

Luovuus

Ideoiden synty graafisen suunnittelijan työssä

Pro gradu -tutkielma

Mika Hautamäki

Tiivistelmä

Tämä on tutkimus luovuudesta ja siitä, miten ideat syntyvät graafisen suunnittelijan työssä. Tutkimuksessa on haastateltu kymmentä suomalaista graafikkoa, jotka kertovat omista kokemuksistaan luovan työn tekijöinä. Haastattelut on analysoitu diskurssianalyysin avulla ja niistä syntyviä tulkintoja heijastetaan aiemmin kirjoitettuun luovuustutkimukseen. Tutkimus tarjoaa katsauksen tämänhetkiseen luovuuden tilaan yhteiskunnassamme, graafisen suunnittelun kontekstissa.

Avainsanat

Luovuus, graafinen suunnittelu, diskurssianalyysi, ideat



Abstract

This is a study about graphic design and creativity. The aim of study is to answer, where the ideas comes from. In this study I interview ten Finnish graphic designers about their opinions and experiences of creativity. Results of the interviews are being interpret with discourse analysis. This study offers a view about creativity's status in our society in context of graphic design.

Keywords

Creativity, graphic design, discourse analysis, ideas

Mika Hautamäki // 0364979
Ohjaajat: Riitta Brusila & Hannu Vanhanen
Taiteiden tiedekunta
Graafisen suunnittelun koulutusohjelma
Kevät 2018

SISÄLLYS

| | | | |
|----|--|--|----------------------------|
| 10 | 1. Johdanto | 40 | 6. Haastattelujen tulokset |
| 14 | 2. Tutkimuskysymys | 6.1. Tulkintarepertuaari | |
| 16 | 3. Käsitteenmäärittely | 6.1.1. Työprosessi | |
| | 3.1. Luovuus | 6.1.2. Ympäristö | |
| | 3.2. Luovuuden tutkimus yleisesti | 6.1.3. Vuorovaikutus | |
| | 3.3. Luovuuden tutkimus graafisessa suunnittelussa | 6.1.4. Aika | |
| | 3.4. Luova prosessi | 6.1.5. Tieto | |
| | 3.5. Freelancer -suunnittelija | 6.1.6. Tekniikka | |
| | 3.6. Mainostoimisto -suunnittelija | 6.1.7. Persoona | |
| | 3.7. In-house -suunnittelija | 88 | 7. Tulosten yhteenveto |
| 26 | 4. Teoreettiset lähtökohdat | 7.1. Optimaalinen luova prosessi | |
| | 4.1. Henkilökohtaiset resurssit | 7.2. Miten ideat syntyvät suunnittelijan työssä? | |
| | 4.2. Sosiaaliset resurssit | 92 | 8. Pohdinta |
| | 4.3. Teknologiset resurssit | | Lähteet |
| 32 | 5. Tutkimusmenetelmät | | Liitteet |
| | 5.1. Teemahaastattelu | | |
| | 5.2. Haastattelurunko | | |
| | 5.3. Haastatteluiden organisointi | | |
| | 5.4. Diskurssianalyysi | | |

“Ideas are like fish and you don’t make
the fish, you catch the fish.”

- David Lynch

1. JOHDANTO

Luova ongelmanratkaisukyky eli tunnetummin *luovuus* on graafisen suunnittelijan tärkein ammatinharjoittamisen työkalu. Ilman luovuutta toistaisimme samoja kaavoja uudestaan ja uudestaan. Luovuus on luovan työn ammattilaisen henkilökohtainen taipumus ratkaista suunnitteluongelmia uudella ja omaperäisellä tavalla. Tekijän luovuus tekee artefakteista ainutlaatuisia. Tekijän persoona ja henkilökohtainen tyyli määrittää jäljen, mikä taas on seurausta tämän luovasta toiminnasta. Luovan työn tekijää ei voi korvata koneella. Graafisia suunnittelijoita ja suunnitteluympäristöjä on monia erilaisia, mutta yksi asia on näille kaikille yhteinen - luova kyky pureutua suunnitteluongelmiin. Luovuus on graafiselle suunnittelijalle aiheena niin keskeinen ja kiinnostava, että halusin itsekin graafikkona tutkia sitä tarkemmin.

Pro gradu -tutkielmani tarkoitus on selvittää, miten ideat syntyvät. Onko olemassa jonkinlaisia universaaleja keinoja, joilla luova ongelmanratkaisukyky saadaan paremmin toimintaan suunnittelutyön aikana. Pyrin saamaan vastauksia haastatteleamalla maamme keskeisimpiä ammattigraafikoita. Poimin tutkimuksessani haastateltavien lausun-

noista sellaisia ominaisuuksia, jotka heidän kokemuksiansa mukaan edistävät luovuutta. Näiden henkilökohtaisten kokemusten yhdistelyllä pyrin muodostamaan kokonaisuuden, joka kuvaa graafisen suunnittelun ammattilaisten näkemystä luovuudesta 2010-luvun Suomessa.

Haluan nostaa esille myös sen, että luovuuskeskustelua ei tulisi lähteä mystifioimaan liikaa. Luovuus graafisen suunnittelun työssä on suurelta osin ongelmanratkaisua. Näin ollen tämän tutkimuksen tarkoitus ei ole antaa luovuudesta syväluotaavaa psykologista analyysia, vaan pureudun luovaan työhön hyvin käytännönläheisellä tasolla. Tutkimukseni päätavoitteena on antaa haastattelujen perusteella graafisen suunnittelun ammattilaisten näkemys luovuudesta tällä hetkellä. Asiaa voidaan tutkia myös esimerkiksi psykologisesta näkökulmasta, jolloin tutkimuskysymykset ja näkökulmat muuttuvat. Aiheesta on viime vuosina käyty myös paljon yhteiskunnallista keskustelua. Haluan tutkimuksellani osallistua tähän keskusteluun ja tarjota siihen graafisen suunnittelun ammattilaisuuteen rajatun näkökulman, jota voidaan heijastaa yleiseen luovuustutkimukseen.

Graafisen suunnittelijan työ on ongelmanratkaisukykyä vaativaa asiantuntijatyötä. Työn tarkoitus on edistää asiakkaan liiketoimintaa ja kasvattaa tunnettuutta. (Soramäki 2015, 4). Kaupallisella alalla aika-tilat ovat usein tiukkoja, joten aikaa ideoimiseen ja tunnelmointiin ei jää paljoa. Vaikka luovuuden kannalta olisi hyvä, että aikaa ideoimiseen jäisi runsaasti, ei se aina kiireisessä työympäristössämme ole mahdollista. Tämän vuoksi tehokas ja johdonmukainen suunnittelu on tärkeää erityisesti alkuvaiheessa, jossa luova prosessi laitetaan vauhtiin. Kuinka saada luovuutta ja sitä kautta suunnittelua tehokkaammaksi? Tähän todennäköisesti auttaa kun tiedostaa omat luovuutensa ja innostuksensa lähteet. Tämä tutkimus pyrkii nostamaan esille mahdollisia asiayhteyksiä, jotka ovat suhteessa luovien ideoiden syntyyn.

Graafisen suunnittelun opiskelijana, tämä aihe koskettaa läheisesti myös minua. Kun syksyllä 2015 sain professoriltani Riitta Brusilalta mahdollisuuden tutkia tätä hänen valmiiksi asettamaansa aihetta, en

joutunut miettimään kovinkaan kauaa tarttuisinko tilaisuuteen. Olen huomannut, että tämä tutkimus on ollut erinomainen oppimisprosessi luovuuden ymmärtämiseen. Haastatteluiden myötä myös kotimaisten ammattilaisgraafikoiden työskentelytapojen tarkastelu on tarjonnut minulle erinomaiset työkalut oman luovuuteni jäsentämistä ja ammattilaisiksi tulemistä varten.

Tutkimukseni metodologisena viitekehystenä käytän diskurssianalyysiä, jonka avulla tarkastelen haastateltavien verbaalista tapaa käsitellä luovuutta sekä pohtia omaa työkäyttämistään. Diskurssianalyysillä tarkoitetaan kielenkäytön ja muun merkitysvälitteisen toiminnan tutkimusta. Sen tavoite on tarkastella sosiaalisen todellisuuden tuottamista sosiaalisissa käytännöissä. (Jokinen, Juhila & Suoninen 1993; Suoninen 1999a, 18-19.)

Elokuvaohjaaja David Lynchin mukaan ideat ovat kuin kaloja ja syvemmällä uivat isommat kalat. Näin ollen syvemmältä löytyvät myös isommat ideat. Lynchin ajatus on, että ideaa ei tehdä vaan idea saalistetaan. Idea *on siis jo valmiiksi olemassa*. Pitää vain löytää oikeat työkalut päästäkseen sen luokse. Päästäkseen riittävän syvälle. (Lynch 2008)

Toivon, että tämä tutkimus avaa myös kollegoilleni mahdollisuuksia virkistää omia luovan työn ajattelu- ja työskentelymetodejaan.

2. TUTKIMUSKYSYMYS

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, voiko luovuutta jaotella, ymmärtää ja pyrkiä tehostamaan yksittäisten siihen liittyvien seikkojen avulla. Samalla tämä tutkimus pyrkii tuomaan luovuuden käsitettä lähemmäksi jokapäiväistä työelämää. Tutkimuskysymykseni on: Miten ideat syntyvät graafisen suunnittelijan työssä? Saadakseni mahdollisimman kattavan läpivalaisun aiheeseen, haastattelen teemahaastattelua apuna käyttäen kolmea eri graafisen suunnittelijan tyyppiä: freelance-reitä, in-house suunnittelijoita sekä toimistoissa, kuten mainostoimistoissa työskenteleviä graafikoita. Valitsin nämä kolme suunnittelutahoa haastateltavikseni, koska ne ovat yleisimmät graafisen suunnittelijan työtävät. Tätä jaottelua on käytetty jo aiemmin *Graafikon työhuone: Työympäristön vaikutus luovan työn tekemiseen* -pro gradu -tutkielmassa. (Pöllä & Tikkala 2014)

Näiden kolmen suunnittelutahon myötä minulla oli haastateltavana kymmenen graafisen suunnittelun osaajaa, joista kaksi työskenteli samassa työpaikassa. Haastateltavista kaikki paitsi yksi työskentelivät pääkaupunkiseudulla. Haastattelut olivat muodoltaan teemahaastatte-

luita, joissa oli kolme erillistä teemaa: suunnittelijan henkilökohtaiset, sosiaaliset ja tekniset resurssit luovuuden harjoittamisessa. Kun haastattelut oli litteroitu, analysoin niitä diskurssianalyysin avulla. Diskurssianalyysin keinoin tarkastelin, millaisia rakenteita tekstin kautta löytyi luovuudesta. Jaottelin havaintoni tulkintarepertuaareiksi, joiden avulla pyrin saamaan säännönmukaisen merkityssuhteiden systeemin.

3. KÄSITTEENMÄÄRITTELY

Tutkimuksessani graafisen suunnittelijan työtä tarkastellaan sen moninaisissa toimintaympäristöissä. Olen jaotellut graafikot kolmeen suunnittelutahoon: isomman yrityksen tai toimijan sisäisiin graafikoihin, eli in-house -suunnittelijoihin, mainostoimistoissa työskenteleviin mainostoimisto-suunnittelijoihin sekä itse itsensä työllistäviin ja yleensä itsenäisesti työskenteleviin freelancer-suunnittelijoihin. Jaottelu perustuu siihen, että graafiset suunnittelijat toimivat useimmiten juuri joissain näistä kolmesta työympäristöstä. Tutkimuksen helppolukuisuuden nimissä määrittelen, mitä nämä tahot tarkoittavat ja miten niiden toimenkuvat eroavat toisistaan.

Haluan myös selvittää, että termit *graafinen suunnittelija*, *graafikko* ja *graafinen muotoilija* ovat toistensa synonyymejä, joita käytetään alalla tasapuolisesti nimittämään graafisen suunnittelun tekijöitä. Myös tässä tutkimuksessa on näiden termien käyttö vapaata. Ennen graafisen suunnittelijan tarkempaa käsitteenmäärittelyä on kuitenkin tärkeää määritellä luovuus mahdollisimman tarkasti.

3.1. Luovuus

on tietoa
on ongelmanratkaisua
on epäonnistumista
on avoimuutta
on lainaamista
on intohimoa
on kysymistä
on uskoa omaan intuitioon
on sitkeyttä

Luovuuteen löytyy lukuisia määritelmiä. Yksi hyväksytyimmistä ja luotetuimmista luovuuden määritelmistä sisältää kolme komponenttia. Ensinnäkin luovien ideoiden pitää edustaa jotakin erilaista, uutta tai innovatiivista. Toiseksi luovat ideat ovat korkealaatuisia. Kolmanneksi luovien ideoiden pitää palvella niille asetettua tehtävää. (Kaufman & Sternberg, 2007.) Yksittäinen yhteinen luonnehdinta luovuuden määrittelykselle on, että se on apu ongelmanratkaisuun. ”Luovuudella tarkoitetaan ihmisen niitä ominaisuuksia, jotka liittyvät itseilmaisuuksiin ja itsensä toteuttamiseen; luovuus tarkoittaa kykyä ratkaista ongelmia ja käsitellä asioita ilman tunnetun maailman johdonmukaisuuksia ja järjestystä.” (Vähälä 2003, 22).

Jotkut ihmiset saattavat pitää luovuutta jotenkin ihmeellisenä ja mystisenä asiana, mutta todellisuudessa luovuutta esiintyy kaikilla ihmisillä ja mitä arjimmassa tilanteissa. ”Luovuus on esimerkiksi sitä, että keksii kuinka perheeltä kuluu viikottaisiin ruokaostoksiin vähemmän aikaa ja rahaa. Luovuutta on nähdä itsestään selvä, jota kukaan muu ei ole nähnyt.” (Koski & Tuominen 2004, 26).

On yleistä, että luovuus käsitetään lähtökohtaisesti nimenomaan taiteilijoiden etuoikeutena. (Koski & Tuominen 2004, 24-26.) Luovuus nähdään kärjistetyimmillään *hulluutena*, johon vain taiteilijoilla on mah-

dollisuus. Graafinen suunnittelu yhdistää luovuuden hullun taiteellisen ja arkisen kauppareissu-aspektin. Graafikon pitää olla samalla luova ja heittäytyvä, mutta toisaalta tehokas ja asiakaslähtöinen. Siksi luovuus graafisen suunnittelun alalla ei ole pelkästään pilvissä leijailua. Graafisen suunnittelijan tulee toimia myös luovuuden osalta johdonmukaisesti, jotta suunnittelutyöt voisivat esimerkiksi saavuttaa kohderyhmän ja asiakkaan.

Yhteiskunnassa peräänkuulutetaan usein luovuutta. Luovuus ja innovatiivisuus ovat arvoja joita usein nostetaan esille, mutta usein väärillä lähtökohdilla. ”Yhteiskuntamme on täynnä nollatason horinaa, jossa puhutaan että tarvitaan luovuutta, mutta teot puuttuvat.” (Heikkinen & Tuominen 2014). Luovan työn tekijä on tässä yhteiskunnassa jokseenkin puun ja kuoren välissä. Luovuudelle ja innovatiivisuudelle annetaan näennäisesti suuri arvo, mutta sitä ei täysin ymmärretä, eikä välttämättä halutakaan ymmärtää.

Luovuus on siis monisyinen asia. Tässä tutkimuksessa luovuudella tarkoitetaan graafisen suunnittelun alalla työskentelevien henkilöiden kykyä ratkaista visuaalisia suunnitteluongelmia ja käsitellä graafista suunnittelua ilman tunnetun maailman johdonmukaisuutta ja järjestystä. Tämä johtaa uusiin ideoihin, uudenlaisiin suunnittelutöihin ja tuoreisiin näkökulmiin, joiden katsotaan vaatineen *luovuutta*.

3.2. Luovuuden tutkimus yleisesti

Luovuuden tutkimus on verrattain tuore tutkimusaihe ihmiskunnan historiassa. Luovuuden psykologinen tutkimus on alkanut vasta 1950-luvulla. (Sternberg & Lubart, 1999.) Modernin luovuustutkimuksen merkkipaaluna pidetään usein yhdysvaltalaisen lahjakkuustutkijan J. P. Guilfordin vuonna 1950 psykologeille pitämää puhetta, jossa hän kuvasi luovuuden keskeisiä piirteitä ja ongelmia. Puheen seurauksena luovuuden tutkimisen osuus lahjakkuustutkimuksessa kasvoi dramaattisesti. Samalla psykologinen ihmiskäsitys muuttui. Ihmistä ei enää

pidetty reflekskejä täynnä olevana, mekaanisesti ympäristön ärsykkeisiin reagoivana organismina, eikä älykkyydosamäärä enää ollut ainoa lahjakkuuden mittari. (Uusikylä 2012, 17–18.)

Luovuuden tutkimusta pidetäänkin ensisijaisesti psykologian alan tutkimusaiheena. (Jeffries 2017, 1.) Luovuutta on tutkittu kuitenkin myös muissa oppiaineissa empiirisesti ja teoreettisesti. Vuosien kuluessa mukaan ovat tuleet mm. kongitiivinen ja psykososiaalinen konteksti. ”Kognitiivinen luovuuden tutkimus on kiinnostunut keksimisen prosesseista. Newell ja Simon (1972) ovat tutkineet ongelmanratkaisua ja heuristiikkaa. Useat tutkijat ovat olleet kiinnostuneita luovuuden psykososiaalisesta ulottuvuudesta. Esimerkiksi Amabile (1983) on tutkinut luovien ihmisten luonteenpiirteitä ja sisäistä motivaatiota. Barron ja Harrington (1981) ovat tutkineet itseluottamusta, viehtymystä monimutkaisten tilanteiden ratkaisemiseen, esteettistä orientaatiota ja riskinottoa. Simonton (1984; 1994) on tutkinut sosiaalisen ympäristön merkitystä, sitä miten roolimallit, resurssit ja alalla olevat kilpailijat vaikuttavat luovuuteen.” (Koskenurmi-Sivonen & Seitamaa-Hakkarainen N.d.)

Luovuustutkimuksen yksi nykypäivän tunnetuimmista henkilöistä on Mihályi Csikszentmihályi, joka edustaa monitieteistä lähestymistä luovuuteen. Monitieteinen teoria pyrkii yhdistämään luovan toiminnan kognitiiviset prosessit, yksilön ominaisuudet ja ympäristön merkityksen. (Koskenurmi-Sivonen & Seitamaa-Hakkarainen N.d.)

Nykyään luovuuden tutkimus on hyvin suosittua. Vuodesta 1988 lähtien on julkaistu luovuutta käsittelevää julkaisua *Creativity Research Journal*, jossa julkaistaan aihetta koskevia artikkeleita. Tässä tutkimuksessa luovuuden tutkimus kohdistetaan graafiseen suunnitteluun ja luovaan prosessiin, metodin ollessa diskurssianalyysi.

3.3. Luovuuden tutkimus graafisessa suunnittelussa

Luovuutta on graafisen suunnittelun kontekstissa tutkittu suhteellisen vähän. Yleinen näkökulma luovuuteen graafisen suunnittelun suhteen

on ollut luovuus ongelmanratkaisuna. Luovuuden psykologisen ulottuvuuden opettamista graafisen suunnittelun opiskelijoille ei ole yleisesti hyödynnetty. (Alhajri 2017.) Luovuus graafisen suunnittelun tutkimuksessa jää hyvin käytännönläheiseksi ja pintapuoliseksi, mikä osittain selittyy sillä, että valmiudet syvempään psykologiseen tutkimukseen ja sen ymmärtämiseen eivät ole graafisten suunnittelijoiden ominta osa-aluetta.

Graafisen suunnittelun kontekstissa luova prosessi on suosittu aihe ja näkökulma luovuuden tutkimiseen. Tan & Melles tutkivat graafisen suunnittelijan välineen käyttöä luovan suunnitteluprosessin aikana. *Design Diaries: Creative Process in Graphic Design* -kirjassa Roberts & Wright valaisevat graafisen suunnittelun luovaa prosessia erilaisten, eri-ikäisten ja -taustaisten suunnittelijoiden kautta. (Roberts & Wright 2010.)

Suomessa luovuutta on tutkittu graafisen suunnittelun kontekstissa lähinnä opinnäytetöissä. Näkökulma näihin tutkimuksiin on ollut niin ikään luovuus ongelmanratkaisukyknä ja sen edistämisen keinoina. Tässä suhteessa tutkimukseni ei eroa muista luovuustutkimuksista graafisen suunnittelun kontekstissa. Luovuus toimialasta riippumatta on suhteellisen samanlaista, joten yleiset luovuustutkimukset ovat sovellettavissa myös graafisen suunnittelun kontekstiin.

3.4. Luova prosessi

”Graafisen suunnittelun yksi keskeisimmistä taidoista on luova ongelmanratkaisukyky. Kun suunnittelija on vastaanottanut asiakkaalta briefin, alkaa luova prosessi. Luova prosessi käsittää monta eri vaihetta, joista kaikki pitää toteuttaa erittäin huolella, jotta voidaan saavuttaa erinomainen lopputulos.” (Toivanen 2015).

Kuvaan lyhyesti graafisen suunnittelijan työprosessia tutkimuksen ymmärtämistä varten. Prosessi lähtee käyntiin asiakkaan briefistä, eli tehtävänannosta. Aiheesta kertova Graafinen.com:in artikkeli käyt-

tää tästä nimitystä valmisteluvaihe. Briefissä asiakas antaa graafikolle suunnitteluongelman, eli sen mitä halutaan suunniteltavan (esim. logo, visuaalinen identiteetti tai käyttöliittymä). Tässä tilanteessa asiakkaan tulee antaa riittävä määrä informaatiota omasta toiminnastaan suunnittelutyön toteuttamista varten. Usein asiakas ei kuitenkaan tiedä, mikä on tärkeää, joten hyvän suunnittelijan on heti briefistä lähtien oltava tarkkaavaisena ja itse osattava poimia sellaiset tekijät, jotka ovat suunnitteluongelman ratkaisun kannalta olennaisia. Graafikon on osattava esittää oikeat kysymykset. ”Ongelman löytäminen ja tavoitteiden asettaminen on ensimmäinen askel luovassa prosessissa. Tämä vaihe on kaikista vaiheista tärkein, sillä on mahdotonta löytää minkäänlaista luovaa ratkaisua jos todellinen ongelma ei ole tiedossa.” (Toivanen 2015).

Ennen luovan työn aloittamista on viisainta jättää asia hetkeksi hautumaan. Tätä kutsutaan kypsyttelyvaiheeksi. Tässä vaiheessa suunnittelija havainnoi ympäristöään briefin pohjalta ja kerää siihen liittyviä asioita. Tällöin oivalluksia saattaa tulla yllättäviltäkin suunnilta. Kypsyttelyvaiheessa kaikki suunnittelijan aistit keräävät huomaamattaan raakamateriaalia tulevien ideointivaiheiden pohjaksi.

Briefin saatuaan suunnittelija aloittaa ideoinnin ja luonnostelun. On vuorossa ideointivaihe. Tutkimuksessani keskityn vahvasti juuri tähän vaiheeseen, jolloin suunnittelija tuottaa työnsä ideatasolla ja siirtää sen jollekin alustalle. Ideointi ja luonnostelu on monilla työprosessin pitkäkestoisin vaihe, joka voidaan mieltää ns. luovaksi työskentelyksi. Se on suurilta osin ajattelua, jossa käydään läpi erilaisia työn toteuttamisen skenaarioita. On myös huomioitavaa, että tässä vaiheessa on henkilöiden välisiä eroja, sillä jotkut ideoivat ja luonnostelevat vähemmän, kuin toiset. Erilaisiin työtapoihin pureudun lisää tuloksissa. Yleensä tässä vaiheessa käydään läpi luonnoksia asiakkaan kanssa ja valitaan ne ideat, joita lähdetään jatkotyöstämään.

Luonnostelun jälkeen on hionta- ja toteutusvaihe. Tällöin konkreettisesti tuotetaan lopullinen suunnittelutyö. Vaikka tässä vaiheessa työ-

täminen on mekaanista, eikä niin vahvasti luovaan ajatteluun pohjaavaa toimintaa kuin ideointi, olen käsitellyt myös tätä vaihetta tutkimuksesani. Kun lopputulos viimein toteutetaan, edessä on vielä monia kysymyksiä. *Millaisia välineitä ja alustoja käytän? Millä tyylillä työni toteutan? Minkä typografian valitsen?* Vaikka idea olisi samanlainen, päätyvät kaksi eri graafikkoa todennäköisesti toteutukseltaan täysin erilaisiin lopputuloksiin.

Joissakin tapauksissa työprosessin aikana ollaan hyvin tiiviissä yhteydessä asiakkaaseen. Mutta on myös sellaisia suunnitteluprosesseja, joissa työ näytetään asiakkaalle vasta sen ollessa valmis. Tässä piilee tietty riski, sillä jos työ ei vastaakaan asiakkaan odotuksia, joudutaan pahimmassa tapauksessa palaamaan takaisin alkutilanteeseen ja tekemään suunnittelutyö lähes uusiksi.

Jokainen luova prosessi on yksilöllinen ja erilainen, mutta esittämällä yleinen kaava voi antaa jonkinlaisen käsityksen siitä, mitä suunnitteluprosessin aikana tapahtuu.

3.5. Freelancer-suunnittelija

Grafian vuonna 2015 tekemän *Grafian jäsenet työmarkkinoilla* -raportin mukaan Suomessa työskentelevistä graafikoista 3,9% on verokortilla työskenteleviä freelancereita ja 50,7% yrittäjiä. (Soramäki & Ojala 2015, 12.) Huomioitavaa on, että tutkimus koskee ainoastaan Grafian jäseniä, eikä se näin ollen kerro koko totuutta alan työtilanteesta. Varsinainen freelancereiden prosenttiosuus jää epäselväksi, mutta luvuista voidaan päätellä, että se on merkittävä. Freelancer tarkoittaa sitä, että graafikko työllistää itse itsensä. Freelancer on siis yrittäjä, mutta hänellä ei ole alaisia, vaan vastuu kaikesta on tekijällä itsellään. Käytännössä freelancer-graafikko toimii asiakkaidensa kanssa samalla tavalla, kuin muutkin suunnittelijat, mutta tämä ei ole sidoksissa mihinkään tiettyyn työympäristöön. Freelancerin hyviä puolia on tietty ketteryys suunnitteluprosessin aikana. Freelancer voi työskennellä missä vain ja koska

tahansa. ”Free voi erikoistua haluamalleen alalle, jaksottaa töitään lastensa hoidon vaateiden mukaan tai matkustaa keneltäkään kyselemättä keskellä tiistaipäivää mummolaan Ylöjärvelle tai mennä keräämään mustia viinimarjoja mökiltään. Mutta freelancer on kirjaimellisesti vapaa myös monista niistä työhön liittyvistä turvaverkoista, joita Suomeen on vuosien mittaan rakennettu.” (Jokinen 2009, 6). Freelancer on kirjaimellisesti yksin työmarkkinoilla. Vaikka siihen liittyy riskinsä, tämä on vapaa suorittamaan luovuutta täysin omalla tavallaan ja siitä olen tässä tutkimuksessa kiinnostunut.

Haastattelututinnan freelancerit työskentelivät vaihtelevissa tehtävissä. H1 oli ennen kaikkea kuvittaja, tilaajinaan hyvin kulttuuripainotteinen asiakaskunta, kuten muotilehdet ja musiikkitapahtumat. H3 oli niin ikään kuvittaja ja työskenteli median ja journalismin parissa mm. Helsingin Sanomissa. H7 tarjosi käytännönläheistä logojen, julkaisujen ja visuaalisten identiteettien suunnittelua yrityksensä kautta.

3.6. Mainostoimisto-suunnittelija

Mainostoimistot ovat graafikoiden suurin työllistäjä Suomessa. *Grafian jäsenet työmarkkinoilla* -raportin mukaan ainakin 30% graafikoista työskentelee mainostoimistoissa. (Soramäki & Ojala 2015, 12.) Otannasta tosin puuttuvat kaikki ne suunnittelijat, jotka eivät ole Grafian jäseniä. Juuri mainostoimistotyö on tällä hetkellä stereotyyppinen trendikäs luovan alan ensisijainen mielikuva. Mainostoimistoissa *kreataan* aamusta iltaan. Siellä on kova kiire ja vilinä, mutta silti rento meininki. Paineen kasvaessa liian kovaksi voi rentoutua AD:n kanssa hetken aikaa pallomeressä ja samalla nauttia paikallista pienpanimo IPAa toimiston jääkaapista. Tämä osittain jopa paikkansa pitävä mielikuva on mainostoimistojen tapauksessa olennainen osa luovuutta. Siinä missä freelancer työskentelee yksin, on mainostoimistoilla etuinaan ns. luova ympäristö, jonka vaikutuksia luovaan työhön lienee syytä tutkia. Toimistoissa on mahdollista keskustella samanhenkisten ihmisten kanssa ja hakea

lisäkipinöitä luovuuteen vuorovaikutuksen avulla. Usein toimistot kutsuvat itseään myös muilla nimillä, kuin mainostoimisto. Olemassa on myös mm. luovia toimistoja ja suunnittelutoimistoja. Erot näissä ovat usein vain nimellisiä ja tässä tutkimuksessa valitsen käytettäväkseni termin mainostoimisto, sillä se lienee yleispätevin termi kuvaamaan graafisen suunnittelun toimistoympäristöä.

Tässä tutkimuksessa mainostoimistojen kokoero vaihteli n. viidestä henkilöstä useaan kymmeneen. Kaikki toimistot sijaitsivat Helsingissä keskustan alueella. Lisäksi yhdellä toimistolla oli toimipiste myös New Yorkissa. Toimistojen toimialat olivat pääasiassa markkinoinnin parissa. Haastatteluideni mainostoimistograafikot olivat kaikki yrityksiensä perustajajäseniä ja työskentelivät luovuuden kannalta merkittävässä tehtävissä toimistojensa sisällä.

3.7. In-house -suunnittelija

In-house -suunnittelija työskentelee yleensä sellaisen yrityksen palkkalistoilla, jonka päätoiminen palveluntarjonta sijoittuu muulle, kuin graafisen suunnittelun alalle. In-house tarkoittaa suomeksi vapaasti käännettynä (yrityksen tai muun organisaation) sisäinen. Näin ollen kyse on yrityksen sisäisestä graafikosta. Tällöin yrityksen ei tarvitse tilata graafista suunnittelua ulkopuolelta, vaan visuaalisuus uskotaan talon sisällä työskentelevän osaajan käsiin. In-house -suunnittelijoita työllistävät yleensä melko suuret yritykset, kuten kaupungit ja virastot. Mutta myös pienemmillä tahoilla saattaa olla oma talon sisäinen graafikkonsa. Tässä tutkimuksessa in-house -suunnittelijoiden työympäristönä olivat kaupunki, yliopisto ja valtion virasto. Helposti voisi ajatella, että luovuuden kannalta vähiten liikkumavaraa on juuri in-house -suunnittelijalla, sillä tämän tehtävä on työskennellä tiukasti säädellyn talon sisäisen graafisen ohjeiston mukaan. Mutta koska luovuus graafisen suunnittelun kontekstissa ei ole pelkkää taivaanrannanmaalausta, on in-house -suunnittelijan rooli luovan työn tekijänä aivan samanarvoinen, kuin

kahdella edelliselläkin suunnittelijaryhmällä. Kysymys ”kuinka olla luova tarkoin säädeltyjen rajojen sisällä?” on yksi erityisesti in-house suunnittelijoita koskettava luovuuden rajoite ja kannustin.

4. TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

Ennen teemahaastattelua tein kolmiosaisen jaottelun suunnittelun mahdollisista luovuutta ruokkivista ominaisuuksista. Jaotteluni perustuu Design Studies -journaalissa vuonna 2010 julkaistuun Stella Tanin ja Gavin Mellesin luovaa prosessia käsittelevään artikkeliin, joka tarkastelee graafisten suunnittelijoiden työvälineen käyttöä suunnitteluprosessin aikana. Suunnitteluprosessin tulkinnan tukena käytetään henkilökohtaisia, sosiaalisia ja teknologisia resursseja. (Tan & Melles 2010, 461.) Näitä kolmea resurssia käytän myös oman tutkimukseni työkaluna. Tätä samaa lähtökohtaa on käytetty myös Lapin yliopistossa aiemmin tehdyssä *Graafikon työhuone: työympäristön vaikutus luovan työn tekemiseen* -tutkimuksessa. (Pöllä & Tikkala 2014.)

Olen jaotellut Tan & Mellesin resurssien alle ominaisuuksia, joiden avulla voin perustaa suunnittelutyön luovuutta tutkivan teemahaastattelun. Resurssien sisällä olevat ominaisuudet ja niiden selitykset perustuvat omiin alan harjoittamisessa syntyneihin olettamuksiin ja kollegoiden kanssa käytyihin keskusteluihin. Olen siis rakentanut haastattelurungot omien ennako-olettamusten ja kokemusten perusteella.

Ominaisuudet jolle haastattelurunko rakentuu ovat tyypillisiä ja konkreettisia graafisen suunnittelun prosessin vaiheita sekä elementtejä. Haluan nimenomaan pysyä graafisen suunnittelun peruskysymyksissä, enkä laajenna niitä psykologiaan tai kognitiotieteisiin, vaikka niissäkin on tutkittu luovuutta.

4.1. Henkilökohtaiset resurssit

Suunnitteluprosessin ensimmäinen luovuuden resurssi on tämän henkilökohtaiset luovuutta ruokkivat kokemukset ja toiminnot. (Tan & Melles 2010, 461.)

Työkokemus

Työkokemuksen karttumisen myötä suunnittelijan työ on vakiintunut suunnittelijan omaan ideologiaan sopivaksi. Toimintatavat ovat selkeät ja suunnitteluongelman purkaminen tehdään toimiviksi todettujen keinojen avulla. Kokenut graafikko tietää miten luovaa työtä kannattaa tehdä. Miten työkokemuksen omaavilla suunnittelijoilla luovuus ilmenee? Onko työkokemuksen myötä vakiintunut keinoja, joilla päästään luovuuden lähteille? Voiko sellaisia keinoja olla? Onko pitkän työuran tehneen suunnittelijan mahdollista löytää uusia luovuuden herättämiskeinoja?

Rutiini

Työtä tekeväälle graafikolle syntyy ajan mittaan työrutiini. Rutiini voi tarkoittaa tässä tapauksessa hieman eri asioita. Suunnittelija voi esimerkiksi toistaa suunnitteluprosessissa samat rutinoituneet toimintatavat, jotka voivat auttaa projektin alkuvaiheessa. Rutiini saattaa näkyä myös itse suunnittelutyössä. Liian rutinoitunut tekijä saattaa päätyä toistamaan vakiintuneita manereita, jolloin tuoreus jää uupumaan suunnittelutyös-

tä. Miten välttää liika rutinoituminen luovassa työssä? Auttaako rutiini suunnittelijaa pääsemään liikkeelle?

Referenssit/Esikuvat

Referensseillä tarkoitetaan tässä tapauksessa sellaisia muiden tekemiä suunnittelutöitä, joista luovan työn tekijä voi poimia elementtejä ja ratkaisukeinoja omaan työhönsä. Vaikuttavatko olemassa olevat työt suunnittelutyöhön? Kannattaako lainaaminen? Kannattaako alan ja ajan trendejä seurata?

Paineet

Paineet ilmenevät henkilökohtaisella tasolla hyvin erilailla. Toisella suunnittelijalla paineet kasaantuvat hyvin herkästi ja toiset taas ottavat rauhallisemmin. Paineita ei tietysti olisi ilman sosiaalista aspektia, eli ulkoista tekijää jonka odotukset tulee täyttää työssään.

Intuitio

Kuinka vahvasti intuitio ohjaa suunnittelijan luovuutta? Onko olemassa intuitiota, vai ohjaako suunnittelijaa puhtaasti aiemmat kokemukset ja ammattitieto?

4.2. Sosiaaliset resurssit

Työympäristö

Työympäristön rooli erityisesti erilaisiin työnkuviin päätyneillä graafikoilla vaihtelee rajusti. Freelancer-graafikko työskentelee täysin itsensä vastuulle rakennetussa ympäristössä. Mainostoimistossa työpaikan ja työkavereiden vuorovaikutus on olennaista. In-house -graafikko työs-

kentelee ympäristössä, jossa muut työntekijät eivät välttämättä ole tekeissä samalla tasolla luovuuden parissa. Onko työkavereilla ja ympäristöllä suuri merkitys luovuuteen?

Aikataulu

Onko paineen alla työskentelyssä merkitystä ideoiden syntymiseen? Tuleeko tietyn aikataulun myötä ideoitua ahkerammin vai vaatiiko luovuus tilaa ympärilleen?

4.3. Teknologiset resurssit

Aineisto / Brief

Suunnitteluprosessin ideointi pohjautuu pitkälti briefissä saatavaan aineistoon. Aineisto on asiakkaan suunnittelijalle antamaa suunnittelutyöhön liittyvää raakamateriaalia, joka voi olla tekstiä, kuvaa tai suullista kommentointia. Jo tässä vaiheessa graafikon kannattaa määritellä asiakkaan tarpeet, sillä asiakas ei välttämättä itse osaa sitä sanoa. Aineistoa suunnittelija voi kerätä myös itse. Aiheeseen perehtyminen ja tutkiminen on suositeltavaa ennen suunnittelutyön aloittamista.

Aineisto on läheisesti yhteydessä briefiin. Briefillä tarkoitetaan yleensä tapaamista tai yhteydenpitoa, jossa asiakas esittää suunnittelun ongelman suunnittelijalle. Brief on suunnittelutyön ensimmäinen vaihe. Samalla brief ja siinä saatava aineisto on se väline, jolla graafikko ryhtyy operoimaan.

Ohjelmisto ja välineet / Tekniikan valinta

Graafisen suunnittelun työtehtävissä työkalujen valinta voidaan nykyään tehdä monien eri vaihtoehtojen kautta. Usein päädytään digitaaliseen tapaan tuottaa suunnittelun lopputuloksia. Erilaisilla tekniikoilla

ja välineillä syntyy luonnollisesti erillaista jälkeä. Voiko olla niin, että työkalu ohjaa luovaa työtä?

Vapaa sana

Haastattelun jälkeen kysyn haastateltavilta onko näillä mahdollisesti herännyt muita ajatuksia aiheeseen liittyen. Tämän kysymyksen tarkoitus on antaa haastateltaville vapaus käsitellä esimerkiksi sellaisia aiheita, joita en ole haastattelussa hoksannut kysyä, tai palata aiheisiin jotka ovat jääneet haastattelun aikana mietityttämään.

5. TUTKIMUSMENETELMÄT

5.1. Teemahaastattelu

Päädyn käyttämään tutkimuksessani apuna teemahaastattelua, koska se puolistrukturoituna haastatteluna mahdollistaa vuorovaikutteisen ja spontaanin keskustelun syntymisen. Teemahaastattelun ideana on kohdentaa haastattelu tiettyihin teemoihin. Haastattelussani käytän apuna kolmea pääteemaa, jotka ovat henkilökohtaiset, sosiaaliset, sekä materiaaliset resurssit. Teemoittelun perusteet esitin teoreettisissa lähtökohdissa. Näiden pääteemojen avulla esitän teemoihin liittyviä suurpiirteisiä kysymyksiä luovaan prosessiin liittyen, jolloin haastateltavien omat tulkinnat ja asioille asettamansa merkitykset nousevat keskeisiksi. (Hirsijärvi & Hurme 2000, 47.) Pysin teemahaastattelun avulla selvittämään graafisen suunnittelun ammattilaisten mahdollisia luovuuden käynnistäjiä.

Teemahaastatteluni sijoittuu tyyllisesti lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun väliin. Olen kirjoittanut jokaiseen teemaan noin kymmenen sellaista kysymystä, jotka sallivat vapaan keskustelun. Haastattelu viedään teemojen mukaisesti läpi, mutta annan haastattelulle mahdollisuuden lähteä myös ns. sivuraiteille, jolloin haastateltava pää-

see itse puhumaan hänelle henkilökohtaisesti luovuuden kannalta tärkeistä tekijöistä. Pysin huomioimaan haastattelussa ihmisten tulkintoja ja heidän asioille luomiaan merkityksiä. Näin ollen joissakin tapauksissa tietyt teemat tai asiat korostuvat yksittäistapauksissa muita enemmän.

5.2. Haastattelurunko

Teoreettisissa lähtökohdissa käsiteltyjen hypoteesien pohjalta rakensin haastattelurunkoni lyhyesti A4 paperille. Päätin aloittaa haastattelun pyytämällä haastateltavia ensin kertomaan lyhyesti hieman itsestään ja omasta työhistoriastaan graafisena suunnittelijana. Tässä vaiheessa myös varmistin heidän työnkuvansa. Kaikki yhdeksän haastateltavaa antoivat juuri sen vastauksen, jonka pohjalta olin heitä haastattelemasa. Näin ollen aineistooni päätyi aiotun mukaisesti kolme kutakin graafikkotyyppejä: freelancereita, mainostoimisto -graafikoita ja in-house -graafikoita.

Haastattelutilanteen alussa esitin pääkysymykseni seuraavassa muodossa: Mitkä tekijät ruokkivat luovuutta suunnittelijan työssä? Tämän kysymyksen pohjalta aloitin teemakohtaisen haastattelun. Ohessa kysymykset niin kuin ne haastattelurungossa olivat:

1. Henkilökohtaiset resurssit

- Mikä sinulle tuottaa innovaatioita? Mistä innostut? Milloin ideat iskevät?
- Miten laitit suunnitteluprosessin käyntiin?
Hyödynnätkö refrenssejä, selaatko muiden töitä esimerkiksi verkossa tai lehdissä?
Onko muita keinoja, joilla herättelet suunnitteluprosessia?
- Onko sinulla tietty työrutiini, joka auttaa luovan prosessin etenemisessä? Millainen? Teetkö suunnitteluprosessissasi asiat aina samalla tavalla? Auttaako vaihtelu?

- Oletko havainnut työkokemuksen vaikuttavan työskentelyysi? Miten hyödynnät aikaisempia töitäsi ja kokemuksia niistä? Onko kokemuksen myötä intuition osuus lisääntynyt? Luotatko paremmin arvostelukykyysi?

2. Sosiaaliset resurssit

- Miten aikataulu vaikuttaa tekemiseesi? Edistääkö aikataulu etenemistä vs. ei aikataulua? Teetkö asiat viimehetkellä vai hyvissä ajoin?
- Työskenteletkö mieluiten yksin vai ryhmässä? Minkälaista kanssakäyntiä harjoitat työskentelyn ohessa? Auttaako keskustelu? Kysytkö muiden mielipiteitä?
- Liittyykö työskentelyysi muita ympäristökijöitä? Kuten radio, musiikki tai kahvi? Pyritkö luomaan tietynlaisen ympäristön? Onko työtilalla merkitystä? Minkälainen ympäristö auttaa sinua ajattelemaan? Voiko ajatusprosessin aikana vastaanottaa ulkoisia tekijöitä? Tarvitseeko rauhan?

3. Teknologiset resurssit

- Minkälaisia työvälineitä käytät? Luonnosteletko käsin vai koneella? Kokeiletko joitakin aivan uusia tekniikoita uudentyyppisten lopputuotteiden saamiseksi?
- Miten vahvasti tekniikan valinta vaikuttaa työn lopputulokseen? Vaihdeletko työvälineitä tuottaaksesi lopputulokseltaan erilaisia artefakteja?
- Inspiroidutko uusista tekniikoista? Esim painotekniikat, ohjelman, paperilaadut
- Onko teknologia koskaan suunnittelun lähtökohta? Miten valitset tekniikan? Mihin se perustuu?

Lopuksi: Onko herännyt muita ajatuksia aiheeseen liittyen?

5.3. Haastatteluiden organisointi

Sovin kahdeksan Helsingissä tehtävää haastattelua samalle viikolle toukokuun lopussa 2016. Yksi haastatteluista tehtiin myöhemmin kesällä Oulussa.

Valitsin haastateltavat olemalla yhteydessä mielestäni kiinnostavimpiin Suomessa toimiviin omien toimialojensa graafikoihin. Haastateltavien valinnassa käytin apuna aiemmin *Graafikon työhuone* pro gradu -tutkielmassa tehtyä jaottelua. Siinä haastateltavia oli yhdeksän, kolmelta tyypillisimmältä graafisen suunnittelun työsuhteelta. Näitä olivat freelancer- in-house ja toimistosuunnittelijat. *Graafikon työhuoneessa* valintaperuste oli noin 5-8 vuoden mittainen työkokemus. Omassa tutkimuksessani työkokemusten pituus oli noin viidestä vuodesta useaan kymmeneen vuoteen.

Koska graafisen suunnittelun ala on keskittynyt suurimmaksi osaksi Helsinkiin, työskentelivät myös yhtä lukuunottamatta kaikki tutkimukseni haastateltavat siellä. Haastateltavien synnyinkodit ja opiskelukaupungit saattoivat kuitenkin olla muualla Suomessa. Valitsin haastateltaviksi henkilöitä, joilla katsoin olevan riittävästi meriittejä ja tietopohjaa tällaisen tutkimuksen tueksi. Freelancereinä olivat vuoden graafikoksi palkittu suunnittelija, kansainvälistä huomiota saavuttanut ja European Design Awardsin pääpalkinnon kuvituksessa voittanut freelancer suunnittelija, sekä alalla vielä kohtalaisen nuori, useita Suomessa palkittuja projekteja tehnyt suunnittelija. Toimistot olivat menestyneet hyvin esimerkiksi Vuoden huiput -kilpailussa, jossa palkitaan parhaat vuoden aikana julkaistut graafisen suunnittelun projektit. Myös kansainvälistä kilpailumenestystä oli toimistoissa saavutettu. In-house suunnittelijat valitsin heidän edutamien yritysten perusteella. Keskeinen valintaperuste oli yhteyden saaminen in-house suunnittelijoihin, mikä osoittautui monen yrityksen kohdalla äärimmäisen haastavaksi. In-house suunnittelijoiden työllistäjät olivat valtion virasto, yliopisto ja kaupunki.

Ansioiden lisäksi kiinnitin haastateltavien valinnassa mahdollisimman paljon huomiota vaihtelevuuteen, esimerkiksi iän, sukupuolen ja suunnittelukokemuksen suhteen.

Aloitin haastatteluvaiheen lähettämällä suunnittelijoille haastattelupyyntöjä sähköpostitse. Suurin osa suostui, mutta muutaman kieltäytymisen takia valitsin alkuperäisen listan ulkopuolelta sopivat haastateltavat. Onnistuin tekemään haastateltavien otannasta suhteellisen monipuolisen. Haastateltavien sukupuolijakauma oli 5 naista ja 5 miestä. Yhdessä in-house -haastattelussa haastattelin kahta henkilöä yhtäaikaan, joten haastateltavien kokonaismäärä oli kymmenen. Haastateltavien ikäjakauma oli n. 30-60 vuotta. Pysin etsimään myös toimenkuvaltaan ja vastualueeltaan mahdollisimman erilaisia graafikoita. Sain aikaiseksi ryhmän, jossa on sekä henkilöitä jotka kantavat päävastuun yrityksessä, että henkilöitä, jotka työskentelevät enemmän tuotannollisissa tehtävissä.

Valmistauduin haastatteluihin tekemällä koehaastattelun opiskelijakollegani kanssa. Tämän puolituntisen haastattelun perusteella pystyin hiomaan haastattelurungosta mahdollisimman yleispätevän ja neutraalin.

Haastattelupaikat päätettiin vapaasti yhdessä haastateltavien kanssa. Haastatteluympäristöinä toimivat pääsääntöisesti kahvilat ja työhuoneet. Teemahaastattelut olivat luonteeltaan hyvin vapaamuotoisia tilaisuuksia, jotka nauhoitettiin Olympus LS-5 -audiotallentimella.

5.4. Diskurssianalyysi

Diskurssianalyysi muodostaa tutkimukselleni sekä teoreettisen että metodologisen viitekehyksen. Valitsin sen haastatteluiden tulkintamethodiksi, koska siinä tutkitaan kielen tulkinnan avulla konteksteja, toimintaa, funktioita ja merkitysten tuottamisen tapoja. (Jokinen, Juhila & Suoninen 1993). Lyhyesti määritellen diskurssianalyysillä tarkoitetaan kielen käytön ja muun merkitysvälitteisen toiminnan tutkimusta.

Diskurssianalyysin erilaisia tyyppejä on nykyään useita, mutta voidaan karkeasti todeta että sen tavoite on tarkastella sosiaalisen todellisuuden tuottamista sosiaalisissa käytännöissä. (Jokinen, Juhila & Suoninen 1993; Suoninen 1999, 18-19). ”Diskurssintutkija tarkastelee kieltä - sen järjestyneisyyttä ja vaihtelua - tietääkseen enemmän yhteiskunnasta ja kulttuurista eikä pelkästään kielestä.” (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 13). Diskurssianalyysi auttaa hahmottamaan haastattelun keskeisiä rakenteita ja merkityssuhteita, joiden kautta voin jäsentää havainnot vastatakseni tutkimuskysymykseeni.

Diskurssianalyysi on validein metodi tutkimukseeni, koska siinä kohdistetaan kiinnostus siihen, miten toimija tekee asioita ymmärrettäväksi kielenkäytöllään. Kielenkäyttö mielletään tekemiseksi, joka muodostuu sosiaalisissa prosesseissa ja rakentaa sosiaalista todellisuutta. (Suoninen 1999, 17-20.) Parhaan tuloksen saan aikaiseksi, kun annan suunnittelijan itse kertoa toimintatavoistaan, enkä esimerkiksi tutkisi asiaa tarkkailemalla tämän työskentelyä. Kerronnan kautta pääsen paremmin sisään haastateltavan ajatusmaailmaan, jossa luovuus vahvimmin koetaan. Diskurssianalyysin merkityssysteeminä käytän diskurssin sijaan nimitystä tulkintarepertuaari. Niinpä diskurssianalyysi määrittäytyikin sellaiseksi kielenkäytön ja muun merkitysvälitteisen toiminnan tutkimukseksi, jossa yksityiskohtaisen analyysin kohde on, miten toimija tuottaa sosiaalisen todellisuuden versioita erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä. (Jokinen & Juhila & Suoninen 1993, 9-10).

Samankaltaista diskurssianalyysitutkimuksia on tehty myös aiemmin visuaalisen kommunikaation saralla. Visual Communication -lehdessä julkaistussa *Signs of social change on the bodies of youth: tattoos in Korea* -artikkelissa tutkittiin korealaisten tatuointeja ja niiden vaikutusta kulttuurin individualisoitumiseen. Kuten omassa tutkimuksessani, tässäkin tehtiin puolistrukturoitu haastattelu, jonka tuloksia analysoitiin diskurssianalyysin avulla. Myös tämän tutkimuksen otanta oli kymmenen haastateltavaa ja tuloksia heijastettiin aiemmin julkaistun, aihetta käsittelevän lähdekirjallisuuden kautta. (Park 2015)

Jotta voisin täysin ymmärtää haastateltavien kertomia asioita, tulee puheen sosiaalisia merkityssuhteita tarkastella. Tästä voidaan puhua sosiaalisena konstruktionismina. Sosiaalisen konstruktionismin avulla pääsen käsiksi siihen, mitä haastateltava oikeasti tarkoittaa ja kuinka tämän kertoma voidaan nähdä laajemmassa graafisen suunnittelun viitekehityksessä. Tällaisessa tutkimuksessa kaikkea oleellista ei voida saada selville pelkällä haastateltavan sanojen denotatiivisella tarkastelulla. Diskurssianalyysi pureutuu asioiden taustoilla oleviin merkityksiin sekä siihen mitkä merkitykset ovat vallalla, marginaalissa tai puuttuvia ja miksi. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 13.)

6. HAASTATTELUJEN TULOKSET

Diskurssianalyyssissä tarkasteluni kohteena on luovuuden ilmeneminen haastateltavien verbaalisessa viestinnässä. Tässä luvussa käyn haastateltut teemoittain läpi, jonka avulla poimin toistuvia luovuuden rakenteita ja jaottelen ne tulkintarepertuaareiksi. Jaottelujen helpottamiseksi olen jäsentänyt haastatteluista kertynyttä dataa taulukoihin. Viereisellä sivulla on haastateltavien tietoja käsittelevä taulukko ”Haastateltavien tiedot haastattelujärjestyksessä.” helpottamaan tekstin seuraamista. Taulukko on järjestetty kronologisesti haastateltavien haastattelujärjestyksen mukaan. Sukupuolijakauma oli lopulta tasainen: 5 naista ja 5 miestä, yhdeksästä eri työsuhteesta.

Tuloksien järjestämisen ja tulkintarepertuaarien muodostuksen helpottamiseksi tein haastatteluissa toistuvien havaintojen pohjalta neljä muuta taulukkoa, joista voi helposti tarkistaa tietyn luovuuden ominaisuuden toistuvuus haastatteluissa. Taulukot (liite 1, liite 2, liite 3, ja liite 4) ovat liitteinä tutkimuksen loppuosassa.

TAULUKKO 1: Haastateltavien tiedot haastattelujärjestyksessä.

| | Freelancer | Toimisto | In-house |
|--|------------|----------|----------|
| Haastateltava 1 Ikä n. 30, nainen | × | | |
| Haastateltavat 2 Ikä n. 50 & 60, naisia | | | × |
| Haastateltava 3 Ikä n. 50, mies | × | | |
| Haastateltava 4 Ikä n. 35, mies | | × | |
| Haastateltava 5 Ikä n. 30, mies | | × | |
| Haastateltava 6 Ikä n. 30, mies | | × | |
| Haastateltava 7 Ikä n. 25, mies | × | | |
| Haastateltava 8 Ikä n. 40, nainen | | | × |
| Haastateltava 9 Ikä n. 40, nainen | | | × |

6.1. Tulkintarepertuaarit

Haastatteluista saamani havaintojen jäsentämisessä käytän apuna tulkintarepertuaaria. Tulkintarepertuaari tarkoittaa merkityssysteemiä, jolla voidaan jaotella erityisesti arkikielen käytöstä syntyviä yhteneväisyyksiä haluttuihin kokonaisuuksiin. (Jokinen ym. 1993, 27). Tässä tutkimuksessa haastatteluisten tuloksista kertyi joukko luovuutta koskevia ilmiöitä, jotka toistuvat riittävän monta kertaa, että ne voidaan nähdä yleisesti olennaisena luovuuden kannalta. Käsittelen näitä ilmiöitä tarkemmin tässä luvussa. Jaottelen jokaisen ominaisuuden omaksi tulkintarepertuaarikseen.

Diskurssianalyysin ohessa käytettävän diskurssin rinnalle on olemassa myös synonyymi tulkintarepertuaari. Diskurssianalyysi viittaa kielenkäytön tutkimukseen, jossa tarkastelun kohteena ovat toimijan tuottamat sosiaalisen todellisuuden versiot, eli diskurssit tai tulkintarepertuaarit erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä. (Jokinen & Juhila & Suoninen 1993, 9-10).

Valitsin tutkimukseni apuvälineeksi tulkintarepertuaarin diskurssin sijaan, koska tulkintarepertuaarin voi määritellä diskurssia selkeämmin ja konkreettisemmin. Tulkintarepertuaarit on määritelty ”verrattain eheiksi säännönmukaisten merkityssuhteiden systeemeiksi, jotka rakentuvat sosiaalisissa käytännöissä ja samalla rakentavat sosiaalista todellisuutta.” (Potter & Wetherell, 1987, 138; Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993, 27). Myös tulkintarepertuaarin katsotaan soveltuvan erityisesti arkisen kielenkäytön vaihtelevuuden ja rikkauden tutkimiseen.

Haastateltavan status löytyy siteerauksien lopusta, ja se seuraa aiemmin esittelemääni taulukkoa. Esimerkiksi H1 Freelancer tarkoittaa ensimmäistä haastateltavaani, joka oli toimenkvaltaan freelancer -suunnittelija.

6.1.1. Työprosessi

Seuraavissa kappaleissa käsittelen tutkimukseni tuloksia. Käsittelen tulkintarepertuaareittain haastatteluissa esiin nousseita työprosessiin liittyviä luovuuden ominaisuuksia. Koska ideoiden synnyttäminen tapahtuu ensisijaisesti työprosessin alkuvaiheessa, painottuvat myös tämän luvun asiat työprosessin alkuun. Olen jakanut ominaisuudet laveasti omiin tulkintarepertuaareihinsa haastatteluissa esiintyvän toistuvuuden perusteella.

Ajatustyö-repertuaari

Luova prosessi lähtee käyntiin ajatustyöllä. Briefin eli toimeksiannon saatuaan suunnittelija kasaa mielessään kulloiseenkin toimeksiantoon liittyviä asioita, ja pyrkii rakentamaan niistä uusia entistä luovempia ratkaisuja. Mitä enemmän ajattelutyötä on taustalla, sitä enemmän on ideoita, joista rakentaa. Sanonta ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” pätee niin ikään graafisen suunnittelijan työssä. Näin ollen ideoiden syntyminen vaatii ensisijaisesti kärsivällistä aivotyöskentelyä.

”Mulla on vähän semmonen lähtökohta, että jos se vaatii paljon piirtämistä se lopputulos, niin mun ajatustyö ei oo vielä valmis. Eli mitä vähemmän se lopputulos vaatii piirtämistä, niin tavallaan sen parempi idea siinä on.” (H7 Freelancer)

Reitti ideoiden syntyyn kulkee väistämättä ajattelun kautta. Se miten ajattelua harjoitetaan vaihtelee. Yksi haastateltavien suosima metodi oli hyvin pragmaattinen. Siinä luotettiin pelkkään oman tiedon ja taidon pohjalta syntyvään ajatteluun, jossa ulkoisien ärsykkeiden vastaanotta-

minen ei ollut suositeltavaa. Mitään yllättäviä *ahaa-elämyksiä* ei haastateltavien mukaan kannata toivoa, vaan ideoiden syntyminen on aina kärsivällisen työn tulos.

”Kun joku oli Toivo Kärjeltä kysynyt, että mistä tulee inspiraatio. Kärki kun oli semmonen hyvin järjestelmällinen ja pragmaattinen hahmo. Se sano, että turha sitä inspiraatiota on odotella. Perse penkkiin, että puoli tuntia se on ihan hirveetä paskaa, mutta kyllä se siitä lähtee. Ja niin se on vähän tässäkin, että jos jää inspiraatiota odottelemaan, niin saa odotella. Et on semmonenkin olemassa, että voi innostua ja tulla joku inspis. Mutta kyllä se enimmäkseen on sitä, että joku asia pyörii päässä silleen, että sä tiedostamattomasti prosessoit sitä, niin sitten, kun sä isket sen perseen penkkiin, niin osa siitä työstä on jo tehty ja sitten sä pusket sen odottelematta mitään inspiraatioita.” (H3 Freelancer)

Aikaa vievä ajatustyö pätee kaikkeen luovaan työhön. Tämä gradukaan ei synny ilman päiväkausien ajattelua ja ärsykkeetöntä paikallaan istumista. Niin se vain on. ”Luovan ihmisen erottaa vähemmän luovasta se, että hän ei heitä pyyhettä kehään niin helposti.” (Koski & Tuominen 2004, 47).

Ajatusprosessin aloittamisen helppous muuttuu kokemuksen ja ruutiinin myötä. Suunnittelijan kollektiivista luovuutta tuntuivat ruokkivan erityisesti positiiviset asiat. Onnistumiset paransivat itseluottamusta, joka näkyi intuition ja luovuuden vapautumisena. Haastateltavan H6:den mielestä jokainen keksitty toimiva idea ruokkii luovuutta ja saa aikaan hyvän fiiloksen tehdä töitä.

Kuvamateriaali-repertuaari

Kuvamateriaalin runsas kerääminen oli luovan työn yksi alkuvaiheen avaintekijöistä. Erityisen tärkeää luovuuden kannalta oli se, millaista

kuvamateriaalia katsottiin ideointivaiheessa. Saman alan kilpailevien olemassa olevien suunnittelutöiden tarkastelu, eli benchmarking esittäytyi hyvin kahtiajakoisena osana luovaa prosessia. Jotkut haastateltavat pyrkivät välttämään muiden graafikoiden tekemiä saman aihealueen töitä, jotta eivät tulisi vahingossa kopioineeksi niitä. Puolet haastateltavista kokivat benchmarkingin hyödyllisenä luovan prosessin kannalta. Koska benchmarking näyttäytyi yllättäen luovuuden kannalta lähestulkoon enemmän negatiivisena kuin positiivisena ominaisuutena, jätän sen käsittelemättä. Useimmille oli kuitenkin tärkeää ruokkia luovaa ajatusta selaamalla muuta aiheeseen liittyvää kuvamateriaalia ja tehdä esimerkiksi moodboardeja.

”Yritän selvittää siitä kohteesta ja siitä asiasta niin paljon, kuin mahdollista. Ja semmosta mahdollisimman relevanttia juttua. Ja sit mä saatan katsella esimerkiksi jotain siihen liittyvää visuaalisuutta. Esim jos on vaikka joku kahvila, niin kattoo sitä kahvilaskeneä yleisesti. Mutta jos sillä kahvilalla on joku tietty teema tai idea, niin miettii nimenomaan sitä ideaa laajemmin sen kahvilaskenen ulkopuolella.” (H7 Freelancer)

Suurin osa haastateltavista käytti kuvamateriaalia avuksi luovan prosessin alkuvaiheessa. Moni haastateltava kannusti etsimään inspiroivaa kuvastoa muualta, kuin internetistä. Taidenäyttelyt, galleriat, kirjat ja muut omasta elinympäristöstä löytyvät asiat koettiin hyödyllisemmäksi luovuuden kannalta, kuin internetin loputon kuvavirta.

Omat vanhat työt ja kokemukset -repertuaari

Ammentaminen omista vanhoista töistä, tai niiden suora käyttäminen oli apukeinona seitsemällä haastateltuun osallistujalla. Tällainen eräänlainen suunnittelun *oikotie* oli erinomainen keino saada prosessi nopeasti käyntiin. Vanhojen töiden hyödyntäminen on joskus hyödyll-

listä, koska idea on aikaisemmin työstetty ja pureskeltu. Tämä antaa merkittävän ajallisen edun suunnittelussa. Esimerkiksi aikaisemmin hylätyt skenaariot olivat joissakin tapauksissa hyödynnettävissä pienillä muutoksilla, tai jopa ilman muutoksia. Haastateltavista erityisesti freelancerit hyödynsivät vanhoja töitään.

”Hyödynnän tosiaan aikaisempia kokemuksia mm. käymällä vanhoja töitäni läpi. Jos käy niin, että joku ehdotukseni kumotaan täysin, niin en ikinä ota sitä mitenkään henkilökohtaisesti, vaikka ite tykkäisinkin työstäni. Yleensä löydän toisen väylän käyttää töitä. Muokkaan ja uusiokäytän. Esim osallistuin yhdellä juliste-ehdotuksellani Lahden Julistetriennaleen ja siellä en saanut mainintaa, joten pienellä fiksaatiolla tein siitä artistin mainosjulisteen. Sitä lähetin kilpailuihin ja se on pärjännyt hyvin. Mikään työ ei ole itsestään hyvä, vaan aina se riippuu, että missä yhteydessä se on. Ensin mietin, että kehtaanko laittaa tän melkein saman, mutta sitten mietin, että miksi en laittaisi, jos tässä on silleen sama fiilis ja se sopii.” (H1 Freelancer)

Myös sellaiset mainostoimistot, jotka esittelivät asiakkaalle useampia vaihtoehtoja, pystyivät käyttämään ylijääneitä ideoita myöhemmissä töissään.

”Tavallaan kun on tehnyt aika paljon näitä hommia, niin alkaa takataskussa olla jo aika paljon semmosia kikkoja. Tavallaan semmosia juttuja, jotka ei oo vanhoissa projekteissa menny läpi, niin muistaa, että ainiin sillon me yritettiin tällasta, mut sillon se ei menny läpi, niin toimisko se tässä jutussa?” (H6 Mainostoimisto)

Kokemukset omista vanhoista töistä muuttuivat ja kehittyivät ajan kuluessa. Intuition ja itsetunnon kehittymisen rooli nousi esille kykynä luottaa omiin töihinsä. Tietyllä tavalla etäisyys omiin vanhoihin töihin saattaa tuoda myös niistä esiin uusia puolia.

”Sen mä jossain vaiheessa havaitsin, et kaikki ekat ideat on tuntunu niin hölmöiltä, et niitä ei osannut viedä eteenpäin. Ja nyt kun kattoo vanhoja luonnoksia, että herranjestas, näin hyviä ideoita oon jättänyt toteuttamatta. Nii sitä kautta on oppinu ehkä luottaa siihen. Et ne ihan intuitiiviset fiilikset ja muut voi olla oikeesti tosi hyviä. Että ehkä se kokemus tuo siihen sen, että kans näkee ne realistiset mahdollisuudet niistä. Et näistä voi lähteä muovaamaan jotain toimivaa.” (H4 Mainostoimisto)

Omien vanhojen töiden ymmärtäminen jälkeenpäin tukee Lynchin ajatusta luovuudesta. Jopa vanhat hylätyt suunnitteluideat voivat osoittautua hyväksi, jos niitä onnistuu katsomaan oikeassa viitekehyksessä ja oikeaan aikaan. Tämä kertoo myös siitä, kuinka paljon luovuus riippuu tuurista ja oikeasta ajoituksesta.

Vaihteleva työprosessi -repertuaari

Ainoastaan kolme haastateltavista teki suunnitteluprosessissa asiat aina saman kaavan mukaan. Heille rutiini ja pysyvyys olivat muuten niin poikkeavien toimeksiantojen työvälineinä mieluisia. Muille rutiininomaisesta työskentelystä poikkeaminen ja vaihtelu virkisti luovaa prosessia. H2 koki vaihtelun jopa pakolliseksi luovuuden säilymisen kannalta.

H7 jakoi luovan prosessin kahtia. Hänellä se alkoi aina ison idean samansuuntaisella miettimisellä ja käsitteellistämällä, mutta työkaluissa ja kuvan tuottamisessa vaihtelun hän koki hyödylliseksi. Pääsääntöisesti itse tehtävänanto määrittä millainen työprosessi oli luvassa, eikä vaihtelua harjoitettu suunnittelijoiden oman pään mukaan, vaan suunnittelu-tehtävän ehdoilla.

”En tee. Tai pääpiirteittäin joo, mutta se riippuu niin paljon siitä, miten tuttu se asia on mistä tehdään joku juttu ja minkälainen se asia

on. Pitääkö ensin perehtyä enemmän ja sitten vasta ruveta luonnostelemaan ja miettimään, vai onko se jotenkin tuttu aihe, jolloin siihen luonnosteluun mennään nopeammin. Uskoisin, että se prosessin vaihtelu voi auttaa luovuuteen. Ei mulla oo mitään perusteita tähän, mutta luulisin niin.” (H9 In-house)

Työprosessin vaihtelevuus ei merkittävästi näyttänyt vaikuttavan luovuuteen. Hyöty katsottiin kuitenkin kallistuvan vaihtelun puolelle. Työprosessin vaihtelu oli helpompi vaihtoehto, koska graafisen suunnittelun työtehtävät poikkeavat usein toisistaan esimerkiksi mittasuhteen osalta.

6.1.2. Ympäristö

Toisessa repertuaareittain jaettavassa pääluvussa käsittelen ympäristön vaikutuksia luovuuteen. Käsittelen ympäristöä kolmelta eri kantilta. Ensimmäiseksi fyysisenä työympäristönä, johon liittyvät ulkoiset ympäristötekijät, kuten työhuoneen sisustus. Toiseksi ympäristön vaihdoksena, sekä liikkuvan, että liikkeessä olevan tilan ominaisuudessa. Kolmas ympäristö on mentaalinen ympäristö, jota käsittelen omassa luvussaan, sillä mielen sisäinen ympäristö jakautui useampaan repertuaariin. Jaottelu perustuu haastatteluissa syntyneisiin asiayhteyksiin. Joillekin haastateltaville suurta painoarvoa tuotti ympäristö. Useat kokivat, että esimerkiksi luonto stimuloi luovuutta voimakkaasti. Osa haastateltavista koki, että luova ympäristö koetaan pään sisässä. Tällöin ulkopuolisilla tekijöillä, kuten työhuoneen siisteydellä ei ollut niin suurta merkitystä.

Työtila-repertuaari

Työtilan merkitys jakautui. Muutamalle työtila löytyi vahvasti oman pään sisästä, jolloin työympäristön ulkoisilla ominaisuuksilla ei ollut suurta merkitystä. Tämä koski sellaisia henkilöitä, joilla oli hyvä keskittymiskyky, eikä häiriötekijöillä ollut suurta vaikutusta työskentelyyn.

Osa taas koki työtilan hyvin merkityksellisesti. Esimerkiksi yksityisyys ja hiljaisuus mainittiin erittäin tärkeäksi. Moni koki myös hyödylliseksi sisustaa työtilaa oman maun mukaan. Luovuuden ja inspiraation helpottamiseksi haastateltavat kertoivat hankkineensa työhuoneelle sellaisia esineitä, joista nämä pitivät tai inspiroituivat. Lähes kaikki suunnittelijat mukaanlukien freelancerit jakoivat yhtenevän mielipiteen siitä, että työtilan pitää olla erikseen työhuone. Kotona työskentely ei suurissa määrin toiminut kellään. Tätä perusteltiin sillä, että keskittymisen koettiin herpaantuvan helposti kotona olevien ärsykkeiden ja houkuttimien vaikutuksesta.

”Pyrin luomaan tietynlaisen ympäristön. Nyt olen tosin työskennellyt viisi kuukautta kotona. Työhuoneen pitää olla tosi oma tila, jossa olen herrana. Kiva että on vähän sotkuista, että pitää voida jättää tavaroita, jotka inspiroivat minua. Työhuoneessani on mm. omien töideni luonnosvaiheita, valokuvia, ihmisten tuomia juttuja, kirpparilta löytyneitä savikuppeja, surffilautaa, sekä vaarin vanha seinäkello. Asioita joista tulee hyvä filis. Esineiden tuomat muistot inspiroivat. Työhuoneeni on tosi minun näköinen. Työtilalla on minulle merkitystä.” (H1 Freelancer)

Ne haastateltavat, jotka pitivät työympäristöä merkittävänä, mainitsivat ihanteellisen työtilan ominaisuuksiksi mm. hyvä sijainti, ilmavuus, tilavuus, valoisuus ja värikkyys. Moni hyödynsi itselleen tärkeitä ja inspiroivia esineitä työtilan parantamisessa. Valokuvat ja erilaiset käsityö- ja design-esineet olivat helppoja keinoja tehdä työtilasta omanlaisensa. Avokonttori koettiin yleisesti negatiivisena luovuuden kannalta.

Yksi työtilan keskeisistä ominaisuuksista olivat muut työntekijät. Osalle haastateltavista työtilan etu oli sieltä löytyvät ihmiset ja mahdollisuus vuorovaikutukseen.

”Työtilalla on merkitystä. Mä tykkään, että on ihmisiä. Joskus oon ollu freelancer ja tehny kotona hommia, niin mä oon huomannu, et se ei oo ollenkaan mun juttu. Että haluan hakeutua jonnekin missä on muita ihmisiä, jotka tavallaan pakottaa myös tekemään. Ei tuu käytyä jääkaapilla niin usein, tai huomaa et on sotkuinen koti. Mulle sopii ehdottomasti, että on ihmisiä ympärillä ja se, että työtila on miellyttävä. Kyllä se vaikuttaa. Esim sotkuisuus voi häiritä luovaa prosessia ehdottomasti.” (H4 Mainostoimisto)

Kun työtilassa on muita ihmisiä, on aina olemassa tietynasteinen positiivinen sosiaalinen paine, joka motivoi paneutumaan työhön astetta kovemmin kuin yksin ollessa.

Etäisyys/perspektiivi -repertuaari

Etäisyyden ottaminen työntekoon ja työpisteeseen nousi tärkeäksi ominaisuudeksi luovassa työssä. Jokainen haastateltava näki etäisyyden itselleen tärkeäksi luovan prosessin edistämisessä. Jotta luovuuden sai pidettyä raikkaana ja virkeänä, oli haastateltavien mielestä tärkeää tehdä välillä muuta, tai olla muussa paikassa, jotta alitajunta pääsee vapaasti työstämään suunnitteluongelmaa.

”Ehkä toimistossa tulee välillä hakeuduttua toiseen huoneeseen, että ihan vaikka tilanvaihto. Mä en oo semmonen puistonpenkille menijä. Mutta ympäristön vaihdos, tai mikä vaan muu voi auttaa siihen ajatuksenkulkuun positiivisesti. Semmonen siisti ja neutraali ympäristö auttaa ajattelemaan. Toki meidän toimistossa on tämmöstä tiettyä kotoisuutta ja onkaloita. Pystyn työskentelemaan monessa paikassa ja uppoutumaan, mutta mä sanoisin, että semmonen paikan vaihtelu tekee hyvää sille ajattelulle. Että oikealla tavalla lähtee työpisteeltä liikuskelemaan tai muuta. Toi mitä mä ite oon sivuttanu, et mä koen, että semmonen perspektiivi on tosi tärkeätä, mikä pitää sisällään

myös sen työn ja vapaa-ajan tasapainon. Että jos liian uppoutuneesti on tekemässä vaan jotain tiettyä juttua, niin silloin sokeutuu muulle. Että se perspektiivi ruokkii luovuutta.” (H4 Mainostoimisto)

Samainen haastateltava lisäsi, että työn ja vapaa-ajan vastapaino on tärkeää luovuuden kannalta.

”Ja kyllä se, että lähtee koneelta pois vaan hakeen virikkeitä, käy esim ulkona kävelemässä. Ennemmin mä nään ehkä semmosen työnteon ja vapaa-ajan tasapainon semmosena, joka ruokkii.” (H4 Mainostoimisto)

Omia töitä kohtaan tapahtuvan sokeutumisen vastalääkkeenä toimii ilmiö nimeltään *psychological distance* - psykologinen distanssi, joka syntyy, kun otamme etäisyyttä ja käsittelemme asioita, jotka eivät ole sillä hetkellä olleet suoran ajatustoimintamme ensisijaisia kohteita. ”Psykologinen distanssi on sellainen asia, jota emme voi kokea juuri tässä ja nyt.” (Tumonis 2016). Etäisyys aiheuttaa sen, että ongelmaa pystytään ratkomaan abstraktimpien lähestymiskeinojen kautta. Haastateltavien mukaan myös kiireetön rako työpäivän välissä olisi tarpeellinen, jotta ajattelutyötä ehtisi ylipäätään kunnolla tekemään. Tällaisten taukojen pitäminen oli erityisesti mainostoimisto- ja in-house-suunnittelijoiden tapauksessa haastavaa saada järjestettyä.

”Välillä on hyvä poistua tuosta oman työpöydän äärestä. Ja tärkeä on semmonen tietty rentous, että jos on vaan koko ajan täällä toimistolla, niin siinä on vaan semmosessa ihme kuplassa, että ei enää muista, että on niinku jotain muutakin tuolla toimiston ulkopuolella. Ja sit ku lähtee vaan ulos, nii sit onkin että ainiin, että tuollahan tuo toimisto vaan onkin, et se on semmonen pikku saareke ja sama ne työtkin. Huomaa, et ne on tavallaan vaan pikkujuttuja, niin siihen tulee semmonen hyvä rentous.” (H6 Mainostoimisto)

Haastattelijoiden toivomus olikin saada mahdollistetuksi enemmän sellaisia hetkiä, jolloin työpisteeseen otetaan fyysisesti etäisyyttä. H2:den mukaan suunnitteluprosessin herättelykeino on se, että lähtee kahville tai kaupungille. Joskin harvoin on sellaiseen aikaa. Kahviloiden ja kaupungin lisäksi myös luonto, ulkoilu ja liikunta, sekä jouten olo mainittiin hyviksi tavoiksi hakea etäisyyttä suunnittelutyöhön.

”Voi olla, että niitä tulee ihan jossain random-paikoissa ja aikoinakin, mutta se on aika yleistä. Ja kuulostaa kliseiseltä, mutta mulla syntyy myös silloin, kun oon liikkumassa luonnossa. Tai voi olla, että kun on saunassa tai vaikka hiihtämässä. Tähän väliin vähän Finlandia-hymniä. Se menee niin, että ensin pitää olla niitä ärsykeitä ja inuttia kaikkea muuta näkemistä ja sit aina välillä pitää rauhoittua, nii sitten toimii luovuus. Voi se rauha syntyä ihan kotonakin, kun ei sitä aina pääse mihinkään luontoon.” (H9 In-house)

On tärkeää muistaa, että luovuutta ei kuulu aina lähteä etsimään luonnosta tai taidegallerioista. Luovuus ei ole sidoksissa tiettyyn paikkaan, vaan kaikkialta voi löytää ratkaisuja suunnitteluongelmiin.

Liike/kävely -repertuaari

Liikkeen vaikutus luovuuden stimulanttina korostui haastatteluissa tois-tuvasti. Vain yksi haastateltava jätti mainitsematta liikkeen osana omaa luovaa prosessiaan. Liikettä oli useampaa lajia. Joko niin, että henkilö on itse liikkeessä (kävely, pyöräily) tai jos tämä on liikkuvan ajoneuvon kyydissä (bussi, raitiovaunu, juna jne.) Liikkeen yksi voimavara on jo edeltävässä repertuaarissa käsitelty etäisyyden saaminen työprosessis-ta. Liikkeen ja siirtymävaiheen luoma tyhjä tila, vaikuttaa olevan hyvä mekaaninen keino päätyä psykologisen distanssin saavuttamiseen. Kä-sittelen liikkeen omassa repertuaatissaan, koska sitä ja erityisesti kävelyä pidetään merkittävänä luovan ajattelun stimulanttina.

Liikkeen yksi selkeä luovuutta edesauttava ominaisuus on tietty pakko olla tekemättä mitään muuta. Pyöräillessä, kävellessä tai autossa istues-sa, on sopivan vähän virikkeitä, jotta ajatukset saavat harhailta ja yhdis-tellä suunnitteluprosessiin liittyviä asiayhteyksiä toisiinsa. Myös käve-lyn yksinkertainen automaattinen liikesarja stimuloi aivoja. ”Liikunta aktivoi hermoyhteyksiä ja stimuloi aivojen toimintaa – eli se tuo lisä-virtaa ajatteluun. Luovuus tulee paremmin esiin, kun ihminen liikkuu.” (925design 2014).

”Silloin kun ideoi, niin mä joskus tein niin, että lähdin käveleen. Se on itseasiassa aika hyvä tapa, kun sulla on tiedossa ja ei oo mitään ideaa, niin kävelyrytmi on hirveen hyvä. Silloin kun kuva luodaan päähän, nii siinä on hyvä olla rauha. Se rauha voi olla bussimatka, tai fillarilla kotiin tai ratikassa. Mä oon saanu monta ideaa ratikassa, tai niinku liikkeessä paikasta A paikkaan B. Liike silleen auttaa. Mutta en usko, että ois mitään parempaa kuin se kävely. Siinä on hyvä liike, hyvä biitti.” (H3 Freelancer)

Neljä haastateltavaa korosti kävelyn tärkeyttä luovuudelle. Olin myös itse havainnut kävelyn hyödyt ideoiden pyörittämisen kannalta. Ha-vaitsin myös, kuinka useat eri luovuuden tutkimisen lähteet painottivat kävelyn hyötyä. Esimerkiksi saksalainen filosofi Friedrich Nietzsche on nimennyt kävelyn ajattelun päävoimavarakseen. Frédéric Gros kirjas-saan *A Philosophy of Walking* käsittelee kävelyn voimaa Nietzschen filosofian harjoittamisessa. Nietzsche on sanonut, että ”Antakaa arvoa vain sellaisille ajatuksille, jotka ovat syntyneet kuljeskellessanne vapaasti ulkosalla.” (Gros 2015, 19. Häkkinen & Hietaneva 2016).

Myös Helsingin yliopiston professori Rene Gothoni ja Lappeen-rannan teknillisen yliopiston professori Kalle Michelsen korostavat kä-velyn merkittävyyttä luovuuden herättämisessä. Kävely ja ympäristön muotojen havainnointi inkubaatio- eli muhimisvaiheessa nähtiin parhaana luovuuden apukeinona. Vaikka perimmäinen syy tähän oli heille

mysteeri, arveltiin, että kävely kokemuksena on hyvin vapauttava ja se antaa mahdollisuuden mielelle siirtyä luovuuden tilaan, jossa omaa luovuuttaan saa rauhassa *kuunnella*. (Loikkanen & Gothoni & Michelsen 2015.) Kävely ja liikkuminen ovatkin virikkeetöntä aikaa, jolloin ajatukset pääsevät vapaasti virtaamaan. Liikettä leimaa näin ollen tietty vapaus ja joutilaisuus.

H1 otti esille kävelyn tai esimerkiksi junassa ja bussissa istumisen. Hän mainitsi myös pitävänsä erityisesti urheilusta ja matkustamisesta. Näin ollen liike toimii oman luovuuden stimuloimisen lisäksi myös keinona päästä käsiksi johonkin virikkeelliseen ympäristöön tai toimintaan. Liikkeen yksi selvästi merkittävä aputekijä luovuuden heräämisessä on etäisyyden saaminen työhön ja työpisteeseen, joten se antaa haasteltavien mukaan toimivan alustan psykologisen distanssin synnylle.

”Aika hedelmällistä on, että jos oot ihan jossain muualla ja ajatukset on muualla, niin saattaa tulla, että kun oot oikein työstänyt ja keskittynyt siihen työhön, niin muualla ollessa ne vaan ympäristöä havainnoidessa pätäkää. Että ulkona liikkuminen, liikunta, kaupungilla tai julkisissa kulkuneuvoissa oleminen on hyvä. Jossain semmosessa vapaassa, missä ajatus vaan harhailee. Että silloin saattaa tulla ratkaisuja työ-ongelmiin.” (H8 In-house)

Olipa käsite sitten kävely, matkustaminen, tai etäisyys, niin kaikki haasteltavat pitivät näitä seikkoja tärkeinä luovuuden kannalta.

Rentoutuminen-repertuaari

Luovuus oli noin puolella haastateltavista herkimmillään joko illalla tai aamulla. Kolmelle luovuuden nähtiin heräävän yöllä, juuri ennen nukahtamista. Tällaisina aikoina rauhallisuus ja joutilaisuus saattavat luoda meditatiivisen tilan, jossa ideoiden synty vilkastuu. Aamulla, yöllä ja illalla ollaan jokseenkin samankaltaisessa seesteisessä tilassa. Unella on

tutkitusti suuri merkitys oivalluksien syntymiseen. Vuonna 2002 tehdyn kognitiivisuutta käsittelevän tutkimuksen mukaan ihmiset, jotka herätettiin REM-unesta, saivat 32% hyödyn kognitiivista joustavuutta vaativien tehtävien tekemiseen, verrattuna hereillä olleisiin. (Walker, 2002 317–324). Uni edistää myös isompien kokonaisuuksien hahmottamista. Yksi freelancer kertoi oivaltavansa asioita juuri kesken yöunien.

”Ja nykyään tulee usein öisin, ehkä koska en pääse lapseni takia niin paljon liikkumaan. Saatan yöllä herätä silleen pang, että tämä asia tehdään näin. Kun alitajunta prosessoii asioita.” (H1 Freelancer)

Osalla oivallukset tapahtuivat juuri ennen nukahtamista. Tällöin ihminen siirtyy yhdestä tietoisuuden tasosta - hereillä olosta - toiselle tasolle, eli nukkumiseen. Tuon siirtymän hetkellä ihminen on hetken sellaisessa meditatiivisessa tilassa, jossa luovuus esiintyy voimakkaana. (Lynch 2006, 51).

”Olen huomannut, että ideat iskevät usein yöllä, kun makaan sängyssä, silleen nukahtamisen vaiheilla ja yhtäkkiä niinku, että NYT! Tulee ihan selviä kuvii eteen suorastaan ja sitte välillä on pakko pomppata ylös ja tehdä joku pikainen luonnos, tai ainakin kirjoittaa muistiin, koska aamulla se on kadonnut.” (H2 In-house)

Yöllä ideoita saaville yhteistä oli, että jos ideoita ei heti laittanut ylös, oli se viimeistään aamuun mennessä kadonnut. Toiset taas kokivat idean muodostuvan päässä yön aikana ja olevan melko valmiissa muodossa aamulla herätessä.

”Et jos on joku työ vireillä, ja vaikka olisin lähdössä töistä kotiin, nii kyllä mulla päässä raksuttaa. Että aamulla saattaa olla joku näkemys jo.” (H4 Mainostoimisto)

Aamun ja illan vaikutus luovuuteen ilmeni haastateltavilla puolestaan rauhallisuuden kautta. Aamulla tai illalla luovuudelle oli aikaa, sillä asiakkaiden tai muiden tahojen keskeytykset eivät häirinneet työskentelyä näinä aikoina.

”Monesti ois kiva tehdä illalla. Ihan heti aamulla on kans ihan luovaa aikaa, mutta sitten iltapäivällä tulee väsähdys työpäivän mittaan. Sitten kun muu porukka lähtee neljältä, niin sen jälkeen taas saattaa uudestaan saada luovuudesta kiinni. Ehkä se on sen takia, kun työpäivän aikaan on niin paljon kaikkia keskeytyksiä.” (H9 In-house)

Rentoutumisella on luovuudelle myös toinen keskeinen vaikutus - lepo. Väsynyt ihminen ei ole luova ihminen, eikä sekään ole monille luovan työn tekijöille itsestäänselvää.

Pään sisäinen työtila -repertuaari

Osalle ulkoapäin tulevilla ympäristötekijöillä ei ollut väliä, vaan työtila toimi pään sisäisenä käsitteenä. ”Ympäristö on se oma pää. Pitäisi pystyä oppimaan, että missä mielentilassa olen luova. Väärä mielentila turhauttaa ja väsyttää.” (Loikkanen & Gothoni & Michelsen 2015). Luovan ajattelutyön aloittamisen jälkeen joillakin haastateltavilla oli kyky sulkeutua niin vahvasti omiin ajatuksiinsa, että ulkoiset häiriötekijät, kuten meteli ja sotkuisuus unohtuivat. Jokaisella oli kuitenkin yksittäiset asiat, jotka häiritsivät pään sisäistä työympäristöä.

”Ideointihan on semmonen et esim. suomenkielinen musiikki ei ole hyvä. Et sillan, kun mulla on teksti, niin pyrin lukeen sitä hiljaisuudessa ja ajatuksella. Sit jättää sen pyörimään. Mutta muuten mä pystyn keskittyyän aika hyvin missä tahansa ympäristössä, vaikka missä tahansa metelissä. Vois sanoa, että se työtila on vähän niinku mun oman pään sisällä.” (H3 Freelancer)

Tapauksissa, joissa työympäristö oli pään sisällä, myös luovan ympäristön edistämiseksi tehtävät asiat olivat varsin yhdentekeviä lopputuloksen kannalta. H6, joka oli persoonaltaan melko huolettomalta vaikuttava henkilö totesi, että jopa kesämökillä työskentely on ok. Hänenkaltaisille ulkoisilla asioilla ei ollut juurikaan merkitystä.

H8 ajatteli asian niin, että välillä on hyvä vaihtaa maisemaa, jotta aivot saavat happea, mutta työarjen osalta tila löytyi hänelläkin pään sisältä, kunhan se oli tuuletettu.

”Mä arvostan sitä, että voi keskittyä tuntikausia putkeen ilman häiriöitä. Se on mulle sellanen tärkeä. Mulle on vaikea, tavallaan jos mä tiedän, että mulla on vaikka vaan tunti aikaa tehdä jotain, niin mulla on tosi iso kynnys aloittaa jotain hommaa, jos mä tiedän, että siihen on aikaa tunti tai kaks.” (H7 Freelancer)

Mielen työympäristön edellytyksenä oli myös, että perusasiat kuten riittävä lepo, proteiini ja energiatasot olivat kohdillaan.

”En tarvii mitään täyttä hiljaisuutta kyllä. Sit se on vähän niinkuin joku semmonen, että jos on muutenkin nukkunut huonosti, että jos on huono keskittyminen tiettyinä päivinä, niin silloin häiritsee kaikki pienetkin ärsykkeet. Mutta ei kyllä noin yleensä ottaen. Päivästä riippuen.” (H8 In-house)

Myös Lynch painottaa *taiteellinen tuska tekee luovaksi* -myytin virheellisyyttä. Jos on huono olo, on turha odottaa suuria ideoita. ”Mitä enemmän taiteilija kärsii, sitä enemmän hänen luovuutensa kärsii. Sitä epätodennäköisempää on, että hän nauttisi työnsä tekemisestä ja pystyisi saamaan aikaan todella hyvää jälkeä.” (Lynch 88-89, 2008).

Flow-tila -repertuaari

Luovan työn tekemisessä puhutaan usein ns. *flow-tilasta*, jossa tuloksia syntyy poikkeuksellisen kevyellä ja tehokkaalla tahdilla. Itse flow mainittiin haastatteluihissa kahdesti, sekä vastaavanlaisia virtauskokemuksia mainittiin myös pariin otteeseen.

”Toisaalta nyt kun oon tehny tätä työtä kolme ja puol vuotta about, niin kyl siinä on oppinu jo sen, että jos joku asia ei synny niinku nyt, niin turha sitä on koittaa vaan puskee siinä hetkessä. Et sit, sitä vaan tekee jotain muuta siinä välissä ja palaa siihen. Kyllähän se, et se katkasee, niin siinä tulee väkisin semmonen tauko. Mut ei se oo aina hyväkään. Et jos sulla on just joku ajatus mielessä ja hyvä flow ja sit sieltä tulee joku viesti.” (H5 Mainostoimisto)

Flow-kokemuksessa ihminen paneutuu koko kapasiteetillaan keskittyneesti tavoitteelliseen toimintaan sulkien kaiken muun tietoisuudesta, joten riittävän merkittävät häiriötekijät saattavat keskeyttää jotakin merkityksellistä. Flow-termin keksijän Csíkszentmihályin mukaan Flow on tila, jossa ihmisen tietoisuuteen saapuva informaatio on tasapainossa minän tavoitteiden kanssa. Flow-kokemuksen seurauksena itsen järjestys on aikaisempaa kompleksisempi ja tällöin psyykkinen energia käytetään ainoastaan tavoitteiden saavuttamiseen. (Csíkszentmihályi 1990, 68-73.) Tällaiseen luovuutta ruokkivaan tilaan pääseminen ja siellä pysyminen edellytti aikaa, rauhaa ja keskeytyksetöntä ajatustoimintaa. Myös haastatteluissa flow nousi esiin juuri sellaisena asiana, jonka ei haluttu keskeytyvän. Csíkszentmihályin mukaan esimerkiksi puhelimen soiminen tai työtoverin saapuminen huoneeseen voi katkaista flow'n.

”Meillä kyllä työ keskeytyy paljon, et se on osa tätä hommaa. Mutta sitten voi laittaa kupit korville, nii se on viesti et on syventyny johon-

kin. Voi ottaa häiriötekijöitä, mutta välillä kun pääsee semmoseen oikein kunnan flow-tilaan, nii se saattaa keskeyttää. Mutta ei tarvi täydellistä rauhaa, mä en oo semmonen.” (H4 Mainostoimisto)

Csíkszentmihályin mukaan flow-tila koostuu kahdeksasta elementistä, joka selittää miksi se on usein niin vaikea saavuttaa. Flow'n ominaisuuksia ovat seuraavat: Tehtävällä on selvät päämäärät, yksilön keskittyminen on täydellistä, oman minän arvioiminen vähentyy, ajantaju katoaa, välitön palaute tehtävän etenemisestä, yksilön kyvyt ja tehtävän vaativuus ovat tasapainossa, yksilö kokee hallitsevansa tilanteen, sekä tehtävän tulee olla itsessään palkitseva. (Csíkszentmihályi 1990.) Optimaalinen flow-kokemus syntyy, kun ihmisen taidot vastaavat käsillä olevaa haastetta ja hän on kiinnostuneesti paneutunut ko. aktiviteettiin. Csíkszentmihályin mukaan ihminen on myös onnellisimmillaan juuri tällaisina hetkinä elämässään, joka taas viestii positiivisuuden painoarvosta luovuuden saavuttamisessa. Myös positiiviset kokemukset ruokkivat flowta. (Csíkszentmihályi 1990, 68-71.)

Työmoodi-repertuaari

Moni puhui flow-tilan sijaan myös työmoodista. Työmoodi käsitti työskentelemisen tehokkuutta ja keveyttä laajemmassa aikaskaalassa. Yksi haastateltava mainitsi tärkeäksi tietyn työmoodin ylläpitämisen. Tämän mukaan luovuus vaati polttoaineekseen toistuvaa luovan työn harjoittamista, jolloin luova työmoodi pysyi käynnissä ja työskentely sujui helpommin, sekä tehokkaammin.

”Ainoa mikä tulee mieleen, että jos töitä tulee liian harvoin, nii siinä katoa semmonen rutiini. Ja rutiini tässä tapauksessa tarkoittaa sitä ideointia. Et tavallaan pitäis koko ajan tasaisin väliajoin olla joku työ. Semmonen työmoodi. Et jos se on liian harvoin, niin se rattaista vähän niinkuin ruostuu. Jos se on paikoillaan kaksi viikkoa. Ja ei ko-

koajan joudu tuottaa sitä kuvaa. Et kun on päällekin monta työtä ja ajattelen kauhulla, että miten tää menee, mut se menee kauheen hyvin ja molempiin tulee helvetin hyvät ideat. Ja siinä on tavallaan se, että pää pyörii aktiivisesti ja rattaat pyörii ja pää surisee. Kone on jo lämmin kun se uus työ tulee. Eli tavallaan muut työt ruokkii toisiaan.” (H3 Freelancer)

Flow’n tavoin myös työmoodi vaatii keskeytyksetöntä työaikaa, josta varsinkin perheelliset suunnittelijat joutuvat välillä tinkimään.

”Työrutiinini on, että en luonnostele vaan menen suoraan asiaan. Ja on pakko aloittaa uusi duuni vanhanaikaisesti maanantaiaamuna ja päästä johonkin tiettyyn pisteeseen perjantaina, niin voin nukkua rauhassa yöni viikonloppuna. Sitten olen tosi yhdeksästä viiteen -tyyppi. Lapsen tulon myötä olen joutunut miettimään uusiksi työruutiinia ja moodiin on välillä aika vaikea päästä. Ennen olen voinut keskittyä vaikka kahdeksan tuntia työpäivän aikana ja nyt saattaa olla, että työpäivä kestää kolme tuntia, jonka jälkeen pitää hakea esim. lapsi tarhasta. Aina on joku keskeytys.” (H1 Freelancer)

Kunnolliseen työmoodiin pääseminen edellyttää näin ollen, että työtila on paikka kodin ulkopuolella, jossa ajalliset ja tilalliset edellytykset ammatinharjoittamiseen ovat kunnossa.

6.1.3. Vuorovaikutus

Yhteistyö-repertuaari

Yhteistyö tai ryhmätyö oli luontevampaa niille, jotka työskentelivät säännöllisesti muiden kanssa. Eniten yhteistyötä kannattivat toimitus suunnittelijat. Tämän tutkimuksen in-house- ja freelancer-suunnittelijat kokivat olevansa parhaimmillaan, kun nämä työskentelivät yksin.

Yleisesti ottaen yhteistyö ei saanut kovin suurta kannatusta haastattelussa, mikä johtunee osittain suomalaisuudesta. Lähes kaikki haastattelut olivat sitä mieltä, että ajatustyö piti tehdä mieluiten yksin ja omassa rauhassa. Yhteistyötä enemmän tekevissä mainostoimistoympäristöissä sosiaaliset suunnittelijat hakivat lisäpotkua brainstormaus -sessioista eli aivoriihistä, joiden jälkeen nämä kuitenkin vetäytyivät taas omiin mietteisiinsä.

Vaikkakin kolme haastateltavista kertoi, ettei tee yhteistyötä pääsääntöisesti, sitä pidettiin periaatteessa hyvänä asiana. Tärkeimpänä yhteistyön ominaisuutena pidettiin perusteltujen mielipiteiden tärkeyttä suunnittelutyön edistämiseksi. Saman alan yhteistyötä pidettiin epätehokkaampana, kuin sellaista missä on useamman alan osaajia yhdessä. Yhteistyöstä eniten saivat irti sosiaaliset henkilöt. Keskusteleminen ja myös huumori veivät heidän ajatusprosesseja eteenpäin. Keskustelun päämäärä oli yleensä tuoda työhön uutta perspektiiviä. Tällöin ei välttämättä ollut kyse suoranaisesti ryhmätyöstä.

”Mä oon vähän tämmönen sosiaalinen, että lörröttelen niitä näitä ja heitän huonoa vitsiä. Mutta se on osa vähän semmosta ilmapiiirin luomista kans, mutta sitten on tosissaan kans myös semmosta tietyn agendan mukaista luovan prosessin edistämistä siinä samalla. Mä luotan siihen, että hyvä henki ruokkii luovuutta. Se on osa sitä.” (H4 Mainostoimisto)

”Sillon kun Sanomataloa suunniteltiin, niin mä olin semmosessa ryhmässä, joka ideoi sinne huonekaluja ja tämmösiä, niin sillon mä puhuin siitä, että on hirveen tärkeätä, että on semmosia paskanja-uhunurkkia. Tai semmosia kohtaustoreja, jossa sä löhööt sohvalla ja ihmiset tulee spontaanisti siihen piipahtaan. Kävelee ohi, törmää toisiinsa ja jää jauhaan potaskaa. Koska nää on ne tilanteet, missä keksitään hyviä juttuideoita ja kuvitusideoita.” (H3 Freelancer)

H6 otti kantaa ryhmien koon tärkeyteen. Liian iso ryhmä ei tietenkään ole hyvä luovuudelle. Hänen mielestään kahden, tai kolmen hengen ryhmälle voi syntyä hyvä luovuutta ruokkiva ryhmädynamiikka. Hyvä ja huono asia ryhmätyössä on myös H6:n mukaan se, että jokainen asia pitää perustella. Jo ideointivaiheessa tarvitaan toisen siunaus työlle.

H7 ei nähnyt ryhmätyötä itselleen edullisena, mutta mainitsi yleisesti, että ryhmätyötä tehdessä on hyvä, että ryhmä on mahdollisimman monialainen.

”Ehkä yksin. Varmaan yksin joo. Jossakin casessa on ollut kyllä mukava tehdä myös ryhmässä. Mutta silleen, että siinä on eri alojen asiantuntijoita. Jos sulla on kolme graafikkoo, jotka tekee samaa juttua, niin se ei tunnu mulle mielekkäältä. Se on vähän niin kuin, että jos sulla olis kolme kokkiä. Näissä on niin paljon makuasioita. Mun mielestä, jos on niinku monta sen saman tontin omaavaa tyyppiä miettimässä saman suuntaisia subjektiivisia asioita, niin en mä tiää onko se silleen tarkoituksenmukaista. Sit jos sulla on insinööri, graafikko ja joku kaupan alan osaaaja, niin siinä on niin paljon uusia skill-settejä, jossa on paljon enemmän järkeä, et ne tekee silleen yhdessä. Semmoiset tiimit on mulle mielekkäitä.” (H7 Freelancer)

Ryhmätyö osana luovaa prosessia on saanut osakseen myös kritiikkiä. Ryhmätyöllä on myös negatiivisia vaikutuksia ideoiden syntyyn. Ryhmätyön ja brainstormauksen katsotaan nimittäin tuottavan vähemmän luovia tuloksia, kuin jos ihminen ideoi itsekseen. Syy tähän on, että ihminen ei ole ryhmässä työskennellessään pakotettu tekemään yhtä paljon töitä ideoidensa eteen, kuin yksin. Yksinään kaikki riippuu henkilöstä itsestään ja vastuu ratkaisuiden löytämisestä on yhden henkilön harteilla. (Virtanen 2011.) Ryhmässä ihminen myös helposti luopuu omasta näkökulmastaan ja mukautuu enemmistön ajattelutapaan. Yksilöt tai pienet ryhmät ovat parempia keksimään uusia ideoita kuin suuret ryhmät. (Koski & Tuominen 2004, 123-128.) Ryhmätyö saattaa tehdä

laiskaksi, joten ryhmätyön valinnassa kannattaa olla tarkkana ja ideoida mielellään itsekseen ennen ryhmäkokouksumista.

Muiden mielipiteet -repertuaari

Muiden mielipiteiden kysyminen oli yksilöllistä. Freelancerit kysyivät harvemmin muiden mielipiteitä, kun taas mainostoimisto- ja in-house -graafikot olivat jo työympäristönsä puolesta tiukassa vuorovaikutuksessa toisiin henkilöihin. He näkivät ympäristön ohella vuorovaikutuksen olevan hyvä asia. Freelancerit toimivat paljon individualisemmin. Muilta ammattilaisilta saatava kritiikki nostettiin esille suunnittelutyön oppimis- ja kehittämiskeinona. Perustellut mielipiteet otettiin lämpimästi vastaan, mutta subjektiiviset mielipiteet, kuten ”tuosta väristä en pidä” jätettiin omaan arvoonsa. Vaikka monelle ei ollut välttämätöntä kuulla muiden mielipiteitä, haastateltavista kahdeksan kuitenkin kertoi kysyvänsä niitä ainakin joskus.

H7 Freelancer kertoi, että töiden esittely kollegoille ei ole mikään elinehto, mutta perustellut mielipiteet olivat arvokkaita. Esimerkiksi, että jos fontti oli liian pienellä ja huonosti luettava, oli se varteenotettava kommentti. Henkilökohtaisiin mieltymyksiin perustuvat mielipiteet asioista, kuten värimieltymykset koettiin turhanpäiväisenä palautteena.

In-house suunnittelijoille keskustelu korostui hyvin tärkeänä. Asiakkaan kanssa keskustelu antoi suunnittelulle selkeät raamit ja kollegat tarjosivat hyödyllistä luovaa prosessia eteenpäin vievää vertaistukea.

”Keskustelu tosiaan auttaa. Se vie eteenpäin sitä prosessia. Toisen mielipide siihen ajatusprosessiin edesauttaa. Ja sit tykkään siitä, kun kommunikoidaan asiakkaan kanssa tosi usein, että tehdään vähän eteenpäin ja sitten kommunikoidaan. Vähän riippuu hommasta, mutta tavallaan siinä ei lähde niin hirveästi metsään, kun että jos tekis itse ilman kommentteja koko homman.” (H2 In-house)

Mainostoimistograafikot kokivat saavansa suurinta hyötyä mielipiteiden kysymisellä. Heillä mielipide vaikutti konkreettisesti päätöksentekoon ja toimi myös ajatuksia kirkastavana tekijänä.

”Kyllä, keskustelu auttaa. Saa perspektiiviä. Muiden mielipiteiden kysyminen kuuluu mun työtapaan. Just kun on kiire, mullon itellä se, että pystyn antaan nopeasti kommenttia. Ja samaa odotan muiltakin. Et jos mulla on kolme hyvää ideaa, niin kysyn heti vierustoverilta. Et se aina kirkastaa omia ajatuksia, kun kysyy muilta. Teen sitä kyllä paljon. Ja jos mielipiteet on hyviä, niin kyl ne vaikuttaa.” (H4 Mainostoimisto)

Mainostoimistoissa on myös hedelmällinen ilmapiiri keskustelulle. Koska lähtökohtaisesti kaikki siellä työskentelevät ovat ammattilaisia, myös mielipiteiden oletetaan olevan ammattimaisia.

”Mä koitan kysyä valikoidusti silleen tietyiltä ihmisiltä mielipiteitä. Koska kaikilla ihmisillähän on mielipide aina kaikesta, mutta se, että jos joku ei esim. pysty ollenkaan perustelevaan mielipidettään mulle, niin must on ihan turha kysyä sitä. Et semmosia, että musta tuntuu tältä tai semmosia filiksiä, niin se ei oo kauheen avuliasta. Eri asia sellasissa tilanteissa, jos tehdään joku visu jollekin tuotteelle, joka menee suoraan tietyille kohderyhmälle ja sitten, sen kohderyhmän fiilikset, miltä se visuaalinen identiteetti tai pakkaus näyttää, niin sellasia mä kuuntelin kyl mielellään. Mutta ehkä siinä tulee just se, että kun se on yleensä isompi otos. Et yks ihminen ei oo sillai, että ”no must tuntuu et tuo vihree ei sovi tähän.” Mutta jos sata ihmistä on sitä mieltä, että toi vihree on huono, nii sit siinä on jo vähän sellasta kaitkupohjaa sillä mielipiteellä. Nii sit voi olla, että okei, uskotaan.” (H5 Mainostoimisto)

Siksi testaus, asiakaskyselyt ja ylipäätään kunnollisen datan hankkimis-

nen olisi myös tärkeää graafisen suunnittelijan työlle. Kuten moni muu asia, tämäkin lienee resurssikysymys, johon ei aina ole tarjolla aikaa ja riittäviä resursseja.

6.1.4. Aika

Kuten jo ensimmäisessä repertuaarissa todetaan, niin luova työ vaatii aikaa. ”Ajankäytön järkevä suunnittelu on luovuuden elinehto.” (Koski & Tuominen 2004, 101). Luovan työn tekijä tarvitsee aikaa ajatella rauhassa, aikaa työskennellä, aikaa joutilaisuuteen, sekä aikaa, joka asettaa työlle vaaditun valmistumishetken. Usein aikaa on kuitenkin liian vähän saatavilla. Kiireessä ja stressissä ihmiset tekevät näennäistehokasta työtä, jolla ei ole juurikaan päämäärää. Tässä luvussa käsittelemme aikaa hyvin moniulotteisena käsitteenä. Aikaa ajallisen määreen kontekstissa, sekä luvun lopussa aikaa tai aikakautta ja sen ominaispiirteitä, jota elämme juuri nyt.

”Kun ajattelet enemmän, sinun tarvitsee tehdä vähemmän. Kun teet vähemmän, saat aikaa enemmän.” (Koski & Tuominen 2004, 110).

Aikataulu-repertuaari

Aikataulu ja aikataulun määräaika, eli deadline koettiin tärkeäksi seikaksi suunnittelutyön käynnistymisen ja etenemisen kannalta. Haastateltavien mukaan ilman aikataulua ei asioita yksinkertaisesti tullut tehtyä. Lähestyvä deadline pakotti työstämään ideaa aktiivisesti, joka vaikutti luovaan vireystilaan ratkaisevasti. Aikataulu sai aikaan joissakin suunnittelijoissa tietynlaisen tahtotason. Sisuuntuminen siitä, että työ on tehtävä, muuttui positiiviseksi energiaksi ja näkyi työnteon tehokkuutena. Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että aikataulu edesauttoi luovan työn tekemistä.

”Aikataulu edistää ehdottomasti luovuutta. En mä sais varmaan mitään tehtyä ilman aikataulua. Pitää olla joku, että on oltava valmis tiettyyn päivämäärään mennessä. Pitää siinä olla semmonen pakko. Joskus se voi olla semmonen, että ite on asettanu, et kyllähän itelleenkin voi asettaa jos menee esim. lupaan jollekin toiselle jotain. Mutta jos mä mietin just jotain vapaita taiteilijoita, niin kyllähän niilläkin määrittää, et niillä on esim. vaikka joku näyttely tulossa. Me ollaan tehty jotain omia projekteja täällä, niin kyllä niissäkin on ollut joku määrittävä aikataulu. Mutta esim. just joku oman portfolion päivittäminen missä ei silleen oo aikataulua, nii siinäkin aina kestää ihan tuhottoman kauan. Se on semmonen malliesimerkki siitä. Aina ne hommat menee edelle, jossa on aikataulu ja ne joissa ei oo jää monesti tekemättä. Pakko ei missään nimessä vaikuta luovuuteen negatiivisessa mielessä. Ainakin mun Taikin vanha professori Tapio Vapaasalo sanoi aina, että ’deadline irrottaa luovuuden.’” (H6 Mainostoimisto)

H1 sanoi itsevarmasti, että aikataulu on kaiken A ja O, jotta suunnitteluprojekti pysyy kasassa. Hän myös kertoi seuraavansa aikataulua hyvin tarkkaan. Maanantaisen viikkopalaverin avulla hän kartoitti tulevan viikon työtehtävät ja pyhitti päivät tietyille tehtäville. Yleensä hän kysyi aina ensimmäiseksi toimeksiannon saadessaan millainen aikataulu on. Kun aikataulu on selvillä, ja on päättänyt mitä aikoo minäkin päivänä tehdä on helppo päästää luovuus valloilleen.

H2 koki, että mitä tiukempi aikataulu ja mitä kovempi kiire, niin sitä paremmin tämä suoriutuu. Kun on kiire ja tulosta on pakko syntyä, siitä tulee draivi, jonka voimalla luova työ tehostuu.

Moni suunnittelija oli yhtä mieltä siitä, että ideoita syntyy silloin kun on pakko. Ilman aikataulun määräämää pakotetta ei luovuuden herättämiseen ollut perusteltua syytä.

”Kyllähän ne ideat yleensä tulee helposti silloin kun ne on pakko tulla. Et kyllähän se aina tuppaa menemään niin, että kaiken tekee jossa-

kin määrin viime tingassa. Et jos ei ole mitään tollasta takarajaa tai deadlinea asetettu, niin ei ne välttämättä sit synny ollenkaan, vaan sit vasta kun on, että nyt pitää keksiä jotain, niin sit niitä alkaa tuleen. Pakon edessä.” (H6 Mainostoimisto)

Deadline varjopuolet nousivat haastatteluisissa hyvin vähäisessä määrin esille. Avoimuus ja luova uteliaisuus saattaa joissakin tapauksissa vähentyä tiukan deadline takia. Syy tähän on stressitasojen nousu. (Silverthorne 2002). Myös aikataulun negatiiviset puolet käännettiin tässä kohderyhmässä lopulta voitoksi.

”Pakko myöntää, et ajoittain tuntuu, että aikataulu vähän puristaa päälle ja, että onko tässä aikatauluasiat organisoitu riittävän hyvin. Siinä on hyvät ja huonot puolet. Välillä se stressaa ja välillä se patistaa. Välillä sitä saa ihmeitä aikaan kun on vähän kiire. Mutta kyllä hyvä aikataulutus ja selkeä rytmi työssä auttaa siinä, että saa asiat hoidettua. Että kyllä se auttaa myös sitä luovaa prosessia.” (H4 Mainostoimisto)

Olin myös kiinnostunut tekevätkö suunnittelijat asiat hyvissä ajoin vai viime hetkellä. Haastateltavat kertovat aloittavansa ajatuksien kypsyttelyn hyvissä ajoin. Silloin ei yleensä ollut väliä, siirsikö suunnittelutyön visuaaliseen muotoon työtehtävän alussa vai juuri ennen palautusta.

Ajatuksen kypsyttäminen -repertuaari

Ennen työn varsinaista aloittamista oli hyvä käydä läpi työn kypsyttämisen prosessi. Sen aikana breafia käsiteltiin ajatuksentasolla ja kuljetettiin kohti valmiiksi mietittyä ja visuaaliseksi representaatioksi muunnettavaa työtehtävää. Erityisesti haastatteluiden freelancerit korostivat ajatustyön merkitystä.

”Kun tekee kuvituksia lehteen, niin on kauheen hyvä jos se aihe pyörii joitakin päiviä päässä. Tai mä tiedän, että nyt pitää tehdä tällanen, koska sillon mä en ajattele sitä aktiivisesti, vaan se on takaraivossa, alitajunnassa ja sit voi tulla sellanen, että jossain kävellessä tai missä tahansa tulee se idea. Tavallaan sen idean pitää olla selkeä. Mä en lähde tekeen mitään kuvaa ennen kun mulla on päässä minkäläinen se on. Sen jälkeen mä oon tavallaan ihmistulostin, joka vaan tulostaa sitä kuvaa. Kuvan tekemisen aikana ei tapahdu mitään. Eli kun oon aika peruslaiska, ja kun se tekniikka on kauheen työläs, niin se peruslaiskuus on ohjannu ajattelemaan helvetin yksinkertaisesti ja hakemaan yksinkertaisia kuvaideoita. Ja tässä tapauksessa se laiskuus on helvetin hyvä asia, koska laiskuus on ajanut tiivistämään ja yksinkertaistamaan sitä ideaa, mikä on taas hyödyksi myös sille viestille. Että se on selkee yksinkertainen idea, eikä sisällä miljoonaa asiaa. Ja monta kertaa ideointiprosessissa oon huomannu valitsevani sen helpomman idean. Että jos otan tän toisen, niin siinä menee liian kauan. Ja jälkikäteen oon huomannu, että se oli paitsi sen laiskuuden sanelema, niin siinä oli sit kuitenkin ideaa ja ajatusta tehdä se yksinkertaisesti, kuin että olis väentäny siitä sit monimutkaisemman.” (H3 Freelancer)

H1 Freelancer sanoi, että kypsyttelyvaiheen luonne riippuu työtehtäväs-
tä, mutta yleensä hän pyörittelee ajatuksia monta päivää päässään, jonka jälkeen alkaa tekeminen. Toimeksiannon saatuaan hän miettii suunnitteluprosessin niin, että aikaa jää kypsyttämiseksi. Työn tekovaihetta hän kuvailikin termillä *rutistaminen*. Myös haastatteluideni kolmas freelancer toimi vahvasti ajatuksen tasolla. H7 lykkäsi varsinaisen mekaanisen työn tekemistä niin pitkälle kuin mahdollista.

”Aloitan minkä tahansa suunnitteluprosessin siten, että yritän käsitteellistää sen. Toimia mahdollisimman pitkään tavallaan tekstin ja muistiinpanojen tasolla, ennen kuin piirrän yhtään mitään. Että

yrityn selvittää siitä kohteesta ja siitä asiasta niin paljon kuin mahdollista. Ja semmosta mahdollisimman relevanttia juttua. Mulla on vähän semmonen lähtökohta, että jos se vaatii paljon piirtämistä se lopputulos, niin mun ajatustyö ei oo vielä valmis. Eli mitä vähemmän se lopputulos vaatii piirtämistä, niin tavallaan sen parempi idea siinä on.” (H7 Freelancer)

Mainostoimisto- ja in-house suunnittelijat pitivät myös ajatusten kypsyttämistä tärkeänä, mutta ehkä tietty ryhmän sanelema tulosvastuullisuus ajoi heidät tekemään nopeammin jotakin konkreettista ja esitettävissä olevaa jälkeä. Ryhmässä työskentelyn merkitys ja paine vaikuttanee siihen, että työskentely oman pään sisässä ei voi kestää niin pitkään kuin freelancereilla.

”Kyllä tossa aika tiukat aikataulut on, että sen takia aika viime tikuun menee. Harvemmin on etuajassa. Yleensä mulla muhii se ajatus päässä, jonka jälkeen tehdään. Joskus on myös niin kiire, että ei oo aikaa muhia niitä ajatuksia. Et se muhittaminen ois kyllä aika hyvä, koen sen sillee, että jos suunnittelet vaikka jonkun jutun, tavallaan teet semmosen pintaraapasun ja ensimmäiset luonnokset ja sit kun sulla on vähän aikaa miettiä ja edistää sitä, niin huomaa, että sieltä tulee sit paljon lisää kaikkea. Näkee tavallaan toisin silmin sen.” (H8 In-house)

”Omalla kohdalla se luova prosessi on sillai, et se pitää laittaa heti käyntiin. Sit se tavallaan muhii ja prosessoituu ja se on hyvä kun sit on jotain tehnyt. Nii sit jos jää viimehetkeen, niin on jotakin jota pystyy reflektomaan ja miettiin, että onko tää hyvä. Mut jos joudut kaiken tekeen viime hetkellä loppuun, niin sä et ehdi oikein ite ottaan etäisyyttä siihen.” (H4 Mainostoimisto)

Kypsyttelyvaihe on näin ollen psykologisen distanssin liitännäinen, jol-

loin saatuun brieffiin otetaan jo prosessin alkuvaiheessa etäisyyttä.

Luovuuden kehitys ja yhteiskunta -repertuaari

”Luovuuden korkein taso Suomessa tällä hetkellä on, että vähän väsyneet ja kyllästyneet työntekijät viedään johonkin kongressihotelliin post-it -lappujen kanssa. Sitten kolme tuntia liimaillaan niitä post-it -lappuja seinille ja sanotaan, että oli erittäin hyvä vetäytyminen - keksittiin kolmekymmentä ideaa. Mutta ainuttakaan ideoista ei ehditä toteuttaa.” (Heikkinen & Tuominen 2014).

Tässä luvussa otetaan kantaa luovuuteen myös laajemmassa yhteiskunnallisessa perspektiivissä, yksilön luovuuskokemuksen sijaan. Näen tarpeelliseksi nostaa tämän kappaleen esille, koska se oli tärkeää monille haastateltavillekin.

Osa haastateltavista näki luovuuden hyvin vahvasti yhteiskunnan ja nykyajan kontekstissa. Luovuuden asema yhteiskunnassa nähtiin mutkikkaana. Luovuus -termiä on monien mielestä suurenneltu ja väärinkäytetty, Luovuudesta puhutaan paljon ja sitä peräänkuulutetaan, mutta silti luovuuden edellytyksiä yhteiskunnassamme on tietämättömän johtamisen takia heikennetty. ”Luovuus vähenee, mitä enemmän ympäristö ja yhteiskunta yrittävät painostaa luovan ihmisen sovinnaisemmaksi.” (Uusikylä 2012, 78).

”Yks asia mikä luovuuteen minusta liittyy on semmonen harhakäsitys, joka on pitkään ollu, että luovuus ois muka tietynlaisten ihmisten ominaisuus tai oikeus. Todellisuudessa luovuus kuuluu kaikille ja mikä tahansa asia tässä maailmassa voidaan ajatella uudestaan. Semmonen kiire ja turha hötkyily mitä ihmiset harrastaa joka paikassa on myrkyä luovuudelle. Koska luovuushan vaatii aikaa. Siksi mä oon sitä mieltä esim. opiskelussa, että se ei oo hyvä, että ihminen pusketaan viidessä vuodessa ulos jostain tuubista. Sen takia, että sillä ei ole ollenkaan aikaa harhailla ja palloilla ja huuhailla. Ja löytää

jotain aisoita. Ei tän maailman hienot keksinnöt oo syntyyny kilpailukykykysömuksen ansiosta, vaan ne on ollu usein hulvattomia, holtittomia rötviä, jotka on juonu kaljaa jossain ja keksiny helvetin hyviä ideoita. Ja se on sit eri asia kun on keksiny niitä ideoita, niin sit pitää ruveta töihin ja toteuttamaan niitä. Sitten pitää olla tiukka ja järjestelmällinen. Mutta jos halutaan tuottaa jotain uutta, niin se ei synny jatkuvan paineen alla.” (H3 Freelancer)

Jatkuva paine on nykyajan yhteiskunnalle melko yleistä. Myös luovilla aloilla. Tärkeää on, että lähtöasetelmien pitää yhteiskunnan ja ympäristön osalta olla kunnossa, jotta luova työ voi saavuttaa sen maksimaalisen potentiaalinsa.

”Ehkä sen ite kokee just sillai, että just luovuushan on sillee hieno asia. Mut sit just kun kaikissa jossai hallituksen hommissa, kun aina puhutaan innovaatioista ja luovuudesta, niin tuntuu et se jää vaan sellaseksi sanahelinäksi. Et tuntuu, että ne on termeinä kärsinyt siitä, et noi poliitikot käyttää niitä. Että aina puhutaan innovaatioista ja luovuudesta, et kuinka ne pitää nyt valjastaa sillai, että saadaan Suomi nousuun ja joka asiassa ollaan sillai ja sit on vaan niinku, että mitä se on ja missä se näkyy, tai mitä sillä tarkoitetaan. Et ne on täysin sellasta ihme höpöhöpö. Just sillee, että tietyissä yhteyksissä käytettyinä termeinä ne kuulostaa vähän niinkuin kiro sanoilta. Vaikka ne oikeesti on niinku ihan oikeita, konkreettisia ja hienoja asioita.” (H6 Mainostoimisto)

Myös ajatus siitä, että luovuus olisi jotenkin erikoista ja vain tietyillä ihmisillä olisi siihen oikeus, saattaa heikentää innovaatioiden syntymistä ja ihmisten kynnystä harjoittaa ja kehittää omaa luovuuttaan. Totuus kuitenkin on, että luovuus on ihmiselle hyvin luonnollinen ominaispiirre ja kuka tahansa voi olla luova.

”Ensinnäkin sitä luovuus -sanaa heitellään niinkun aivan liikaa ympäröivänsä. Oletuksena et kaiken pitäis olla luovaa ja sitten just se outo kuva suunnittelijoista, et me maataan jossain riippukeinuissa täällä toimistoissa ja heitellään luovia ideoita eestaas. Niin periaatteessa mä nään sen luovuuden myös vähän eri tavalla, et se ei aina oo niin semmosta hohdokasta. Vaan se on myös ihan vaan sen viestin saattamista ihmisten tietoisuuteen. Luovuutta ei mun mielestä pidä pitää liian isona asiana.” (H5 Mainostoimisto)

Luovuuden arkeistaminen olisi varmasti hyödyllistä tällaisessa maassa, jossa eletään suurten innovaatioiden jälkeistä taantumuksen aikaa. Suomen ja ihmiskunnan suuret ideat ovat kuitenkin tulleet melko pienistä ja ajan kanssa suunnitelluista ideoista, jossa on havaittu tarve jonkun asian kehittämiseen ja vastattu siihen tarpeeseen.

6.1.5. Tieto

”Luova ihminen on oman alansa ja asiansa hallitseva ihminen. Ihminen joka tietää paljon ja haluaa oppia koko ajan lisää.” (Koski & Tuominen 2004, 58).

Luova ihminen on yleisesti hyvin kiinnostunut asioista. Luovan tiedon löytämiseksi tarvitaan *sisäistä motivaatiota*, joka tarkoittaa, että ihminen on kiinnostunut asioista asian itsensä vuoksi. (Koski & Tuominen 2004, 60.) Kun itse työ on jo itsessään tyydyttävää, on motivaatio luovuuden taustalla kunnossa. Haastatteluissa ilmeni, että luovuuden kannalta keskeinen osatekijä oli hyvä tieto ja yleistieto. Mitä enemmän haastateltavilla oli kertynyt havaintoja ja tietämystä ympäröivästä maailmasta, sitä vahvempi luotto heillä oli omaan näkemykseensä suunnittelijana. Se vapautti suunnittelijan luovan ajattelun epävarmuuden kahleista.

Yleistieto-repertuaari

Graafisen suunnittelun tehtävä on saada viesti kulkemaan perille niin hyvin kuin mahdollista. Jotta viesti tavoittaa vastaanottajan, pitää tietää miten vastaanottaja reagoi erilaisiin viesteihin. Voidakseen tuntea vastaanottajan tarvitsee graafikko työvälineekseen hyvää yleistietoa siitä maailmasta, johon suunnittelutyö tehdään.

”Joku mun opettaja on sanonut että graafikon tulee olla tosi yleisivistynyt. Se on musta hyvä ohje. Pitäis olla kiinnostunut kaikesta, myös semmosesta josta sä et oo kiinnostunut. Eli seurataan asioita mahdollisimman monipuolisesti, etenkin jos tekee journalismia. On tavallaan hyvä tietää niin paljon kuin mahdollista. Myös siitä mitä omalla alalla tapahtuu. Graafisen suunnittelun pitäis olla laaja-alaisesti kiinnostunut asioista.” (H3 Freelancer)

Hyvä yleistieto antaa vahvan alustan luovalle ajattelulle. Mitä enemmän graafikko tietää asioista, sitä helpompi on samaistua suunnitteluongelmaan ja tarjota siihen ratkaisuja. Kun tietopohja on kunnossa, on myös helpompi luottaa omaan intuitioon.

Intuitio-repertuaari

Intuitiolla vaikutti olevan keskeinen rooli kaikissa haastateltavien valinnoissa ja ratkaisuissa, sekä luovuudessa. Lähes jokainen graafikko näki intuition yhtenä tärkeimmistä ominaisuuksista luovan työn osana. Vain yksi haastateltava piti itseään jokseenkin epäintuitiivisena.

Kokemus ja sen myötä lisääntynyt tieto katsottiin parantaneen suunnittelijoiden luottamusta omaan intuitioon. Suuri määrä tietoa kasvatti intuitiota. Mitä suurempi tietämys ja näkemys graafisen suunnittelun alasta ja muustakin ympäröivästä maailmasta oli, sitä vankempi pohja oman intuition ja arvostelukykyjen luottamiseen oli. Myös luottamus

omaan työprosessiin ja asiakaskontakteihin mainittiin intuition ohessa. Luottamus siihen, että työstä lopulta tulee hyvä, antoi myös vapauksia irrotella enemmän ja kokeilla lähtökohtaisesti myös *rumempia* ja haastavampia lähestymistapoja suunnitteluun.

”Intuitio kyllä tulee jostain selkäytimestä, mutta sen pohjalla on aivan helvetisti tietoa. Sen takia on hyvä olla yleissivistynyt. Ja tietää asioista, koska se intuitio rakentuu nimenomaan sen sun tiedon ja kokemuksen ja sivistyksen päälle. Sitten kun sä oot sen intuitiivisen idean saanu, niin sen jälkeenhän sun pitää analysoida se järjellä. Toimiiko tää, meneekö tää oikeeseen suuntaan ja pitääkö tätä muuttaa.” (H3 Freelancer)

”Loppupeleissä kaiken tiedon jälkeen se on se intuitio joka ratkaisee. Kun se on silleen kasautunutta tietoa ja sitä, että seuraa mitä ympärillä tapahtuu.” (H9 In-house)

H4 Näki oman intuition lisääntyneen hänen huomattessaan, kuinka hyviä vanhoja töitään tämä oli hylännyt. Enää hän ei myöskään pitänyt omia ensimmäisiä ideoitaan niin hölmöinä ja, että ensimmäiset intuitiiviset fiilikset voivat olla todella hyviä. Kyse on siitä näkeekö niiden sisältämät mahdollisuudet.

”Opiskeluaikoina en kuunnellut ollenkaan intuitiotani. Minulla oli kyllä sellainen, mutta en luottanut itseeni. Sitten olin muilla ihmisillä töissä, jossa piti luottaa muiden intuitioon. Alussa ei ollut rutiinia, kokemusta, eikä itseluottamusta. Nykyään luotan arvostelukykyyni paremmin. Kun itseltäkin löytyy itseluottamus, niin muutkin luottavat siihen. Mutta se on pitkä polku, itseluottamus syntyy ajan kanssa. Toki intuitiokin on joskus väärässä. Mutta yleisesti elämässä luotan siihen tosi paljon. Varsinkin äitinä olen ymmärtänyt sen merkityksen.” (H1 Freelancer)

Intuitio nostetaan usein esille luovuutta käsittelevissä tutkimuksissa. Kysymykset, mistä intuitio tulee ja miten siihen pääsee ovat keskeisiä luovan työn avainkysymyksiä. Aalto-yliopistosta aiheenaan intuitio väitellyt tohtori Asta Raami kuvailee seuraavasti ”Intuition kokemusta voisi kuvailla vaikkapa näin: tiedän, että tiedän, mutta en tiedä miten tiedän. Tietoisessa päättelyssä ihminen sen sijaan tietää ajattelevansa juuri tiettyä ajatusta.” (Raami & Cronvall 2015). Myös haastatteluissa intuitiota käsiteltiin samasta näkökulmasta:

”Kyllä varmaan. Eri asia, että osaako sitä sitten perustella. Ainakin tiedän, että jos joku homma on pielessä niin mä kyllä tunnen sen. Nimenomaan tunnen sen.” (H2 In-house)

Intuitiivinen tieto voi myös johtaa harhaan, joten keskeistä on pystyä järjellisesti myös arvioimaan sen tiedon toimivuutta. ”Ei ole luotettavaa tietoa, vaan on olemassa tietoa, jota voidaan arvioida erilaisin keinoin. Myös rationaalinen päättely voi johtaa harhaan, mikäli analyysi ei ole pitävä ja pätevä. Samalla tavalla intuitio voi sekoittua esimerkiksi pelkoihin ja olla erittäin epäluotettava.” (Raami & Cronvall 2015). Kokemus ja oman tietoutensa rajojen tunnistaminen ovat asioita, joilla intuition paikkaansapitävyyden tunnistaminenkin paranee.

Ensimmäinen idea -repertuaari

Luovan työn koulutuksessa yleisesti opetetaan, että ensimmäinen idea ei yleensä ole toimivin, eikä siihen kannata tarttua. Haastateltavilla tähän oli mielenkiintoinen yhtenevä mielipide, että väite ei pidä paikkansa. Kuusi haastateltavaa koki, että ensimmäinen idea on intuitiivisin ja viestinnältään tehokkain. Koska ensimmäinen idea muodostuu yleisten käsitysten perusteella, löytyy siihen enemmän kosketuspintaa myös vastaanottajilta. Idealtaan universaali ensimmäinen idea koettiin siis usein parhaaksi viestinnällisen tehokkuuden kannalta. Ensimmäiseen ideaan

luottamisen nähtiin olevan sidoksissa uskoon omaa intuitiota kohtaan.

”Joku meidän proffa sano, että yleensä 33 idea on hyvä. Musta se on paskaa. Mä luotan intuitioon. Usein mun töissä 95 -prosenttisesti se lopputulos on jollain tavalla sen mun ensimmäisen intuition tuoma juttu.” (H3 Freelancer)

Luotto ensimmäiseen ideaan kulki käsikkäin intuition kanssa. Hyvä tietopohja ja kokemus opetti tunnistamaan hyvät ideat, jolloin toimivan konseptin siemen saatettiin havaita jo ensimmäisessä ideassa.

”Mä oon kyllä huomannu, et se eka idea on monesti hyvä, vaikka joskus aiemmin oon itekki ollu sillee, että ei se voi olla vielä se eka nopee. Et siinä on joku jännä juttu siinä intuitiossa, että kun on kumminkin sitä kokemusta ja tietopankkia jo olemassa päässä, ja sit kun tulee se intuitiivinen aistimus, niin siinä on kyllä taustalla oikeastaan se kaikki ymmärrys. Monihan taiteilija tai elokuvaohjaaja luottaa täysin siihen ekaan intuitiiviseen fiilikseen. Kyl siinä jotain perää on.” (H4 Mainostoimisto)

Luonnostelu- ja ideointivaiheessa kaikki suunnittelijat tekivät myös muita versioita. Useimmissa tapauksissa kuitenkin ensimmäisen idean nähtiin nousevan suosituimmaksi myös asiakkaiden keskuudessa.

”Joissakin tilanteissa se on. Mä saatan itseäni varten tehdä monia versioita joistain asioista. Mutta asiakkaan kanssa pyrin siihen, että ei tehdä niitä kaikkia. Mutta useinkin huomaa, että viitsi, se olikin tuo eka, joka oli hyvä, että ihan turhaan tein ne muut. Vaikka usein kuulee sitä, että ekat ideat pitäis heittää roskikseen, nii kyllä se voi olla hyvä. Et siinä ekassa ideassa se intuitio on aika voimakas. Sieltä kun tulee se eka idea, niin en mä lähtis sitä dissaamaan.” (H5 Mainostoimisto)

Vaikka ensimmäinen idea todettiin haastatteluihinsa toimivaksi, ei kannata kuitenkaan unohtaa pitkäjänteisempää ideointia. H9 totesi, että ensimmäiseen ideaan ei kannata heti olla tyytyväinen, sillä välillä se onnistuu ja välillä ei. Koska graafisen suunnittelun ammattilaisen on tarkoitus onnistua jokaisessa työtehtävässään, oliärkevintä kasvattaa suunnittelulähtökohtien määrää useammilla ideoilla.

Luottamus ensimmäisen idean toimivuuteen jakautui melko tasaisesti kaikille eri suunnittelijatyypeille. Se, tartuttiinko ensimmäiseen ideaan suoraan, vai käytiinkö läpi vielä lisää suunnittelukierroksia, vaihteli aikataulun ja työkuvaan mukaan.

Ympäröivän maailman seuraaminen -repertuaari

Ympäröivän maailman seuraaminen koettiin lähtökohtana onnistuneen luovan työn taustalla. Yhteiskunta, vallitsevat trendit, kulttuuri ja ylipäätään maailma johon suunnittelua tehtiin, on väistämätön luovan työn voimavara.

”Mä nään sen, että graafiselle suunnittelijalle on tärkeää ympärillä olevan maailman seuraaminen. Ja et aistii trendejä ja ylipäätään ilmiöitä, tapahtumia, taidetta ja muuta. Sitä kautta ite sit peilaa sitä viestintää ja visuaalisuutta siihen hetkeen. Omilla taidoilla jollakin tavalla muokkaa ja tuo siihen jotakin lisää, niin mä nään sen tosi vahvana tekijänä inspiraatiossa. Ei se että istuu omalla koneella, tuijottaa näyttöä ja seuraa Behancea. Vaan, että menee jonnekin ulos, tai taide- näyttelyyn tai ihan mitä vaan ja sieltä ammentaa sit siihen tekemiseen. Pitää kokea niitä tilanteita. Semmonen niinkun ajan hengen hahmottaminen ja muu, koska niin paljon tänä päivänä on sitä visuaalista massaa ja viestien määrää. Se on niin tiivistä ja vilkasta. Että pystyy erottuun, niin pitää tuntea se kenttä.” (H4 Mainostoimisto)

Ympäröivän maailman seuraaminen tulee meillä kaikilla luonnostaan. Näin ollen myös suunnittelijoiden pankkiin kertyy visuaalista materiaalia jatkuvasti. Siksi jokaiselle haastateltavalle ei ollut tärkeää harjoittaa benchmarkingia aina uuden breafin kohdalla.

”Joskus selaan muiden töitä. Graafinen alahan on täynnä näitä tällaisia mainostoimistokirjoja, joita ostaa mainostoimistot. Parhaat lehtidesignit, parhaat kannet, parhaat mainokset. Ne on hirveen hyviä. Joku mun opettaja on sanonu, että graafikon tulee olla tosi yleisivistynyt. Se on musta hyvä ohje. Pitäis olla kiinnostunut kaikesta, myös semmosesta, josta sä et oo kiinnostunut. Eli seurataan asioita mahdollisimman monipuolisesti, etenkin jos tekee journalismia. On tavallaan hyvä tietää niin paljon kuin mahdollista. Myös siitä mitä omalla alalla tapahtuu.” (H3 Freelancer)

Tässä tapauksessa in-house graafikot erosivat muista siinä, että näille ympäröivän maailman havainnointi ei ilmennyt niin tärkeänä seikkana. Heille tärkeämpää oli oman yrityksen asioiden ja ilmapiirin sisäistämisen kunnolla. Olipa tarkastelussa koko kulttuuriimme tai sisäinen toimintaympäristömme, niin tieto ja tiedon hankinta auttoivat luovuutta. Hyvä tietämys auttoi luottamaan intuitioon, joka toimi yhtenä tärkeimmistä luovuuden moottoreista. Suunnitteluprosessin käynnistämässä kaikille oli tärkeää tutustua asiakkaaseen ja asiakkaan arvoihin, sekä toimintaan läpikotaisesti.

”Meillä on silleen, et jos on joku laajempi brändiuudistus tai yritysillme. Sanotaan vaik et yritys. Niin kyl me halutaan jollain tavalla pyrkkii ymmärtään sen asiakkaan liiketoiminnan, perehtyy siihen niiden bisnekseen, että voi tehdä niille toimivaa suunnittelua. Kyl se lähtee liikkeelle siitä taustatyöstä ja perehtymisestä.” (H4 Mainostoimisto)

Osa haastateltavista oli sitä mieltä, että muiden valmiiden suunnittelutöiden katseleminen saattaa hankaloittaa omaa suunnittelutyötä. Uhka siitä, että tulee kopioineeksi muita, mainittiin tässä yhteydessä useasti.

”Minua innostaa ja inspiroi yleismaailmallisesti kaikki rajoitteet. Olen aika introvertti tyyppi ja seuraan tätä alaa tosi vähän. Käänyn enemmän sisäänpäin ja yritän sieltä ammentaa jotakin. Mulle on helpompaa niin, sillä menen heti ihan sekaisin jos seuraan alan kirjoja tai blogeja. Silloin tulee nopeasti yliannostus ja ahdistus. Siksi olen päättänyt hyväksyä oman introverttiuteni, jota yritän ruokkia kaikenlaisilla matkoilla ja vapaa-ajalla. Kiire ja tylsistyneisyys inspiroi minua. Katson paljon elokuvia, kuuntelen musiikkia ja seuraan muita kaikkia asioita, mutta en suoranaisesti kuvitusta tai graafista suunnittelua.” (H1 Freelancer)

Tämä pelko muiden töiden kopioimisesta mainittiin myös muissa haastatteluissa. Osalle haastateltavista tällainen altistuminen ei aiheuttanut puolestaan minkäänlaista vahingossa kopioimisen riskiä.

6.1.6. Tekniikka

Idean tuottamisen jälkeen seuraa tekninen toteutus, joka niin ikään on osa luovaa prosessia, joskin eri tavalla. Tekniikka sisältää vielä paljon luovia ratkaisuja. Tekniikalla tässä tutkimuksessa tarkoitetaan esimerkiksi toteutusvälineitä (tietokoneohjelmat, kynät, liidut, maalit) toteutustapoja (digitaalinen vai analoginen toteutus) ja muita teknologisia resursseja, kuten painotekniikat ja erilaiset paperilaadut. Tekniikan merkitys jakautui jyrkästi. Käsien ja vaihtelevien työtekniikoin työskentelevät (yleensä kuvittajat), kokivat tekniikan selvästi tärkeämmäksi, kuin tietokoneella työskentelevät suunnittelijat.

Uudet tekniikat -repertuaari

Tekniikoihin liittyen olin kiinnostunut siitä, inspiroituvatko suunnittelijat uusista tekniikoista. Puolet tutkimuksen haastateltavista koki, että tekniikka inspiroi kokeilemaan erilaisia asioita ja, että uudet tekotavat vaikuttivat luovuuteen edistävasti.

H1:n mukaan tekniikassa oli kyse nyansseista. Esimerkiksi hän oli viimeaikoina valinnut toteutustavakseen akvarellit, jotka hän oli kokenut inspiroiviksi ja mielekkäiksi. Tekniikka ei vaikuttanut luovuuteen yksinään, vaan toteutuksen ominaisuus on, että sillä luodaan valmiiksi ideoituun suunnittelutyöhön viimeinen silaus.

*”Inspiroidun uusista tekniikoista. Jos vaikka teen jotain kollaasimene-
telmällä, ja vaikka se on koneella ja mielestäni tarvin vielä tietynlai-
sen tekstuurin, niin sit katson ympärilleni ja huomaan, että mulla on
vaikka räsymatto lattialla ja, että tuo on juuri oikeanlainen ja sitten
skannaan sen tai otan valokuvan. Se voisi itseni kannalta olla tietty
helpointa, jos olisi joku tietty tyyli tai tekniikka, mutta koen, että vaihtelu
pitää minut henkisesti kasassa. En halua rajoittaa itseäni, esim,
että en voi maalata silkkihuiveille. Alotteet lähtee mun vapaa-ajan
vietteestä ja joku päivä ne löytää tiensä myös töihin. Mutta teknologia
ei oikeastaan ole suunnittelun lähtökohta. Joskus jos on kiire, niin
teen sellaisia rajoitteita itselleni. Että mulla on nämä tietyt välineet ja
työn pitää onnistua niillä.” (H1 Freelancer)*

He, jotka työskentelivät koneella kokivat tekniikan melko yhdentekeväksi lopputuloksen kannalta. Uudet tekniikat ja niiden vaihtelu kuitenkin kiinnosti ja inspiroi monia. Freelancereiden ja toimistosuunnittelijoiden tapauksessa tekniikoita vaihdeltiin ja niistä inspiroiduttiin erityisesti.

”Kyllä kokeilen uusia tekniikoita siinä mielessä, että kun mä oon

koneella tekemässä varsinaista tuotantoa, niin kyllä mä pidän ohjelmistoa aina ajantasalla ja kyllä mulla on uusimmat prototyyppiä työkalut. Tyyliin jos teen jotain käyttöliittymäsuunnittelua, niin kyllä mä niissä pyrin niitä uusimpia tekniikoita käyttämään. Mut sit näissä mitä mä teen käsin, luonnoksia tai muita, niin hyvin harvoin mikään mitä oon käsin tehnyt päättyy sellaisenaan mihinkään tavallaan framille mun töissä. Se on vaan sellanen hauska tapa saada nopeasti ideoita ylös. Nopeasti tutkia jotain ominaisuuksia, värejä tai jotain muotokieltä ilman, että pitää mennä koneelle. Kyllä mä tossa yhen kirjankannen tein silleen, että otetaampa nyt värillinen paperi ja tommonen vahaliitu ja siitä se ehkä lähti, että viimeiset kuukaudet oon tehnyt tosi paljon niillä kaikkia räkäsiä luonnoksia. Uus tekniikka jossakin määrin on inspiroinut. Mutta se ei oo semmoinen juttu, että mä koko ajan etsisin jotain uusia tekniikoita tällä käsipuolella.” (H7 Freelancer)

Monelle graafikolle paperilaadut ja painotekniikat saavat aikaan innostusta. Näihin kuului myös H9, joka kertoi inspiroituvansa niistä.

”Joo inspiroidun. Paperilaadut on varsinkin ihana asia. En oo vaan päässy pitkään aikaan tutustumaan uusiin. Sillon Taidemuseolla käytiin säännöllisesti tutustumassa niihin. Mun tehtävä oli aina näyttelykohtaisesti valita paperilaadut. Ja kaikki tuommoset lakkaukset ja tämmöset kuulu kans siihen, mitä mietittiin. Että kyllähän tuo inspiroi. Hauskaa oli päästä käyttämään mausteita suunnittelutöissä.” (H9 In-house)

H4 näki uusien tekniikoiden kokeilun osana itsensäkehittämistä. Siksi hän piti tekniikoiden vaihtelua tärkeänä. Erityisesti uudet ohjelmistot ja uudet mediakanavat tuli olla hänen mielestään mahdollisimman päivitettyjä.

Puolet haastateltavista koki uusien tekniikoiden vaihtelun luovuuteen

delle hedelmällisenä. Freelancereistä kaikki näkivät tekniikoiden tuoman hyödyn, mikä johtunee siitä, että näiden kolmen työskentely painottui käsillä tekemiseen ja työvälineestä syntyvään jälkeen.

Tekniikka luovuuden lähtökohtana -repertuaari

Monilla uusien tekniikoiden etsiminen tyssäsi ajallisiin realiteetteihin. Myös taloudelliset resurssit olivat tekniikan valinnan kannalta ratkaisevia. Tiedustelin myös suunnittelijoilta, voiko tekniikka olla joskus luovan työn lähtökohta. Tähän melko yksiselitteinen vastaus oli ei. Tekniikka oli suunnittelijoilla yleensä apuväline.

”Kyl se lähtee siitä työstä aina mikä on kyseessä ja se sitten tekniikka seuraa sitä. Mun mielestä designia ei saa tehdä sen designin vuoksi, vaan se pitää tehdä sen viestin vuoksi. Et just, että suunnittelijat ei sais suunnitella itselleen, vaan sille asiakkaalle ja sen asiakkaan kohderyhmälle.” (H5 Mainostoimisto)

Tekniikka toimi suunnittelun lähtökohtana ainoastaan taloudellisessa aspektissa. In-house -suunnittelijoille tekniikka oli pääsääntöisesti pelkkä apuväline. Haastateltavat eivät esimerkiksi tehneet mitään suunnittelutyötä päästäkseen hyödyntämään jotakin tiettyä tekniikkaa. Eikä se liene soveliastakaan asiakas- tai käyttäjälähtöisessä suunnittelussa.

Luonnostelu-repertuaari

Luonnostelun vähäinen hyödyntäminen haastateltavien keskuudessa yllätti. Vain vähän yli puolet, eli kuusi haastateltavaa käytti aikaansa varsinaisesti luonnosteluun ja piirtelyyn. Suunnittelijoiden käyttämällä toteutustyyliellä oli merkitystä tämän asian kannalta. Osa koki, että luonnostelusta ei ollut hyötyä, sillä siinä ei saanut esitettyä ollenkaan työlle keskeisiä vivahteita.

”Jos kerran sadassa vuodessa luonnostelen, luonnostelen käsin. Jos joskus joku pyytää, että teen luonnoksen kuvituksesta, niin siinä on se riski, ettei asiakas pysty näkemään mun prosessia loppuun. Se on vaan silleen, että mikä tää sotku on. En pysty näyttämään niitä mun nyansseja luonnoksissa.” (H1 Freelancer)

Luonnostelua säännöllisesti tekivät yksi toimistosuunnittelija ja yksi freelancer. H3 Freelancer kertoi ikäänkuin luonnostelevansa ensin kuvan paperille ja sitten piirtävänsä lopullisen version luonnoksen päälle. Sen sijaan kaikki in-house -suunnittelijat mainitsivat luonnostelevansa ainakin lähes säännöllisesti.

Rajattu tekniikka -repertuaari

Osalle haastateltavista tekniikka tarjosi konkreettiset raamit luovan työn edistämiseksi. Esimerkiksi rajoittamalla työvälineen käyttöä jotkut haastateltavat sanoivat hakevansa rajatun toteutustavan yksinkertaisuudesta syntyvää inspiraatiota.

”Joskushan vois olla tavallaan hauska määritellä jotain dogmia, että tässä työssä saa käyttää vaikka vaan saksia. Että pitää leikata kaikki paperista. Niin miksei. Onhan se hauska aina luoda jotain tällasia konsepteja.” (H6 Mainostoimisto)

In-house graafikot puolestaan näkivät graafisen ohjeiston tarjoamat raamit positiivisena.

”Sehän toki rajoittaa, mutta osin myös helpottaa, että et lähde ihan maailmoja syleilemään, vaan sulla on nämä rajat ja näissä rajoissa sä teet parhaasi. Ja nyt kun meillä on uus graafinen ohjeisto, mistä mä ihan pidän, niin se on kivalla tavalla ihan haasteellinen, että voi pyrkiä sen rajoissa tekemään jotakin uuden näköistä ja raikasta. Tietyllä

tavalla viemään sitä pidemmälle tai kehittämään sitä, mutta kuitenkin pysyä siinä ydinajatuksessa.” (H2 In-house)

Vaikka tekniikkaa ei aluksi rajattaisikaan, tekniikan ja tyyllilajin valinta nähtiin erittäin tärkeänä, sillä se lopulta määrittää, miltä työn lopputulos näyttää.

Tekniset apukeinot -repertuaari

Haastatteluiden aikana esiin nousi myös metodeja, joilla voi helpottaa mahdollisesti tukossa olevaa luovaa työtä. Näihin keinoihin turvautuminen oli jokseenkin harvinaista ja yksilöllistä. Jokaisella oli omansa. Yleensä apukeinot otettiin käyttöön silloin, jos työn kanssa oltiin selvästi jumissa.

”Joku mun ala-asteen kuviksen opettaja sanoi, että jotkut tuijottaa seinään ja toiset polttaa piippua, niin mä oon kyllä se seinään tuijottaja. Keskittyminen on se juttu. Helpottaakseni työskentelyn aloittamista kokeilen nykyään uudenlaisia prosesseja. Esim, että otan vaikka tyhjän paperin, ja rupean siihen piirtämään ympyrää eka ja sitten yritän keinotekoisesti päästä käyntiin ja sitten aloittaa. Joskus olen piirtänyt ihan jonkun toisen kuvan vaan itelleni ja sitten aloittanu työt.” (H1 Freelancer)

H5 kertoi kuulleensa metodista, että jos suunnittelu takkuu, suunnittelu voi toteuttaa täysin eritavalla kuin aikaisemmin. Esimerkiksi vaihtamalla suorakaiteen muoto timanttiin, vaikka se ei tuntuisikaan aluksi luonnolliselta. Tällaisiin metodeihin kuitenkin harvoin turvauduttiin, vaan luovuuden edistämiseksi hyödynnettiin muita aiemmissa luvuissa käsiteltyjä keinoja.

6.1.7. Persoona

Koska luovuus on yksilöllistä, esittelen myös yksittäistapauksina esille nousseita mielenkiintoisia havaintoja, joita haastateltavat nostivat esille. Koska luovuus on henkilökohtaista, ruokkivat sitä usein sellaiset asiat, joista olemme yksilöinä kiinnostuneita.

Suihku-repertuaari

Kahdelle haastateltavista suihku ja kylpyhuone oli inspiroiva paikka. Vaikka tässä tutkimuksessa vain 20 prosenttia haastateltavista mainitsi suihkun, kannattaa sitä käsitellä yhtenä luovuuden edistäjänä. Suihku tai suihkun kaltaiset tilat nostetaan esille useissa tämän tutkimuksen lähteissä. Samalla tavalla kuten kävellessä tai nukahtamisen hetkellä, suihku on tilana pysähtynyt, rauhallinen ja meditatiivinen, jolloin aivot eivät yleensä prosessoi mitään tiettyä asiaa. Ajatuksien vapaa harhailu johtaa usein ennalta mietittyjen asiayhteyksien linkittymiseen ja ideoiden rakentumiseen. Paikat jossa ideoita ei odoteta, ovat siksi yleisiä paikkoja ideoiden syntyyn.

”Ja se innovaatio tai ratkaisu johonkin ongelmaan voi tulla vaikka suihkussa tai siellä laiturin nokassa istuessa. Ehkä se tärkein asia on tajuta, että se ratkaisu ei todellakaan aina tule siitä koneen ruudulta.” (H5 Mainostoimisto)

”Ideaat iskevät suihkussa ja vessassa. Silloin tulee parhaat ideat. Jotenkin se vesi, vaikka en hirveesti tykkää uida, niin veden kanssa tekemisissä ollessa tulee hyviä ideoita. Ympäristöt jotka auttaa mua ajattelemaan on luonto. Se suihku. Semmonen ympäristö, mikä on kiireetön. Voi vaan rauhottuu ja mietiskellä. Missä ei tarvi olla mitenkään framilla, että voi olla tarkkailijana. Se on kans tärke se tarkkailu.” (H7 Freelancer)

Elokuvaohjaaja Aki Kaurismäki on kertonut sanasta sanaan saaneensa parhaat ideansa istuessaan paskalla. (Koski & Tuominen 2004, 190.) Hyviä paikkoja luovuuden kukkimiseen löytyy paljon, mutta yllättävän usein kylpyhuoneen rentouttava ilmapiiri on otettu esille tässä kontekstissa taiteilijoiden toimesta.

Työrutiini-repertuaari

Työrutiini on yksilöllinen välillisesti luovuuden kanssa kosketuksissa oleva asia. Se ei vaikuttanut luovuuteen, paitsi ihmisten yksilöllisten aikamieltyymysten kautta. Aamu-ihmiset olivat luovimmillaan aamulla ja ilta-ihmiset illalla. Näin ollen luovuuden kannalta on hyvä tiedostaa, mihin aikaan työskentely sopii kullekin parhaiten.

7. TULOSTEN YHTEENVETO

Tutkimuksen tarkoitus oli selvittää haastattelujen avulla, miten ideat syntyvät, mitkä seikat ruokkivat luovuutta ja miten luovuus ilmenee käytännön tasolla. Aiemmin tehty asiaa koskeva tutkimustieto käsittelee luovuutta ja ideoiden syntyä yleisesti, eikä ole kohdennettu juuri graafisen suunnittelun ammatin tutkimiseen. Haastatteluissa ilmeni inspiraation lähteiden kirjo kaikessa moninaisuudessaan. Luovuutta ruokkivia asioita nousi esiin runsaasti, joista hyvin harva toistui kaikilla haastattelujen suunnittelijoilla. Tämä on merkki siitä, kuinka yksilöllistä inspiroituminen ja luovuuteen orientoituminen on.

Inspiraation tärkeä ja yleispätevä havainto on, että kannattaa pitää silmät auki, sillä idean saattaa laukaista mikä tahansa havainto. Brief ohjaa suunnittelijan näkemään ympäristön juuri sen hetkisen suunnittelutyön valossa. Tästä johtuen inspiraatio on jo valmiiksi herkässä tilassa, jolloin mikä tahansa ulkoinen ärsyke saattaa toimia sen syyttäjänä.

Voikin ajatella, että jokaiseen yksittäiseen suunnitteluongelmaan on olemassa ratkaisu, joka odottaa löytäjänsä. Luovuutta on löytää oikea ratkaisu. Miten se onnistuu? Tässä luvussa käyn läpi näitä ratkaisuja ja

tiivistän millainen luova prosessi voisi parhaimmillaan olla graafisen suunnittelijan työssä.

7.1. Optimaalinen luova prosessi

Graafisen suunnittelun luova prosessi alkaa briefillä, jossa määritellään kunkin työprosessin luova viitekehys. Briefin yhteydessä suunnittelijan tulisi osata esittää oikeat kysymykset. Briefin käsittely kärsivällisen ajatustyön kautta on välttämätöntä suunnittelutyön alkuvaiheessa. Tämä vaihe voi sisältää luonnostelua, mutta se ei ole pakollista. Ideoinnin käynnistyttyä on hyvä ottaa jossakin vaiheessa hieman etäisyyttä. Liikkeen, erityisesti kävelyn rooli etäisyyden saavuttamiseksi on erinomainen vaihtoehto. On myös muita keinoja etäisyyden saavuttamiselle, kuten oleskelu luonnossa tai missä tahansa työpisteen ulkopuolisessa paikassa. Kun suunnittelija omaa hyvän tietopohjan sekä oman alan puitteissa että yleispätevämmällä tasolla, on hänen helppo luottaa oman intuiutionsa tässä vaiheessa tuomiin ideoihin. Luottoa tarvitaan myös yhteiskunnan taholta, joka lupaa olla painostamatta luovuuden kanssa työskenteleviä ihmisiä, sillä stressi, paine ja huono olo ovat pahinta myrkkyä luovuudelle. Kun kaiken tämän lisäksi vielä aikataulu on selvillä, osaa myös suunnittelija potkia itsensä käymään tämän prosessin läpi ja tuottamaan kaikkia osapuolia tyydyttävää graafista suunnittelua.

Kun tämä polku on kuljettu, seuraa vielä suunnittelutyön toteutusvaihe. Se sisältää myös jonkin verran luovia ratkaisuja, mutta ideointivaiheeseen verrattuna hyvin kevyessä mielessä. Tällaisia ratkaisuja ovat esimerkiksi toteutustapa ja kompromissit asiakkaan kanssa.

Tähän lukuun listaan kootusti ne ominaisuudet, jotka näyttäisivät olevan ratkaisevimpia tekijöitä luovuudessa graafisen suunnittelun kannalta. Näiden avainsanojen painokkuutta korostakoon se, että ne ovat erillisellä sivulla keskitettyinä.

Brief

Kärsivällisyys

Ajatustyö

Etäisyys

Liike

Kävely

Yleistieto

Intuitio

Yhteiskunta

Hyvinvointi

Aikataulu

7.2. Miten ideat syntyvät suunnittelijan työssä?

On aika pysähtyä miettimään pääkysymystäni. Olen nostanut esille kymmenkunta eniten haastatteluissa toistunutta luovuuden työkalua. Näitä kaikkia yhdistävä tekijä on tietty taipumus henkilön itsevarmuuteen, vapauteen, uteliaisuuteen ja hyvinvointiin. Monen asian pitää osua kohdalleen, jotta luovan työn tekeminen onnistuu täysin. Luovuus on kuin huippu-urheilijan kilpailusuoritus. Sitä voi harjoitella, mutta lopulta on kyse paljolti oikeasta ajoituksesta ja tuurista. Jotta graafisen suunnittelijan jokapäiväinen ammattimaisuus säilyy, tulee luovuutta harjoittaa säännöllisesti ja pyrkiä miettimään asiat uusiksi yhä uudestaan. Utteraa ajatustyö tuottaa varmasti toivotun lopputuloksen, kunhan suunnittelija on henkisesti ja fyysisesti moitteettomassa kunnossa.

Luovuus on kaikkialla. Löytymättömiä ideoita on maailmassa miljoonia ja niiden luokse johdattavia polkuja on yhtä paljon kuin on ihmisiä.

Siispä graafikot: nukkukaa, syökää hyvin, maleksikaa, vetelehtikää, tutkikaa, kyselkää, ihmetelkää, havainnoikaa, laiskotelkaa, ahkeroikaa, epäonnistukaa, onnistukaa, kopioikaa, kävelkää, urheilkaa, matkustakaa, lukekaa, tavatkaa ihmisiä, keskustelkaa, ajatelkaa, sekoilkaa, rakastakaa (itseänne ja muita), katsokaa elokuvia, kuunnelkaa musiikkia, piirtäkää, pelatkaa, kehukaa (itseänne ja muita), nollatkaa, nolostukaa, nauttikaa, fiilistelkää, keräilkää posliinisia kissoja, tehkää, ihan sama mitä, kunhan se tuottaa mielihyvää.

Ja ennen kaikkea, olkaa omia itsejänne!

8. POHDINTA

Tässä tutkimuksessa olen tehnyt kartoitusta siitä, mitkä asiat vaikuttavat luovuuteen. Tutkimuksen jatkoksi voisi mennä vielä syvemmälle ja kysyä *miten* nämä asiat vaikuttavat luovuuteen. Kysymystä ”miten” on tässä tutkimuksessa pyritty jonkin verran selvittämään, mutta tarkempi tutkimus vaatisi monialaisempaa lähestymistä. Hieman yllättävää oli, että luovuuden psykologisointi ei tullut esiin haastatteluissa. Tähän vaikuttanee se, että alkuperäiseen haastattelurunkooni ei kuulunut tarkastella luovuutta psykologian kannalta. Mahdollinen jatkotutkimus olisi tämän asian kannalta paikallaan. Graafisen suunnittelun ja psykologian voisi yhdistää luovuuden kontekstissa ja tutustua luovuuden syvempien merkitysrakenteiden viidakkoon.

Kun aloitin tämän tutkimuksen työstämisen vuonna 2015, olin opiskellut ja työskennellyt tällä alalla vasta vajaat kolme vuotta. Tuolloin olin henkilökohtaisesti luovan prosessin suhteen melko kokematon. Siksi monen tässä tutkimuksessa esiintyneen asian rooli osana luovuutta tuli yllätyksenä. Tällaisia asioita olivat erityisesti deadline, intuition ja liikkeen merkitys. Olin kyllä tiedostanut näiden asioiden ja luovuuden suh-

teen jo aikaisemmin, mutta kun niitä on tässä tutkimuksessa käsitelty verbaalisesti, on niiden rooli omassa elämässäniikin kasvanut suuresti.

Huomasin, että jotkut luovuuden ominaisuudet olivat minulle ennalta selvästi tutumpia kuin toiset. Tulini aluksi herkästi nostaneeksi esille sellaisia asioita, joiden itse koen edistävän omaa luovuuttani. Esimerkiksi käveleminen, etäisyyden ottaminen ja suihkussa oleskelu ovat aina toimineet minulle luovan työn edistäjinä. Itselläni on tähän vielä lisättävänä lapsesta asti harrastamani kiikkuminen tai keinuminen, jossa yhdistyvät liike ja rentoutuminen. Tutkimuksen edetessä kuitenkin eri luovuuden ominaisuudet muodostuivat kaikki itselleni arvokkaiksi havainnoiksi.

Luovan prosessin käsitteleminen graafisessa suunnittelussa oli aluksi haastavaa, sillä prosessi on vahvasti kaksivaiheinen. Vaiheisiin kuuluvat ensimmäinen vaihe, jossa suurin osa luovasta työstä ja ideoinnista tapahtuu, sekä toinen vaihe joka on mekaanisempi. Toinen vaihe on myös osa luovaa prosessia, mutta ei ole samalla tavalla haavoittuvainen ulkoisille ärsykkeille kuin ensimmäinen. Nämä kaksi eri vaihetta ovat luovuuteen liittyvältä vaatimustasoltaan hyvin erilaisia. Tästä syystä tässä tutkimuksessa käsitellään luovuuden osalta melko eritasoisia suunnittelun vaihteita.

Graafikon luovuutta ruokkivia tekijöitä löytyy paljon ja osa niistä toistuu lähes koko tutkimusryhmällä. Mutta tiesimmekö tämän asian jo ennestään? Mitä voimme saavuttaa tiedostamalla nämä asiat? Onko siitä hyötyä, että nämä asiat on ainakin jollakin tasolla listattu tässä tutkimuksessa? Omakohtaisesti olen saavuttanut konkreettista hyötyä tämän tutkimuksen avulla suunnittelutöissäni. Tutkimuksen aikana opin, että luovuus koostuu ihmisen henkilökohtaisista piirteistä, joten luovuutta on tasan yhtä paljon kuin on ihmisiä.

Tutkimuksen heikkous oli se, että haastateltavia oli vain yksi kerrallaan, eikä tällöin riittävästi eriävää keskustelua asioista päässyt syntymään. Uskon, että useamman osaajan vuorovaikutteinen keskustelu olisi voinut siivittää keskustelun toiselle tasolle. Huomasin tämän haas-

tatellessani kertaluontoisesti kahta graafikkaa yhtäaikaan. Myös aiheeseen liittyvä keskustelu kollegoideni kanssa on lyhydestään huolimatta ollut lupaavaa.

Koska omat luovuuteni rajat ovat vielä muodostumassa, olen tietoisesti hyödyntänyt tutkimuksessa nousseita ilmiöitä suunnittelutyössäni ja havainnut ne toimiviksi. Näin ollen tutkimus on tarjonnut minulle käytännön hyötyä myös kehittyessäni graafisen suunnittelun ammattilaiseksi.

Tutkimuksen loppuun voin todeta, että luovuuden tutkiminen olisi suositeltavaa kaikille, sillä siinä oppii samalla paljon itsestään.

LÄHTEET

Alhajri, S. (2017). Investigating Creativity in Graphic Design Education from Psychological Perspectives: Article in International Journal of Arts Management 06(01):69-89 · January 2017 https://www.researchgate.net/publication/313366265_Investigating_Creativity_in_Graphic_Design_Education_from_Psychological_Perspectives

Csikszentmihályi, M. (1990). Flow — elämän virta: tutkimuksia onnesta, siitä kun kaikki sujuu. Helsinki: Rasalas, 2005.

Gros, F. (2015). Kävelyn filosofiaa. Helsinki: Basam Books Oy.

Hirsijärvi, S. & Hurme, H. (2000). Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Jeffries, K. (2016). Skills for Creativity in Graphic Design: Testing the relationship between visualisation, written comprehension, and graphic design creativity. Manchester Metropolitan University.

Jokinen, A. & Juhila, K. & Suoninen, E. (1993). Diskurssianalyysin aakoset. Tampere: Vastapaino.

Jokinen, H. (2009). Graafikon tuoreet eväät. Lahti: Aldus.

Kaufman, J.C. & Sternberg, R.J. (2007). Resource review: Creativity. Change, 39, 55-58.

Koski, J. & Tuominen, S. (2004). Kuinka ideat syntyvät: Luovan ajattelun käsikirja. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Lynch, D. (2008). Catching the Big Fish: Meditaatio, tietoisuus ja luovuus. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Park, J. (2015). Signs of social change on the bodies of youth: tattoos in Korea. Teoksessa Visual Communication 2015 Vol. 15(1) 71–92. Sage.

Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2009). Kurssi kohti diskurssia. Tampere: Vastapaino.

Potter, J. & Wetherell, M. (1987). Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour. London: Sage.

Pöllä, H. & Tikkala, E. (2014). Graafikon työhuone: Työympäristön vaikutus luovan yön tekemiseen. Pro gradu -tutkielma. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Roberts, L. & Wright, R. (2010). Design Diaries: Creative Process in Graphic Design. London. Laurence King Publishing.

Sternberg, R. & Lubart, T. (1999). The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms. Teoksessa Sternberg, R. (toim.) Handbook of Creativity. Cambridge: Cambridge University Press, 3–15.

Soramäki, K. & Ojala, K. (2015). Grafian jäsenet työmarkkinoilla. Helsinki: Grafia.

Soramäki, K. (2015). Etelän Eldorado? Grafia. 4/2015, 04.

Suoninen, E (1999). Näkökulma sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen. Teoksessa Jokinen, A. & Juhila, K. & Suoninen, E. (toim.) Diskursiivianalyysi liikkeessä. Tampere: Vastapaino.

Tan, S. & Melles, G. (2010). An activity theory focused case study of graphic designers' tool-mediated activities during the conceptual design phase. Teoksessa Design Studies Vol 31 No. 5 September 2010.

Uusikylä, K (2012). Luovuus kuuluu kaikille. Jyväskylä: Ps-kustannus.

Vähälä, E. (2003). Luovan käsityöprosessin yhteydet psyykkiseen hyvinvointiin, Nurmijärvi. Taitemia 22, Kuopion Muotoiluakatemia.

Walker, P. & Liston, C. & Allan Hobson, J. & Stickgold, R. (2002). Cognitive flexibility across the sleep-wake cycle: REM-sleep enhancement of anagram problem solving. Cognitive Brain Research 14, 317–324

Verkkolähteet:

Toivanen, A. (2015). Graafinen.com: Luova prosessi. [<http://www.graafinen.com/suunnittelu/luovuus/luova-prosessi/>] (Luettu 11.11.2016)

Raami, A. & Cronvall, E. (2015). Tiedät vaikka et tiedä tietäväsi - miten intuitiota voi havaita? [<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/02/05/tiedat-vaikka-et-tieda-tietavasi-miten-intuitiota-voi-havaita>] (Luettu 22.2.2018)

Silverthorne, S. (2002) Time Pressure and Creativity: Why Time is Not on Your Side. [<http://hbswk.hbs.edu/item/time-pressure-and-creativity-why-time-is-not-on-your-side>.] (Luettu 23.2.2018)

Tumonis, W (2016). Why Distancing From the Problem Helps Creative Thinking. [<http://www.swaycraft.com/why-psychological-distance-helps-creativity/>] (Luettu 7.3.2017)

925design (2014). Luovuus ja liikunta. [<http://925design.fi/luovuus-ja-liikunta-925-liike>] (Luettu 7.3.2017)

Koskennurmi-Sivonen, R. & Seitamaa-Hakkarainen, P. (N.d.) Luovuus. [http://www.mlub.uiah.fi/polut/Luovuus/teoria_luovuus.html] (Luettu 20.3.2018)

Audiolähteet:

Heikkinen, A. & Tuominen, S. (2014). Luovuudesta tuli kirosana. Helsinki: Yle. [<https://areena.yle.fi/1-2351101>] (Kuunneltu 26.2.2018)

Häkkinen, P. & Hietaneva, P. (2016). Psykofyysistä voimaa. Helsinki: Yle. [<https://areena.yle.fi/1-3290580>] (Kuunneltu 21.4.2017)

Loikkanen, S. (2015). Tiedeykkönen: Mistä luovuus kumpuaa ja miten sitä toteutetaan? Helsinki: Yle. [<https://areena.yle.fi/1-2808831>] (Kuunneltu 17.1.2018)

Virtanen, K. (2011). Luovuus ja hulluus. Helsinki: Yle. [<https://areena.yle.fi/1-1841826>] (Kuunneltu 17.1.2018)

LIITTEET

TAULUKKO 2: Henkilökohtaiset resurssit

| | Virikkeen ajat | Vanhdat työt | Etäisyys | Liike/Kävely | Vaihtelu | Intuitio | Uni | Taustatyö |
|--|----------------|--------------|----------|----------------|----------|----------|-----|-----------|
| Haastateltava 1 Ikä n. 30, Nainen, free | X | X | X | X ^x | — | X | X | |
| Haastateltavat 2 Ikä n. 50 & 60, Naisia, in-house | | X | X | X | X | X | X | |
| Haastateltava 3 Ikä n. 50, Mies, free | X | X | X | X ^x | — | X | | |
| Haastateltava 4 Ikä n. 35, Mies, toimisto | | — | X | X ^x | X | X | | X |
| Haastateltava 5 Ikä n. 30, Mies, toimisto | X | X | X | X | — | X | | |
| Haastateltava 6 Ikä n. 30, Mies, toimisto | X | X | X | X ^x | X | X | — | |
| Haastateltava 7 Ikä n. 25, Mies, free | X | X | X | | X | X | | X |
| Haastateltava 8 Ikä n. 40, Nainen, in-house | X | X | X | X | X | — | | X |
| Haastateltava 9 Ikä n. 40, Nainen, in-house | X | — | X | X | X | X | X | X |

Kysyttyä miina

X Kyllä — Ei Ei mainittu

8/10/1

TAULUKKO 3: Sosiaaliset resurssit

| | Deadline | Ryhmätyö | Mielipiteet | Työympäristö | Benchmarking | Mielen ymp. | Oman alan seur |
|--|----------|----------|-------------|--------------|--------------|-------------|----------------|
| Haastateltava 1 Ikä n. 30, Nainen, free | X | — | — | X | — | X | — |
| Haastateltavat 2 Ikä n. 50 & 60, Naisia, in-house | X | — | X | X | X | X | X |
| Haastateltava 3 Ikä n. 50, Mies, free | X | X | X | — | — | X | X |
| Haastateltava 4 Ikä n. 35, Mies, toimisto | X | X | X | X | — | — | X |
| Haastateltava 5 Ikä n. 30, Mies, toimisto | X | X | X | X | X | X | X |
| Haastateltava 6 Ikä n. 30, Mies, toimisto | X | X | X | — | X | X | X |
| Haastateltava 7 Ikä n. 25, Mies, free | X | — | X | X | — | — | — |
| Haastateltava 8 Ikä n. 40, Nainen, in-house | X | X | — | — | X | X | X |
| Haastateltava 9 Ikä n. 40, Nainen, in-house | X | X | X | X | X | X | X |

X Kyllä — Ei Ei mainittu

Työtilalla ei vielä ollut työympäristöä omalla alalla

TAULUKKO 4: Teknologiset resurssit

| | Luonnostelu | Työvälineet | Uudet teknikat | Apukeinot | Inspiroituminen | Lähtökohta |
|--|-------------|-------------|----------------|-----------|-----------------|------------|
| Haastateltava 1 Ikä n. 30, Nainen, free | — | X | X | X | X | — |
| Haastateltavat 2 Ikä n. 50 & 60, Naisia, in-house | — | — | — | — | X | — |
| Haastateltava 3 Ikä n. 50, Mies, free | — | X | X | — | — | — |
| Haastateltava 4 Ikä n. 35, Mies, toimisto | X | X | X | X | X | X |
| Haastateltava 5 Ikä n. 30, Mies, toimisto | X | X | — | X | X | — |
| Haastateltava 6 Ikä n. 30, Mies, toimisto | X | — | — | X | — | X |
| Haastateltava 7 Ikä n. 25, Mies, free | X | — | X | X | X | X |
| Haastateltava 8 Ikä n. 40, Nainen, in-house | X | — | — | — | X | — |
| Haastateltava 9 Ikä n. 40, Nainen, in-house | X | X | X | — | X | X |

X Kyllä — Ei Ei mainittu

Merkitys loppuselvityksen kannalta

TAULUKKO 5: Lisäkommentit

| | Aika | Yhteiskunta | Suihku | Flow | Ensim. idea | Haastavuus | Yleistieto |
|--|------|-------------|--------|------|-------------|------------|------------|
| Haastateltava 1 Ikä n. 30, Nainen, free | X | | | | | X | X |
| Haastateltavat 2 Ikä n. 50 & 60, Naisia, in-house | | | | X | | | |
| Haastateltava 3 Ikä n. 50, Mies, free | X | X | | X | X | X | X |
| Haastateltava 4 Ikä n. 35, Mies, toimisto | X | | | X | X | | X |
| Haastateltava 5 Ikä n. 30, Mies, toimisto | | X | X | X | X | | |
| Haastateltava 6 Ikä n. 30, Mies, toimisto | X | X | | | X | | |
| Haastateltava 7 Ikä n. 25, Mies, free | X | | X | | X | X | |
| Haastateltava 8 Ikä n. 40, Nainen, in-house | | | | | X | | |
| Haastateltava 9 Ikä n. 40, Nainen, in-house | | | X | | | | |

X Kyllä — Ei Ei mainittu

Tämän pro gradu -tutkielman haastattelumateriaali on kerätty Palkansaajasäätiön rahoituksella Graafikon työ-projektia varten



LAPIN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF LAPLAND