

Zen-taiteen vaikutukset japanilaisten videopelien verkkosivujen web-designissa

Sami Nyssölä

0235422

Pro gradu -tutkielma

Taiteiden tiedekunta, Graafinen suunnittelu

Lapin yliopisto

2015

1. Johdanto	3
2. Kulttuurisen kontekstin vaikutus designissa	6
2.1. Massamediasta maailmankulttuuriin	6
2.2. Design semiotiikka ja visuaalinen viestintä	6
2.3. Estetiikka	8
3. Zen-buddhalainen kulttuuri	9
3.1. Buddhalaisuus ja zen-buddhalaisuus	9
3.2. Zen-buddhalaisuus ja Japanilainen eksoottiikka länsimaissa	10
3.3. Zen-buddhalaisuus japanilaisessa populaarikulttuurissa	12
4. Zen-taiteen ihanteet	14
4.1. Zen-buddhalainen taidefilosofia	14
4.2. Zen-buddhalaisen taiteen kaanonit ja ihanteet	15
4.2.1. Ihanteiden arvioinnin terminologiaa	15
4.2.2. Maalaustaiteen kaanonien semioottinen analysointi	17
5. Web-suunnittelu	22
5.1. Web-suunnittelun kehittyminen	22
5.2. Web-suunnittelu kulttuurin näkökulmasta	22
5.3. Japanilaisen web-designin tunnuspiirteitä	24
6. Tutkimuskysymys, analyysimalli ja aineisto	27
6.1. Tutkimuskysymys	27
6.2. Analyysimalli ja luotettavuus	27
6.3. Aineisto	28
7. Materiaalin kvalitatiivinen analyysi	31
7.1. Youkai Watch	32
7.2. Pokémon Omega Ruby & Alpha Sapphire	34
7.3. Monster Hunter 4G	36
7.4. Super Smash Bros. Nintendo 3DS:lle ja Wii U:lle	37
7.5. Mario Kart 8	38
7.6. Dragon Quest Monsters 2	40
7.7. Kirby Triple Deluxe	42
8. Analyysin tulokset	46
9. Pohdinta	48
Lähteet	52

Tiivistelmä: Tulkitseen zen-taiteen ihanteita visuaalisen semiotiikan käsitteillä ja tutkin ilmenevätkö ne Japanin vuoden 2014 myydyimpien videopelien verkkosivuilla ja jos, niin miten.

1. Johdanto

Vaihto-opiskellessani Japanissa 2011 - 2012 hämmästelini japanilaista visuaalista mediaa. Televisio, lehdet ja internet-sivut tuntuivat toimivan eri säännöillä, kuin mihin olin itse tottunut. Televisio-ohjelmia koristivat joskus suurimman osan ruudusta peittävät värikkäät tekstitykset, lisätiedot ja kuvat enkä aina tiennyt, milloin oltiin mainoskatkolla ja milloin itse ohjelman parissa (kuva 1). Joissain lehdissä ahdas taitto sai lukutaitoni niin koetukselle, etten tiennyt, missä yksi artikkeli loppui ja toinen alkoi. Web-sivut eivät olleet poikkeus.



Japanilainen televisio-ohjelma (kuva 1)

Japanin vierailuin verkkosivu on vuosikymmenien ajan ollut Yahoo! Japan (kuva 2). Verrattuna esimerkiksi Iso-Britannian Yahoosivustoon ero ulkonäössä on huomattava. Kuten Yahoo! Japanin nimestä ja sivuston kielestä voi päätellä, sivusto on tarkoitettu japanilaiselle yleisölle eikä monikulttuurista tulkittavuutta ole ollut syytä pohtia. Sivusto lienee palvellut tarkoitustaan erinomaisesti, sillä Japani on ainoa maa, jossa Yahoo on kaikkein vierailuin verkkosivusto.

今日もっと簡単に、Yahoo! JAPANへアクセスしよう [詳しくはこちら](#) 開く

ホームページに設定する ヘルプ

BB Yahoo! BB ヤフオク! My Yahoo! **YAHOO! JAPAN** ツールバー ショッピング みっす カテゴリ一覧 サイトの登録 無料ID活用

ウェブ 画像 動画 辞書 知恵袋 地図 リアルタイム 一覧

検索

クリエイティブアワード、アニメ作品発表 ▶ うまいモノがそろい、北海道ご当地モール ▶ 「お出かけしたくなる情報」をアプリがお届け

主なサービス

- ショッピング
- ヤフオク!
- LOHACO
- 旅行、ホテル予約
- ニュース
- 天気
- スポーツ
- ファイナンス
- テレビ
- GyaO!
- ゲーム
- Y!マガ
- 地図
- 路線
- 食べログ
- 求人、アルバイト
- 不動産
- 自動車
- 掲示板
- ブログ
- 美容、ダイエット
- 出会い、お見合い
- クックパッド
- お気に入り
- 電子書籍
- 映画
- 占い
- 地域
- 求人
- 転職
- バイト
- 派遣
- 医療

ニュース

2時8分更新

- 川内原発 住民説明会で怒号 **News!**
- 朝日の第3者委 解体提言も **News!**
- 台風 体育の日上陸なら史上初 **News!**
- 飲酒の調査が交通取り締まり **News!**
- ユニクロ増収もJブランド不振 **News!**
- 前人未到内村 高すぎる理想 **News!**
- 西村主審、国際舞台から退く
- デヴィ夫人 淡路さん長男提訴

もっと見る 記事一覧

2周年感謝セール 日用品が安い! 1,900円(税込)以上送料無料 最短当日お届け

もう読んだ?
気になる記事を斜め読み

最近配信されたさまざまなジャンルの記事から、あなたの生活に役立つ(かもしれない?)ネタをピックアップ。

- 年節別平均給与額は?
- 家庭的だと思ふ女性のタイプ
- 「貯蓄できない度」チェック
- 「凡ゆる」敷を気にする人は
- 髪にまつわるワンポイント
- レンジで簡単、石けん再生
- 目元のピクピク、何が原因?
- 「赤身肉」のダイエット効果

空中系エクササイズ

映像トピックス

- 妻激白「日本疲れた」にサンコンが激怒
- カラーで見る107年前の東京・日本橋
- 狭くてヒヤヒヤ…ランプを搬出する光景
- 孤独のグルメ風「妖怪ウォッチ」に騒然

TOCCO! PREMIUM SALE CLUB

61%OFF 特別クーポン

1泊 食事付 82円旅行

詳しくはこちら

ログイン

IDでもっと便利に新規取得 ログイン履歴 登録情報

メール - メールアドレスを取得

2014年10月10日(金)

今日の天気 (東京) 20% 27°C / 17°C

明日の天気 (東京) 30% 24°C / 18°C

雨雲レーダー

港区

運行情報

- 京浜東北根岸線 運転再開(00時45分)
- 東海道本線[東京~熱海] 運転再開(00時45分)
- 横須賀線 運転再開(00時38分)

現在の運行情報(11件)

カレンダー 今日 運勢 牡羊座 54点

緊急地震速報や豪雨予報をいち早くお知らせ

ポイントを確認

ログインしてFacebookの新着を確認

提供: Yahoo! JAPAN

Yahoo!プレミアム 毎月8回の英語レッスン無料

マクドナルドのおトクな割引クーポン進呈中

www.yahoo.co.jp (kuva 2)

Tutkielmassani aion perehtyä japanilaisten videopelien web-sivustojen designiin ja tutkia, miten kulttuurinen konteksti näkyy niiden suunnittelussa. Internetin kautta vieraisiin kulttuureihin voi tutustua vaikka kännykän ruudulta. Muiden kansojen virtuaaliset kokoontumis- ja kauppapaikat ovat vain klikkauksen päässä ja niiden vierailijana saattaa törmätä samanlaisiin ongelmiin kuin matkustaessa. Esimerkiksi kielimuuri, vieras kulttuuri ja outo ympäristö voivat tuoda seikkailun tunnun tai koti-ikävän. Ihmiset eri ympäristöissä ovat ratkaisseet samat ongelmat monin eri tavoin: kun ruoka on pitänyt saada lautaselta suuhun, toisaalla päädyttiin syömään sormin, toisaalla taas haarukalla tai syömäpuikoilla. Internetissäkin näkyvät kulttuurit ja ihmiset tapoineen.

Web-selaimen kautta voi löytää sosiaalisia verkostoja, videoiden suoratoistopalveluita, linkkiportaaleja ja kauppasivustoja, joiden sisältö on kulttuuria dynaamisimmillaan massamediasta yksityiseen viestintään. Palvelujen tarjoajat ovat joutuneet kehittämään toimintansa julkisivuksi web-sivuja, joilta käyttäjät ymmärtävät, mitä palvelu tarjoaa ja miten se toimii. Facebook ja Google ovat hyviä esimerkkejä äärimmäisen monikulttuuriselle ja laajalle yleisölle tarkoitetuista palveluista. Niiden sivustot ovat yksikertaisia ja tehokkaita eikä vierailijaa hämmennetä monimutkaisella käyttöliittymällä, mutta kokenut käyttäjä voi löytää tarvittaessa tarkemmat toiminnot. Yksinkertainen rakenne myös antaa tilaa monimuotoiselle sisällölle, joka on usein varsinainen syy vierailulle sivustolla.

Verkkosivuston toiminnan onnistuminen vaatii yleisön ja sivuston sujuvan interaktion. Tämän vuoksi verkkosivun täytyy olla paitsi sisällöltään, myös muodoltaan yhteensopiva yleisön odotusten ja käytön kanssa. Tätä varten sivuston suunnittelussa on täytynyt ottaa huomioon yleisön kulttuurihistorialliset tottumukset, ja japanilaisessa taiteessa zen-buddhalainen taide on vaikuttanut vuosisatojen ajan erilaisilla taiteen aloilla. Zen-buddhalaisen taiteen vaikutukset näkyvät Japanissa tänäkin päivänä esimerkiksi arkkitehtuurissa, musiikissa ja maalaustaiteessa. Zen-buddhalaisuutta pidetään useissa yhteyksissä japanilaisen kulttuurin ja taiteen merkittävänä piirteenä, joten sen ihanteiden voi olettaa muun taiteen tavoin toistuvan myös web-designissa. Tutkielmassani tarkastelen sosiaalisemiotiikan teorioilla, onko zen-buddhalaisten taideihanteiden vaikutuksia nähtävissä japanilaisten videopelien verkkosivustoilla.

2. Kulttuurisen kontekstin muodostuminen

2.1. Massamediasta maailmankulttuuriin

Taideliikkeet ja ideologiat ovat vaikuttaneet suuresti taideihanteiden ja visuaalisen viestinnän kulttuurillisten merkitysten kehittymiseen. Esimerkiksi Bauhaus-liike vastasi kasvavan keskiluokan tarpeisiin 1900-luvun alkupuolen Euroopassa funktionalismilla ja minimalistisilla muodoilla. Yksinkertaistettu geometria mahdollisti suuren skaalan standardoinnin ja massatuotannon, mikä on näkyvässä typografiassa (Bennett & McCoy 2007, 202). Modernistisessa taiteen tulkinnassa haluttiin löytää ja luoda ns. taiteen universaalia kieltä, ja taiteen luomisessa ja arvostelussa keskityttiin muotoon merkityksen sijaan. Massamedia pyrki siis luomaan toimivia suuren skaalan ratkaisuja visuaaliselle viestinnälle. Televisio, elokuvat ja painettu media loivat median, jota koko kansa saattoi seurata yhdessä.

Toisen maailmansodan jälkeen, kun informaatioteknologia yleistyi, populaarikulttuuri kasvoi ja talous ja kulttuuri alkoivat globalisoitua, alettiin puhua postmodernismista. Modernismin massaihanteiden sijaan postmodernismi korostaa moniarvoisuutta ja yksilöllisyyttä. Postmodernismi hämärtää hyvän ja huonon maun rajaa ja sekoittaa korkeakulttuurin ja viihteen, paikallisen ja etninen kulttuuri sulautuvat maailmankulttuurin tuotteiksi (Modernismi ja postmodernismi).

Internetissä median kuluttaja voi seurata useita uutislähteitä ja monipuolista viihdettä ympäri maailman. Rajana on lähes vain sisällön löytäminen paljoudesta, sillä esimerkiksi Youtube-videopalveluun tallennetaan moninverroin enemmän videoita kuin kukaan pystyisi katsomaan. Median seuraaja on aktiivinen osa sen kulutusta, jolloin viestijän ja yleisön välinen suhde voi olla arvaamatonta ja interaktiivista.

2.2. Design semiotiikka ja visuaalinen viestintä

Taiteen ja suunnittelun toteutukseen vaikuttaa kulttuurinen konteksti. Design semiotiikka tutkii, miten tietyt design-elementit toimivat erilaisissa kulttuureissa. Tärkeitä kysymyksiä ovat muodon tuoma kulttuurisidonnainen merkitys, tuotteen ja muodon sisällön yhteinen viesti ja se, toimiiko tuote toivotulla tavalla designin ja kulttuurin näkökulmasta (Laurent-Neva

2015). Verkkosivujen suunnittelussa on siis tärkeää luoda sisältöä, jonka kohdeyleisö tunnistaa ja joka herättää toivotun reaktion, kaikki ratkaisut eivät toimi joka yleisölle yhtä hyvin. Materiaalin verkkosivut ovat japanilaisille videopelaajille suunnattuja, mikä on lähtökohtana kulttuurisen kontekstin tarkastelulle.

Sivustot ovat mainosmateriaalia ja mainokset ovat yksi tärkeimpiä kulttuurillisia tekijöitä, jotka vaikuttavat ja heijastelevat elämäämme nykyään (Bennett & Soar 2006, 206). Mainokset osallistuvat yhteisön viestintään ja ammentavat siitä sisältönsä, tavoitteenaan viedä tarkoitettu viesti yleisölle. Mainokset eivät kuitenkaan ole vain läpinäkyviä viestien tuojia. Mainosten muoto on osa mainoksen sisältöä, jolloin voidaan puhua muodon sisällöstä (Williamson 2002, 23). Sisältönsä lisäksi mainoksen visuaalinen rakenne on siis täynnä kulttuurillisia merkityksiä. Sivustojen rakenteesta voidaan etsiä piirteitä ja ominaisuuksia jotka suunnittelijat ovat katsoneet toimiviksi japanilaiselle yleisölle viestiessä.

Semiotiikassa yleisöllä on suuri rooli viestinnän onnistumisessa, sillä viestin vastaanottaja joutuu aktiivisesti tulkitsemaan sen merkityksen. Muodon, viestin ja vaikutuksen tutkimiseksi Aristoteles määritteli teoksen ja vastaanottajan suhdetta termein *Poiesis* (taiteilijan tarkoitus teoksen luomisessa), *Mimesis* (mitä teos ilmaisee sellaisenaan) ja *Katharsis* (teoksen vaikutus vastaanottajaan). Tämä on tarkastelun lähtökohta, jossa teoksen lopullinen merkitys koostuu niin taiteilijan työstä kuin vastaanottajan kokemuksesta. Tämä on myös lähtökohtainen rakenne semiotiikassa.

Roland Barthesin 'Kuvan retoriikassa' denotaatio tarkoittaa kuvan kirjaimellista ja konnotaatio symbolista merkitystä visuaalisessa viestinnässä. Kirjaimellinen viesti yhdessä symbolisen tulkinnan kanssa muodostaa kuvan ikonisen viestin, eli merkin ja merkityksen luoman kokonaisuuden. Yleisö siis osallistuu aktiivisesti viestin merkitykseen oman kulttuurinsa uskomuksilla, joiden kautta teoksen lopullinen tulkinta muodostuu. Varsinkin mainonnassa suunnittelija usein pyrkii herättämään yleisön valmiita käsityksiä yhdistääkseen ne uuteen aiheeseen. Niitä hyödyntämällä design voi pyrkiä tavoitteeseensa, kuten toiminnan aikaansaaminen, opastus tai kokemuksen luominen. (Bennett & Tyler 2006, 37-38)

Kaikki viestin tulkitseminen vaatii omanlaista lukutaitoaan, joka täytyy oppia. Kun valokuvat alkoivat yleistyä 1800-luvulla, yleisön oli vaikea hahmottaa kaksikulotteisia kuvia, joten valokuvia arkisesti käyttävien kulttuurien oli käytävä läpi sopeutumisprosessi. Taideihanteiden ja estetiikan

lähtökohtien tarkastelua varten täytyy katsoa pitkälle kulttuurin historiaa. (Chandler 2007, 161.)

2.3. Estetiikka

Vuonna 1750 saksalainen filosofi Baumgarten määritteli estetiikan aistihavaintojen tieteenä teoksessaan *Aesthetica*. Samoihin aikoihin englantilainen filosofi David Hume esitti kirjassaan *The Standard of Taste* että jokainen mieli tulkitsee eri kauneiden, mutta silti hän uskoi, että olisi mahdollista kehittää järkiperäisiä perusteluja aistihavaintojen filosofiseen argumentointiin. Filosofi Immanuel Kant ei ollut yhtä mieltä Baumgartenin kanssa, vaan sanoi ettei makuasioista voida kiistellä, sillä filosofisen argumentoinnin säännöt maun arvioimiseksi ovat keksittyjä eivätkä voi koskaan nousta määräämään tapaamme aistia. (Hardt 2005, 3.)

Michael Hardt kirjoitti estetiikasta, ettei esteettinen arvostelu ole yksityinen eikä yhteinen, vaan yleistä järkeä olevia yksittäistapauksia: "Esteettinen arvostelu ei vaadi yksimielisyyttä, se vain kutsuu olemaan yhtä mieltä. Se sallii muut mielipiteet." (Hardt 2005, 3). Taiteen arvostelun tieteellisessä argumentoinnissa sanotaan olevan aistittava makuasia, sillä tulkittavasta löytyvä sisältö riippuu siitä, mitä tulkitsija siitä ymmärtää. Jokaiselle kokijalle teoksen lopullinen vaikutus tai esteettinen kokemus on siis aina erilainen.

Eri kulttuurien tottumukset ohjaavat yleisön reaktioita mediaan. Vastaanottaja soveltaa omaksumiaan filosofisia, esteettisiä tai kulttuurillisia koodeja tulkitessaan teosta (Giraud 1975, 65). Esteettiset koodit tuovat tulkintaan konnotatiivisen sisällön, joka vaihtelee kulttuureittain ja ajan kanssa. Esimerkiksi muinaiset taideteokset voivat vaikuttaa meille kummallisilta, sillä teosten sisältö ei vastaa esteettisiin koodeihin samalla tavalla (Chandler 2007, 162). Kun zen-buddhalaisen taiteen käytäntöjä ja filosofioita on dokumentoitu ja harjoitettu vuosisatojen ajan, muinaiset teokset saattavat yhä olla luontevia japanilaisten esteettisessä koodistossa.

3. Zen-buddhalainen kulttuuri

3.1. Buddhalaisuus ja zen-buddhalaisuus

Zen-buddhalaisuus ei välttämättä ole tuttu uskonto monelle suomalaiselle. Sanaa zen on käytetty paljon markkinoinnissa ja moninaisissa brändeissä, joka hämärtää sanan alkuperäistä merkitystä uskontona tai filosofiana. Muun muassa elektroniikkateollisuus on käyttänyt zeniä ainakin sanana moneen tuotteen ja palvelun nimessä tai konseptissa. Voi olla, että rauhalliseksi ja elämänmyönteiseksi mielletty zen tuo kaivattua kontrastia hektiselle ja kuluttavalle teknologiateollisuudelle.

Zen-buddhalaisuus on melkein tuhat vuotta vanha Japanissa kehittynyt buddhalaisuuden suuntaus. Buddhalaisuus alkoi Himalajan vuoriston eteläpuolella n. 500 eaa. valaistuneeksi kutsutun prinssi Siddharta Gautaman opetusten pohjalta. Gautama oli ensimmäinen buddha, eli valaistunut. Zenin sanotaan alkaneen, kun buddhalaiset opit yhdistyivät kiinalaisten kansojen uskomuksiin. Uutta oppia kutsuttiin kiinassa chaniksi, koreassa seoniksi ja japanissa zeniksi. Sana juontaa sanskritin sanasta dhyana, joka tarkoittaa mietiskelyä. Perimätiedon mukaan intialainen munkki Bodhidharma (japaniksi Daruma) toi zenin Kiinaan 500-luvulla. Legendan mukaan zen alkoi visuaalisesta illuusiosta, kun saarnan sijaan Buddha piteli vain kädessään kukkaa ja yksi seuraaja ymmärsi tämän merkityksen (Addiss 1989, 6).

Ensimmäinen japanilainen zen-mestari oli Myouan Eisai (1141-1215). Luostareissa asuvat munkit pitivät yhteyttä manner-Aasiassa uskontoa harjoittaviin munkkeihin ja taiteen, ajatusten ja esineiden vaihto kukoisti luostareiden välillä. Japanin historiallisella Muromachi-kaudella (1392-1568) zenistä muodostui valtakulttuuri. Ashika shogunaatti huomasi zenin potentiaalinen sotilasvallan uskonnoksi ja zen alkoi vaikuttaa koulutuksessa, taiteessa sekä hallituksen toiminnassa (Addiss 1989, 8-9). Tämä johti zen-filosofioista ammentavan kulttuurin kehitykseen ja kukoistukseen, josta ovat seurausta monet Japanin kulttuurille tunnuspiirteiset asiat, kuten Ikebana-kukka-asetelmat, kivi- ja sammalpuutarhat, teeseremoniat, bushido-soturioppi, haiku-runous, pensselikalligrafian yleistyminen, zen-lähtöinen arkkitehtuuri ja maalaustaide. Myöhemmin vuosisatoina zenin asema valtauskontona hiipui, mutta taide ja filosofia jatkoi kehittymistään. Kun

valtio ei puuttunut zenin harjoittamiseen, munkit ottivat vapauksia taiteen suhteen ja zen-taide ja harjoitteet kansanomaistuivat. (Addiss 1989, 10-11.)

Buddhalaisuuden määrittelyä uskonnoksi on kyseenalaistettu sillä perusteella, ettei buddhalaisuuteen katsota kuuluvan yliluonnollisia olentoja, jumalia tai voimia. Buddhalaisuutta sekä zen-buddhalaisuutta kutsutaan useissa yhteyksissä filosofioiksi, koska ne kannustavat uskomisen sijaan kriittiseen ajatteluun. Zen-filosofi Shin'ichi Hisamatsu kirjoitti esseessään "Ateismi" olevansa ateisti juuri Zen-valaistumisensa vuoksi: "Nyky aika on kehittynyt niin, että ihmiset ovat yhä vapaampia Jumalan laista ja soveltavat omaa lakiaan" (Addiss 2000, 10).

Japani on uskonnollisesti vapaa maa jossa noin 70% japanilaisista ei kuulu mihinkään uskontokuntaan. Kuitenkin noin 90% japanilaisista käy shinto-pyhätöillä rukoilemassa silloin tällöin (McQuaid 2000). Shintolaisuus on Buddhalaisuuden lisäksi toinen perinteinen uskonto, mutta "shintolainen" tai "shintolaisuus" eivät ole japanilaisille luontevia käsitteitä luonnehtimaan uskonnollista suhdetta. Japanilaisten suhde uskontojen harjoittamiseen on joustavaa ja käytännönläheistä: jotkut saattavat häöpäivänään käydä niin shinto-pyhätöllä, buddhalaisella temppelillä kuin kristityillä kirkolla pitämässä seremoniansa, vaikkeivät tunnustaisi yhtäkään näistä uskonnoista.

Suurimman buddhalaisuuntauksen Mahayanin olennainen konsepti on elämän kärsimys, joka jatkuu, koska ihminen haluaa asioita eikä voi olla tyytyväinen. Tyytyväisyys voidaan saavuttaa vain haluista luopumalla, joka johtaa valaistumiseen. Valaistuneen sanotaan ymmärtävän olemassaolon perimmäisen luonteen eikä enää takerru maailmaan. Zenin perusfilosofia on pääpiirtein sama. Suzukin mukaan erona on filosofian harjoittaminen: suoraan oman olemassaolon mysteeriiin katsominen, mikä Zenissä on itse todellisuus. Zenin harjoittamisessa ei seurata sanallisia tai kirjoitettuja opetuksia, eikä uskota itseä suurempiin olentoihin tai askeettisiin harjoituksiin, vaan omaan sisäiseen kokemukseen. Tämän sisäisen kokemuksen kautta voi saada intuitiivisen ymmärryksen asioista, tätä kutsutaan satoriksi, joka on Zenissä erittäin keskeinen käsite. Zen ja satori ovat jopa synonyymejä toisilleen (Suzuki 1959, 218).

3.2. Zen-buddhalaisuus ja Japanilainen eksoottikka länsimaissa

Länsimaiden ja zen-buddhalaisuuden kulttuurivaihto alkoi 1800-luvulla ja nykyään zenin harjoitetaan laajalti myös länsimaissa. Länsimaissa zen on

kuitenkin saanut yksinkertaisemman ja eksoottisen muodon, jossa on läsnä Japanin historiallinen eristäminen omaksi kulttuurialueekseen (Porcu 2015, 39).

Zen-taide ja zen-kulttuuri ovat termejä, joita on usein käytetty japanilaisen kulttuurin esittämisessä länsimaissa, mutta tämä yksinkertaistaminen marginalisoi muita buddhalaisuuden perinteitä myös akateemisella tasolla (Porcu 2007, 53). Porcu esittää syyksi japanilaisen kulttuurin yksipuoliselle tarkastelulle länsimaissa kuuluisia zen-filosofeja kuten Suzuki Daisetsu 鈴木大拙 (1870–1966), Hisamatsu Shin'ichi 久松真一 (1889–1980) ja Eugen Herrigel (1884–1955), sillä heidän esittämänsä kuva japanilaisesta kulttuurista on usein nationalistisesti väritynyttä, erikoisuuteen ja henkiseen yliveraisuuteen pyrkivää. Tämä lähestymistapa on johtanut väärinymmärryksiin japanilaisesta buddhalaisuudesta ja kulttuurista, jotka jatkuvat yhä (Elizabetta Porcu 2007, 53). Esimerkkinä epätietoisuuden seurauksista Japanin suurin buddhalaisuuden suuntaus on Jodo Shinshuu, eli shin-buddhalaisuus, mutta se ei ole yhtä tunnettu länsimaissa kuin zen-buddhalaisuus, joten sen roolia japanilaisen kulttuurin kehityksessä on ylenkatsottu uskontojen tutkimuksessa (Elizabetta Porcu 2007, 53).

Nishida Kitarou (1870-1945) perusti Kiotossa Zen-buddhalaisen Rinzai-lahkon ja pyrki yhdistämään länsimaisen filosofian metodologiaa itämaisiin hengellisiin perinteisiin. D.T. Suzuki, itämaista filosofiaa käsittelevistä kirjoistaan ja käännöstyöstään kirjailija, on länsimaissa kuuluisin Kitaroun opeista kirjoittaja. Uransa aikana Suzuki opetti ja kirjoitti niin Japanilaisissa kuin Yhdysvaltaisissa yliopistoissa, ja hänen työnsä kulminaatiopisteenä pidetään Zen Buddhism and Its influence on Japanese Culture (1938) -kirjaa, joka oli sensaatio länsimaissa (Seo 2000, 13). Suuri osa länsimaisesta japanilaisen- ja zen-buddhalaisuuden kirjallisuudesta ja tutkimuksesta pohjautuu siis varsin yksipuolisesti Rinzai-koulukunnan näkemyksille ja nykyään varsin kansallismielisille ja arvoiltaan vanhanaikaisille teoksille.

Kuva uniikista Japanista saattoi kehittyä pönkittämään maailmansodasta toipuvan Japanin identiteettiä tukeutumalla kieleen ja kulttuuriin. Japanilaiset alkoivat menestyä taloudellisesti länsimaiden veroisesti, joten antropologinen tutkimus alkoi käsitellä Japania yksittäisenä ilmiönä, johon suuren linjan taloushankkeet oli hyvä sovittaa (Vesterinen, Seppänen 1993, 42).

3.3. Zen-buddhalaisuus japanilaisessa populaarikulttuurissa

Japanilainen elokuvakulttuuri on kehittynyt paljolti länsimaisen kulttuurin, kuten Hollywood-elokuvien, vaikutuksessa. Vähemmän puhuttua on japanilaisen manga-sarjakuvan vaikutteet yhdysvaltalaisesta sarjakuvaperinteestä, sillä manga-sarjakuvat ja anime-animaatio mielletään yleensä yksinomaan japanilaisiksi eikä lukuisten kulttuurien yhteisten vaikutusten tuotteiksi. Tällainen oletus puhtaudesta ja ainutlaatuisuudesta on rajoittavaa, joten niin taiteen kuin zen-buddhalaisuudenkin tarkastelussa on hyvä ottaa huomioon kulttuurienväliset vaikutukset. (Porcu 2015, 39.)

Zen-buddhalaisia piirteitä käytetään japanilaisessa populaarikulttuurissa suurelle yleisölle tarkoitetuissa tuotteissa, kuten elokuvissa ja sarjakuvissa, edistämään yleisön mielikuvaa zenistä (Porcu 2015, 37). Esimerkiksi Saint young men -manga-sarjakuvassa päähenkilöinä ovat Buddha ja Jeesus (kuva 3). Japanilaisessa kulttuurissa buddhalaisten temppelien mielletään yleensä liittyvän esi-isien muistamiseen ja hautajaisrituaaleihin, mutta useissa tuoreissa teoksissa kuvataan zen-buddhalaisten munkkien arkea eloisana osana yhteisöä. Esimerkiksi elokuvassa 'Abraxas matsuri' (2010) zen-buddhalainen munkki ryhtyy rock-muusikoksi, vaikka länsimainen musiikki edustaa vapautumista perinteisen buddhalaisuuden edustamista säännöistä.

Japanilaisissa videopeleissä uskonnolliset tai myyttiset teemat toistuvat usein, kuten esimerkiksi lapsille suunnatussa Youkai Watch -pelisarjassa, jossa päähenkilö löytää tooroo-kivilyhdyn kaltaisesta kolikkoautomaatista youkai-kummituksen. Perinteisesti tooroo-lyhtyjä rakennetaan buddhalaisten temppelien yhteyteen. Myös Pokémon pelisarjan Gold ja Silver -versioissa on buddhalaisten temppelien kaltaisia rakennuksia, joista yhdessä pelaaja voi kamppailla buddhalaisten pappien näköisiä vastustajia vastaan. Japanilaisessa versiossa hahmojen nimi on ぼうず [boozu] eli buddhalainen pappi, kun taas englanninkielisessä käännöksessä hahmon nimi oli sage, eli tietäjä. Pokémonissa on myös olento nimeltään Darmanitan, jonka nimi tulee zenin oppi-isä Darumasta, kuvassa vasemmalla on Darumaa esittävä perinteinen nukke ja oikealla Darmanitan (kuva 4). Se pystyy muuttumaan patsaaksi ja tätä kutsutaan pelissä zen-moodiksi ja sen sanotaan meditoivan.

Sikäli kun uskonnot ovat puhetta herättävä ja tärkeä teema useissa kulttuureissa, olisi ihme jos populaarikulttuuri ei käsittelisi niitä. Uskonto

saattaa kuitenkin olla hienovarainen aihe, joten uskonnon esittämisen tapa ja konteksti voivat kertoa kulttuurin suhteesta tiettyyn uskontoon tai uskontoihin yleensä.



(kuva 3)



(kuva 4)

4. Zen-taiteen ihanteet

4.1. Zen-buddhalainen taidefilosofia

Kertomusten mukaan mustemaalustaide saapui Japaniin Kiinasta 600-luvulla buddhalaisten munkkien mukana. Kukoistukseensa taiteen sanotaan nousseen 1300-1600-luvulla Muromachi- ja Momoyama kausien aikana. Näiden aikojen maalauksia pidetään esimerkillisinä teoksina (Servomaa, Seppänen 1993, 100). Tämä oli kausi, jona zen oli japanin valtionuskonto. Muromachi-kauden jälkeistä kuvallista ja kaligrafiamaalustaidetta kutsutaan zengaksi (禅画), eli zen-maalaukseksi. Zenga ei ole taidetta taiteen vuoksi eikä tilaustöitä, vaan teokset on tehty osana meditaatiota (Addiss 1989, 6). Teknisenä ihanteena pidetään rohkeita ja räväköitä siveltimen vetoja.

Luonto on erittäin tärkeä käsite kiinalaisessa, japanilaisessa ja ehkä koko Aasian taiteessa. Intialainen filosofi Ananda Coomaraswamy (1877–1947) on sanonut itämaisen taiteen lähtökohtana olevan luonto sellaisena kuin se toimii, ei sellaisena kuin se ilmenee. Kiinalainen historiallinen taiteilija Chang Yenyuan (n. 815–877) on sanonut, että taiteen alkujuuret ovat luonnossa, eivät ihmisten päätöksissä tai tekemisissä. (Servomaa, Seppänen 1993, 101.)

Itämaisessä taidefilosofiassa luontoa pidetään asioiden kosmisena järjestyksenä tai perimmäisenä tilana. Zen-filosofiasta kuuluisa sanonta on, että kaikki on yhtä ja yksi kaikkea. Tällä ei tarkoiteta, että olisi yksi, joka olisi kaikkea tai toisinpäin, vaan kuvastetaan intuitiota maailman olemisesta ja olematta olemisesta sellaisenaan. Kysyttäessä, mitä zen on, zen-oppinut voi yhtä hyvin vastata että se on zeniä tai ei ole zeniä. (Suzuki 1959, 30-31.)

Tyhjyys on zen-filosofiassa keskeinen käsite, jonka sanotaan juontavan buddhalaisuuden käsitteestä olemassaolon perimmäisestä luonteesta. Zenin tyhjyydellä ei tarkoiteta metafysisistä olevaisuuden ja olemattomuuden kahtiajakoa, vaan konkreettista olematta olemista niin kuin valkoinen paperi kalligrafiassa tai tauko nuoteissa. Muoto edellyttää tyhjyyttä ja tyhjyys määrittää muotoa (Marangioni 2008, 128). Tämän ja monien muiden zenin käsitteiden havainnollistaminen tapahtuu luontevimmin taiteen keinoin, joten taide, kuten esim. kalligrafiakirjoitus ja maalaustaide, on aina kuulunut olennaisena osana zenin harjoittamiseen.

Estetiikan ja aistinnan määrittäminen yksilölliseksi kokemukseksi muistuttaa zen-buddhalaisuuden ajatusta satorista, eli siitä miten asioiden todellisen luonnon sanotaan ilmenevän sitä tarkastelevalle määrittelemättömänä aistimuksena, jonka tietää vain kokemalla (Suzuki 1959, 220). Suzukin mukaan satori on taiteilijan elämässä ylimmäinen kokemus: taiteessa satori on psykologisesti sanottuna alitajunnan tiedostamista. Sitä ei voi opettaa, sillä se on määrittelyä pakeneva mysteeri, asioiden henkinen rytmi, joka pitää itse opetella tuntemaan. Onnistuneista taideteoksista voi aistia tämän rytmin. Suzuki kuvailee kuvataiteilijan ihanteita seuraavasti: taiteilijan tehtävänä ei ole vain kopioida tai imitoida luontoa, vaan antaa esineelle tarkoitus itsessään.

Varsinaisen zen-taiteen tekeminen on hyvin institutionalisoitunutta, sillä ammattimaista zen-taidetta tekevät vain zenille omistautuneet munkit. Zen-mestarit eli Roshit tekevät taidetta, joista heidän oppilaansa ottavat oppia jopa vuosikymmenten ajan. Taiteen tekeminen ei kuitenkaan ole zen-munkille pääasiallinen toimi, vaan vain osa meditaation harjoittamista ja opettamista. Jotkut ovat kyseenalaistaneet zen-maalausten kutsumista taiteeksi, sillä se ei pyri estettiseen nautintoon (Addiss 1989, 15). Kirjoittamassaan artikkelissa Shin-ichi Hisamatsu tähdentää, että vaikka teos noudattaisi pinnallisesti zen-taiteen piirteitä, se ei edusta zeniä, ellei siinä ole tulkittavissa uskonnollista merkitystä (archiv.ub.uni-marburg.de).

4.2. Zen-buddhalaisen taiteen ihanteet ja kaanonit

4.2.1. Ihanteiden arvioinnin terminologiaa

Zen-taide pyrkii käsittelemään filosofisia merkityksiä, mutta siinä toistuvat usein tietyt esteettiset piirteet sekä ilmaisulliset ja tekniset ihanteet. Suzuki ja Hisamatsu ovat pyrkineet selittämään näitä ihanteita seuraavasti:

Wabi-sabi: Wabi on zen-termi, joka merkitsee köyhyyden ihannointia ilmaisussa. Teeseremoniamestari Sen no Rikuy (1522 - 1591) luonnehti wabi-esteettistä teeastaston tekemistä seuraavasti: "Hyvän teelusikan tekemiseksi, leikkaa bambua, mutta niin ettei se näytä kauniilta. Teeastian tulee olla rujo. Sen pohja tulee muotoilla niin, ettei se vaikuta tarkasti tehdyttä" (Marangioni 2008, 300).

Wabin voi myös sanoa kuvastavan epämuodikkautta. Suzukin mukaan

wabi on syvällä japanilaisessa kulttuurissa, jossa köyhyyttä arvostetaan länsimaisesta yltäkylläisyydestä huolimatta. Kyse on keinotekoisuuden särkemisestä ja asioiden perimmäisen luonteen kohtaamisesta. "Kun viivaa ei olekaan siinä, missä sen olettaisi olevan, voi kokea yllättävän mielihyvän. Vaikka se olisi selvä virhe, se ei tunnu siltä, ja näin epätäydellisyydestä tulee täydellisyyden muoto. Selvästikään kauneus ei edellytä muodon täydellisyyttä. Tätä käytetään laajalti japanilaisessa taiteessa, kun epätäydellisyys ja jopa rujous tulevat kauniiksi" (Suzuki 1959, 23).

Kun epätäydellisyyden estetiikka yhdistyy primitiiviseen viimeistelemättömyyteen, voidaan puhua sabista. Kirjaimellisesti sabi tarkoittaa yksinäisyyttä. Vaikka esine ei oikeasti olisi vanha tai karu, mielikuvaa voi käyttää ilmaisussa ja tuoda mukaan historiallisia assosiaatioita. Wabi-sabi -estetiikka on siis karua ja luonnonläheistä, jopa vastakulttuurillista ihanteista piittaamattomuutta tai niiden vastustamista.

Shin'ichi Hisamatsu esittelee teoksessaan *Zen and the Fine Arts* seitsemän piirrettä jotka ovat hänen mielestään Zen-taiteelle ominaisia (Servomaa, Seppänen 1993, 103-104):

epäsymmetria, joka tarkoittaa kuvan ja komposition epäsäännöllisyyttä, spontaania epätarkkuutta, poikkeamista laskennallisesta tasapainosta, sillä luonnossa ei mikään ole geometrisesti täydellistä eikä symmetristä

yksinkertaisuus, toisin sanoen painavan monimutkaisuuden puuttuminen, kaiken epäolennaisen jättäminen pois, pelkistyneisyys, yksinkertaisten värien (musta ja valkoinen) käyttö, epäjärjestyksen negaatio

ankara jalostuneisuus, joka tarkoittaa mestarillisuutta, heikkouden ja naiviuden puuttumista, jalostuneisuutta äärimmäiseen ytimeen asti, ikuisuuden tuntua

luonnollisuus, joka ilmenee todellisen spontaanisuutena, keinotekoisuuden puuttumisena, ajatuksen ja kuvan välittömänä yhteytenä, muodon aistimisen vaivattomuutena

hienostunut syvyys, viitteellisyys, joka luo vaikutelman äärettömästä avaruudesta, jossa ei ole pelkoa, kauhua, julmuutta eikä räikeyttä

vapaus sidonnaisuuksista, mikä merkitsee luopumista totutuista tavoista, kaavamaisuuksista, kiintymyksistä ja riippuvuuksista, toisaalta myös riippumattomuutta minkään muodon tai säännön hallinnasta, itsenäisyyttä uuden luomisessa, sillä sisäinen minuus, jolla ei ole muotoa ei ole sidottu mihinkään olemassa olevaan muotoon

rauhallisuus, johon liittyy syvä harmonisuus ja tyyneys, levollisuuden tunteen luominen huolimatta ympäristön mahdollisesta hälinästä ja ärsytyksestä

4.2.2. Maalaustaiteen kaanonien semioottinen tulkinta

Zen-ajattelussa painotetaan vapautta ja riippumattomuutta, mutta maalausten syntyyn ja arviointiin vaikuttavat tietyt kaanonit, jotka voi johtaa pitkälle aasialaisen maalaustaiteen perinteisiin. Tutkija Sonja Servomaa esittää merkittävimmiksi ilmaisullisiksi ihanteiksi seuraavat kolme kaanonia:

1. Elävän hengen ymmärtäminen (Sei do / kokoro mochi)

“Kuudesta perinteisestä kiinalaisen maalaustaiteen kaanonista ensimmäinen ja tärkein, jonka myös japanilaiset omaksuivat, tarkoittaa, että maalauksessa on heijastuttava kuvattavan aiheen todellinen luonne, elävä luonnon henki ja voima. Maalaukset syntyivät syvän mietiskelyn tuloksena ja ne oli tarkoitettu johtamaan ajatukset korkeammalle henkisen tietoisuuden tasolle ja kokemukseen luonnon hengen ymmärtämisestä.” (Servomaa, Seppänen 1993, 104-105.)

‘Sei do’ tarkoittaa kirjaimellisesti elävää liikettä, ‘kokoro mochi’ taas kohteen perimmäisen luonteen vangitsemista teokseen. Mitä taiteilija toivookaan teoksensa viestivän, hänen täytyy itse tuntea ja ymmärtää se tekemisessään. Japanilaisia taiteen opiskelijoita kannustetaan esimerkiksi maalatessa puuta tuntemaan voima, jolla puu kannattelee itseään ja antaa tuntemuksen johdattaa kättä. Maalausta ei sovi korjailla jälkeenpäin, sillä siveltimen jäljessä näkyvä spontaani tulkinta on tärkeää.

Kokoro mochilla tarkoitetaan myös vapaata visuaalista ilmaisua, jolla ei pyritä jäljittelemään kohteen ulkonäköä vaan sen ihanteellista, mahdollisesti epätodellista luonnetta. Esimerkiksi mustemaalauksen mustalla voidaan kuvata kohteen väriä tai värittömyyttä, vaikei kuvattava kohde olisi musta.

Ookubo Shibutsu (1767-1837) oli kuuluisa bambumaalauksistaan, ja tarinan mukaan häneltä tilattiin bambuja esittävä ripustettava seinäkäärö, johon hän maalasi punaisia bambuja. Toimeksiantajansa kysyi, mikseivät bambut olleet mustia, johon Ookubo vastasi kysyen “kuka on koskaan nähnyt mustia bambuja?”. Vaikka bambut eivät oikeasti ole mustia tai punaisia, ne oli totuttu esittämään maalauksissa mustina, joten punainen väri kiinnitti huomion bambujen esittämisen epätodellisuuteen. (Bowie 2011, 77-80.)

Taideteoksessa esimerkiksi vuori tai bambu ovat merkkejä, jotka edustavat aihettaan. Semiotiikassa tätä kutsutaan representaatioksi. Merkin suhteessa sen tarkoitteeseen eli siihen mitä merkki edustaa, modaalisuus tarkoittaa merkin vastaavuutta todellisuuteen (Chandler 2007, 63). Esimerkiksi valokuva bambusta on usein modaalisempi kuin maalaus. Sei do -maalaustekniikkaan kuuluvasta taiteilijan eläytymisestä teoksensa aiheeseen voisi päätellä, että maalauksessa arvostetaan taiteilijan tulkitsemaa aiheen luonteen representaatiota. Vaikka tyyllitelty kuvaus laskee modaalisuutta, sanotaan onnistuneen tulkinnan pääsevän lähemmäs aiheen “todellista luonnetta”.

Umberto Eco on sanonut, että mitä enemmän tiettyyn merkkiin tottuu, sitä tavallisempi siitä tulee. Tällöin, jossain vaiheessa tyyllitelty representaatio saattaa muuttua todemmaksi kuin itse kokemus (Eco 1976, 204-5). Kun taiteilija tulkitsee teoksessaan kohteen luonteen, sen esittämisestä tietyllä tavalla saattaa tulla tavanomaista, jolloin tulkittu luonne ryhtyykin määrittämään aihettaan. “Elävän hengen ymmärtämisellä” voidaan tarkoittaa taiteilijan kokemusta, joka välittyy onnistuneesti yleisölle teoksen kautta, jolloin teos välittää tarkoitteensa lisäksi representaation taiteilijan tulkinnasta.

2. **Taivas, maa, ihminen** (ten, chi, jin)

Tämä symbolinen kolminaisuus on merkittävä kaanon buddhalaisessa taidefilosofiassa. Sillä kuvataan universumia, ja jokaisessa taiteellisessa kokonaisuudessa, mihin taiteenlajiin se kuuluukin, tulee esiintyä kolme osaa: pääkohde (taivas), täydentävä osa (maa) ja lisäyksityiskohdat (ihminen). Esteettinen hengentoiminta vaatii näiden osatekijöiden olemassaoloa ja oikeita suhteita niiden välillä. Muunnelmia taiteellisen kokonaisuuden luomiseksi on rajattomasti, kolmiyhteydellä voi olla usein ulottuvuuksia, osilla voi olla mitä erilaisimpia symbolisia merkityksiä, mutta olennaisen tärkeää on niiden läsnäolo ja tajuttavuus. (Servomaa, Seppänen 1993, 105.)

Buddhalaisuudessa ten, chi, jin -periaatteen sanotaan pätevän koko maailmankaikkeuteen taidetta myöten. Sitä sovelletaan maalaustaiteen lisäksi esimerkiksi runoudessa ja arkkitehtuurissa. Ten (taivas) tarkoittaa teoksen (kuva 5) ensimmäiseksi huomiota herättävintä piirrettä, joka määrittää muun teoksen tulkintaa, esimerkkityksessä tätä vastaa keskeinen vuori. Seuraavaksi määrittävin chi (maa) ovat siihen liittyvät elementit, eli vuoren ympärillä olevat kivet. Muut, liikkuvat teoksen osat, esimerkiksi puut, ihminen, eläin, silta ja joki, edustavat jiniä (ihminen). (Bowie 2011, 53.)

Koodit ovat yksi semiotiikan peruskäsitteistä. Merkit eivät ole merkityksellisiä yksinään, vaan suhteessa toisiinsa kuten kirjaimet sanassa tai sanat lauseessa. Koska koodi määrittää sen sisältämien merkkien merkityksen, merkkiä ei voi määrittää ilman koodia. Myöskään suurella osasta merkeistä ei ole luonnollista yhteyttä niiden edustamaan aiheeseen, jolloin niiden tulkitsemista varten on täytynyt oppia tarvittavat koodit (Chandler 2007, 2013). Esimerkiksi luolassa ikänsä elänyt ei välttämättä tunnista maisemaa vuoren ulkopuolelta ja saattaisi tulkita maalauksen esittävän luolan sisäisiä muotoja. Gestalt-psykologien mukaan näkemisessä on joitain pysyviä koodeja, kuten se että pyrimme erottamaan kuvasta 'kuvion' ja 'taustan'. Koska maalauksen vaalea kangas levittyy joka reunalle, vuori erottuu kuvioksi taustaa vasten. Esimerkiksi vuoren noustua päällimmäiseksi havainnoksi, kuvan koodia voi lähteä purkamaan maiseman konventioiden kautta ja tulkita sen yläpuolisen taustan taivaaksi ja alapuolisen vedeksi. Toinen Gestalt psykologien löytämä koodi on havainnollinen organisointi, jonka pääkategorioita ovat: läheisyys, samankaltaisuus, hyvä jatkuvuus, loppuminen, pienuus, ympäröimisyminen, symmetria ja tiiviys (Chandler 2007, 151). Vuoren muotojen toistuminen auttaa tunnistamaan kivet, joiden jälkeen orgaanisemmat viivat voidaan tulkita kasvillisuudeksi. Näiden tulkintojen jälkeen kuvasta erottuvat kivien välillä kulkeva viiva jonka voi tulkita sillaksi ja siihen liittyneet hahmot sillan kulkijoiksi.

Jako kolmeen tasoon vaikuttaa mielivaltaiselta, mikä saa miettimään miten esimerkiksi Malevitsin Musta neliö toimisi suhteessa tähän kaanoniin. Kun teos koostuu rakenteellisesti vain valkoisesta taustasta ja mustasta neliöstä, olisiko se epätäydellinen vai voisiko muun rakenteen sanoa loistavan poissaolollaan? Tärkeintä kaanonin noudattamisessa lienee hierarkioiden tiedostaminen ja niiden tietoinen käyttö tasapainoisen teoksen luomiseksi, ettei esimerkiksi ei-toivottu osa maalausta päätyisi etualalle tai osien välille muodostu kiusallisia suhteita.



Bowien artikkelissaan käyttämä esimerkkiteos ten, chi, jin -periaatteen soveltamisesta
(kuva 5)

3. Täydentävä vastakohtaisuus (in yo)

“Tämä kaanon pohjaa kiinalaisiin filosofisiin käsitteisiin yin ja yang. Nämä kaksi vastakkaista alkuvoimaa, negatiivinen ja positiivinen, ovat läsnä ja jatkuvassa vuorovaikutuksessa keskenään kaikkialla luonnossa. Samoin tulee luoduissa taideteoksissa esiintyä vastakohtien vuorottelua niin kokonaisuudessa kuin yksityiskohdissa: tumma ja vaalea, suljettu ja avoin, pehmeä ja karkea, naisellinen ja miehinen, aineellinen ja henkinen, kylmä ja lämmin, passiivinen ja aktiivinen, vesi ja vuori, läheisyys ja etäisyys jne. Kontrastikieli voi ilmetä suoraan ja selvästi tai mitä hienovaraisimpiin symboleihin ja yksityiskohtiin kätkeytyneenä.” (Servomaa, Seppänen 1993, 104-105.)

In yo -käsitettä käytetään jatkuvasti maalaustaiteessa. Tarkastelu tämän kaanonin perusteella auttaa havaitsemaan valon ja varjon lisäksi myös muiden maalauksen osien vastakkainasettelua. Viivan paksuuden kontrastin vaihtelu, osien geometriset suhteet tai teemallinen elementtien vastakkainasettelu, kuten pysyvä aurinko ja alati muuttuva meri, ovat in yo:n käytännön sovelluksia. (Bowie 2011, 49.)

Semiotiikassa merkeillä tai merkittävillä voi olla paradigmaattinen suhde. Paradigma on ryhmä merkkejä, jotka kuuluvat samaan kategoriaan funktionsa vuoksi. Paradigmaattista suhdetta voi luonnehtia kontrastiiviseksi, kuten esimerkiksi tumma ja vaalea tai pehmeä ja karkea ovat kategorioissaan keskenään korvattavia, mutta toisen käyttö sulkee toisen pois. Syntagma taas tarkoittaa merkkien luomia merkityksellisiä kokonaisuuksia, esimerkiksi maalaus on visuaalisten merkkien syntagma (Chandler 2007, 83). Syntagmaattisella tasolla maisemamaalauksesta voidaan erottaa osien ja kokonaisuuksien suhteita, kuten viivat ja niiden kuvaamat muodot. Paradigmaattisella tasolla viivoja tai muotoja voidaan vertailla keskenään. Teoksesta voi havaita esimerkiksi lämpötilan tai sukupuolisuuden syntagmat ja jakaa teoksen osia ominaisuuksiensa mukaan lämpimään ja kylmään tai miehiseen ja naiselliseen.

Syntagmaattisten kokonaisuuksien etsiminen teoksista vaatii kokemuseräistä tulkintaa, sillä aurinkoa esittävä täplä tai mereksi tulkittava alue teoksesta eivät edusta pysyvyyttä tai muuttuvuutta ellei tulkitsija ole oppinut yhdistämään piirteitä kuvattuihin aiheisiin. Mutta yleisön tulkinnoista on hyvä olla tietoinen ja näin teokselle voi luoda merkityssisältöä näiden suhteiden muodossa. Geometrinen kontrasti, valööri ja viivanpaksuuden vaihtelu voivat edesauttaa teoksen luettavuutta ja kauneutta.

5. Web-suunnittelu

5.1. Web-suunnittelun kehittyminen

Kun ensimmäinen lennätinverkko otettiin käyttöön Washingtonista Baltimoreen vuonna 1844, ei mennyt kuin 17 vuotta, että verkko kattoi koko Yhdysvallat ja mannertenvälinen yhteys toimi Atlantin halki (Peter 2004). Viimeiset 150 vuotta kommunikointisuunnittelu on vastannut teollisen vallankumouksen tuoman massaviestinnän haasteisiin. Standardointi ja massatuotanto olivat tehokkaan designin tunnuspiirteitä. Niinpä 1900-lukua voidaan kutsua massamedian kultakaudeksi (Bennett & McCoy 2006, 201).

Kun 1980-luvulta 1990-luvulle internet palvelimet otettiin käyttöön ympäri maailman, harva odotti, että vain 20 vuoden kuluttua painettu media kutistuisi kun ihmiset seuraavat uutisensa ja viihteensä päätelaitteillaan internetistä. Yksityisen median selaamisen ja seuraamisen vuoksi massamedian sijaan kehityssuunta on kohti moninaisia alakulttuureja. Tätä nykyä yleisön profilointi ja tarkka yleisön odotuksiin vastaaminen ovat tulleet tärkeiksi osiksi kommunikointisuunnittelua. (Bennett & McCoy 2006, 201.)

Hyvä suunnittelu on haastavaa määrittellä, esimerkiksi kontrastien tasapaino, rytmi ja yhtenäisyys ovat hyvän suunnittelun perusasioita. Tällainen määrittelemine ei kuitenkaan ole yksiselitteistä, sillä hyvä suunnittelu muuttuu ajan saatossa ja vaihtelee kulttuurien välillä. Kauneuden lailla suunnittelun hyvyyttä voi osittain kutsua subjektiiviseksi tulkinnaksi. Tyyli ja muoti-ilmiot kiinnittävät helposti huomion, mutta ne myös vanhenevat nopeasti. Yksi keino hyvän suunnittelun määrittelemiseksi on sen vertaaminen yleisön tarpeisiin. (Burrough & Lester 2012, 150.)

5.2. Web-suunnittelu kulttuurin näkökulmasta

Internet on viime vuosikymmeninä tuonut ihmiset ja kulttuurit ympäri maailman saman julkaisualustan ääreen. Julkaisemisen työkalut, tieto ja taito ovat kulkeneet nopeasti digitaalisessa ympäristössä ja luoneet niin uusia ammatteja kuin yleisöjäkin. Yksinkertaisuudestaan ja tehokkuudestaan huolimatta web-suunnittelu on kirjoituksen ja kirjapainon lailla muovautunut eri puolilla maailmaa paikallisen kulttuurin uomiin.

Toisaalla teknologiat tulevat ihmisten saataville eri tahtiin ja jotkut

ammattiryhmät ottavat verkkopalveluita osaksi työtään toisia nopeammin. Eri kielet, kirjoitusjärjestelmät, median rajoittaminen ja painetun median rooli ovat muutamia esimerkkejä web-suunnitteluun ulkoisesti vaikuttavista tekijöistä. Suurin osa ohjelmointikielistä, järjestelmistä ja niiden opetusmateriaaleista on tehty englanninkielen pohjalta. Suuri osa suomalaisista on opiskellut vähintään englantia ja ruotsia ja Suomen televisiokanavilta tulee ohjelmia ympäri maailman. Suomalaiset ovat tottuneet siihen, että suomenkielinen ja suomalainen media on vain osa tarjontaa. Ulkomaalaisilla verkkosivuilla asioidessa suomenkielinen kielivaihtoehto ei ole itsestäänselvyys. Useissa muissa kulttuureissa ulkomainen media on paljon kauempana.

Kielelliset erot ja tekniset käytännöt ovat syitä sille, miksi japanilaiset verkkosivut voivat vaikuttaa erilaisilta kuin suomalaiset, mutta myös historia ja kulttuuri ovat voineet vaikuttaa visuaaliseen mediaan verkossa (Burrough & Lester 2012, xiii).

Suomi ja Japani ovat kumpikin maita, jotka lähtivät maailmansotien jälkeen suureen talouskasvuun ja ovat omaksuneet tehokkaasti internetin mahdollisuudet niin työelämässä kuin mediassa. Länsimaiden yhteinen kulttuurihistoria mahdollisti Suomelle data-ammattilaisuuden nopean omaksumisen jo aikaisin 80-luvulla, mutta viimeistään 90-luvun alulla suuri osa maailmasta oli yhdistynyt verkkoon. Web-kulttuuri on ollut vain satelliittiyhteyden tai valokuidun välähdyksen päässä Yhdysvalloista ja muista keskeisistä paikoista, joissa suuri osa internetiä koskevasta kehityksestä on tapahtunut. (Salminen 1998.)

Japani muodosti vahvan yhteyden länsimaihin myös laitevalmistajana, vaikka median omaksumisessa ja jakamisessa kulttuurierot olivat huomattavasti suuremmat kuin Suomella. Japanilainen media eli pitkään ja osaltaan yhä omassa maailmassaan. Internetin myötä erityisesti japanilainen populaarikulttuuri on tullut paljon lähemmäs länsimaista yleisöä. Japanilaisen mediatutkija Koichi Iwabuchin mukaan japanilaisen populaarikulttuurin leviäminen Japanin ulkopuolelle on uudenlainen ilmiö japanilaisessa viennissä. Japanilainen vientipolitiikka oli pyrkinyt aktiivisesti riisumaan tuotteista kulttuurisen tuoksun ja tekemään niistä mahdollisimman kulttuurineutraaleja ja mille tahansa markkinoille soveltuvia (Kelts 2006, 103-122). Vaikka internet on tuonut maailman mediat lähemmäksi toisiaan, kulttuurieroja on yhä viljalti.

Suomalaisilla on todennäköisesti omat tottumuksensa ja odotuksensa verkkosivujen käytöstä, mutta miten paljon paikallinen kulttuuri näkyy

tai voi näkyä web-suunnittelussa? Mikäli ulkomailta löytyy huomattava potentiaalinen yleisö, verkkosivujen on hyvä ottaa erilaiset kulttuurit suunnittelussa huomioon. Jopa lukusuunta voi vaihtua ja vaikuttaa sisällön tulkintaan, kuten metron hätäuloskäyntimerkissä ihmishahmo juoksee Englannissa vasemmalta oikealle ja Japanissa oikealta vasemmalle. Web-suunnittelu on hyvin kansainvälistä ja kansainvälisesti vaikutteita ottavaa, mutta jotkin asiat vaativat myös lokalisointia.

5.3. Japanilaisen web-designin tunnuspiirteitä

Teknologiasta ja designista kirjoittava Randomwire-blogi luettelee japanilaisen verkkosuunnittelun eroavaisuuksia länsimaiseen suunnitteluun seuraavasti:

- Teknologiset erot
Kännykkäselaaminen, verkkofontit, käyttöjärjestelmät
- Kielelliset erot
Merkistöt, kielimuuri
- Kulttuurilliset erot
Riskien välttäminen, kuluttajatottumukset, mainonta, urbaanius, verkko-alan ammatit

(David, 2013.)

Japanissa internetiä on käytetty yleisesti älypuhelimia vanhemmillakin puhelinmalleilla, joten useat nettisivut ja palvelut oli tehty matalaresoluutioisille matkapuhelimille jotka eivät pystyneet lataamaan paljoa kuva- tai videosisältöä, vaan toimivat pääosin tekstinä. Tästä saattaa johtua esimerkiksi Yahoo! Japanin (sivu 4) tiivis, teksti- ja linkkikehyksistä koostuva rakenne.

Verkkoviestinnässään monet yritykset eivät välttämättä keskity interaktiivisiin mahdollisuuksiin, vaan sivut ovat lähtökohtaisesti mainoslehtisten kaltaisia tiiviitä tiedotuksia, joita myös kuluttajat ovat tottuneet odottamaan. Mainonnan ulkonäköön voi vaikuttaa myös hektinen kaupunkiympäristö, jossa huomiota herätetään voimakkailla väreillä, teksteillä ja muodoilla tilaa haaskaamatta. Hyvänä esimerkkinä tästä voi pitää Rakuten-verkkokauppaa, joka on yksi Japanin vierailuimpia sivustoja. (kuva 6). (David 2013.)

Nykyäänkin julkiset virka-asiat kuten osoitteen muutokset hoidetaan Japanissa yleensä paperilla kaupungintalon toimistolla ja suuri osa ostosten, palkan tai verojen maksusta hoidetaan käteisellä. Silti esimerkiksi QR-koodit ja matkapuhelinten verkkoselaus yleistyivät Japanissa jo 2000-luvun alkupuolella.

www.rakuten.co.jp (kuva 6)

Verkkosisällön luomisen käytännön rajoituksiin kuuluu myös kieli. Täysi japaninkielen kirjasintyyppi sisältää yli 6000 merkkiä, joten japanilaisten digitaalisten kirjasintyyppien tekeminen ei ole yhtä joustavaa kuin latalaisille aakkosille ja niiden tiedostot ovat paljon suurempia. Japanilaisessa merkistössä ei myöskään ole suur- ja pienaakkosia. Rajoituksista johtuen tyyliteltyt linkkipainikkeet ja muut kirjoitusta sisältävät

navigointielementit ovat usein kuvatiedostoja eivätkä tekstiä, ja pyrkivät jäsentämään tietoa ja lukemisen hierarkiaa esimerkiksi värien tai koon avulla.

Japanin kielessä käytetään hiragana- ja katakana-tavumerkistöjä. Hiragana on pääasiallinen kirjoitusmerkistö ja katakanoilla kirjoitetaan ääniä tai lainasanoja, jotka eivät ole alunperin japaninkielisiä sanoja. Tärkeä osa kirjoitusta ovat kiinalaiset ideogrammit, jotka eivät ole foneettisia, vaan merkityksellisiä merkkejä. Näillä kanji-kirjoitusmerkeillä kirjoitettuna esimerkiksi suunnittelu (design) on japaniksi 意匠 (suomeksi translitteroituna [ishoo]), jossa 意 tarkoittaa merkitystä ja 匠 työtä tai työläistä. Ideogrammikirjoituksessa monimutkainenkin ajatus saattaa mahtua vähiin merkkeihin, joten Japanissa palstatilaa ei välttämättä tarvitse varata pitkille sanoille ja gridit voivat olla tiiviimpiä.

Japanissa ulkomaalaiset elokuvat dubataan ja televisio-ohjelmat saatetaan katsoa kanavan studiojuontajien selostuksella. Myös kieltä sovitetaan japanilaiseen mediaan, kuten esimerkiksi katakana-kirjoituksella ulkomaalaisia sanoja japanilaistetaan tekemällä niistä uusia, japanilaisia sanoja (Bartal 2013, 56). Tällöin syntyy ns. katakana-kieltä, jossa ulkomaalaisen sanan ääntöasu ja tietyt miellelyhtymät muuntuvat japanilaiseksi sanaksi, joka alkaa elää japaninkielessä omaa elämäänsä. Näin ulkomaalainen media voidaan ottaa osaksi japanilaista tarjontaa.

Japanilaisessa mainoskuvassa tekstillä on ollut myös vahva kuvallinen asema, ja perinteinen kalligrafia on ollut lähtökohtana modernille japanilaiselle typografialle. Kirjoitetun kielen ulkonäöstä voi myös seurata Japanin transkulturaatiollista muutosta viime vuosisadalla sulkeutuneesta valtiosta osaksi kansainvälistä kulttuuria. Teemallisesti sivellinkalligrafia ja buddhalainen kuvasto liittyy mainonnassa perinteiseen japanilaiseen identiteettiin ja sen rinnalla päätteettömät kirjainleikkaukset moderniin Japaniin. Perinteisiin viittaava mainonta käyttää usein zen-maalaukselle ominaisia piirteitä esimerkiksi kalligrafian tai kalligrafisen kuvituksen muodossa. (Bartal 2013, 51-55.)

Japanin media on kieli- ja kulttuurierojensa takia kaukana ulkomaisen ja kansainvälisen median vaikutuksilta, joten tyylit kehittyvät eri suuntiin eri lähtökohdista. Tämän vuoksi japanilaisella designilla on asema mielenkiintoisena ja omintakeisena niin tuotteiden kuin tutkimuksen kannalta.

6. Tutkimuskysymys, analyysimalli ja aineisto

6.1. Tutkimuskysymys

Toteutuvatko zen-taiteen ihanteet kymmenen vuoden 2014 myydyimmän videopelin verkkosivuilla?

Jos zen-taiteen ihanteet toistuvat sivustoilla, millä tavalla ja mitä siitä voidaan päätellä?

6.2. Analyysimalli ja luotettavuus

Zen-buddhalaisuus on japanilaisessa kulttuurissa ja taiteessa merkittävä tekijä. Zenin vaikutukset ovat nähtävissä arkkitehtuurissa, musiikissa ja muussa taiteessa niin historiallisista teoksista tähän päivään. Zen-filosofi D.T. Suzuki onkin sanonut zenin vaikuttavan kaikilla japanilaisen kulttuurin alueilla. joten hypoteesini on, että japanilaisten videopelien verkkosivujen designissa voi olla vaikutteita zen-taiteen ihanteista.

Tulkitsen zen-taiteen ihanteita visuaalisen semiotiikan käsitteillä ja tutkin ilmenevätkö ne Japanin vuoden 2014 myydyimpien videopelien verkkosivuilla ja jos, niin miten. Koska web-sivujen suunnittelu ja toteutus ovat erittäin kulttuuri-, aika- ja paikkasidonnaisia tutkimus ei voi irtautua aiheen lähtökohdista. Tutkimukseni on kvalitatiivinen ja pyrin kuvailemaan aiheeni monelta taholta ja tulkitsemaan sisällön merkityksiä. Koska tutkimuksen asettelussa ja toteutuksessa on tulkintaa, en voi irtautua tutkijana arvolähtökohdistani enkä pyrkiä täyteen objektiivisuuteen. Tulokset saattavat vaihdella, mikäli analyysin tekee eri tutkija, sillä vaikka pyrin sitomaan havaintoni semiotiikan termeillä havainnoitaviksi ominaisuuksiksi, zen-ihanteiden tulkinnasta ja soveltamisesta saattaa olla erilaisia käsityksiä. Tulokseni ovat siis lähtökohtien lailla sidottuja aikaan ja paikkaan. Tutkijan keskeisestä asemasta analyysissä johtuen kvalitatiivista tutkimusta syytetään usein subjektiivisuudesta ja epätieteellisyydestä, mutta ongelmat voivat toistua osaltaan kvantitatiivisessa tutkimuksessakin esimerkiksi kysymysten asettelun ja kielellisten konventioiden vuoksi.

Kvalitatiivisena tutkimustyypinäni on säännönmukaisuuksien etsiminen web-sivuilta. Tulkitsen kappaleessa 4.2. esittelemiäni zen-taiteen

ihanteita visuaalisen semiotiikan käsitteillä ja tutkin, mikäli ne ilmenivät verkkosivuilla, ja jos niin miten. Teorian mukaan zen-ihanteet ovat keskeisiä japanilaisessa designissa, joten testaan tätä teoriaa etsimällä aineistosta säännönmukaisuuksia ja lainalaisuuksia ja pyrin löytämään syy-seuraussuhdetta.

Analyysissäni tunnistan aineistosta elementtejä ja kartoitan niiden suhteita. Tarkastelen materiaalin sisältöä monikerroksisesti. Denotaation tasolla tarkastelen, minkälaisia verkkosivu ja sen elementit ovat, kuten kuvat, teksti ja layout. Konnotaation tasolla tarkastelen, mitä sisältö kuvastaa ja miten (Leeuwen 2003, 94). Sivustojen rakenteellisia elementtejä ovat esimerkiksi logo, valikot, palstat, header, footer, kuvitusten käyttö, linkit ja tausta. Sisältöä ovat kuvituksesta, tekstistä ja muista elementeistä luettava sisältö ja tulkinnat. Laadullis-induktiivisella analyysillä teen päätelmiä aineistosta löytyneiden seikkojen perusteella.

Mikäli aineistossa toistuvat tietyt visuaaliset tai rakenteelliset piirteet, voin päätellä havaintojen tarkoittavan sivustojen olevan siltä osin saman tyyliä. Tyyli muodostuu rakenteen ja sisällön semioosin eli merkityksen muodostumisen kautta, kun teos näyttää toimivan osana koodia, jonka voi liittää johonkin genreen, kuten mainoskuva tai fantasia (Chandler 2007, 88). Tyylin ja sen muodostumisen määrittely on monimutkaista, mutta analyysissäni pyrin pitämään tarkastelun mahdollisimman johdonmukaisena rakenteen ja sisällön tulkinnan yhteydessä.

Käyttämäni semiotiikan termistö perustuu Daniel Chandlerin kirjaan *Semiotics the Basics* (2007). Tulkitsen siis merkkejä ja niiden suhdetta toisiinsa aineistossa ja sen luomassa viestissä. Ferdinand de Saussuren, joka johti semiotiikan tutkimuksensa kielitieteestä, käyttämin termin *langue* (kieli) ja *parole* (puhe), web-design muodostaa semioottisen järjestelmän jossa yksittäinen web-sivu on puhe web-designin kielellä. Käyttämäni termistö ei ole yhtä suoraan verrattavissa kielten rakenteeseen ja tutkimukseen, mutta terminologinen lähtökohta on hyvä tiedostaa. Tulkitsin zen-ihanteita semiotiikan termeillä kappaleessa 4.2. ja käytän termejä jälleen tulosten käsittelemiseen ja pohdintaan. Käytän myös psykologian Gestalt-koulukunnan käsitteitä rakenteen ja sen havainnointiin perustuvaan tulkintaan, kuten ne on esitetty Chandlerin teoksessa.

6.3. Aineisto

Videopelit ovat vahva osa japanilaista populaarikulttuuria, joka on kasvanut teknologian ja internetin kehityksen kanssa. Japanilaisia videopelejä pelataan ympäri maailman ja ne ovat helpon levitettävyytensä ansiosta toimineet japanilaisen populaarikulttuurin sanansaattajina. Japani on ollut myös yksi merkittävimpiä maita videopelien kehityksessä, ja japanilainen kulttuuri on levinnyt videopelien ja muun populaarikulttuurin mukana (Allison & West 2009, 143). Esimerkiksi vuonna 1889 perustettu videopelijätti Nintendo aloitti toimintansa Japanissa myymällä hanafuda-pelikortteja ja 1970-luvulla alkoi valmistamaan elektronisia pelejä. Tätä nykyä Nintendo on yksi maailman suurimmista videopelien valmistajista.

Videopelaaminen on kasvava media ja pelien tuottamiseen käytetään nykyisin enemmän rahaa kuin elokuvien tuottamiseen. Erottuakseen videopelien markkinoinnissa on täytynyt tehdä todella suuria kampanjoita. Esimerkiksi tuottajien videoblogit ja fanien kanssa interaktiivinen kehittäminen, kuten keskeneräisten pelien yleisön beta-testaus, julkaisemattomien pelien joukkorahoituskampanjointi ja keskustelufoorumien aktiivinen käyttäminen, ovat olleet mukana joidenkin pelituottajien markkinointistrategioissa. Kymmenen myydyimmän pelin joukosta ainakin viidellä on Japanissa oma tv-animaatiosarjansa ja useimmilla oma sarjakuvansakin. Verkkosivut ovat vain osa mainonnan kokonaisuutta, mutta julkaisijan virallisina sivuina ne ovat tärkeitä imagon luomisessa ja tiedon, kuten julkaisupäivän ja hinnan levittämisessä.

Tutkielmani aineistona käytän Japanin vuoden 2014 kymmenen myydyimmän videopelin verkkosivuja. Aiemmin olin rajannut aineistoksi Japanin kymmenen vierailuinta verkkosivustoa, mutta ne eivät olleet rakenteellisilta ja teemallisilta lähtökohdiltaan helposti verrattavissa. Videopelien sivustot ovat sopivampi tutkimuskohde keskenäisen vertailukelpoisuutensa vuoksi. Videopelien verkkosivuilla on yleensä sama tarkoitus: ne ovat markkinointimateriaalia, joka informoi ja innostaa yleisöä. Markkinointi ja mainonta on usein hyvin profiloitu kohdeyleisölleen ja pohjautuu sekä aiempaan mainontaan että yleisön toiveisiin ja odotuksiin. Kaikki materiaalin pelit on julkaissut Nintendo ja tekijät ovat japanilaisia. Listan Youkai Watch -pelejä tai Dragon Quest -pelejä ei ole julkaistu Japanin ulkopuolella.

Japanin vuoden 2014 kymmenen myydyintä videopeliä ovat:

- 1. Youkai Watch 2 Ganzo / Honke, 妖怪ウォッチ2元祖／本家** (Level 5 / Nintendo 3DS / Julkaistu 10.7.2014) 2014 arvioitu myyntimäärä: 3,050,178
- 2. Pokemon Omega Ruby & Alpha Sapphire** (Pokemon / Nintendo 3DS / Julkaistu 21.11.2014) 2014 arvioitu myyntimäärä: 2,464,850
- 3. Monster Hunter 4G** (Capcom / Nintendo 3DS / Julkaistu 11.10.2014) 2014 arvioitu myyntimäärä: 2,381,177
- 4. Super Smash Bros. for Nintendo 3DS** (Nintendo / Nintendo 3DS / Julkaistu 13.9.2014) 2014 arvioitu myyntimäärä: 2,066,022
- 5. Youkai Watch 2 Shin'uchi, 妖怪ウォッチ2真打** (level five / Nintendo 3DS / Julkaistu 13.12.2014) 2014 arvioitu myyntimäärä: 2,007,327
- 6. Youkai Watch, 妖怪ウォツ** (Level five / Nintendo 3DS / Julkaistu 11.7.2013) 2014 arvioitu myyntimäärä: 994,346
- 7. Mario Kart 8** (Nintendo / Wii U / Julkaistu 29.5.2014) 2014 arvioitu myyntimäärä: 842,053
- 8. Dragon Quest Monsters 2, ドラゴンクエストモンスターズ2 イルとルカの不思議なふしぎな鍵** (Square Enix / Nintendo 3DS / Julkaistu 6.2.2014) 2014 arvioitu myyntimäärä: 748,139
- 9. Kirby Triple Deluxe** (Nintendo / Nintendo 3DS / Julkaistu 11.1.2014) 2014 arvioitu myyntimäärä: 687,957
- 10. Super Smash Bros. for Wii U** (Nintendo / Wii U / Julkaistu 6.12.2014) 2014 arvioitu myyntimäärä: 478,366

(famitsu.com)

7. Aineiston kvalitatiivinen analyysi

Analyysissä käytän luvussa 4.2. esittelemiäni zen-ihanteita ja tulkiten ihanteiden merkitystä web-sivujen rakenteen ja sisällön suhteen. Ihanteiden rajaamiseksi valitsin kaikki löytämäni useassa lähteessä tai tieteellisessä tekstissä esitetyt ja keskeiset termit zen-taiteen ominaisuuksien arviointiin. Esimerkiksi yksi löytämäni termi 'ki-in' ei päässyt mukaan arviointiin, koska siitä löytämäni määritelmät olivat harvoja ja ylimalkaisia.

Tulosteni toistettavuus on kyseenalaista, sillä useat arvioitavat piirteet aineistossa ovat subjektiivisesti tulkinnallisia. Reliaabeliuden parantamiseksi analyysin voisi esimerkiksi tehdä useammalla henkilöllä joiden havainnoista voi etsiä yhteisiä piirteitä.

Jotkut ihanteet ovat helposti sovellettavissa analyysiini, sillä esimerkiksi yksinkertaisuus esiintyy samanlaisissa yhteyksissä muussa taiteen tulkinnassa ja semioottisessa tutkimuksessa. Sen sijaan wabi-sabi on japanilaisen taideperinteen termi, jonka soveltamiseksi se täytyy avata määritelmänsä kautta sovellettavaksi analyysiin. Lisään tulkintani mukaisen täsmennyksen termien jälkeen sulkuihin, kuten wabi-sabi (avoin vaatimattomuus, luonnollisuus). Hisamatsun ihanteiden määritelmät ovat osin helposti sovellettavia, mutta 'ankaran jalostuneisuuden' tulkitin teeman käsittelyn kypsyydeksi ja tekniseksi viimeistellyydeksi. 'Hienostunut syvyys' oli termeistä monimutkaisin tulkittava, mutta tulkitin sen viitteelliseksi autuudeksi, eli kokonaisuuden luomaksi autuaaksi ja toismaailmalliseksi tunnelmaksi.

Tarkastelen sivun kokonaisuutta rakenteen ja sisällön kannalta ihanteiden määritelmien mukaisesti. Tulosten summaamiseksi teen taulukon, jossa ilmoitan oliko web-sivu tulkintani mukaan ihanteiden mukainen vai ei. Tavoitteena ei ole arvottaa yksittäisiä verkkosivuja tai todistaa, että sivut olisivat zen-ihanteiden mukaisia tai vastaisia, vaan havainnoida mikäli zen-ihanteet ovat tulkittavissa sivujen rakenteesta tai sisällöstä. Analysoin kuvankaappauksia aineistosta, joten en ota mukaan sivustojen muita sivuja tai toimintoja, vaan ainoastaan aloitussivun ruudulle latautunutta ulkonäköä. Päätelaitteenani oli teräväpiirtonäyttö ja rajaan aineistostani pois muut päätelaitteet, kuten matkapuhelimet ja tablet-tietokoneet, jotta aineistoni olisi yhdenmukainen, sillä verkkosivuja sovitetaan ja päivitetään vaihtelevaan tahtiin toimimaan eri päätelaitteilla.

7.1. Youkai Watch

LEVEL 5



トピックス

2015.02.25 『妖怪ウォッチ2 元祖/本家/真打』 『妖怪ウォッチ』

『妖怪ウォッチ2 元祖/本家/真打』
累計販売本数 **550万本** 突破!!

映画 妖怪ウォッチ 誕生の秘密だニャン! 映画連動エピソード収録

『妖怪ウォッチ2 元祖/本家/真打』好評発売中!

公式サイトへ

「元祖」と「本家」が大規模データ更新による
鬼進化
更新データ Ver.2.0(無料)

さらに楽しく
パワーアップ!

鬼アツ!
妖怪家族マニアル

2バージョン以上お持ちの方は
お得な鬼アツ特典も!

家族で『妖怪ウォッチ2』を楽しむ遊び方をご紹介します

日本ゲーム大賞 2014 年間作品部門 大賞/優秀賞受賞

NINTENDO 3DS

妖怪ウォッチ

累計出荷本数 **100万本** 突破!!

『妖怪ウォッチ』好評発売中!

公式サイトへ

『ようかい体操』公開中!

iOS/Android 無料アプリ

ようかい体操
パズルだニャン 第一

好評配信中!

詳しくはこちら

Myydyimpien pelien listan kolme Youkai Watch -peliä jakavat saman verkkosivuston (kuva 7). Sivusto vaikuttaa perinteiseltä mainossivulta huomiota herättävillä väreillään ja kuvituksillaan. Vaikka kokonaisuus on hektinen, selvä rakenne tekee siitä varman ja harkitun. Sivuston design ei vaikuta olevan vahvasti zen-ihanteiden mukainen eikä vastainen.

Wabi-sabi (avoin vaatimattomuus, luonnollisuus): Mainosmainen ilme, kuten kirkkaat värit, lennokkaat ja tiheät muodot, tuovat mieleen perinteisen painetun median mainonnan.

Elävän hengen ymmärtäminen (luonteen tulkinnan representaatio): Sivusto antaa pelistä hauskan kuvan ja sen fantasiamaailma vaikuttaa rikkaalta sillä hahmoja ja sanastoa on paljon, toteutustyyli tukee vaikutelmaa.

Taivas, maa, ihminen (harkittu hierarkia): Ilmeikkäät hahmot erottuvat vilkkaan kuvituksen ja typografian joukosta.

Täydentävä vastakohtaisuus: Vastavärien käyttö ja suorakulmaisista kehyksistä koostuva layout tasapainottavat muuten lennokasta ulkonäköä.

Epäsymmetria: Rakenne ja sisältö ovat tasaisesti sivulla.

Yksinkertaisuus: Kuvitukset sekä tekstit ovat monimutkaisia ja yksityiskohtaisia, mutta linkkejä ja navigointielementtejä ei ole liiaksi.

Ankara jalostuneisuus (kypsyys ja viimeistellyys): Tyyli on selvä ja jatkuu tasaisesti koko sisällön halki.

Luonnollisuus: Sivuston rakenne ja ilme ovat mainosmaisen harkittuja.

Hienostunut syvyys (viitteellinen autuus): Visuaalisesti sivusto ei ole autuas, mutta pelin fantasiamaailma on onnistuneesti läsnä designissa.

Vapaus sidonnaisuuksista: Sivusto on tavanomainen eikä ota rakenteellisia riskejä, mutta visuaalinen tyyli on rohkea.

Rauhallisuus: Sivusto ei ole tunnelmaltaan rauhallinen.

7.2. Pokemon Omega Ruby & Alpha Sapphire



ゲーム更新情報 2015.01.15 更新

[ゲームの更新情報一覧へ >](#)

NEW

幻のポケモン「フーバ」発見!

伝説のポケモンたちを捕まえよう!
「マボロシのぼしよ」編

伝説のポケモンたちを捕まえよう!
そのほかの場所編

記号	読み・意味
あ	ア
い	イ
う	ウ
え	エ
お	オ
か	カ
き	キ
く	ク
け	ケ
こ	コ
さ	サ
し	シ
す	ス
せ	セ
そ	ソ
た	タ
ち	チ
つ	ツ
て	テ
と	ト
な	ナ
に	ニ
ぬ	ヌ
ね	ネ
の	ノ
ひ	ヒ
ふ	フ
へ	ヘ
ほ	ホ
ま	マ
み	ミ
む	ム
め	メ
も	モ
や	ヤ
ゆ	ユ
よ	ヨ
ら	ラ
り	リ
る	ル
れ	レ
ろ	ロ
わ	ワ
を	ヲ
ん	ン

ゲームで使う点字表をチェック!

ホウエン地方にまつわる
新たな物語「エピソード デルタ」

宇宙から迫る脅威!
「デオキシス」登場!

[『ポケットモンスター オメガルビー・アルファサファイア』メガスペシャルアニメーション!](#)

Pokemon Omega Ruby & Alpha Sapphire -pelin sivuston (kuva 8) tyyli ja rakenne ovat niin neutraaleja että tunnelma jää pinnalliseksi. Ilme on ammattimainen ja harkittu, mutta se ei tunnu tukevan sisältöä. Sivusto vaikuttaa enemmän zen-ihanteiden vastaiselta kuin mukaiselta.

Wabi-sabi (avoin vaatimattomuus, luonnollisuus): Sivusto on rakenteeltaan varsin moderni ja siisti, värikyydestä huolimatta virallisen oloinen. Ei siis järin omintakeinen tai maanläheinen.

Elävän hengen ymmärtäminen (luonteen tulkinnan representaatio): Kuvitukset ovat lennokkaita, mutta muutoin sivusto tuo mieleen valmiin tuotepohjan.

Taivas, maa, ihminen (harkittu hierarkia): Suuri pääkuva kiinnittää huomion, mutta kuvitetut linkkiruudut tuovat paljon samantasoista sisältöä.

Täydentävä vastakohtaisuus: Vastakohtaisuus on ilmeistä pelin teemassa ja pääkuvituksessa, muttei ilmene rakenteessa.

Epäsymmetria: Rakenne on tasapaksu.

Yksinkertaisuus: Rakenne on yksinkertainen ja tehokas.

Ankara jalostuneisuus (kypsyys ja viimeistellyys): Vaikka tyyli on eheä, sen suhde sisältöön on pinnallisen oloinen.

Luonnollisuus: Niin rakenne kuin tyyli ovat kovin pinnallisia.

Hienostunut syvyys (viitteellinen autuus): Pelin fantasiamaailma on hyvin esillä sisällössä.

Vapaus sidonnaisuuksista: Sivusto on tavanomainen eikä ota riskejä.

Rauhallisuus: Vilkkaasta sisällöstä huolimatta sivusto tuntuu rauhalliselta.

7.3. Monster Hunter 4G

NINTENDO 3DS

MONSTER HUNTER 4G

さあ、今こそ! Gへ狩りだせっ!

好評発売中!

パッケージ版 5,800円+税
ダウンロード版 5,546円+税

》重要なお知らせ 更新データの配信について (11/20)

初級・中級ハンター必見!
基礎からわかる!
モンスタハンター4G
スレイ入門
動画でわかりやすく解説!

ご当地テーマ
先行発売中!
第5弾【福岡】好評配信開始!

ダウンロードコンテンツ
クエストや特典を続々配信!

公式Webマニュアル
基本操作や新要素を紹介

モンスタハンター4G
最終予選の参加者募集中!
募集期間: 3/23(月)12:00まで
決勝大会の詳細も公開!

セーブデータ
引き継ぎについて
MH4 → MH4G

好評発売中!
先着購入特典付き!
「モンニャン陣ミナモスコット」

全て表示
動画コンテンツ
MH4G ゲーム情報
コラボレーション
イベント
関連情報

NEW
モンハン好きタレントが語る!
先輩ハンター
インタビュー
関連情報
先輩ハンターインタビュー

NEW
ダウンロード
コンテンツ
チャレンジクエスト
イベントクエスト
配信中!!
MH4G ゲーム情報
配信中ダウンロードコンテンツ

NEW
モンスタハンター4G
最終予選の参加者募集中!
募集期間: 3/23(月)12:00まで
イベント
MHフェスタ'15

NEW
次長課長
井上聡さん
考案のオトモを配信!
MH4G ゲーム情報
著名人オトモアイルー

Ensivaikutelmalta Monster Hunter 4G:n sivusto (kuva 9) näyttää täydeltä ja hektiseltä, mutta kokonaisuus on eheä. Sivusto näyttää olevan useimpien zen-ihanteiden mukainen.

Wabi-sabi (avoin vaatimattomuus, luonnollisuus): Sivusto on selvästi laadukkaasti tehty, mutta silti tunnelma on kevyt ja vaatimaton. Orgaaniset tekstuurit tekevät hiotusta ilmeestä luonnollisemman.

Elävän hengen ymmärtäminen (luonteen tulkinnan representaatio): Logo, kuvitukset ja navigaatioelementit luovat intensiivisen ilmeen.

Taivas, maa, ihminen (harkittu hierarkia): Logo ja kuvitus kiinnittävät huomion, mutta teksti johdattaa sujuvasti muuhun sisältöön. Rakenteen vaakarivittäinen hierarkia toimii.

Täydentävä vastakohtaisuus: Pimeä ja valoisa tukevat hienovaraisesti jopa navigaatiota. Lennokkaat, vaarallisen näköiset hirviöt ja logo tekevät jännitteen muuten leppoisan tuntukselle ilmeelle ja rakenteelle.

Epäsymmetria: Rakenne on tasainen pieniä elementtejä lukuunottamatta.

Yksinkertaisuus: Layout on suorakulmainen, mutta visuaalisesti sivusto on hyvin monimutkainen.

Ankara jalostuneisuus (kypsyys ja viimeistely): Sivustosta näkyy suunnittelijan asiantuntijuus, hektinenkin sisältö esitetään varmasti.

Luonnollisuus: Sivusto on tyyliään maanläheinen, mutta rakenteeltaan ja sisällöltään rakennetun omainen.

Hienostunut syvyys (viitteellinen autuus): Pelin fantasiamaailma vaikuttaa väkivaltaiselta, mutta sivuston tyyli on siitä huolimatta rauhallinen.

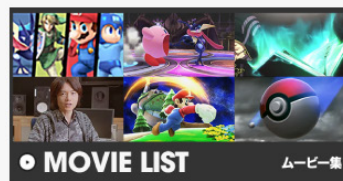
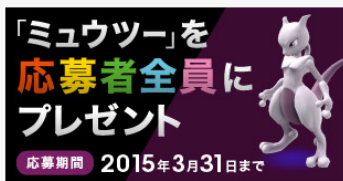
Vapaus sidonnaisuuksista: Sivustolla on selvästi oma tyyliinsä.

Rauhallisuus: Sivusto ei ole tunnelmaltaan rauhallinen.

7.4. Super Smash Bros. for Nintendo 3DS ja WiiU



U 2015/1/29 『大乱闘スマッシュブラザーズ for Wii U』の「更新データ(Ver.1.0.2)配信のお知らせ」



Super Smash Bros. pelien sivustolla (kuva10) on mielenkiintoinen idea kahtia jaetusta teemasta ja yksinkertaisesta rakenteesta, mutta se jää oudosti kesken. Suuri osa zen-ihanteista näyttää toistuvan rakenteessa.

Wabi-sabi (avoin vaatimattomuus, luonnollisuus): Rakenne ja typografia ovat sympaattisia, mutta sivusto on lennokkaista kuvituksistaan huolimatta staattinen.

Elävän hengen ymmärtäminen (luonteen tulkinnan representaatio): Tyylikkääts kuvitukset ja selvä rakenne tuovat omalaatuisen tunnelman.

Taivas, maa, ihminen (harkittu hierarkia): Räväkän kuvituksen jälkeen huomio jää harhailemaan muuhun sisältöön.

Täydentävä vastakohtaisuus: Pelin kahden version väliset kuvitukset tuovat kontrastia toisilleen, näin tekevät myös kuvitusten räväkkyys ja muuten rauhallinen rakenne.

Epäsymmetria: Sivusto on hyvin symmetrinen.

Yksinkertaisuus: Layout on erittäin yksinkertainen. Ilman kuvituksia sivu olisi jopa minimaalinen.

Ankara jalostuneisuus (kypsä ja viimeistelty): Sivusto on eheän ja viimeistellyn oloinen, mutta palstatilan sisältö esitetään huolimattomasti.

Luonnollisuus: Ilme on harkittu, mutta ei silti vaikuta teennäiseltä.

Hienostunut syvyys (viitteellinen autuus): Absurdit kuvitukset ja hiottu ulkonäkö luovat toismaailmallisen tunnelman.

Vapaus sidonnaisuuksista: Sivusto on monin tavoin omintakeinen.

Rauhallisuus: Kuvitus on dynaaminen, mutta muutoin sivuston tunnelma on kohtuullisen rauhallinen.

7.5. Mario Kart 8



- WiiUで「マリオカート」
- コース
- アイテム
- キャラクター
- マシン
- ネットワークプレイ
- MKTV マリオカートテレビジョン
- amiibo アミーボ
- 映像&ゲーム画面ギャラリー

2014.5.29 発売
パッケージ版/ダウンロード版
希望小売価格 **5,700円**(税別)

ガイドブック情報 »
グッズ情報 »
かわいい商品情報はこちら »

マリオカート8! を遊ぶには? これからはじめる方へ »
更新データ配信のお知らせ »

Mercedes-Benz ZELDA × MARIOKART 8 追加コンテンツのお知らせ »

Mario Kart 8:n sivuston (kuva 11) rakenne, tyyli ja sisältö toimivat mainiosti yhteen. Sivusto tuntuu olevan zen-ihanteiden mukainen.

Wabi-sabi (avoin vaatimattomuus): Sivusto on niin hiottu, että se näyttää mainosjulisteelta.

Elävän hengen ymmärtäminen (luonteen tulkinnan representaatio): Upea kuvitus innostaa, rakenne ja muut elementit tukevat tunnelmaa.

Taivas, maa, ihminen (harkittu hierarkia): Suuren kuvituksen ohella on logo ja tiiviis, mutta visuaalisesti toimiva kojelautamainen valikko.

Täydentävä vastakohtaisuus: Suoraviivainen, vaatimaton rakenne tuo kontrastia lennokkaalle ja dynaamiselle kuvitukselle.

Epäsymmetria: Kuvitus on tehokkaan epäsymmetrinen.

Yksinkertaisuus: Layout on tehokkaan yksinkertainen, vaikka yksityiskohtia riittää.

Ankara jalostuneisuus (kypsä ja viimeistelty): Presentaatio on erittäin varma ja ammattimainen.

Luonnollisuus: Sivusto ei vaikuta spontaanilta, mutta ei tankealtakaan.

Hienostunut syvyys (viitteellinen autuus): Absurdit kuvitukset ja hiottu ulkonäkö luovat erityisen tunnelman.

Vapaus sidonnaisuuksista: Sivustolla on selvästi oma tyyliinsä ja rohkea rakenne.

Rauhallisuus: Vaikka kuvitus on dynaaminen se vaikuttaa niin pysähtyneeltä ja harmoniselta että sivuston tunnelma on kohtuullisen rauhallinen.

7.6. Dragon Quest Monsters 2

ドラゴンクエスト モンスターズ2
イルとルカの 不思議なふしぎな鍵
好評発売中!

公式大会情報ブログ

最新情報	ゲーム概要	キャラクター&ストーリーの紹介	かわいい内容
Wi-Fi ランキングバトル情報	モンスター配信情報	ムービー	ダウンロード

更新情報

2014/9/22
Vジャンプ4号連続コード付録企画! フィナーレは「ぎんがのつるぎ☆3」!

2014/8/21
「ドラゴンクエストシリーズ公式サイト」メンテナンス作業のお知らせ(8/25)

2014/8/21
Vジャンプ4号連続コード付録企画第3弾は「しあわせのタネ」30個! (8/25訂正)

2014/8/11

Wi-Fiランキングバトル情報

2015/2/9
チャレンジャーズGP 2015年2月9日からのお題

2015/1/9
チャレンジャーズGP 2015年1月5日からのお題

2014/11/16

お知らせ

2014/3/26
【必読】『ドラゴンクエストモンスターズ2 イルとルカの不思議なふしぎな鍵』更新データ配信のお知らせ

制作スタッフ

- ゼネラルディレクター: 堀井雄二
- モンスターデザイン: 鳥山明
- 音楽: すぎやまこういち
- 企画・開発: 株式会社スクウェア・エニックス
- 制作・販売: 株式会社スクウェア・エニックス

商品情報

- ジャンル: ロールプレイングゲーム
- 対応機種: ニンテンドー3DS
- メディア: ニンテンドー3DS専用カード
- プレイ人数: 1~8人 (セーブできるデータはひとつずつ/多人数でプレイする際は人数分のカードが必要です)
- 発売日: 2014年2月6日(木)
- 希望小売価格: (ソフト単体) 各5,229円(税別) [パッケージ版/ダウンロード版] *ダウンロード版使用ブロック数: 16384ブロック (必要な空き容量2ギガバイト)
- (ニンテンドー3DS LL 本体同梱版) 23,229円(税別)

ドラゴンクエストモンスターズ スーパーライト
スマートフォン向けRPG
好評配信中!

ドラクエパラダイス
ドラゴンクエストシリーズ公式サイト

運動キャンペーン!
ドラゴンクエストモンスターズ2
X MONSTER PARADISE

SQUARE ENIX MEMBERS
スクエニメンバーズ

ニンテンドー3DSのロゴ・ニンテンドー3DSは任天堂の商標です。

SHARE      

レーティング制度について | 著作権について | プライバシーポリシー | サポートセンター

© 2014 ARMOR PROJECT/BIRD STUDIO/SQUARE ENIX All Rights Reserved.
© SUGIYAMA KOBO

<http://www.dragonquest.jp/dqm2/> (kuva 12)

Dragon Quest -pelin sivusto (kuva 12) vaikuttaa ensi katsomalta hyvin tavanomaiselta, mutta suuri osa zen-ihanteista tuntui toteutuvan sivustossa ja nosti esiin sivuston vahvoja puolia, kuten hienovaraisuus ja tasapainoisuus.

Wabi-sabi (avoin vaatimattomuus, luonnollisuus): Sivusto on sympaattinen ja niin rakenteeltaan kuin sisällöltään nostalgisella tavalla vanhanaikainen.

Elävän hengen ymmärtäminen (luonteen tulkinnan representaatio): Sivuston rakenne on tavanomainen, mutta kuvitukset ja tyyli luovat eheän tunnelman.

Taivas, maa, ihminen (harkittu hierarkia): Huomio siirtyy sujuvasti kuvituksista muihin elementteihin.

Täydentävä vastakohtaisuus: Vastavärit tuovat tasapainoa. Fantasiateema ja tekstipainoinen, jämerä sivu tekevät hienovaraisen kontrastin keskenään.

Epäsymmetria: Sivusto on hyvin tasapainoinen, mutta tekstikehyksen takaa kurkistava hahmo on hurmaava yksityiskohta.

Yksinkertaisuus: Layout on melko yksinkertainen, mutta koristeellinen.

Ankara jalostuneisuus (kypsä ja viimeistelty): Vaikka sivusto on kepeä niin rakenteeltaan kuin sisällöltään, tyyli kantaa hyvin.

Luonnollisuus: Vaikka sivusto on selvästi tarkoin työstetty tyyli, rakenne ja sisältö antavat toisilleen tilaa.

Hienostunut syvyys (viitteellinen autuus): Vaikka sivusto on rakenteeltaan maanläheinen, kuvitukset ja tyyli luovat fantasiamaisen tunnelman.

Vapaus sidonnaisuuksista: Sivusto on tavanomainen eikä ota riskejä.

Rauhallisuus: Sivustolla on rauhallinen tunnelma.

7.7. Kirby Triple Deluxe



The banner features Kirby in the center with a surprised expression, surrounded by other characters like King Dedede, King Dedede Jr., and King Dedede's friends. The background is a vibrant, colorful landscape with a rainbow and a castle. The title "星のカービィ トリプルデラックス" is prominently displayed in the center.

星のカービィ トリプルデラックス

「星のカービィ」って？

おくゆ 奥行きのあるステージが **デラックス**

しんのうりよく 新能力が **デラックス**

サブゲーム・やり込み要素も **デラックス**

2014年1月11日(土) 発売
希望小売価格：4,571円(税別)
パッケージ版 / ダウンロード版

かわいい商品情報は [こちら](#)

紹介映像 [▶](#)

関連ソフトは [こちら](#)

[ガイドブック情報](#) [▶](#)

[トップ](#) | [奥行きのあるステージが、デラックス](#) | [新能力が、デラックス](#) | [サブゲーム・やり込み要素も、デラックス](#) | [「星のカービィ」って？](#) | [紹介映像](#)

© 2014 HAL Laboratory, Inc. / Nintendo

任天堂ホームページ | ニンテンドー3DSトップページ

Kirby Triple Deluxer -pelin sivusto (kuva 13) on ammattimaisen harkittu kokonaisuus, jossa tyyli, rakenne ja sisältö pelaavat yhteen.

Wabi-sabi (avoin vaatimattomuus, luonnollisuus): Sivusto on rakenteeltaan siisti ja kaupallinen, mutta viaton ulkonäkö on lähestyttävä.

Elävän hengen ymmärtäminen (luonteen tulkinnan representaatio): Kuvitus innostaa, rakenne ja muut elementit tukevat sitä.

Taivas, maa, ihminen (harkittu hierarkia): Suuren kuvituksen rajausta vie huomion sujuvasti muuhun sisältöön. Kokonaisuus on leikkisä.

Täydentävä vastakohtaisuus: Söpöjen hahmojen tuimat ilmeet ovat mielenkiintoinen kontrasti. Visuaalisesti sivuston muodoissa on paljon leikkittelyä suoran ja pyöreän välillä.

Epäsymmetria: Leikkisyydestään huolimatta rakenne on visuaalisesti tasainen.

Yksinkertaisuus: Rakenne on yksinkertainen, mutta muuten sivu on visuaalisesti vilkas.

Ankara jalostuneisuus (kypsä, viimeistelty): Sivusto on eheä ja viimeistelty.

Luonnollisuus: Leikkisästä tyylistä huolimatta sivusto on systemaattinen.

Hienostunut syvyys (viitteellinen autuus): Kuvitukset ja hiottu ulkonäkö luovat toismaailmallisen tunnelman.

Vapaus sidonnaisuuksista: Sivustolla on omanlainen tyyli ja rakenne.

Rauhallisuus: Rakenne on hyvin leppoisa, mutta muotojen ja värien paljous tekee kokonaisuudesta melko hektisen.

8. Analyysin tulokset

Tulosten etsimiseksi tulkitseen analyysistä, mitkä ihanteet toteutuvat aineistossa ja mitkä eroavat selvästi aineiston kanssa. Tulokset ovat havainnollistettuina taulukossa vaaka-akselilla verkkosivut ja pystyakselilla zen-ihanteet. Ihanteiden mukaisuutta merkitään mustalla ympyrällä ja vastaisuutta poikkiviivaisella ympyrällä (taulukko 1):

taulukko 1

	Youkai Watch	Pokémon OR & AS	Monster Hunter 4G	Super Smash bros.	Mario Kart 8	Dragon Quest	Kirby Triple Deluxe
Wabi-sabi	●	⊘	●		⊘	●	
Elävän hengen ymmärtäminen	●		●	●	●	●	●
Taivas, maa, ihminen	●		●	⊘	●	●	●
Täydentävä vastakohtaisuus			●	●	●	●	●
Epäsymmetria	⊘	⊘	⊘	⊘	●		⊘
Yksinkertaisuus	⊘	●		●	●		
Ankara jalostuneisuus	●		●		●		●
Luonnollisuus	⊘	⊘		●		●	⊘
Hienostunut syvyys		●	●	●	●	●	●
Vapaus sidonnaisuuksista		⊘	●	●	●	⊘	●
Rauhallisuus	⊘	●	⊘	●	●	●	⊘

Tulkintani mukaan aineisto on enemmän ihanteiden mukainen kuin vastainen. Otantani oli niin pieni ettei siitä voi johtaa päätelmiä esimerkiksi zen-taiteen suhteesta web-designiin laajemmin, mutta tulkintani mukaan kyseisestä aineistosta on havaittavissa joitain ominaisuuksia, jotka on

esitetty zen-taiteen ihanteina.

Teemallisesti aineistossa ei ole paljoa zen-buddhalaista tai muutoin perinteistä sisältöä, kuten esimerkiksi sivellinkalligrafiaa tai edes kovin paljoa kanji-kirjoitusmerkkejä. Pelien nimet ja logot on enimmäkseen kirjoitettu foneettisilla katakana-tavumerkeillä, jotka ovat yleisiä lapsille suunnatuissa tuotteissa, sillä lapset eivät välttämättä ole vielä oppineet kanji-merkkejä. Nimet ovat kuitenkin englanninkielisiä sanoja, jotka on japanilaistettu katakanakieleksi, jossa sanan merkityksellä ei välttämättä ole yhtä paljon väliä kuin sillä, miltä se näyttää ja kuulostaa (Barthal 2013, 55-56). Tämä voi johtua siitä, että videopelejä markkinoidaan moderneina ja perinteistä kaukaisina tuotteina.

Useat ihanteet toteutuvat esimerkiksi Mario Kart 8:n sivussa, mutta vain harvat Pokémon Omega Ruby & Alpha Sapphiren sivussa. Vastaavuussuhdetta ihanteiden mukaisuuden ja esimerkiksi myyntilukujen välillä ei ilmennyt. Ihanteista yleisimmin toteutuvat Elävän hengen ymmärtäminen ja Hienostunut syvyys, jotka molemmat ovat ilmaisullisia ja liittyivät merkittävän tunnelman luomiseen, mikä on videopelien markkinoinnissa todennäköisesti yleisesti tärkeää. Vähiten ihanteista toteutuu Epäsymmetria. Suurin osa sivuista on sen vastaisia, sillä niiden rakenteessa ei ole johdonmukaisesta rakenteesta poikkeamia jotka vastaisivat ihanteen luonnehdintaa. Seuraavaksi vähiten toteutuvat luonnollisuus, yksinkertaisuus ja wabi-sabi, jotka kaikki käsittelevät koristelematonta ja sellaisenaan toimivaa toteutusta. Sikäli kun sivustot ovat mainosmateriaalia, huomiota herättävä ja tarkoituksellisen myyvä toteutus ovat odotettavissa. Tulosteni pohjalta voisi päätellä, että aineiston vastaaminen ihanteisiin saattaa johtua siitä, että osa ihanteista sopii lähtökohtaisesti aineiston kaltaisten verkkosivujen toteuttamiseen, eikä siitä että suunnittelijat olisivat saaneet vaikutteita zen-taiteesta.

Mikäli oletetaan, että aineistossa toteutuivat mainonnalle yleisesti ominaiset ihanteet, tulokseni eivät niinkään näytä miten paljon verkkosivut noudattavat zen-ihanteita, vaan sen, mitkä ihanteista vastaavat mainonnan piirteitä. Tämän toteaminen vaatisi kuitenkin mainonnan ominaispiirteiden määrittelyn ja oman analyysinsä niiden toteutumisesta aineistossa.

9. Pohdinta

Zen-taiteen ihanteet näyttävät toteutuvan aineistossa suurelta osin. Zen-ihanteissa korostettiin usein teoksen kokonaisuutta, eli rakenteen, sisällön ja tyylin luomaa yhteisvaikutelmaa. Yleisin aineistossa havaitsemani zen-ihanteiden vastainen piirre on sisällön ja rakenteen irtonainen suhde. Maalaustaiteessa, jota varten ihanteet ovat muodostuneet, kokonaisuuden hallitseminen sekä rakenteellisesti että sisällöllisesti on erittäin keskeistä. Sen sijaan web-designissa yhdellä sivustolla on paljon erilaista sisältöä ja niiden välisiä merkityssuhteita esimerkiksi navigaation selkeyttämiseksi ja pää- ja oheissisällön erottamiseksi. Sen lisäksi että aineisto on maalausten sijaan web-sivuja, ne ovat kaupalliseen käyttöön tehtyjä, joten niiden luomisessa on ollut hyvin erilaiset lähtökohdat kuin zen-taiteessa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteivätkö tietyt rakenteelliset tai sisällölliset ominaisuudet voisi toistua, mutta toistumisen syyt ovat toinen kysymys.

Perinteisesti genreä on määriteltä sillä, että se noudattaa tiettyjä konventioita esimerkiksi tyyllisesti tai rakenteellisesti, jotka toistuvat muissa teoksissa, joiden katsotaan kuuluvan genreen. Tällainen genren määrittely on kuitenkin ongelmallista, koska ominaisuudet saattavat kuulua useaan genreen ja genrejen rakenteellinen määrittely voi vaihtua ajan kanssa (Chandler 2007, 158). Näin ollen ei voida sanoa, että tutkimieni ominaisuuksien muodostaman koodin esiintyminen teoksessa tarkoittaisi sitä, että teos olisi zen-taideteos tai 'zeniläinen'. Löydökseni toteavat vain, että tietyt zen-taiteessa arvostetut piirteet voi jossain määrin löytää myös japanilaisten videopelien verkkosivuilta. Toisaalta piirteitä on käytetty zen-taiteen määrittelemisessä, mutta genren määrittäminen on hyvin elävä prosessi.

Se, että materiaalista on tulkittavissa perinteisiä japanilaisen taiteen piirteitä, voi tarkoittaa sitä, että zen-buddhalaisella taiteella on ollut merkitystä japanilaisen suunnittelun ja visuaalisen kommunikaation käytäntöjen kehittämisessä web-designiin asti. Jos perinteisiä taiteita esimerkiksi opetetaan perus- tai taidekouluissa, on tädennäköistä, että konventiot jäävät elämään muuhun visuaaliseen kommunikointiin. Analyysini pohjalta ei voi kuitenkaan sanoa, ovatko käsittelemäni zen-ihanteet tyypillisiä japanilaiselle designille yleensä, sillä otantani oli pieni ja tarkoin rajattu. Voi myös olla, että tunnuspiirteet ovat niin yleisiä esteettisesti miellyttävien ja onnistuneiksi

koettujen teosten piirteitä, ettei niillä voi pitävästi määrittellä tiettyä genreä tai designin aluetta. Shin'ichi Hisamatsu sanoi, että zen-taidetta ei tule määrittellä pinnallisten ominaisuuksiensa, vaan tulkitun uskonnollisen merkityksensä vuoksi. Uskonnollisen merkityksen löytäminen materiaalini verkkosivuilta on asia, jota en käsitellyt tutkielmassani.

Tieteen eettiset ongelmat tutkielmassani voivat liittyä esimerkiksi zen-buddhalaisuuden asemaan uskontona ja kulttuurillista identiteettiä määrittävänä asiana. En kuitenkaan käyttänyt henkilökohtaisia tai yksityisiä lähteitä tai aineistoa ja pysyin aiheen käsittelyssä havainnoinnin tasolla. Tutkimuksen lähtökohtana toimi henkilökohtainen mielenkiintoni ja hypoteesini, jota lähdin testaamaan. Tavoitteenani ei ollut todistaa tai tehdä johtopäätöksiä zen-taiteeseen liittyen, vaan luoda skenaario, jossa asiantuntijoiden luonnehtimia taiteen ihanteita voi verrata aineistoon, jossa ihanteet hypoteettisesti voivat toteutua.

Semiotiikan tutkimuksessa on eriäviä teorioita siitä, määrittääkö järjestelmä käyttöä (struktuurallinen determinismi) vai määrittääkö käyttö järjestelmää (sosiaalinen determinismi). Tulosteni käsittelyssä tämä kysymys nousee esiin, kun mietin johtuuko ihanteiden toistuminen aineistossa siitä, että ihanteet määrittävät japanilaista designia vai siitä että ihanteet ovat muodostuneet kuvailemaan yleensäkin onnistunutta teosta. Mikäli kysymykseen vastaisi, uskon että kumpikin näkökulma on osaltaan oikeassa, sillä vaikutteiden ottaminen ja taidetta määrittävien teosten luominen sekä onnistunut vastaanottaminen ovat hyvin dynaamisia prosesseja.

Aineiston verkkosivujen kohdeyleisö on todennäköisesti ollut enimmäkseen japanilaiset lapset. Suurta osaa peleistä markkinoidaan kuitenkin myös kansainvälisesti ja eri ikäryhmille. Alun perin aion ottaa tutkielmaani mukaan myös samojen pelien kansainväliselle yleisölle suunnatut verkkosivut, joista käsiteltäviksi rajasin julkaisijan tekemät pelin sivut .com-verkkopäätteellä. Aikomuksenani oli verrata, miten zen-ihanteet toteutuvat japanilaisilla verkkosivuilla verrattuna kansainvälisiin verkkosivuihin, ja mikäli ne olisivat olleet tyypillisempiä japanilaisille sivustoille, se olisi saattanut tukea oletusta siitä, että zen-ihanteet vaikuttavat japanilaiseen designiin. En kuitenkaan toteuttanut suunnitelmaa, koska kansainväliset sivut olivat hyvin samanlaisia kuin japanilaiset vastineensa, ja se olisi monimutkaistanut tutkielmaani. Jatkotutkimuksen kannalta eri yleisöjen sivustojen keskenäinen vertailu voisi olla hyvä ajatus,

Japanilaisten ja kansainvälisten sivustojen samankaltaisuus

kertoo kuitenkin selvästi kansainvälisen markkinoinnin koordinoinnista alusta alkaen ja sen huomioimista sivujen ja materiaalin suunnittelussa. Kandidaatin tutkielmassani tarkastelin Pokémon-pelisarjan logoja ja sitä, miten pelien markkinointi on ollut visuaalisesti hyvin erilaista japanilaisen ja kansainvälisen yleisön välillä. Visuaalinen markkinointi näytti kuitenkin yhdenmukaistuvan ajan saatossa. Olisi mielenkiintoista nähdä aineistoni pelisarjojen verkkosivuja ja muuta markkinointimateriaalia vuosien varrelta ja tarkastella mikäli sama kehitys olisi havaittavissa.

Kuten Randomwire -blogin kirjoituksessa japanilaisesta web-designissa todettiin, myös oman kokemukseni mukaan monet japanilaiset verkkosivut tuntuvat visuaalisesti sekavilta ja monimutkaisilta. Tutkielmaa tehdessäni mietin paljon tätä seikkaa ja zen-ihanteetkin tuntuivat olevan sekavuuden ja monimutkaisuuden vastaisia. Pohdin, että ehkä kyse saattaa olla kirjoittamisesta ja visuaalisesta kielestä. Poimin wikipediasta tekstiä niin englanniksi kuin japaniksi ja pienensin sen resoluutiota niin, että yksi tekstirivi oli noin kolmen pikselin korkuinen (kuva 15). Kuvan ylempi teksti on japania ja alempi teksti on englantia. Tällä metodilla voisi tutkia luettavuuden ominaisuuksia ja visuaalisen kielen rakennetta tarkemminkin. Englanninkielisessä, roomalaisilla akkosilla kirjoitetussa tekstissä sanojen välit erottuvat selkeästi näinkin pienessä resoluutiossa ja kolmipikselisen tekstirivin keskimmäinen pikselirivi on selkeästi ylempää ja alempaa tummempia. Sen sijaan japanilaisessa kirjoituksessa valöörin ja rakenteen hajonta on paljon suurempi. En tarkoita tällä sitä, että toinen olisi lähtökohtaisesti toista selkeämpi kirjoitustapa, mutta mikäli lukija on tottunut jäsentämään luettavaa materiaalia roomalaisen kirjoituksen rakenteellisten ominaisuuksien mukaan, japanilainen teksti voi vaikuttaa monimutkaiselta.

Kirjoitettu kieli on monin tavoin ollut lähtökohtana visuaalisen viestinnän ja median kehittämisessä. Viime suosisadalla transkulturaation myötä ihmiset ympäri maailman ovat olleet entistä enemmän tekemisissä vieraiden kielten ja niiden kirjoitustapojen kanssa. Suomen kieltä alettiin kirjoittaa saksalaisen, ruotsalaisen ja latinan kirjoitusasun mukaan roomalaisin aakkosin, ja japanissa kehittyivät kieleen sopivat tavumerkistöt kiinalaisten kirjoitusmerkkien pohjalta. Roomalaiset aakkoset saivat alkunsa taltalla kaiverretuista merkeistä, kun taas japanilaiset merkistöt kehitettiin siveltimellä vedettäväksi, joten kenties muinaiset työkalut ja -tavat vaikuttavat yhä tapamme jäsentää kieliämme visuaalisesti aina verkkosivujen suunnittelussa asti.

[REDACTED]

[REDACTED]

Lähteet

Kirjallisuutta:

Leeuwen; Jewitt 2001. Handbook of visual analysis. SAGE Publications.

Harvilahti; Seppänen 1993. Katse kaukoitään : Suomalaista Itä-Aasian tutkimusta. Finnish Association of East Asian Studies.

Chandler, Daniel 2007. Semiotics : the basics. New York: Routledge.

Guiraud, Pierre 1975. Semiology (trans. George Gross). London: Routledge & Kegan Pau.

Eco, Umberto 1976. A Theory of Semiotics. Bloomington, IN: Indiana University Press/London: Macmillan.

Barthes 1970. Empire of Signs. Editions d'Art Albert Skira of Geneva.

Suzuki, Daisetz T. 1959. Zen and Japanese culture. Tuttle Publishing.

Rosella Marangoni 2008. Le Zen. Hazan.

Allen Hurlburt 1976. Publication design. Van Nostrand Reinhold Company.

Seo, Addiss 2000. The Art of Twentieth-Century Zen. Shambhala.

Bennett, Audrey 2006. Design Studies: Theory and Research in Graphic Design. Princeton Architectural Press.

Bartal 2013. DesignIssues: Volume 29, Number 1. Massachusetts Institute of Technology.

Addiss, Stephen 1989. The Art of Zen. New York: Harry N. Abrams.

West 2009. The Japanification of children's popular culture. The Scarecrow Press, Inc.

Burrough, Stine & Lester, Paul. 2012. Visual communication on the web. Routledge.

Verkkolähteet:

David 2013. Why Japanese Web Design Is So... Different.
<http://randomwire.com/why-japanese-web-design-is-so-different/>
(Luettu 4.6.2015)

McQuaid, John. 2000. A View of Religion in Japan.
http://www.japansociety.org/a_view_of_religion_in_japan
(Luettu 4.6.2015)

Salminen, Harri. 1998. Internetin historiaa.
<http://www.nic.funet.fi/index/FUNET/history/internet/fi/etusivu.html>
(Luettu 4.6.2015)

Peter, Ian. 2004. The prehistory of the Internet.
<http://www.nethistory.info/History%20of%20the%20Internet/prehistory.html>
(Luettu 4.6.2015)

2015. 2014年国内ゲーム市場速報が発表...
<http://www.famitsu.com/news/201501/06069057.html>
(Luettu 4.6.2015)

<http://www.charlesacramer.com/sf1110/ewExternalFiles/Williamson,%20Decoding%20Advertisements%20smaller.pdf>
(Luettu 4.6.2015)

Laurent-Neva, Lucia 2015. Design Semiotics: Aesthetics in Cultural Context.
<https://rwconnect.esomar.org/design-semiotics-aesthetics-in-cultural-context/>
(Luettu 4.6.2015)

Bowie, Henry P. 2011. On the Laws of Japanese Painting.
<http://www.gutenberg.org/files/35580/35580-h/35580-h.html>
(Luettu 4.6.2015)

Porcu, Elizabetta. 2007. Aesthetics and Art in Modern Pure Land Buddhism.
https://www.academia.edu/10811821/_Aesthetics_and_Art_in_Modern_Pure_Land_Buddhism._In_Japanese_Religions_32_1-2_2007_53-68
(Luettu 4.6.2015)

Porcu, Elizabetta. 2015. Down-to-Earth Zen...
https://www.academia.edu/11668550/_Down-to-Earth_Zen_Zen_Buddhism_in_Japanese_Manga_and_Movies._Journal_of_Global_Buddhism_16_2015_37-50
(Luettu 4.6.2015)

Hisamatsu, Shin'ichi. 2013. On Zen Art.
<http://archiv.ub.uni-marburg.de/ep/0004/article/viewFile/3284/3203>
(Luettu 4.6.2015)

Modernismi ja postmodernismi
https://www.jyu.fi/taiku/aikajana/taidehist/th_ny_modernismi.htm
(Luettu 4.6.2015)

Hardt, Michael. 2005. Aesthetics, semiotics & design.
http://www.michael-hardt.com/PDF/research/Aesthetics_semiotics_and_visual_communication.pdf
(Luettu 4.6.2015)

Kuvat:

Kuva 1, sivu 3:
www.yahoo.co.jp
(Otettu 4.9.2014)

Kuva 2, sivu 4:
<http://tylerraiz.com/wp-content/uploads/2013/09/2013.09.05-VS->

Arashi-001.jpg
(Tarkistettu 4.6.2015)

Kuva 3, sivu 12:
<http://b-ten.com/wp-content/uploads/2014/12/bhudda-7.jpg>
(Tarkistettu 4.6.2015)

Kuva 4, sivu 13
<https://www.pinterest.com/pin/355854808027789034/>
<http://pokemondb.net/pokedex/darmanitan>
(Tarkistettu 4.6.2015)

Kuva 5, sivu 20
<http://www.gutenberg.org/files/35580/35580-h/35580-h.html>
(Tarkistettu 4.6.2015)

Kuva 6, sivu 25
www.rakuten.co.jp
(Otettu 29.4.2015)

Kuva 7, sivu 32
<http://www.youkai-watch.jp/>
(Otettu 16.3.2015)

Kuva 8, sivu 34
<http://www.pokemon.co.jp/ex/oras/>
(Otettu 16.3.2015)

Kuva 9, sivu 36
<http://www.capcom.co.jp/monsterhunter/4G/>
(Otettu 16.3.2015)

Kuva 10, sivu 38
<http://www.smashbros.com/jp/>
(Otettu 16.3.2015)

Kuva 11, sivu 40

<http://www.nintendo.co.jp/wiiu/amkj/>
(Otettu 16.3.2015)

Kuva 12, sivu 42
<http://www.dragonquest.jp/dqm2/>
(Otettu 16.3.2015)

Kuva 13, sivu 44
<http://www.nintendo.co.jp/3ds/balj/>
(Otettu 16.3.2015)