kirjainkuviutus — kieltä vai visuaalisuutta?

Ihminen käy päivän aikana läpi valtavan määrän kuvallista informaatiota. Elämme vahvan kuvallisen ilmaisun aikaa, jossa kuva on asettunut ensisijaiseksi viestijäksi, tekstiä enemmän silmäilläään kuin luetaan virke virkkeeltä. Erottuakseen massasta, tekstin ulko-
muodolla on siis entistä enemmän väliä. Kuka huomaa tekstin ja mitä tunteita se herättää lukijassa. (Brusila 2002.)

Kirjainkuviutuksessa korostuu entisestään muotoilun merkitys ja tilan haltuunotto. Kirjainkuviutusta ei ajatella ensisijaisesti tekstinä vaan kuvituksena. Monesti kuvitus sulautuu vahvasti kirjainkuviutukseen ja päinvastoin.

Tutkimusta tehdessäni olen törmännyt useisiin intohimosiin tekijöihin, joiden prioriteettina on käsikirjoituksen aktiivinen tekeminen ja käyttö erilaisessa suunnittelussa. Esiin nousee myös erikoistumisen tärkeys graafisen suunnittelijan työskentelyssä. Tunnettu kirjainkuviuttaja Ken Barber mainitsee Gestalten.tv:n tekemässä haastattelussa tapaavansa jatkuvasti suunnittelijoita jotka pelkäävät, ettei heillä ole nykypäivänä varaa erikoistua mihinkään tiettyyn osa-alueeseen suunnittelussa. Barber haastaa yleisen ajattelutavan graafisesta suunnittelijasta joka hallitsee kaikki osa-alueet alalla. Onko se edes mahdollista? (Barber 2011.)

Barber puhuu siitä, kuinka osaamalla kirjainkuviuttaja, oppii ymmärtämään paremmin myös graafista suunnittelua. Kirjainkuviuttajana tilan ja kirjainten harmonian tunnistaminen tilassa vahvistuu. Kirjainkuviuttajan on mietittävä, miten kirjaimet reagoivat toistensa kanssa, sopivatko ne yhteen ja mitä niistä tulisi korostaa ja muokata, jotta kokonaisuudesta tulisi mahdollisimman onnistunut ja tasapainoinen. Kirjainkuviutus sopii siksi hyvin logosuunnitteluun, mutta toisaalta sitä voi käyttää hyvin isommissa kokonaisuuksissa ja esimerkiksi vahvistamassa kokonaiskuvaa taittotyössä. Nämä ominaisuudet luovat hyvän pohjan suunnittelulle ylipäätään. (Barber 2011.)

Kirjainkuvituksen tekemiselle löytyy tarve palata takaisin käsintuotettuun ja sen kautta herättää lukijassa tunne, jota koneella tuotetulla tekstillä ei välttämättä saa aikaiseksi. Haastattellessani graafista suunnittelijaa Linda Linkoa hän mainitsi mielenkiintoisen yksityiskohdan kirjainkuvittamisensa synnystä. Uransa alussa Linko ei ollut kiinnostunut typografiasta laisinkaan eikä halunnut kuluttaa omaisuuksia kattavien fonttikansioiden hankintaan. Ratkaisuna hän päätyi kirjoittamaan itse fontit julisteisiin, joka kuulostaa nopeasti ajateltuna työläältä ja raskaalta päätökseltä, mutta tämä on tyyli joka on tehnyt Linkosta sen taiteilijan ja graafikon, joka hän tänä päivänä on. (Linko 2016.)

3.2 Kirjainkuvitus ja yhteisöllisyys

Yhteisöllisyys näkyy kirjainkuvittajien tavassa jakaa tietoa muille kirjainkuvitusta tekeville. Kilpailuun suhtaudutaan hyvin avoimesti ja toisia tekijöitä tuetaan ja kannustetaan. Yhteisöllisyyden kaipuu on myös tämän aikakauden vahva trendi. Tässä osiossa paneudun enemmän yhteisöllisyyden merkitykseen kirjainkuvittajan uralla. Tutkin alan tekijöiden kirjoituksia yhteisöllisyydestä ja pyrin löytämään tekijöiden kertomusten kautta yhteisöllisyyden voimavaran merkityksen. Onko yhteisöllisyys keino erottua kirjainkuvittajana markkinoilla?

Linda Linko kertoo haastattelussaan yhteisöllisyyden roolista aloittaessaan graafisen suunnittelun alalla. Valmistuttuaan vuonna 2005 taideteollisesta korkeakoulusta, freelance-työ oli vieras asia aloitteleville suunnittelijoille. Esikuvia freelancereista ei juurikaan ollut ja jos oli, eivät ne erityisemmin vaikuttaneet houkuttelevilta. Tavoitteena oli päästä mainostoimistoon luomaan jotain todella hienoa ja trendikästä. Aikansa yhteisöjä olivat juuri mainostoimistot, mutta muunlaiselle yrittäjyydelle ei ollut Linkon mukaan esikuvia. Lopulta lukuisten kokeilujen kautta Linko päätyi kuitenkin yksityisyrittäjäksi. Hän toteaa haastattelussa mainostoimistojen ja opiskeluajan yhteisöllisyyden kasvattaneen rohkeutta itsenäiseen tekemiseen ja omaan taiteelliseen tyylin kehitykseen. (Linko 2016.)

Freelanceriksi rohkaisi mainostoimistossa tehty yksittäinen asiakastyö. Linko huomasi

löytäneensä hänelle uuden täysin erilaisen tavan tehdä graafista suunnittelua, kokeiltuaan sitä erääseen mainokseen. Tyyli erosi täysin siitä mitä hän oli tehnyt vuosia mainostoimistossa. Aloitettuaan freelancerinä Linko joutui pitkään vakuuttamaan asiakkaitaan tyylistään. Häneltä pyydettiin usein töitä jotka olivat hillitympiä ja konservatiivisempia kuin mitä hän olisi todellisuudessa halunnut tehdä. Vuosien jälkeen asetelma on kääntynyt toisinpäin ja asiakkaat pyytävät nimenomaan sitä tyyliä joka hänelle on ominaisinta. Kuvassa 24 Helsinkiläiselle Kaiku-klubille suunnitellussa julisteissa näkyy Linkon tekstuuriin ja kuvien hyödyntäminen kirjainkuvituksissa. Julisteissa Linkon erilaisten muotojen ja tekstuuriin kautta syntynyt typografia, leikittelee luettavuuden rajoilla. Muotoja tutkiessa sana kaiku alkaa hahmottua, tosin paremmin jo niille jotka tietävät kyseisen klubin. Mainoksista välittyä salamyhkäisyys ja tietty jännitys ja underground-tunnelma, joka liittyy myös itse klubiin. (Linko 2016.)

Yhteisöllisyys ei ole aina välttämättä automaattisesti se oikea tapa inspiroitua. Linko mainitsee olevansa hyvin introvertti taiteilija. Hän saa inspiraationsa työskentelyyn rauhasta ja keskittymisestä täysin itseensä. Muut häiriötekijät vievät keskittymisen pois olennaisesta ja saavat suunnittelijan miettimään liikaa mitä muut ajattelevat hänen töistään. Yhteisöllisyys toimii harvoin voimavarana Linkon työskentelyssä ja liika uppoutuminen muiden tekijöiden töihin tuntuu rajoittavalta. Linko seuraa sosiaalisessa mediassa usein vahingossa erilaisia taiteilijoita ja törmää



KUVAT 24: LINDA LINKON SUUNNITTELMIA KIRJAINKUVITUKSIA KAIKU-KLUBILLE.

sattumalta kiinnostaviin kirjainkuvitustöihin kavereiden kautta. Inspiraationa toimivat enemmän löydetty esineet tai tekstuurit luonnossa ja kaupungissa, joista hän usein nappaa valokuvia myöhempää työskentelyä varten. Valokuvaus ja elokuvat toimivat myös inspiraation välineinä. Sattumanvaraisuus on Linkon suurin eteenpäin vievä voima taiteessa.(Linko 2016.)

Joskus yhteisöt voivat syntyä vahingossa. Näin kävi Instagramin Goodtype-tilin perustajalle Brooke Bucherille. Bucherie loi Goodtypen Instagram-palveluun tarkoituksenaan kerätä sinne erilaisia typografiaan liittyviä kuvia omaa käyttöä varten. Goodtype-tilille alkoi pian ilmestyä muidenkin ihmisten samalla avainsanalla merkitsemiä kuvia. Pian Goodtypellä oli enemmän seuraajia kuin hänen henkilökohtaisella tilillä ja Bucherie huomasi kirjainkuvitusilmiön laajuuden konkreettisesti. #Goodtypellä on tällä hetkellä (19.4.2016) 540 000 seuraajaa. Kuvassa 25 on nähtävissä Goodtypen logo. (Potts 2015.)

Bucherie kertoo Aiga nimisen sivuston haastattelussa olleensa yllättynyt Instagramissa kirjainkuvittajien toisilleen antamasta kannustamisesta ja yleisestä positiivisuudesta. Hän huomasi pian että tämä tili voisi luoda jotain todella merkittävää kirjainkuvituksen saralla. Bucherie on julkaissut Instagram kuvista jopa kirjan Goodtype The Book Vol. 1. (Potts 2015.)

Keskustelimme Linda Linkon kanssa Instagramin vaikutuksista graafisen suunnittelijan työssä. Nk. ”selfie-sukupolvelle” itsensä brändäys sosiaalisessa mediassa on luonnollista, mutta Linkolle omien töiden jakaminen tuo mm. pelkoja kopioinnin mahdollisuuksista. Kopioinnin pelkoon liittyvä itsesensuuri ja omien



KUVA 25: INSTAGRAMIN
GOODTYPE-TILIN LOGO.

töiden kyseenalaistaminen on Linkon mielestä myös ominaista hänen sukupolvelleen. Itsensä brändäys töiden ohella tuntuu Linkosta tarpeelliselta tulevaisuutta ajatellen, asiakkaat pyytävät yhä enemmän henkilöhaastatteluja töiden rinnalle. Itsensä brändäys tuntuu Linkosta haastavalta. Työt tuovat lisää työtä, mutta riittääkö tämä ajattelutapa tulevaisuudessa?(Linko 2016.)

Palvelut kuten Instagram ovat nostaneet esille myös uuden ilmiön, joka liittyy uusien asioiden ja taitojen oppimiseen sekä niistä inspiroitumiseen. Ihmiset nauttivat jonkin taidon tekemistä kuvaavien videoiden katselusta. Tätä ilmiötä on hyödyntänyt mm. taiteilija ja kalligrafi Seb Lester, jonka Instagram-tilillä seuraajia on jo lähemmäs miljoona (985 000 seuraajaa, 23.3.2016). Lester jakaa aktiivisesti Instagram seuraajilleen videoita työprosesseistaan ja miten kirjainkuvitetut työt syntyvät viiva viivalta. Monet prosessikuvausvideot saavat enemmän tykkäyksiä kuin lopulliset teokset. Katsojia kiinnostaa seurata kuinka ihmiskäsi onnistuu luomaan niin täydellistä jälkeä. Monissa kommentteissa katsojat kuvaavat videoita hypnoottisiksi ja maagiseksi. Lester edustaa sitä ryhmää, jonka mielestä käsinkirjoituksen taidon osaamisen ei tulisi hävitä vain siitä syystä, että emme tarvitse sitä. Hän painottaa, että Instagramin kalligrafia-tilien suosio on hyvä esimerkki siitä kuinka visuaalisessa mielessä tärkeää ja kiinnostavaa käsinkirjoituksen osaaminen on. Se tarvitsemmeko jotakin taitoa tai ei on toisarvoista sen rinnalla, mitä kaikkea muuta kyseisen taidon osaamisen mukana tulee. (Lange 2015.)

Instagramissa suosittuja kirjainkuvituksen tilejä ovat goodtype (540 000 seur.), thedailytype (344 000 seur.), calligritype (283 000 seur.), typegang (205 000 seuraajaa), artoftype (81 800 seur.) ja bftype (12 400 seur.). Nämä tilit seuraavat tarkkaan minkälaisia kuvia heidän ryhmässään julkaistaan ja pitävät huolen laadukkaasta tasosta. Tämä laadunvalvonta ei kuitenkaan päden esimerkiksi yksityisiin julkaisijoihin. Laadun valvonta on seuraajien käsissä ja tästä seuraa usein hyvin kirjava käsitys siitä mitä hyvä kirjainkuvitus on. Seuraajien kalastelu ja painoarvon asettaminen seuraajalukuihin onkin aikamme ongelma. Lukijat luottavat seuraajamääriin ja uskovat sen olevan laadun tae.

3.3 Harrastelijat vs. ammattilaiset – tekijöiden laaja kirjo

Tutkiessa erilaisia kirjainkuvittajia sekä heidän taustojaan ero harrastelijoiden ja ammattilaisten välillä on häilyvä. Vain osalta löytyy taustalta graafisen suunnittelun koulutus. Yhteistä kirjainkuvittajilla on halu jakaa osaamistaan ja levittää tietoutta kirjainkuvituksesta, juuri tekijät ovat ilmiön levinneisyyden takana. Instagram on monille ensimmäinen askel omien töiden jakamiseen ja seuraajien saavuttamiseen. Useat tekijät aloittavat uransa freelancerinä kasvattamalla mahdollisimman monipuolisen kirjainkuvitusportfolion kautta asiakaskuntaansa. Itselle tehdyt työt ovat usein paras tapa näyttää mihin kirjainkuvittajana pystyy. Kova työ ja intohimo yhdistävät ammattilaisia ja harrastelijoita.

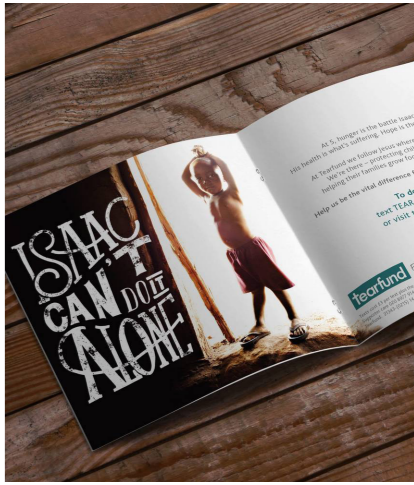
Freelancerinä työskentely ja erikoistuminen pääsääntöisesti kirjainkuvittamiseen tai kalligrafiaan on kaikkia kirjainkuvitusta tekeviä yhdistävä tavoite. Useimmat tekijät kuvaavat työskentelytapojaan hyvin asiakaslähtöisiksi. Kirjainkuvitukseen erikoistunut englantilainen suunnittelija Ian Barnard kertoo Print-lehden haastattelussa asiakkaiden ottavan suoraan häneen yhteyttä tarvittaessa projektiin kirjainkuvitusta ja käsintehtyä jälkeä. Kuvassa 26 on esimerkki Bernardin kirjainkuvituksen käytöstä lehtisessä jonka aihe on hyvin tunteita herättävä. Yleisimmiksi töiksi Bernard luokittelee mm. logot, julisteet, lehtien kannet ja pakkausten ulkoasun suunnittelu. Inspiraatiota Barnard hakee pääosin Pinterest-kuvapalvelusta tai kirjainkuvituskirjoista. (Azsmann 2015.)

The Great Discontent-lehden haastattelussa Mary Kate McDewitt kertoo olleensa aina hyvin epätaiteellinen koulussa ja verranneensa aina omaa tyyliään muiden täydellisyyttä ja realistista piirustustyyliä houkuiin töihin.

Vasta päädyttyään opiskelemaan graafista suunnittelua hän huomasi innostuksensa kuvitukseen ja sai kannustusta omalle tyylilleen. Tämä innostus näkyy edelleen hänen kirjainkuvituksessaan (kuva 27). (Henevald 2015.)

Kirjainkuvitusura alkoi McDevittin myydessä kirjainkuvitusjulisteita taiteen ja käsitöiden myyntiin keskittyneessä nettikaupassa. Samaan aikaan hän työskenteli designtoimistossa graafisena suunnittelijana. Pienille liitutauluille tehtyjen inspiraatiolauseiden päädyttyä mm. blogeihin hän sai huomiota kirjainkuvittajana. Kustantaja Chronicle Bookin pyydettyä häntä julkaisemaan kirja näistä liitutauluista, huomasi McDevitt aikansa koittaneen freelancerin kokeilulle. Vaikka hänellä olikin vain yksi asiakas, aika ei enää riittänyt työlle mainostoimistossa ja McDewitt päätyi ottamaan riskin ja kokeilemaan freelancerinä työskentelyä. (Henevald 2015.)

Sean McCabe on kirjainkuvittaja joka painottaa sivuillaan myös menestyksen ja kovan työn yhteyttä. McCaben ura on lähtenyt liikkeelle aktiivisesta itsensä brändämisestä. Sivustollaan hän painottaa oikein hinnoittelun ja aggressiivisen itsensä markkinoinnin perään. McCabe myys sivustollaan online-kursseja joilla hän opettaa keinoja menestykseen freelancer kirjainkuvittajana. McCabella kaikkien muiden kirjainkuvittajien tavoin on taustalla itsensä elättämisen tarve taidolla johon on melkein pakkomielteinen suhtautumisen. (McCabe 2016.)



KUVA 26: IAN BERNARDIN KIRJAINKUVITUSTA



KUVA 27: MARY KATE MCDEWITTIN KIRJAINKUVITUSTA

3.4 Kirjainkuvitus ja yritykset

Yritysmailmassa on noussut viime vuosina trendiksi aitous. Jatkuva positiivinen dialogi asiakkaan kanssa koetaan tärkeämmäksi kuin perinteinen kampanjointi ja kikkailu. Yritysten halu tulla lähemmäksi ihmistä on luonut kiinnostuksen tavallisiin arkipäivän asioihin jotka kiinnostavat ihmisiä. Tällä hetkellä kiinnostus on käsityöläisyydessä ja inhimillisyydessä sekä yksilöllisyydessä. Kirjainkuvitus edustaa näitä kaikkia arvoja. Onnistuttuaan kirjainkuvitus luo yhteyden yrityksen ja asiakkaan välille mainonnan kautta. (Kurio 2013.)

Sosiaalisesta mediasta ei enää puhuta yritysmailmassa erillisenä paikkana. Asiakkaat elävät sulavasti virtuaalimaailman ja reaali maailman välillä. Instagram on ehdottomasti tämän hetken kiinnostavin kanava käytettävyytensä takia. Kuvien katsominen on nykyaikaa ja kirjainkuvitus valtaa kaikkien älypuhelimet. Yrityksillä on yhä suuremmat paineet tiivistää tekstisäilytystä visuaaliseksi. (Kurio 2013.) Kirjainkuvituksen avulla yritys voi lähestyä sosiaalisessa mediassa asiakkaitaan vakuuttavammin, ilman tyrkyttämisen tunnetta.

Viime vuosina kirjainkuvituksen tyylilajeista pinnalle on noussut kuvassa 28 näkyvä liitutaulutyyli. Se on tyyli joka on tuonut kirjainkuvitukselle näkyvyyttä ja tehnyt siitä tunnetun myös suurille yleisöille. Se näkyy vahvasti isojen brändien mainoksissa ja visuaalisessa viestinnässä. Kyseinen trendi on helposti lähestyttävä ja luo asiakkaalle kuvan tietynlaisesta kahvilakulttuuritunnelmasta. Kahvilakulttuurin stereotyyppiset tunnuks



KUVA 28: ESIMERKKI LIITUTAULUTYYLISTÄ KIRJAINKUVITUKSESSA

ovat muodostuneet nykyaikana tietynlaiseksi laadun takeeksi. Esimerkkinä on McDonald's-ketjun kahvi-mainos (kuva 29 ja 30), jossa aikaisemmat koneellisesti tuotetut pikakahvit on saatu näyttämään liitutaulutyylin avulla laadukkaamman ja käsintehtyn tuntuilta. Graafinen suunnittelija Alison Carmichael on kampanjan kuvituksen takana. (Versa Craetive Group 2015.)

Alison Carmichael on englantilainen graafinen suunnittelija joka jo 15 vuoden ajan on kerännyt paljon kunniaa kirjainkuvitustöillään. Hän on tehnyt yhteistyötä monien yritysten kanssa. Hänellä on kirjainkuvittajana vahva tunnistettava tyyli ja hallitsee monia eri tyylilajeja. Kirjainkuvittajana on tärkeä työllistymisen ja pitkän uran kannalta hallita erilaisia kirjainkuvituksen tyylilajeja. Charmichael aloitti uransa 15 vuotta sitten kirjainkuvittajana erikoistuttuaan viimeisenä vuonna opinnoissaan kirjainkuvitukseen. Hän päätti kiertää mainostoimistoja kirjainkuvitusportfolionsa kanssa ja katsoa kuinka moni olisi kiinnostunut hänen töistään. Tuolloin trendinä oli vahvat typografiat ja vektoroitu kuvitusjälki, mutta pikku hiljaa Charmichael huomasi asiakaskuntansa kasvavan ja tyylinsä sopivan tietynlaisiin projekteihin. (Pen Heaven 2016.)

3.4.1 News Corporation logouudistus

Amerikkalainen ja kansainvälinen media-alan yritys News Corporation herätti paljon kritiikkiä logouudistuksellaan. Suurimmaksi osaksi logouudistukseen kohdistunut kritiikki



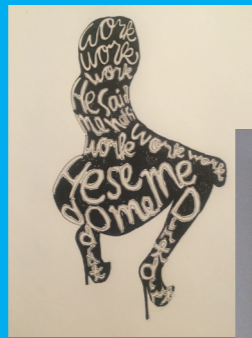
KUVAT 29 JA 30: ALISON CHARMICHAELIN MC DONALD'S-KETJULLE TEKEMÄSTÄ KIRJAINKUVITUKSESTA. YLLÄ YKSITYISKOHTA

MUOTO JA KIRJAINKUVITUS

Yksi suosittu tyyli kirjainkuvituksessa on tiettyyn tilaan tai muotoon suunniteltu kirjainkuvitus. Päätin kokeilla tyyliä taideprojektiin, jossa tehtävänä oli leikitellä Rihannan Work-kappaleen sanoilla. Ilman tietoa tekniikasta tai lopputuloksesta aloitin muodon piirtämisen, jonka sisään hahmottelin tekstiä.

Tekstin hahmottelun jälkeen aloin värittää muotoa jättäen sanat valkoisiksi ja niiden ympäriltä täyttäen mustalla tussilla. Lopputuloksessa koitin pyrkiä selkeään luettavuuteen ja kuitenkin sanojen leikkisään ja kekseliääseen asetteluun. Tavoitteena oli, että sitä pääsisi lukija tutkimaan vähän pidemmäksikin aikaa.

OMAT KUVAT #2: ITSE KUVAAMIA PROSESSIKUVIA OMISTA KIRJAINKUVITUSTÖISTÄ A, B, C JA D.



#2

@mais.aabdalla



oli negatiivista ja logon muutokset herättivät sen kritisoijissa kysymyksiä yrityksen motiiveista. Vuonna 2011 News Corporation joutui lopettamaan omistamansa News of the world lehden, sen saamien salakuuntelusyytösten takia (Wikipedia 2016d). News Corporation sai oman osuutensa negatiivisesta julkisuudesta. (Brand New 2013.)

Aikaisemmin kylmältä ja jäykältä näyttävä logo (kuva 32) haluttiin korvata täysin uudella persoonallisella, inhimillisellä ja lähestyttävämällä logolla. Uudessa logossa pohjana on käytetty sen yrityksen perustajan Rupert Murdochin ja hänen isänsä nimikirjoituksista yhdistettyä fuusiota. Tällä toivottiin yrityksen imagon muuttuvan myös lämpimämmäksi ja lähestyttävämmäksi. Vastaanotto ei onnistunut halutulla tavalla, sillä juuri henkilöt nimikirjoitusten takana herättivät ihmisissä vahvaa epäluuloa yritysten uusien arvojen aitoudesta. Haluttu lämpö ja läheisyys ei välittynyt kuvassa 31 näkyvästä uudesta logosta. Sanoma ei ollut uskottava, ja näin ollen kirjainkuvituksella ei saavutettu alunperin toivottua reaktiota. Logon kirjainkuvituksen kädenjälki on myös hyvin teollinen ja siitä puuttuu käsinkirjoituksesta välittyvä inhimillinen jälki. (Brand New 2013.)

Kirjainkuvitustyylin istuttaminen tiettyyn formaattiin vain ja ainoastaan kirjainkuvituksen itseisarvon takia on väärä lähtökohta. Kirjainkuvitus herättää ennen kaikkea tunteita ja ajatuksia pehmeistä arvoista, käsityöstä ja perinteikkyy-

News Corp

 News Corporation

KUVAT 31 JA 32: YLLÄ NEWS CORPORATIONIN UUSI LOGO, ALLA VANHA LOGO.



destä. Arvomaailmojen ristiriitaisuuksien takia kirjainkuvitus ei soveltunut News Corporationin yritystyylisiin. (Brand New 2013.)

3.4.2 Miraculos – kirjainkuvitusta pakkausuudistuksessa

Vuonna 2011 suomalainen hiusalan yritys Miraculos muutti tuotteidensa pakkausten ulkoasua kirjainkuvituksen avulla. Mainostoimisto Bob Helsinki toimi uudistuksen tekijänä ja lähtökohtana oli pakkausten ulkoasun muuttaminen lähestyttävämmäksi ja persoonallisemmaksi. Pakkausuudistus toteutettiin kuvittamalla tuotteet nokkelilla lauseilla ja lukemaan houkuttelevilla käsinkirjoitetuilla teksteillä. Pääkohderyhmäksi oli valikoitu kaikki suomalaiset, lähinnä naiset. Kirjainkuvitetun ulkoasun toivottiin vetoavan hyvää laatua, persoonallista tyyliä sekä edullista hintaa arvostaviin ihmisiin. (Bob Helsinki 2011.)

Huolimatta tuotteiden kohtalaisesta myynnistä vanhat pakkaukset (kuva 33) olivat tuntemattomia yleisölle, mutta uusilla pakkauksilla (kuvat 34 ja 35) brändin tunnettavuus muuttui radikaalisti. Ilman erikseen maksettua mainostilaa tuotteiden euromääräinen myynti kasvoi 163 % ja kappalemääräinen myynti 130 % (tulokset 9 kk ajalta). (Bob Helsinki 2011.)

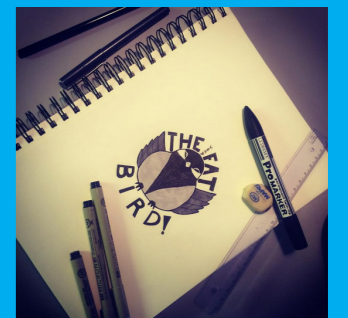


KUVAT 33, 34 JA 35: KUVISSA YLIMPÄNÄ FOUR REASONS SARJAN VANHA ULKOASU, ALLA PAKKAUKSET UUDELLA ILMEELLÄ.

OMAN KIRJAIN KUVITUSTYYLIN ETSIMINEN

#3

Minulla oli tavoitteena kirjainkuvituksessa lähteä kokeilemaan mahdollisimman paljon eri tyyli-lajeja. Useimmiten ensimmäisestä versiosta tuli lopullinen työ, ainoa asia joka vaati harjoittelua oli kirjainten asettelu ja välistys. Varsinkin pyöreissä muodoissa oli mietittävä, mitkä kirjaimet sijoitetaan keskelle ja mitä korostetaan jotta saadaan harmoninen ympyrä. Kuvassa B Abreak sana oli sulautettava yhteen visuaalisen harmonian saavuttamiseksi.



OMAT KUVAT #3: ITSE KUVAAMIA PROSESSIKUVIA OMISTA KIRJAINKUVITUSTÖISTÄ TÖISTÄ.



4.1 Muoti-ilmiö vai pysyvä trendi?

Kirjainkuvitus on ehdottomasti tämän hetken uusin ja halutuin trendi. Sitä on havaittavissa melkein kaikkialla. Kirjan kansista ravintoloiden ruokalistoihin, logoista elintarvikepakkauksiin. Niin kuin kaikkien trendien tulevaisuus, kirjainkuvituksenkin tulee olemaan vain väliaikaista. Nykyään muoti-ilmiöt vaihtuvat vielä nopeampaan tahtiin kuin koskaan historiassa, kun kuluttajat vaativat jatkuvasti jotain uutta. Kirjainkuvitus on aina mukautunut osaksi graafista suunnittelua ja ollut aina olemassa. Tässä luvussa pohdin kirjainkuvitusta ilmiönä ja sen ilmenemistä graafisessa suunnittelussa. Tutkin myös kirjainkuvituksen tekijöiden käsityksiä alan tulevaisuudesta ja pohdin trendin vahvuutta ja sen tulevaisuuden asemaa.

Trendit jaotellaan ryhmiin riippuen niiden kestosta. Trendit ovat aina riippuvaisia ajasta ja ne saavat alkunsa heikosta signaalista, joka muuttuu joko mikrotrendiksi tai megatrendiksi. Mikrotrendit ovat kaikkeen lyhytkestoisimpia trendejä ja ne ovat aina vahvasti kiinni ajassa. Vaikka niiden kesto onkin usein 1-5 vuotta, saattavat mikrotrendit synnyttää uusia pidempiaikaisiakin ilmiöitä. Megatrendit ovat pidempikestoisempia ja saattavat kestää jopa 5-10 vuotta. Megatrendiksi voi kutsua ilmiötä joka leviää suurena aaltona ja vaikuttaa globaalilla tasolla. Megatrendit koostuvat monista trendeistä. Esimerkkinä tällä hetkellä megatrendinä oleva kestävä kehitys, joka koostuu itsessään pienistä trendeistä kuten ekologisten asenteiden muuttumisesta. Ekologisten asenteiden muuttuminen on taas tuonut lisää erilaisia mikrotrendejä, kuten palveluita ja tuotteita. (Nenonen 2014.)

Trendeihin vaikuttaa suunnittelijoiden uusiutumiskykyisyys. Muoti-ilmiö voi olla vallalla vain hetken, mutta osatakseen ennakoida seuraavia muoti-ilmiöitä on osattava itse suunnittelijana uusiutua. Yritykset tietävät trendien tärkeyden ja käyttävät niitä viestinnässään vain sen aikaa kuin ne kiinnostavat yleisöä. Tällä hetkellä kirjainkuvitus kiinnostaa yleisöä. Linda Linko summaa haastattelussaan ettemme voi sille mitään, että olemme aikamme tuotteita. Hän uskoo trendien ja vastatrendien tulevan aina olemaan olemassa. Tärkeintä on pysyä aina kiinnostuneena uusimmista ilmiöistä, trendien seuraaminen

tulee tapahtumaan tällöin automaattisesti. Historia osoittaa, että samat trendit toistuvat uudestaan niin muodissa kuin suunnittelussa. Linko uskoo tarjonnan pysyvän graafisessa suunnittelussa monipuolisena ja erilaisten tyyllilajien säilyvän, vaikka välillä joku tyyllilaji olisikin enemmän pinnalla kuin toinen. (Linko 2016.)

Kirjainkuvituksen suosioon tänä päivänä on vaikuttanut suuri määrä kirjainkuvituksen harrastajia, jotka ovat aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä. Kirjainkuvituksen tekeminen on helppo aloittaa ja siksi sen tekijäjoukko on laaja ja monipuolinen. Kirjainkuvitusyhteisössä ei ole pinttyneitä hierarkioita ja työt ja taidot puhuvat tekijöidensä puolesta. Käväisy Instagramissa kertoo siitä, kuinka harrastelijoiden ja ammattilaisten väliset erot ovat hyvin huomaamattomia. (Grant 2015.)

Workshopit ovat tapa pitää yllä kirjainkuvituksen taidon ja trendin kehittymistä. Monet kirjainkuvittajat kertovat workshoppeihin riittävän edelleen paljon tulijoita. Useammat haluavat yksinkertaisesti oppia taidon päästäkseen osaksi trendiä, mutta osa haluaa oppia kirjainkuvittamaan paremmin ja kehittymään siinä ammatillisesti. Typografi Ken Barber kertoo opettavansa yleensä vain jatkokursseja, sillä hänestä kirjainkuvituksen taitoa ei voi opettaa viikonlopussa. Kirjainkuvituksen taitamiseen liittyy vahvasti typografian ymmärtäminen, sen tuntemus hyödyttää myös visuaalista hahmotamista. Hyvän kirjainkuvituksen tulevaisuus on Barberin mielestä kiinnin arvostuksesta ja arvostus ansaitaan vain sillä, että tehty kirjainkuvitus on aina harkittua. Luotujen kirjainten tulee toimia hyvin ympäristössään. Hyvään kirjainkuvitukseen liittyy niin monia asioita jotka yhdessä luovat vaaditun harmonian. (Grant 2015.)

4.2 Tekijöiden tulva, alku vai loppu ilmiölle?

Tässä osiossa pohdin kirjainkuvituksen yhteisön vaikutusta ilmiön tulevaisuuteen. Onko tekijöiden valtava määrä uhka vai mahdollisuus kun mietitään kirjainkuvituksen tulevaisuutta? Alkaako kirjainkuvitus jo kyllästyttää sen vallatessa yhä useampia osa-alueita suunnittelussa ja muotoilussa?

Kirjainkuvittaja Jon Contino on huomannut myös kirjainkuvituksen käytön lisääntyneen graafisessa suunnittelussa. Zone5 Creativen haastattelussa hän kertoo huomanneensa suuriakin eroja kirjainkuvituksen laadussa. Useammat yritykset haluavat kirjainkuvitusta yritysilmeeisiinsä ilman mitään taustatutkimusta tekijästä tai tyyllilajista. Kirjainkuvitusta tekevät niin monet nykyään siksi tekijöiden taustojen selvittäminen on tullut yhä tärkeämmäksi. Yhä enemmän näkyy tylsää ja harkisematonta kirjainkuvitusta, jota tekevät suurimmaksi osin ihmiset, jotka tekevät kirjainkuvitusta vain siksi, että se on muodikasta. Hänelle tärkeintä kirjainkuvituksessa on enemmän prosessi kuin lopputulos ja siksi Contino uskookin kirjainkuvituksen säilyvän vielä trendin hiipumisenkin jälkeen, jolloin sitä tekevät suunnittelijat jotka todella ymmärtävät mikä kirjainkuvituksen ydin on. (Zone5 2014.)

Sean McCabe kirjoittaa sivustollaan seanwes.com siitä, kuinka tulla hyväksi kirjainkuvittajaksi. Hän on itse menestynyt kirjainkuvittajana ja kirjoittaa usein siitä, kuinka tärkeää on, että kirjainkuvitus otetaan tosissaan ja sitä pidetään osana graafista suunnittelua. Hän painottaa myös, kuinka tärkeää on tehdä selväksi asiakkaille, että kirjainkuvitus on samalla viivalla hinnoittelussa graafisen suunnittelun kanssa. (McCabe 2015.)

Kesäkuussa 2015 McCabe kirjoitti sivustolleen kirjainkuvituksen senhetkisestä tilasta. Otsikkona oli ” Are There Too Many People Already Doing Hand Lettering? ”, eli ”tekeekö

jo liian moni kirjainkuvitusta?”. Kirjoituksessa hän pohti kysymystä, vaikuttaako se, että niin moni tekee kirjainkuvitusta negatiivisesti alaan? (McCabe 2015.)

Tuntevatko aloittelijat ahdistusta siitä, ettei heille löydy sijaa markkinoilta. Mielestäni kyseisen asian pohdinta on hyvin yleistä kaikilla luovilla aloilla, joissa eri alan taiteilijat yrittävät erottua yhteisöstä omalla yksilöllisyydellään. Nykyään internetin verkkoyhteisöjen yleistyessä on helppo aliarvioida omaa yksilöllisyyttään taiteessa. Tuntuu siltä, että miljoonat tekevät sitä samaa kuin itse. (McCabe 2015.)

Vaikka tuntuu siltä, että kaikki tekevät tällä hetkellä kirjainkuvitusta, itseltään kannattaa kysyä kuinka moni omasta lähipiiristäni edes tietää mitä handlettering on? Tekeekö sitä sittenkään kovin moni? McCabe kehottaa kirjainkuvittajien vertaavan itseään siihen osaan ihmisistä jotka eivät tee kirjainkuvitusta kuin siihen osaan joka tekevät. McCabe painottaa myös miettimään tavoitteita, ei ole järkevää yrittää luoda uusia markkinoita vaan hyväksyä muut kilpailijat ja yrittää menestyä jo olemassa olevilla markkinoilla. (McCabe 2015.)

Digitaalisuus on muuttanut tapamme viestiä nopeammin kuin koskaan ennen historiassa. Tekstiviestittely ja sosiaalisen median pirstaloituminen ovat mahdollistaneet viestinnän soluttautumiseen kaikkeen elämässämme. Viestinnän läsnäolo on lisännyt esimerkiksi kiinnostusta fontteja ja kirjainmuotoilua kohtaan. Australialainen kirjainkuvittajana menestynyt suunnittelija Gemma O’Brienin mielestä vastatrendiksi on syntynyt erityisesti suunnittelijoiden kaipuu takaisin käsintekemiseen. Hän pitää Australiassa työpajoja taiteilijoille ja suunnittelijoille jotka ovat kyllästyneet istumaan päivittäin tietokoneen äärellä ja tuntevat että luovuus on kadonnut digitalisoitumisen myötä. (O’Brien 2014.)

De-frost.com-sivuilla videoidulla luennolla O’Brien puhuu erityisesti tämänhetkisestä kirjainkuvituksen tilasta ja kuinka yritykset käyttävät kirjainkuvausta kampanjoissaan.

O’Brienin mukaan kirjainkuvituksen tyyllilajit ovat muuttuneet viimeisen 10 vuoden aikana radikaalisti, eikä olisi uskonut uran alussa kirjainkuvituksesta tulevan hänelle varteenotettava ammatti. Autenttisuuteen ja aitouteen pyrkiminen on yksi suurimmista syistä miksi yritykset pyytävät O’Brienia suunnittelemaan heille kirjainkuvitusta. (O’Brien 2015.)

Videolla O’Brien pohtii myös alan kehitystä, kuinka tyyllilajit leviävät ja voiko taiteilija kehittää uutta jos kaikesta tehdään kaupallista? Kirjainkuvituksen trendit ja tyyliuuntauokset muuttuvat todella nopeatempoisella vauhdilla ja siksi kaikkien kirjainkuvittajien on jatkuvasti muokkaututtava ja sopeuduttava trendien vaihtuvuuteen. Tekijöiden on oltava jatkuvasti yhden askeleen edellä trendeissä. Käsiyöläisyydestä on tullut yhä kiinnostavampi alue yritysten markkinoinnissa. Etteivät asiakkaat ja yleisö kyllästyisi tyyllilajiin, yritykset pyrkivät erottumaan mm. luomalla yhä lähestyttävämpiä kampanjoita. Rohkeimmat kampanjat sisältävät Making of eli Kuinka kampanja tehtiin- videoita, joilla esitellään myös tekijät kirjainkuvitusten takana. Tällä korostetaan kuvituksen inhimillistä puolta, vahvistusta sille ettei taustalla ole kone vaan oikea ihminen. O’Brien on tehnyt paljon kyseisiä videoita ja yksi niistä oli Kirin-cider merkkiselle siideri valmistajalle. Videolla hänet kuvattiin maalaamassa oikeasti seinällä olevaan mainokseen kirjainkuvitusta.(O’Brien 2015.)



KUVA 36: KUVASSA GEMMA O'BRIEN KUVATTUNA MAKING OF-VIDEOLLA KIRIN-CIDER MERKILLE.

Suomeen kirjainkuvitus näyttää rantautuvan pikkuhiljaa. Ainoana huolenaiheena onkin, etteivät yritykset arvosta sitä käyttäessä huolellisuutta ja viimeisteltyä käsintehtyä jälkeä.

Monesti Suomessa mainoksissa kirjainkuvitus nähdään ainoastaan käsin kirjoituksena ja allekirjoituksena. Sitä ei ajatella niinkään kuvituksena tai muuta kuvaa tukevana elementtinä. Tällä aukeamalla on nähtävissä kuvia muutamista kampanjoista, jotka herättivät minussa väkinäisiä tuntemuksia kirjainkuvituksella yritetystä käsintehtyn tunteen luomisesta. Suomessa ilmiö on sen verran uusi, ettei siitä löydy oikein mitään tutkimuksia. Toivon tulevaisuudessa suomalaisten yritysten käyttävän enemmän hyödyksi kirjainkuvitusta, sillä se tuo kampanjoihin ja mainoksiin helposti inhimillisyyttä ja orgaanista jälkeä.



KEVÄÄN 2016 AIKANA KUVATTUJA MAINOKSIA HELSINGIN KATUKUVASTA.

Aikakauslehdet ovat Suomessa hyödyntäneet jo pitkään hyviä kirjainkuvittajia. Vuonna 2009–2010 graafinen suunnittelija Lotta Nieminen, uudisti Trendin ulkoasun yhdistämällä kanteen ja sisällä oleviin juttuihin kirjainkuvitusta. Tästä on muodostunut trendi joka aina välillä näkyy suomalaisissa naistenlehdissä. (Nieminen 2016.)

Vaikka Suomessa tullaan globaalissa mittasuhteessa trendien perässä, Linko on eri mieltä siitä, että Suomessa olevat markkinat eivät olisi kiinnostavia. Monesti hän on huomannut juuri ulkomaisten asiakkaiden tilaavan paljon konservatiivisempaa suunnittelua kuin esimerkiksi suomalaisten asiakkaiden. (Linko 2016.)



KUVAT 37, 38 JA 39: LOTTA NIMEISEN SUUNNITTELEMIA KIRJAINKUVITUKSIA TRENDI-LEHTEEN

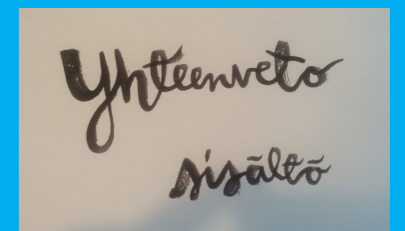
OTSIKKOTYYPIN SUUNNITTELU OPINNÄYTETYÖHÖN

#4

Etsin pitkään kirjainkuvitettua fonttia, jota voisin käyttää opinnäytetyöhöni otsikointiin. Sopivaa ei löytynyt joten päätin tehdä itse. Innostus itse tekemiseen lähti lukemattomista script tyylisistä kirjainkuvituksista joita olen nähnyt käytettävän. Linda Linkon vuonna 2014 hopeahuipun voittanut kirjainkuvitus yhdistettynä hänen persoonalliseen muuhun kuvitusjälkeen sai

minut kaipaamaan juuri tätä kepeyttä opinnäytetyön virallisuuden rinnalle.

Otsikot on ensin piirretty tussisiveltimellä paperille ja lopuksi käsitelty Illustrator vektoriohjelmalla.



kirjainkuvitus
ilmiona
Yhteenveto



KUVA 40. HELSINGISSÄ KEVÄÄLLÄ 2016 KUVAAMANI KATUMAINOS. KUVITUS LINDA LINKO.



Opinnäytetyössäni olen käynyt läpi aiheita, jotka tekevät kirjainkuvitusta tämän päivän trendi-ilmiön. Historiaosuudessa kerroin kirjainkuvituksen taustoista ja taiteen aikakausien vaikutuksesta sen näkyvyyteen yhteiskunnassa. Monet asiat ovat muuttuneet kirjapainon ja tietokoneen myötä ja käsinkirjoituksen asema yhteiskunnassa on muuttunut. Ennen arkipäiväisestä taidosta on tullut erityisosaamista, joka kiinnostaa edelleen teknisten sekä sisällöllisten piirteiden vuoksi.

Typografian ja kirjainkuvituksen eroja läpikäymällä havainnollistin kappaleessa 2.3 kirjainkuvituksen alkuperiä sekä sen eroavaisuuksia ja yhtäläisyyksiä typografiaan. Eroavaisuuksien kautta voidaan miettiä miksi kirjainkuvitusta tarvitaan typografian rinnalle ja kuinka tietyissä tilanteissa ne tukevat toisiaan ja haluttua sanomaa. Typografian ja kirjainkuvituksen eroavaisuuksista suurimpina havaintoina voidaan pitää kirjainkuvituksen näyttäytymistä enemmän kuvituksena kuin typografiana. Esimerkiksi muodon tutkimisen kautta avautuvat aivan uudet ulottuvuudet ymmärtää kirjainkuvitusta.

Sosiaalisen median vaikutusta kirjainkuvituksen ilmiönä käsiteltiin mm. luvussa 3. Luova ihminen ei ole välttämättä sitä tekevä vaan myös sitä seuraava ihminen. Elämme nk. ”tykkäyskulttuurissa” jossa taiteessa trendejä levittävät myös katsojat, eivät vain tekijät. Internetin välityksellä jokaisella on mahdollisuus esitellä taitojaan. Ne eivät jää vain pöytälaatikkoon vaan kynnyks tuoda ne yleisön esiin on madaltunut.

Puolen vuoden tutustuminen ilmiöön antoi melko laajan käsityksen aiheesta ja keskustelusta jota sen ympärillä käydään. Kirjainkuvituksesta löytyvä tieto pohjautuu suuriltaosin tekijöiden haastatteluihin ja pohdintoihin alasta. Kirjainkuvituksen tulevaisuuden ennustamiseen voi soveltaa markkinoinni trenditeorioita, joita hieman sivusin kappaleessa 3.4, kirjainkuvitus ja yritykset. Yritysten avulla kirjainkuvitus on rantautunut myös suurelle yleisölle.

OMAOPPIMINEN kulki luontevasti opinnäytetyön rinnalla. Aloitin tutkimuksen teon omasta kiinnostuksestani aiheeseen, joten koin luonnollisena asiana alkaa itse opettelemaan kirjainkuvittamaan. Tällöin myös sosiaalisen median eri kirjainkuvitusyhteisöjen seuraamisetakin tuli arkipäivää. Perustettuani Instagram-tilin huomasin konkreettisesti

kuinka paljon kirjainkuvituksella on seuraajia ja tekijöitä. Instagramin kautta tutustuin tekijöiden avulla uusimpaan kirjainkuvitukseen ja sain materiaalia tutkimukseeni.

Vaikka hankinkin kirjainkuvitukseen liittyviä oppaita ja kirjoja, muiden kirjainkuvittajien työt inspiroivat eniten. Alkaessani kirjainkuvittamaan huomasin melko nopeasti omien graafisen suunnittelijan taitojeni hyödyntämisen auttavan ymmärtämään kirjainkuvitusta paremmin. Typografian säännöt ja erilaisten fonttien tunnistaminen helpotti alkuun pääsemisessä. Aloitin harjoittelun kopioimalla jo olemassa olevia fontteja ja siitä siirryin pienillä fonttien muokkauksella kohti omien kirjainten luomista. Näiden kokeilujen kautta löytyi nopeasti itselle luonteva tyyli tehdä kirjainkuvitusta.

Opinnäytetyössä käyttämäni otsikot ovat tekemiäni. Niitä katsomalla ymmärtää parhaiten suhdettani kirjainkuvitukseen. Otsikoiden yhdistäminen osaksi taittoa tuntui luontevalta ja visuaalisesti kiinnostavalta. Monet kirjainkuvitukseen perustuvat fontit epäonnistuvat välittämään käsinkirjoitetun tekstin tuomaa inhimillisyyttä. Siksi tekstin tekeminen käsin tuntui ainoalta vaihtoehdolta.

OPINNÄYTETYÖ oli kokonaisuutena erittäin opettava ja kiinnostava kokemus. Pääsin puolen vuoden ajan tutustumaan kiinnostamaani aiheeseen perinpohjin. Tutkimuksen myötä tietouteni ja kiinnostukseni aiheeseen lisääntyi entisestään ja uskon löytäneeni tyylin jolla itse tehdä graafista suunnittelua. Ennen kaikkea olen ymmärtänyt myös trendien merkityksen graafisessa suunnittelussa. On tärkeää pysyä aina ajan hermoilla eikä takertua liikaa yhteen muoti-ilmiöön. Uskon kirjainkuvituksen pysyvän aina kiinnostavana tyylinä kunhan seuraa omaa aikaansa ja erilaisia tyyllilajeja.

Haastavinta oli materiaalin keruu tutkimusta varten. Aiheesta ei löydy suomen kielellä oikeastaan mitään materiaalia. Materiaalina toimivat suurimmaksi osin ulkomaiset haastattelut ja artikkelit. Historiaa varten löytyi muutamia kirjoja jotka käsittelivät kirjainkuvitusta, enimmäkseen löytyi kirjoja typografiasta. Halusin tietoisesti rajata graffitin ja

kalligrafian tutkimuksen opinnäytetyöstä pienemmäksi ja keskittyä vain kirjainkuvitukseen. Graffiti ja kalligrafia ohjaavat vahvasti täysin erilaiseen kulttuuriin mitä kirjainkuvitus edustaa tällä hetkellä ja aikani ei olisi riittänyt jos olisin tässä työssä tutkinut syvemmin näitäkin tyyllilajeja. Olisi kiinnostavaa lähteä tutkimaan vielä syvemmin esimerkiksi graffitin ja kirjainkuvituksen yhtäläisyyksiä ja vaikutuksia. Graffitin vaikutuksia graafiseen suunnitteluun on tutkinut Anssi Arte kirjassaan *Forms of Rockin*. Alunperin hän kirjoitti aiheesta Maisterin lopputyön Taideteolliseen korkeakouluun, mutta julkaisi myöhemmin tutkimuksen kirjana.

Opinnäytetyön taitto valikoitui melko nopeasti tähän formaattiin. Halusin luoda lukijalle rennon ja visuaalisesti kiinnostavan lukukokemuksen ja se tarkoitti irtautumista kankeasta taittofomaatista hieman leikkisämpään muotoon. Alusta asti ajatuksena oli taittaa opinnäytetyöni hyödyntäen mahdollisimman paljon kuvamateriaalia. Kuvamateriaalin käyttö on paras tapa saada aiheesta tietämätön ihminen ymmärtämään mitä kirjainkuvitus on. Kirjainkuvituksen trendi kasvaa huikella nopeudella kuvapalveluissa kuten Instagram ja Pinterest. Minulle oli tärkeää kokonaisuuden kannalta saada oma oppiminen taitettua osaksi opinnäytetyötä, kuitenkin erottamalla se itsenäisiksi osuuksiksi. Päätökseni taittaa omaoppimisprosessini erillisiin sinisiin osioihin selkeytti ja rytmitteli opinnäytetyötä. Mielestäni sijoittelu lukujen loppuun toimi parhaiten luvuista löydettävien teemojen ja omaoppimisosioiden yhteneväisyyden kautta. Osiot toimivat myös hengähdystaukoina lukujen välillä.

HAASTATTELU Linda Linkon kanssa oli luonteeltaa rento. Olin valmistellut haastattelua varten paljon kysymyksiä, mutta haastattelu meni luonnollisesti samoihin aiheisiin mitä olin alunperin miettinyt. Linko valikoitui haastatteluun hänen töidensä kautta. Olen seurannut pidemmän aikaa Linkon uraa taiteilijana, ja aina pitänyt hänen tyylistään käyttää typografiaa osana kuvitusta. Valitessani aiheen opinnäytetyölleni, haastattelu Linkon kanssa tuntui enemmän kuin luontevalta.



Zone5 Creative Inc. 2014. Art Of The Letter: The Allure Of Hand-Drawn Typeface.

<http://2one5.com/the-allure-of-hand-drawn-typeface/>. (luettu 19.4.2016)

Alessio, Joseph 2013. Understanding The Difference Between Type And Lettering

<http://www.smashingmagazine.com/2013/01/understanding-difference-between-type-and-lettering/> (luettu 19.11.2015)

Aszman, Amanda 2015. Designer of the Week: Ian Barnard

<http://www.printmag.com/interviews/designer-of-the-week-ian-barnard/> (luettu 31.3.2016)

Barber, Ken 2011. Gestalten.tv : Interview with Ken Barber [video]

<http://news.gestalten.com/motion/house-industries> (katsottu 31.3.2016)

Bob Helsinki 2011. Four Reasons - uudelleen lanseeraus.

http://www.bobhelsinki.fi/caset/22/four_reasons___uudelleen_lanseeraus/index.html (luettu 17.2.2016)

Brand New 2013. News: News Corp New Corporate Logo.

http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/news_news_corp_new_corporate_logo.php#VxX20j9zNLg. (luettu 1.4.2016)

Brusila, Riitta 2002. Typografia — kieltä vai visuaalisuutta. Porvoo: Wsoy.

Castro, Ivan 2016. The ABC of custom lettering- apractical guide to drawing letters.

London, UK: Korero Press Ltd.

Garfield, Simon 2016. Simon Garfield webpage.

<http://www.simongarfield.com/biography.asp> (luettu 20.4.2016)

Garfield, Simon 2011. The 8 Worst Fonts In The World. <http://www.fastcodesign.com/1665318/the-8-worst-fonts-in-the-world>

(luettu 20.4.2016)

Grant, Angelynn 2015. Typography Experts Weigh in on the Recent Hand-Lettering

Boom. <https://eyeondesign.aiga.org/3-typography-experts-on-how-to-tell-good-hand-lettering-from-the-wannabes/> (luettu 7.11.2015)

Gunningham, Katelan 2015. Brit and Co: How to Quit Your Day Job for a Life of Hand

Lettering. <http://www.brit.co/how-to-get-into-hand-lettering/> (luettu 8.3.2016)

Heller, Steven & Anderson, Gail 2010. New Ornamental Type. New York: Thames & Hudson.

Henevald, Tammi 2015. The Great Discontent: Interview with Mary Kate McDevitt

<http://thegreatdiscontent.com/interview/mary-kate-mcdevitt> (luettu 20.4.2016)

Hillery, Kristin 2015. The art of handlettering by Dina Rodriguez. InVision: <http://blog.invisionapp.com/hand-lettering-dina-rodriguez/>

(uettu 8.3.2016)

Hische, Jessica 2016. What's the difference between Lettering and Fonts?

<http://jessicahische.is/semanticizing> (luettu 17.2.2016)

Jordan, Caitlin 2015. Hand Lettering Design: 40 Stunning Examples to Inspire You [With

Tips From A Designer]. <https://designschool.canva.com/blog/hand-lettering-design/> (luettu 29.2.2016)

Koskimäki-Ketelä, Marika n.d. Kalligrafia.

<http://www.kalligrafia.org/kalligrafia/> (luettu 10.11.2015)

Kurio 2013. Some-markkinoinnin trendit 2014. <http://kurio.fi/kurio/wp-content/uploads/2013/12/Kurio-some-markkinoinnin-trendit-2014-low-res.pdf>

(luettu 25.4.2016)

Lange, Alexandra 2015. The New Yorker: The Calligraphy Stars of Instagram.
<http://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/calligraphy-stars-instagram>
 (luettu 23.3.2016)

Love, Tam 2015. How readable is your hand lettering?
<https://letteringtutorial.com/how-readable-is-your-hand-lettering/>
 (luettu 8.3.2016)

McCabe, Sean 2015. Are There Too Many People Already Doing Hand Lettering?
<http://seanwes.com/2015/are-there-too-many-people-already-doing-hand-lettering/>
 (luettu 23.11.2015)

McCabe, Sean 2016. <http://seanwes.com/>. (luettu 20.4.2016)

McDevitt, Mary Kate 2014. Handlettering Ledger. San Francisco, California: Chronicle Books LLC.

Nenonen, Sofia, 2014. Trendit. http://laureamkomarkkinointi.blogspot.fi/2014/11/trendit_20.html

Nieminen Lotta 2016. <http://www.lottanieminen.com/graphic-design/trendi/>

O'Brien, Gemma 2015. DeFrost: Craftin authenticity: Handlettering in the digital age [video] <http://www.de-frost.com/events/gemmaobrien/> (katsottu 9.3.2016)

O'Brien, Gemma 2014. Youtube, Workshop; Gemma O'Brien: handlettering [video] <https://www.youtube.com/watch?v=F7CF33sTSq8> (katsottu 9.3.2016)

Pen Heaven, 2016. Interview with Alison Carmichael - Handlettering Artist.
<http://www.penheaven.co.uk/blog/interview-with-alison-carmichael-handlettering-artist/> (luettu 15.4.2016)

Potts, Emily 2015. Emerging designers: How @Goodtype Made Hand Lettering Instagram-famous [verkkosivu] <http://eyeondesign.aiga.org/how-the-goodtype-made-hand-lettering-instagram-famous/> (luettu 19.11.2015)

Quora: Kevin McCauley, 2015. <https://www.quora.com/In-the-future-will-there-still-be-human-creators-of-creative-content-like-novels-films-poetry-clothing-design-music-and-architecture-Or-will-computer-programs-completely-replace-humans>. (luettu 19.4.2016)

Sherwood, Alison 2015. Journal Sentinel.
<http://www.jsonline.com/features/parties/writing-with-a-flourish-calligraphy-and-hand-lettering-making-a-comeback-b99624328z1-361439141.html> (luettu 23.2.2016)

Studio Six, 2016. Hand lettering: a design fad or here to stay? <http://www.studio6.co.uk/hand-lettering/> (luettu 15.3.2016)

Tishgart, Sierra 2014. Will Letter for Lunch: One Woman's Plan to Hand-Write Menus in Exchange for Food. <http://www.grubstreet.com/2014/10/lauren-hom-hand-written-menus.html#> (luettu 17.2.2016)

Versa Creative Group, 2015. New Graphic Design Trend: The Coffee Shop Look <https://versacreativegroup.com/new-graphic-design-trend-coffee-shop-look/>. (Luettu 1.4.2016)

Wikipedia 2016a Fraktuura <https://fi.wikipedia.org/wiki/Fraktuura> (luettu 25.4.2016)

Wikipedia 2016b. Johannes Gutenberg. https://fi.wikipedia.org/wiki/Johannes_Gutenberg (luettu 29.3.2016)

Wikipedia 2016c. Typografia. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Typografia> (luettu 29.3.2016)

Wikipedia 2016d New Corporation https://en.wikipedia.org/wiki/News_Corporation (luettu 29.3.2016)

Willen, Bruce & Strals, Nolen 2009. Lettering & Type-creating letters & designing type-faces. New York: Princeton Architectural Press. (luettu 10.2.2016)



Kuva 1 Dribbble. <https://dribbble.com/shots/1676663-Intellectual-Intercourse>

Kuva 2 Sean McCabe. <https://seanwes.com/2013/hand-lettering-process/>

Kuva 3 Pinterest, Cake Crew. <https://fr.pinterest.com/pin/94083079690813385/>

Kuva 4 <https://media-mediatemple.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2012/10/lettering.jpg>

Kuva 5 Pinterest. <https://fi.pinterest.com/pin/407998047465599056/>

Kuva 6 Sivu Johannes Gutenbergin raamatusta. <http://www.mrdowling.com/images/704gutenbergbible.png>

Kuva 7 Alphonse Mucha, Biscuits and Chocolate Delcare. <http://www.art.com/products/p14617699103-sa-i6778157/alphonse-mucha-biscuits-and-chocolate-delcare.htm?sOrig=CAT&sOrigID=0&dimVals=5000010&ui=609D201C87C747588E780019979B5504>

Kuva 8 Saksalaisen Jugend lehden kansi vuodelta 1896. https://en.wikipedia.org/wiki/Art_Nouveau#/media/File:Jugend_magazine_cover_1896.jpg

Kuva 9 The Bella Landauer Collection of Business and Advertising Ephemera. Pabst malt extract mainos, 1915. http://blog.nyhistory.org/wp-content/uploads/2011/05/nyhs_PR031_pabst_web.jpg

Kuva 10 Joost Schmidt, Poster for the 1923 Bauhaus Exhibition in Weimar, 1923. <http://>

bauhaus-online.de/en/atlas/werke/poster-for-the-1923-bauhaus-exhibition-in-weimar

Kuva 11 Langdon fontti. <http://www.1001fonts.com/langdon-font.html>

Kuva 13 <http://www.clayton-miller.com/slider/design-blog/calligraphy-is-more-than-just-pretty-handwriting/>

Kuva 14 Brush script fontti

Kuva 15 Daniel Britton. <https://letteringtutorial.com/how-readable-is-your-hand-lettering/>

Kuva 16 Daniel Britton. <https://letteringtutorial.com/wp-content/uploads/2015/06/Daniel-Britton-Dyslexia-Font-Alphabet-724x1024.jpg>

Kuvat 17 (A-K)Mary Kate McDewitt. Kuvat kirjasta Handlettering Ledger s. 20-63.

Kuva 18 Behance, Tobias Saul. <https://www.behance.net/gallery/31585637/Seven-Days-A-Week-Print-Shoppe>

Kuva 19 Marian Bantjes. I Want It All, 2006. <http://bantjes.com/work/i-want-it-all/>

Kuva 18 Behance. Tobias Saul. <https://www.behance.net/gallery/31585637/Seven-Days-A-Week-Print-Shoppe>

Kuva 21 Alison Carmichael. Time Out: Magazine Cover Design, 2009. <http://alisoncarmichael.com/time-out/>

Kuva 22 ja 23 Alison Carmichael. There's a Good Girl, Exhibition, 2014. <http://alisoncarmichael.com/theres-a-good-girl/>

Kuva 24 Linda Linko. Illustration series, 2013. <http://neofunkkis.com/Club-Kaiku>

Kuva 25 <https://www.instagram.com/goodtype/>

Kuva 26 Ian Barnard. <http://www.ianbarnard.net/>

Kuva 27 Mary Kate McDewitt. <http://marykatemcdevitt.com/#/confucius-day/>

Kuva 28 <http://www.jsonline.com/features/parties/writing-with-a-flourish-calligraphy-and-hand-lettering-making-a-comeback-b99624328z1-361439141.html>

Kuva 29 ja 30 Alison Carmichael. Mocha McDonalds, 2013. <http://alisoncarmichael.com/mocha/>

Kuva 31 ja 32 News corporation logot. http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/news_news_corp_new_corporate_logo.php#Vx3MFT9zNLg

Kuva 33 http://kissanmintun.blogspot.fi/2012_02_01_archive.html

Kuva 34 ja 35 <http://www.creativehaircompany.nl/pump-volume/>

Kuva 36 Gemma O'Brien. <https://vimeo.com/79859440>

Kuvat 37, 38 ja 39 Lotta Nieminen, 2009. Trendi lehden ilme.
<http://www.lottanieminen.com/graphic-design/trendi/>

Kuva 40 Linda Linko, 2014. <https://www.facebook.com/agentpekka/photos/a.10153242587257090.1073741829.209038507089/10153242587342090/?type=3&theater>

liitteet

1. Haastattelu: Linda Linko

Linda Linko, helsinkiläinen graafinen suunnittelija/kuvittaja, freelancer.

Miten päädyit tekemään kirjainkuvitusta?

Alun perin mua ei todellakaan kiinnostanut typografia, mä oon maalannut ja ollut kiinnostunut kuvista ja kuvan tekemisestä ja taiteesta. Mun äiti on graafikko, se (graafisen suunnittelun ura) jotenkin vähän meni niille urille aika nopeesti. Koulussa tykkäsin tehdä kuvan ja aina väkisin tein siihen tekstiosuuden, en tiennyt mitä eroa on fonteissa, eikä kiinnostanut, ajattelin että se on muitten ihmisten hommia. Kun lähdin töihin designtoimistoon minun oli pakko opetella fontit. Siinä vaiheessa en ollut vielä tietoinen mistään handletteringistä.

Mainostoimistossa mun oli pakko opetella typografiaa fonttien kautta, että tunnistaisin fontit. Logojen vääntämisen kautta rupesin ajattelemaan fontteja enemmän kuvina kuin typografiana. Zoomasin kaikki logot aina isoksi ja tutkin miten kaikki viivat menee. Vähän niinkuin kuvaa, sillä tavalla oon ruvennut tekee typografiaa. Kun rupesin yrittäjäksi typografian piirtämisen aloitus oli rahakysymys, mulla ei ollut varaa osta Font Foliota niin ajattelin että piirrän nää käsin. Tiesin aina minkälaisen fontin halusin joten ajattelin,

että ihan turha rupee käyttämään kahta päivää siihen, että löytää fonttikaupoista sen tietyn fontin. Sitä kautta kiinnostus typografiaan on mulla syntynyt, sitten rupesin vain tekemään sitä vapaammin ja vapaammin. Kuvan kautta.

Tykkään tosi paljon työssäni rajoituksista, se ruokkii mun luovuutta. Rajoituksilla tarkoitan tiettyjä työkaluja tai viestiä tai väriä. Tykkään yksinkertaistaa asioita ja leikitellä typografian rajoilla. Typografian piirtämisessä on kiva kun sen pitää muistuttaa jotain kirjainta. Typografiassa just se esittävyiden ja luettavuuden häilyvä raja kiinnostaa mua.

Seuraatko omaa alaa ja mistä saat inspiraationsi?

En varsinaisesti seuraa graafisen suunnittelun alaa aktiivisesti lehtien tai muun median kautta. Sillä tavalla seuran, että moni kavereista on alalla. Mä en puhu vapaa-aikana graafisesta suunnittelusta, enkä mä tilaa mitään lehtiä. Jos mä nään jotain hyvää graafista suunnittelua tai jos joku on tehnyt jonkun kivan ilmeen mä ihailen niitä ja kattelen vähän pidempää, mutta yleisesti ottaen en seuraa. Mä meen ihan sekaisin jos mä rupeen kattoo jotain blogia tai hienoa portfolioa. Eka oon et wau katon pari kolme sivuu ja sit meen ite ihan sekasin, mun on helpompi inspiroitua jostain muusta esimerkiksi valokuvista tai elokuvista. Mulla on enemmän jotain valokuvakirjoja kuin suunnittelukirjoja. Ja kuvituskirjoja on hieno katsoa, esim jotain 60 luvun julistetaidetta kun siinä on kuva ja typo samassa. Alan seuraaminen tulee vähän niinku vahingossa kavereiden kautta facebookissa tms. Mulla ei oo mitään tiettyä tyyppiä jota seuraisin esim Instagramissa. Oon tutustunut lähinnä vapaa-ajan kautta kiinnostaviin tekijöihin.

On välillä tosi noloo kun ei tiedä jotain kuuluisaa tyyppiä, vaikutan sillon ehkä vähän itsekkäältä. Oon muutenkin tosi introvertti ihminen kaikessa mun tekemisessä. Mun oma inspiraatio on enemmän keskittymistä omaan itseeni, työskennellessä taustalla ei oo musiikkia tai muita häiriötekijöitä. Aloitan työskentelyn aikaisin aamulla, jos on liikaa häiriötekijöitä meen sekaisin. Rupeen miettimään jotain muita juttuja ja sit rupeen

ajattelee mitä muut ajattelee. Sit mä myös masennun jos mä luulen keksineeni jonkun uuden jutun ja huomaan netissä et se on tehty viis miljoona kertaa aikasemmin. Parempi vaan elää epä tietoisuudessa. Jotkut taas inspiroituu kun ne näkee jonkun asian ja sit ne haluu tehdä sen paremmin.

Kopioiminen on ihan ok juttu opetellessa jotain. Kun opiskelin niin oli vähän niinkun eri genrejä ja mäkin kuuluin pariinkin genreen, jonka kautta syntyi sitten kiinnostavia juttuja. Viimeistään kun menee työelämään on pakko luottaa itseensä ja irtautua tiukasta yhteisöstä. Mulla lähti aika nopeasti koulun jälkeen ura omille poluille.

Mikä sai sinut irtautumaan designtoimistomaailmasta freelanceriksi?

En usko, että koskaan palaan takaisin mainostoimistoon. Oma yritykseni on tähän asti pisin työsuhteeni. Kuusi vuotta tuli just täyteen. Freelanceriys on ollut aina mun ajatuksissa taka-alalla, mun äiti on kans yrittäjä ja koko elämäni oon kamppaillu sen ajatuksen kanssa et en todellakaan halua olla yrittäjä niinku se, viho viimeseks joku kuvittaja. Sit se vaan meni jotenki et musta tuli yrittäjä. Mun molemmat vanhemmat on yrittäjiä. Mä alotin jo opiskeluaikanana tekee kaikkee kuvituksii ja tommosta, mul oli oma toiminimi ja duuni mainostoimistossa. Jossain vaiheessa ei enää aika riittänyt ja väsyi siihen et oot eka 12 tuntii officella ja sit teet himas duunii. Eli freelanceriys ei tullu tyhjästä vaan on rakentunu koko elämän ajan.

Miten lähestyt työprojekteja. Tulevatko ne asiakkaalta vai otatko yhteyttä asiakkaisiin?

Kyl muhun aika pitkälti otetaan yhteyttä. Mul on itseasias huomenna pitkästä aikaa sellanen keissi et oon ottanu ite yhteyttä ja ehdottanu et tehtäis jotain. Mul on hirveesti ideoita joita en oo ehtiny toteuttaa. Se että asiakkaat on ottanu yhteyttä on ollu pitkälti

mun suhteiden kautta jotka on tullu mainostoimisto ajoilta. Aluks ennen ku asiakkaat tiesi mikä on mun tyyli ne tiesi, että oon se tunnollinen tyyppi joka on aina ajoissa aikataulujen suhteen. Mut mun duunit on edesauttanu sitä mitä töitä saan. Se on jännä et musta tuntuu et aluks kun tein mun omalla tyylillä niin asiakkaat valitsi mielummin sellasen yleisesti hyväksyttävämmän tyylin, sit ku mä vaan vuosia sitten jaksoin olla et tää on se juttu, niin kaikki on kääntyny pääläelleen ja nyt multa tilataan sitä mun tyyliä. Mulla on ehkä ollu tuuri myös siinä et nyt on vähän niinku trendi tehdä käsin, silloin ku mä oon alottanu niin se ei ollu, vaan vektorityyli oli suositin (Esim Kustaa Saksi). Siihen oli vaikea tulla esittelemään mitää käsi kuvitettua.

Ulkoimaille multa tilataan aina sellasta muste script kaunoo, mul on yks referenssi mun kuvitusagenttuuri portfolioissa (Pekka agenttuuri) ja sieltä aina tilataan sitä. Omassa portfolioissa mulla ei oo sitä, koska en ite tykkää siitä tyyllilajista. teen paljon naistenlehtiin kuvitusta ja siinä pitää olla enemmän massoille ja naisille suunnattua. Oon tehny lähinnä jenkkeihin ja britteihin joten siellä on vähän konservatiivisempaa kun esim Suomessa. Suomessa tuntuu, ettei tarvi niin miellyttää isoja massoja. Oman tyylin löytämiseen meni joku 10 vuotta. Koulussa ja työelämässä oli aina tietty tyyli. Tosi kauan kesti et pääsin niistä kahleista irti.

Mä olin pari vuotta töissä Kokoro et Moilla ja mä luulin silloin et mun tyyli oli sitä, kunnes yks kerta tein Jim & Jillille käsin tehdy duunin ja tajusin et tää on parempi ku mikään mitä mitä oon tehny kahden vuoden aikana. Sit uskalsin lähteä sieltä, vaikka se oli pelottavaa irtautua tosi suositusta mainostoimistosta. Nyt mulla on täysin päinvastanen tyyli ja tuntuu siltä, etten kuulu mihinkään suunnittelijaporukkaan. Kun olin nuorempi niin en tuntenut ketään muuta kuvittajaa kun mun äidin. Silloin ei ollu sellasta freelancekulttuurua mitä mä olisin tavallaan ihailtu ja ollu et haluun tehdä isona. Emmä silloin tiennyt et mitä mä haluun tehdä. Mun kaveriki sano silloin mulle et sun pitäis mennä johonki designtoimistoon, sitä kautta sitten se ajatus lähti. En ikinä halunnu olla sellanen frreelancer kun mun äiti, mut samoilla poluilla ollaan.

Mitä materiaalit merkitsevät sinulle kirjainkuvituksessa?

Mitkä ovat eksoottisimmat materiaalit joita olet käyttänyt?

Käytän aika paljon kaikkea mitä löydän ympäriltä. Mul on nytkin sellanen laatikko, joka on täynnä kaikkea kamaa. Esimerkiksi tein pari vuotta sitten himmelin ja rupesin nyt tekee niistä himmelin oljista ja langasta jotain. Sit mä otan paljon valokuvii asioista, saatan ottaa jostain kivasta öljyläikästä kuvan. Käytän aina omaa materiaalia, ja tykkään tarkastella niitä sellasella detajli tasolla, joka juontaa mainostoimisto ajoilta, jolloin logoja tehdessä piti hinkata yksityiskohtia ja tarkastella kaikkea todella detajlitasolla. Värit syntyä yleensä kuvamateriaalista, esim Helsinkiläiselle Kaiku-klubille mun tekemät julisteet on lähteny siitä, että otan yhen kuvan ja sitten lähen rakentamaan siitä mikä vois sopii siihen vierelle ja sit otan kolmannen kuvan joka tuo taas uuden ristiriidan, sillen mä rakennan ne työt. Mul ei oo etukäteen mitään ajatusta, mutta käyn läpi kaikkii mun ottamii kuvii, skannaan myös käsin paljon materiaalia ja selailen sit niitä. Saatan myös koneella istuessa huomata et hei kiva matto ja sit skannan sen. Etin ristiriitoja ja balansseja tekstuureista.

Skannaan työt osissa vaikka teen isojakin töitä. Mulla on a4 skanneri, tarttisin kyl jonku isomman skannerin. Otan myös kuvia kameralla, sillä saa sitten hyvänlaatuisia kuvia. Riittää ihan perusjärkkäri, emmä jaksa keskittyä mihinkään ammatimaiseen kuvaukseen ja valojen säätöön.

Joudutko paljon miettimään mitä työtarjouksia otat vastaan ja mitä et? Pidätkö itsesi brändäämistä suunnittelijana tärkeänä ja miten tekemäsi työt vaikuttavat siihen?

Toi on hyvä kysymys. Mä tarttisin tohon tosi paljon apua, koska nykyään myydään tosi paljon duunia henkilönä. Heti kun sulta tilataan joku duuni siihen halutaan joku teki-jaesittely. Sekin on nykyään tosi paljon trendinä. Se on aina mua ahdistanu koska mä oon sitä sukupolvea joka ei oo selfiesukupolvea. Se on mulle vaan tosi vaikeata, mutta

tulevaisuudessa ois pakko tehdä brändäystä, mutten tiä miten. Ihminen muuttu ja mäkin just täytin 37 ja sain lapsen et en voi välttämättä enää brändää itteeni samalla tavalla kun esim. parikymppisenä. Tarttisin jonkun managerin joka valitsis mitä laittaisin instaan ja joku joka kertois mulle mitä tehdä ja näkis sen ison kuvan.

Mullakin ois ehkä enemmän näytettävää matskua somessa ku mitä oon laittanu. Mä tykkään ehkä eniten siitä prosessista ku lopputuloksesta., mutta mä en vaan ehdi tai muista laittaa niit kuvii. Välillä mä räpsin jotain kuvia mut pitäis vaa enemmän ottaa.

Mua kiinnostaa sellanen melkeen valmis työ, mikä on varmaan kapinaa mun toimistoajoilta. Toisaalta saatan hinkkaa tosi kauan mun töitä, mä maalaan nopeesti jonkun mustetahran, ja sit vaik voisin vaan maalata ja säätää photoshopissa brightness ja contrastia ja säätää niillä sitä mustavalkosuutta työssä, mut mä en tee niin vaan putsaan niitä photarissa ja käytän paljon aikaa opasiteetin säätöön.

Mulla on ollu muutamia tilaisuuksia julkisuudessa mut oon kokenu et ne ei oo varsinaisesti auttanu mun uraa eteenpäin vaan enemmänkin ne mun omat työt on tuonu mulle duunia.

Mitä teet kun sinulla ei ole luova olo?

Ennen mulla oli siis koko työviikko ja viikonloput ja illat, mutta tän lapsen myötä se on muuttunut. Enne oli tärkeä et alotan maanantai aamuna ja mulla on sit hirveesti aikaa valita ja supistaa ja tehdä paljon kaikkea, mut nyt mulla on vaan maanantai ja tiistai jolloin mun lapsi on hoidossa aikaa tehdä kaikki, ei oo aikaa tollasiin isoihin prosesseihin välttämättä.

Nykyään oon miettiny erilaisii tapoja tehdä duunii esim, että piirrän äkkii kuvan itselleni et saan lämmitetty ja sit rupeen tekee duunii, mutta tää on vasta kokeiluvaiheessa oleva metodi. En haluis lähtee piirtää wacom kynällä. mul menee niin paljon paperii, sekin on hirveetä roskaamista. Toisaalta käsintekeminen on sellasta meditatiivista et samalla

rauhottuu.Koulussa kaikki opettajat sano mulle et Linda sä et keskity lopeta se piirtäminen, pilaat kaikki kirjat. Ne ei niinku tajunnu sitä, että ku mä piirrän niin mun aivot on fokusoituneena ja mun on helompi vastaanottaa tietoa. Tajusin myös myöhemmin et oon sellanen oppija, että kirjotan sen asian ite ja piirrän siihen viereen jonkun kuvan. Kun pitää muistaa se asia niin mietin sitä kuvaa ja mitä piirsin sen ympärille. Kun mä rupeen piirtää niin samalla mä keksin ne ideat, mun on esimerkiksi vaikee tehdä jotain luonnoksii. Jos menisin siihen vacomiin, niin se prosessi muuttuis.

Näetkö tulevaisuudessa edelleen tilaa käsintehtyille kirjainkuvitukselle?

Mä oon miettiny tota paljon et jos mennään takas tohon 2000-luvun vektoritrendiin. Mä toisaalta uskon et tulee oleee aina trendit ja vastarendit, se on vähän vaikee sanoo. Mun mutsi on ollu aika kuvittaja ja tehny kaikki käsin, kun tuli tietokoneet niin se putos vähän kärryiltä. Kyl mä uskon et kaikkee tulee oleee, mut joku tulee ole aina isommassa huudossa. Kyllähän sitä ite muuttuu ja pitää ite pysyä pinnalla ja keksii uutta. Pitää yrittää pitää itteensä muutos ystävällisenä ja päivittää omaa tyylii. Veikkaan et trendien seuraus tulee tapahtumaan automaattisesti, jos on vaan kiinnostusta. Ei me voida sille mitään et ollaan aikamme tuotteita. Mä oon niin monta kertaa luullu et oon keksiny jotain uutta mut sit joku on netissä tehny ihan saman jutun. Mä uskon et me ollaan kaikki samassa hetkessä ja välillä joku juttu tuntuu fressiltä ja uudelta. Tuntuu et samat tyylit tulee aina aika ajoin uudestaan muotiin. Munki tyyli muistuttaa just jotai puolalaista 60 luvun tyyliä, mikä on varmaa vaikutteita mun äidin tyylistä ku se teki himassa duunia ja oon kasvanut sen työhuoneessa.