

1089

LAHDEN KAUPUNGINORKESTERIN GRAAFINEN ILME

cd-levynkansi- ja julistesuunnittelussa

Pro Gradu
Jyväskylän yliopisto
Taidekasvatus
Graafinen suunnittelu
Carita Hyvärinen
Kevät 1998

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta

Humanistinen

Laitos

Taidekasvatus

Tekijä

Carita Hyvärinen

Työn nimi

Lahden kaupunginorkesterin graafinen ilme cd-levynkansi- ja julistesuunnittelussa.

Oppiaine

Graafinen suunnittelu

Työn laji

Pro gradu

Aika

Kevät 1998

Sivumäärä

96

Asiasanat

Lahden kaupunginorkesteri, graafinen ilme ja suunnittelu, juliste, cd-levy.

Säilytyspaikka

Taidekasvatuksen laitos

TIIVISTELMÄ – ABSTRACT

Tutkielman tarkoituksena on tarkastella Lahden kaupunginorkesterin graafista ilmettä orkesterin cd-levynkansi- ja julistesuunnittelun kautta. Aihe on mielenkiintoinen siksi, että orkesteri on menestynyt sekä kotimaassa että ulkomailla. Se on saanut huomiota poikkeuksellisilla konserteillaan sekä palkintoja mm. levytyksistään.

Levytykset ovat orkesterille eräs keino saada julkisuutta, ja osoittaa samalla orkesterin osaamisen tasoa sekä ammattimaisuutta. Myös julisteet ovat tärkeitä, koska niillä sinfoniaorkesteri viestii, tiedottaa sekä houkuttelee yleisöä konsertteihinsa.

Ei ole yhdentekevää miten orkesteri näkyy ja viestii: Julisteiden kuten cd-levyjenkin tulisi kertoa katselijalleen ja kuulijalleen jotakin siitä ilmiöstä (sinfoniaorkesterista), joita ne edustavat. Jos orkesteri pyrkii olemaan korkeatasoinen ei riitä, että soittaa hyvin, on myös osattava muilla keinoin viestiä tätä osaamista. Hyvä ja ammattitaidolla tehty visuaalinen ilme ei ainakaan heikennä orkesterin julkisuuskuvaa vaan tukee ja puolustaa sitä.

Tutkielman ennakko-oletuksena oli, että niin cd-levyjen kansisuunnittelu kuin julistesuunnittelukin vastaisivat orkesterin musiikillista tasoa ja linjaa. Tähän tarkoitukseen sopivaa analyysimenetelmää ei ollut löydettävissä, joten sellainen oli varta vasten rakennettava: jokaisesta cd-levynkannesta ja julisteesta analysoitiin musiikin tyylihistoriallinen aikakausi, typografia, kuva-aiheet rajaukset, sarjat sekä tekstikoot. Tutkimustulokset osoittivat kuitenkin, ettei Lahden kaupunginorkesteri saa musiikilleen tukea cd-levyjen kansisuunnittelusta. Julisteiden yleisilme on sitä vastoin hyvä ja orkesterista saatu kuva positiivinen.

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	3
2. TUTKIMUKSEN LAHTÖKOHTA	7
3. LAHDEN KAUPUNGINORKESTERI	11
4. TUTKIMUSONGELMA	13
5. TUTKIMUKSEN TAUSTOJA	17
5.1 MUSIIKIN TYYLIHISTORIALLISET AIKAKAUDET	
5.2 TYPOGRAFIA	
5.3 KUVA-AIHEET, RAJAUKSET, TEKSTIKOOT SEKA SARJAT	
6. AIEMPI TUTKIMUS CD-LEVYISTÄ JA TULOKSET	27
7. KASITTEIDEN MÄÄRITTELY	33
8. AANITTEISTA KOHTI NYKYAIKAISTA CD-LEVYÄ	37
9. JULISTEEN HISTORIAA	43
10. TUTKIMUKSEN TEOREETTINEN TAUSTA	49
10.1 ERITYISPIIRTEIDEN YHTENEVAISYYS	
10.2 MERKKISYSTEEMIT JA VIITTAUSSUHTEET	
10.3 TAIDETEOKSEN MERKKILUONNE	
10.4 TAIDETEOSTEN MERKITYKSISTÄ	
11. LAHDEN KAUPUNGINORKESTERIN CD-LEVYJEN KANSI- SEKÄ JULISTESUUNNITTELU	61
12. CD-LEVYJEN KANSISUUNNITTELU JA TULOKSET	65
13. JULISTESUUNNITTELU JA TULOKSET	79

1. JOHDANTO

"I don't think anything designed should be considered as art. It's not only about the experimentation with form. There is always a client. A piece of work has to communicate directly - if it's a bookjacket, or a CD package, it has to be picked up and preferably bought. If it is a poster, people who see it have to be sufficiently intrigued to want to see the show. So you can't say it's only for forms sake: it is always meant for something."

– Rick Vermeulen¹

Pro gradu -aiheeni valintaan vaikuttivat monet tekijät. Tein kandidaatintutkielmani cd-levyjen kansisuunnittelusta. Myöhemmin minulle tarjoutui tilaisuus suunnitella Jyväskylän yliopiston sinfoniaorkesterin joululevy, juliste sekä muut graafiset tuotteet, jotka tavaltaan jatkoivat aiheen käsittelyä. Tällöin päätin, että graduni eräs osa saattaisi sivuta cd-levyjä. Etsiskelin aiheita kuitenkin pitkään myös julistesuunnittelusta. Sinfoniaorkesterin valitseminen tutkielman kohteeksi tuntui luonteelta, sillä konservatorion ammattitutkinto (pianonsoitonopettajan tutkinto) sekä musiikkitieteen opinnot antoivat tarvittavaa pohjaa aiheen käsittelylle myös musiikillisista lähtökohdista.

Tiesin entuudestaan, että Lahden kaupunginorkesterin julisteet ovat korkeatasoisia ja mielenkiintoisia, joten päätin tarkastella niitä. Pyysin julisteet myös neljältä muulta kaupunginorkesterilta siinä toivossa, että voisin hieman vertailla eri orkesterien julistesuunnittelua. Vertailu kuivui kokoon lähinnä siitä syystä, että muiden orkestereiden julistesuunnittelu oli heikkoa ja tutkielman perustaminen näille olisi ollut varsin turhauttavaa. Samaan aikaan huoma-

¹ Poynor. 1996:15

sin, että Lahden kaupunginorkesteri oli tehnyt 21 cd-levyä... Tämä lopullisesti ratkaisi sen, että otin tutkimuskohteekseni pelkästään yhden orkesterin.

Johdannon alussa oleva Vermeulenin sitaatin tarkoitus on hie-
man alustaa aihetta tai ainakin tarkastella sitä seikkaa mistä graafi-
sessa suunnittelussa on mielestäni ensisijaisesti kyse. Suunnittelutyö
on aina yhteydessä tilaajaan ja se on usein kohdistettu jollekin ryh-
mälle tai yleisölle. Vaikka kyseessä ei ole ns. vapaan taiteen tuote, on
graafisen tuotteen kunnianhimoinen, taiteellinen työstäminen ja vii-
meistelty lopputulos silti ensiarvoisen tärkeää. Suunnittelussa liian
usein keskitytään vain informaation ensisijaiseen välittämiseen tai-
teellisuuden tai innovatiivisuuden kustannuksella. Tällöin myös to-
tutaan siihen ettei esimerkiksi julisteelta tarvitse vaatia kuin välttä-
mättömin: ne seikat, joita tarvitaan viestin ymmärretyksi tekemiselle.

Graafisen suunnittelun ongelmista pienin ei liene se, että ih-
misillä on erilainen käsitys siitä, mitä graafinen suunnittelu pitää
sisällään ja esimerkiksi siitä, onko suunnittelu ylipäättään tarpeellista.
Ne ihmiset, jotka eivät kiinnitä huomiota sanojensa mukaan ulkoi-
siin tekijöihin, ottavat eniten kantaa sen puolesta, ettei visuaalisiin
seikkoihin kannata satsata. Pelkästään tämän pro gradu -aiheen valit-
seminen nostatti musiikkipiireissä keskustelua siitä, miksi on ylipää-
ttään tarpeellista tarkastella tai keskittyä ei-musiikillisiin seikkoihin.
Niillä ei nähdä olevan merkitystä klassisessa musiikissa, jossa itse
musiikki on ensisijainen ja ainoa asia mikä kiinnostaa. Joten: miksi
esimerkiksi kaupunginorkesterin tulisi mainostaa itseään muuten
kuin ohjelmistokalenterin puolesta.

Varsinaiseksi keskustelun aiheeksi nousivat kuitenkin cd-levy-
jen kannet. Klassisten cd-levyjen kansissa ei nähty syytä kritiikkiin,
mitä perusteltiin mm. sillä, että klassisen musiikin kuuntelija ostaa
levyn pelkästään sen sisällön perusteella. Vaikka näin olisikin, niin
miksei kansien suunnittelu silti voisi olla kunnianhimoista, sillä ei
kai se suinkaan tällöin olisi pois itse musiikista. Samalla klassinen

musiikki saattaisi saada myös uusia kuuntelijoita niistä ryhmistä, jotka eivät yleensä kuuntele klassista musiikkia tai jotka mm. tästä syystä eivät osta tai osaa ostaa levyjä pelkän sisällön perusteella.

Kevyen musiikin puolella kannen erilaisuus, trendit ja suunnittelutyylit tai kokeilut herättävät myönteisiä kommentteja. Siis aivan päin vastoin kuin klassisen musiikin kohdalla. Klassisen musiikin kuluttaja haluaa olla ulkoisista huomioista riippumaton, täydelliseen autenttisuuteen pyrkivä, joka ei halua houkuttaa musiikin kuulijaksi ketään uutta ja sellaista kuulijaa, joka saattaisi tulla joukkoon herätteenään kenties vaikka kaunis kansi.

Asenteissa lienee paljon korjaamisen varaa, ennen kuin klassista musiikkia arvostetaan niin paljon, että siihen ollaan valmiita satsaamaan näyttävästi myös ulkoisesti. Muuten se jää osaan, jossa se on aina pienten piirien, alan vannoutuneimpien harrastajien huvia ja hyödykettä.

Arvostamiseen liittyviä kysymyksiä en kuitenkaan tässä työssäni käsittele. Niiden takaa löytyy laaja kulttuurista ympäristöä koskeva ongelma siitä, miksi tuotteita yleensä pakataan, kirjoja kansitetaan jne. Kysymys ei tällöin ole pelkästään esimerkiksi markkinoinnista vaan siitä, että ihminen tekee kaikesta kulttuuria.

2. TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHTA

”Corporate design programs were based on a new idea, that the visual identity of a corporation was important to its overall health and wealth. Unified graphics not only accelerates understanding; it also improves content and makes information more useful.”

– Ronald Labuz¹

Orkesteri pyrkii luomaan ja kasvattamaan mainettaan esimerkiksi äänitteiden välityksellä. Se tarvitsee myös monia kanavia, joilla se voi viestittää tietoja konserteista ja ohjelmistoista. Esimerkiksi konsertti-ilmoitukset, julisteet, lehti-ilmoitukset, käsiohjelmat, lehdet jne. toimivat informaatiokanavina ja niiden kautta voidaan rakentaa myös yhdenmukainen kuva, joka on omiaan lisäämään tai ainakin pitämään yllä orkesterin painoarvoa ja julkisuutta.

Klassisella musiikilla ja esimerkiksi kaupunginorkesterilla on siis yhteydet graafiseen suunnitteluun, vaikka usein tämä näyttää unohtuvan. Musiikki voidaan tässä tapauksessa nähdä eräänlaisena tuotteena (äänilevyt, konsertti/ levyesitteet, -julisteet jne.), jota myydään kuluttajille ja johon pätevät markkinoinnin keinot. Mainonnan kautta tehdään tuotetta tunnetuksi ja pyritään samalla vaikuttamaan kuluttajiin (esim. heidän musiikkimakuunsa ja kuuntelutottumuksiinsa).

Jos tarkastellaan jotakin musiikki-instituutiota, esimerkiksi sinfoniaorkesteria, tiedetään, että toimiakseen se tarvitsee julkisuutta. Varsinkin nykyisin, kun kuntien määrärahat ja valtiolta tulevat avustukset ovat joka vuosi pienentyneet orkesterit tarvitsevat konserttiyleisöä, levyjen ostajia jne. turvatakseen asemansa kasvavassa kilpailussa muiden orkestereiden tai muiden kulttuuritapahtumien kanssa.

¹ Labuz. 1991:7,12

Levytykset ovat yksi keino saada julkisuutta, ja osoittaa samalla orkesterin osaamisen tasoa ja ammattimaisuutta. Myös julisteet ovat tärkeitä, koska niillä sinfoniaorkesteri viestii, tiedottaa sekä houkuttelee yleisöä konsertteihinsa. Julisteiden avulla orkesteri siirtyy konserttialista kadulle yleisön joukkoon ja pääsee näin lähemmäs jokaista kaupunkilaista. Katukuvassa näkyminen tai kuuluminen esimerkiksi katukonsertit tai artikkelit lehdissä ovat omiaan lisäämään ihmisten kiinnostusta ja tietoa orkesterista.

Pelkkä näkyminen ei kuitenkaan riitä vaan tulisi myös harkita sitä miten näkyy ja miten viestii. Julisteiden kuten cd-levyjenkin tulisi viestiä katselijalleen ja kuulijalleen jotakin siitä ilmiöstä (sinfoniaorkesterista), joita ne edustavat. Jos orkesteri pyrkii olemaan korkeatasoinen, ei riitä, että soittaa hyvin, on myös osattava muilla keinoin viestiä tätä osaamista. Hyvä ja ammattitaidolla tehty visuaalinen ilme ei ainakaan heikennä orkesterin julkisuuskuvaan vaan tukee ja puolustaa sitä.

Se, miten sinfoniaorkesterin osaaminen tai esimerkiksi tyyli vastaa sen tuottamia painettuja visuaalisia viestejä – julisteita ja cd-levyjä tai päin vastoin, onkin jo sitten toinen juttu. Tyyli on erittäin riippuvainen niistä henkilöistä, jotka asioista viime kädessä päättävät (intendentti, kapellimestari jne). Orkesterin kunnianhimoisen suhtautuminen työhönsä, musiikkiin, on tietysti ensisijainen lähtökohta menestymiselle, mutta ns. ulkoisen ilmeen viimeistely on omiaan lisäämään kokonaiskuvan positiivisuutta sekä viestimään hyvästä ammattitaidosta.

Nämä seikat ovat lähtökohtia tälle tutkimukselleni, jossa tarkastelen Lahden kaupunginorkesterin julisteita vuosilta 1990–1997 ja cd-levyjä ajalta 1987–1996. Cd-levyjä on yhteensä 21 kappaletta, eli kaikki ne levyt, jotka orkesteri on julkaissut kevääseen 97 mennessä. Orkesteri on julkaissut näiden jälkeen ainakin kolme uutta

cd-levyä, joita en tässä käsittele. Julisteita olen orkesterilta saanut 22 kappaletta.

Julisteiden rajaus tälle vuosikymmenelle oli varsin johdonmukaista, sillä vuosi 1990 on Lahden sinfoniaorkesterin julistesuunnittelussa eräänlainen käännekohta. Siitä lähtien julisteet on, yhtä lukuunottamatta, tehnyt sama suunnittelija (Ilmo Valtonen) ja julisteisiin on vähitellen alettu kiinnittää aiempaa enemmän huomiota. Cd-levyjä orkesteri on levyttänyt vuodesta 1987. Levyt on tehty yhtä lukuun ottamatta samalle levymerkille BIS ja suunnittelusta on yhtä levynkantta lukuun ottamatta vastannut sama suunnittelija (Andrew Barnett, myöhemmin yhdessä Kyllikki Barnettin kanssa).

3. LAHDEN KAUPUNGINORKESTERI

"LAHDEN KAUPUNGINORKESTERI perustettiin vuonna 1949 jatkamaan vuonna 1919 toimintansa aloittaneen Lahden Musiikinystävien Yhdistyksen Orkesterin työtä Lahden musiikkielämän parhaaksi. Tänään Lahden kaupunginorkesterilla on kunnia saada konserteillaan ja levytyksillään vaalia sukupolvien perinteitä, lahtelaista ja suomalaista osaamista joka puolella maailmaa.

– Sinfonisesti Teidän."¹

Lahden kaupunginorkesteri perustettiin vuonna 1949 jatkamaan vuonna 1910 aloittaneen Lahden Musiikinystävien orkesterin perinteitä. Viime vuosina orkesteri on noussut kapellimestari Osmo Vänskän johdolla yhdeksi Pohjoismaiden merkittävimmistä orkestereista. Osmo Vänskä oli vuosina 1985–1988 orkesterin päävierailija ja vuodesta 1988 orkesterin taiteellinen johtaja. Päävierailijana on Joseph Swensen (1995–1997) ja vakituksena vierailijana Juha Kangas. Orkesterissa on 59 soittajaa.

Lahden kaupunginorkesteri on taltioinut tähänastisille 24 levyilleen Sibeliuksen musiikin lisäksi mm. kunniajäsenensä Joonas Kokkosen koko orkesterituotannon, joka on ollut Suomen suurimpia levytyshankkeita. Lisäksi tekeillä on vuoden 1992 alusta orkesterin säveltäjänä toimineen Kalevi Ahon sekä Uno Klamin orkesterimusiikin kokonaislevytykset BIS-levymerkille.

Orkesteri on herättänyt kansainvälistä huomiota poikkeuksellisilla konserteillaan, viimeisimpänä helmikuussa 1996 toteutettu Vuosisadan ensi-ilta, jossa esitettiin mm. Sibeliuksen uudelleen löydetyn Metsänhaltijan kaksi eri versiota. Kuuluisimpia saavutuksia ovat Sibelius-levytysten saamat Gramophone Award -palkinnot, vuonna 1991 (viulukonsertton alkuperäisversion ensilevytyys) ja

¹ Tekstit Lahden kaupunginorkesterin käyntikorteissa ja lomakkeissa

vuonna 1996 (viidennen sinfonian alkuperäisversion ensilevytyks) sekä Grand Prix du Disque vuonna 1993 (Myrskyn kokonaislevytys). Viimeisimpänä tunnustuksena tammikuussa 1997 orkesteri on saanut Sibelius -levyilleen Cannes Classical Award -levyypalkinnon, kaksi ykköspalkintoa orkesterilevyjen ensilevytyks sarjassa, viidennen sinfonian alkuperäisversion levytykselle sekä Metsänhaltija sävelrunoelman ensilevytykselle. Orkesterin useat muutkin levytykset ovat saaneet kansainvälistä tunnustusta.

Lahden kaupunginorkesteri on myös saanut kunniamaininnan graafisesta suunnittelustaan Vuoden huiput -kilpailussa vuonna 1992. Sinfonisesti Teidän -lomakkeiston on suunnitellut Ilmo Valtonen.

Lahden kaupunginorkesteri konsertoi Lahden konserttitalossa ja Ristinkirkossa jossa tehdään kaikki levytykset. Orkesteri esiintyy myös Helsingissä ja se on konsertoinut useilla musiikkijuhlilla. Orkesteri on esiintynyt kutsuttuna mm. Saksassa, Ranskassa ja Venäjällä Pietarissa. Keväällä 1996 orkesteri vieraili ensimmäisenä suomalaisena sinfoniaorkesterina Tukholman nykymusiikin festivaaleilla.²

² Tiedote 1/97 intendentti: Tuomas Kindberg

4. TUTKIMUSONGELMA

”Design should be removed from the acid mechanism of industrial needs and programs to be taken into a wider area of possibilities and necessities. Design starts when you design the methaphor of life. ... We must deliver to design a larger catalogue of communications, more meaning, a wider linguistic flexibility, and a wider awareness of the responsibilities towards private and social life.”

– Ettore Sottsass, Jr¹

Cd-levyjen kansisuunnittelu on aiheena mielenkiintoinen, mutta silti vähän tutkittu. Aiheesta ei löytynyt yhtään tutkimusta, ainoastaan artikkelita. Verrattuna julisteeseen, cd-levy on vasta parikymmenvuotisen historiansa alussa. Julisteen varhaisia alkumuotoja voidaan havaita jo Mooseksen ajoilta ja antiikin Kreikasta.² Tämän vuoksi jo pelkästään historiallinen aspekti on merkittävä. Julisteesta on kirjoitettu varsin paljon, mutta ne ovat lähinnä historiikkejä tai monografioita julistetaiteen kuuluisimmista edustajista. Julisteesta on Suomessa tehty ainakin yksi tutkimus, mutta sekään ei käsittele nykyä. Kyseessä on Päivi Hovin väitöskirja: Mainoskuva Suomessa, kehitys ja vaikutteet 1890-luvulta 1930-luvun alkuun.

Tässä tutkielmassa cd-levy- ja julistesuunnittelu voidaan nivoa yhdeksi kokonaisuudeksi niiden näennäisestä irrallisuudesta huolimatta. Yhdistävinä tekijöinä ovat tässä tapauksessa klassinen musiikki (joka tässä tutkimuksessa tarkoittaa länsieurooppalaista taidemusiikkia renessanssista aina tähän päivään), ja sinfoniaorkesteri, joka toimii välittäjänä musiikin ja kuulijoiden välillä. Julisteet ja cd-levyt ovat vain yksi osa sitä painettua visuaalista kuvaa, joka viestii ja vaikuttaa orkesterista, ennen ja jälkeen sen, kuin itse musiikki on läsnä. Cd-levyn ja julisteen ulkoasun tulisi viestittää jotakin siitä instituuti-

1 Labuz. 1991:7

2 Honkanen. 1983:11

osta, jota se edustaa, unohtamatta esimerkiksi logoa, lomakkeita, käyntikortteja, esitteitä tai lehti-ilmoituksia. Kaikki nämä yhdessä ovat omiaan joko vähentämään tai lisäämään sitä ulkoista mielikuvaa, jonka ihmiset orkesterista saavat. Mitä yhtenäisempi linja on, sitä paremmin se toimii. Mitä enemmän osaset ovat irrallisia – palasia sieltä täältä – sitä sekavampi on myös yleisvaikutelma, jonka orkesterista saa. Laatua voidaan ja tulisikin viestiittää myös konserttien ulkopuolella.

Klassinen musiikki mielletään usein konservatiiviseksi, perinteitä vaalivaksi. Tämä voidaan nähdä yhtenä syynä siihen miksi esimerkiksi klassisten cd-levyjen kansisuunnittelu on varsin köyhää. Kandidaatintutkielmassani tarkastelin Sonyn levyluetteloa 1995–96 klassisten levyjen osalta. Tutkimusongelmani kuvasi sitä, näkyykö levyn sisältämä tyyli/aikakausi levynkannesta ja millaisten piirteiden avulla erot on aikaansaatu – jos ne ovat olemassa? Uudempi suunnittelu elävöittää visuaalista pintaa käyttämällä esimerkiksi pieniä tekstikokoja yhdistettynä suuriin riviväleihin, kuvamanipulaatiota, transparenssiefektejä jne. Näin ollen tarkastelin lisäksi myös sitä, onko uuden (eli 1900-luvun) musiikkia sisältävien levyjen kansisuunnittelussa havaittavissa näitä edellä kuvattuja piirteitä?

Tutkielmassa ilmeni, että suuria eroja eri aikakausien välille ei muodostunut. Ei voi siis selvästi sanoa millainen levynkansisuunnittelu on ominaista esimerkiksi barokkimusiikkia sisältävissä levyissä ja millainen vastaavasti impressionistisissa. Erot levynkansissa näiden kahden aikakauden välillä sadaan aikaan vain esimerkiksi käyttämällä kyseisen ajan maalaustaidetta. Toisaalta esimerkiksi impressionistisen maalaustaiteen ja musiikin suhde toisiinsa on varsin vahva ja maalaukset ilmentävät hyvin sitä ilmapiiriä, jota musiikkikin edustaa. Tätä vaikutelmaa pyritään siis tietoisesti lisäämään myös kansisuunnittelussa. Tekstityypeissä, sommittelussa yms. eroja ei

saada aikaan tai ei ainakaan sellaisia, että niiden voitaisiin sanoa kuvaavan jotakin aikakautta erityisesti.

Suurimmat erot voidaankin siis tehdä vain uuden musiikin eli 1900-luvun musiikin ja ns. muun varhaisemman musiikin välillä. Aikakaudet ennen vuotta 1900 ovat levynkansisuunnittelussa enemmän tai vähemmän yhdenmukaisia. Uuden musiikin kansisuunnittelu on hieman vapaampaa ja ottaa enemmän vaikutteita nykytyyleistä. Esimerkkinä minimalistisen pienet sans serif -kirjaimet yhdistettynä mustavalkokuvaan. Kuitenkin on todettava, että klassisen musiikin levynkansien suunnittelu ainakin tämän luettelon osalta on vielä varsin yllätyksetöntä ja harmaata. Riskejä ei haluta ottaa ja vanhoja perinteitä romuttaa. Varsinkin uudempi musiikki ja nopeasti kehittyvä tekniset apukeinot ja graafinen osaaminen designin osalta, antaisivat valmiuksia kehittää myös tätä osa-alueita.

Kandidaatintutkielmani keskittyi enemmän yleiskatsaukseen siitä, miten erilaisia musiikkityylejä ilmaistiin grafiikan keinoin. Materiaalin laajuuden vuoksi en niinkään keskittynyt luonnehtimaan kansien esteettistä ilmettä tai ottamaan enempää kantaa siihen, millaisia kannet visuaalisesti esimerkiksi sommittelultaan ja typografialtaan olivat. Tässä työssäni pyrin keskittymään enemmän pohdiskelemaan sitä, millaisia Lahden kaupunginorkesterin cd-levynkannet ovat, mitä ne viestittävät, ovatko ne selkeitä, typografialtaan mielenkiintoisia jne. Koska Lahden kaupunginorkesteri toimii kokoavana lenkkinä työlle, tarkastelen myös toista visuaalista ja viestinnällistä elementtiä, julisteita, niiden herättämien mielikuvien pohjalta. Vaikka kokonaisuuden kannalta olisi mielenkiintoista tarkastella myös orkesterin muita painotuotteita; logoa, lomakkeita, käyntikortteja, käsiohjelmia ja lehti-ilmoituksia jne. en aineiston laajuuden vuoksi ryhdy siihen tämän tutkielman puitteissa. Juliste- ja cd-levyjen kansisuunnittelusta muodostuu osa orkesterin graafisesta ilmeestä ja

sitä pyrin tässä tarkastelemaan. Graafinen ilme voi yleisvaikutelmaltaan olla hyvinkin monenlainen.

Viestittääkö musiikillisesti hyvätasoinen ja -maineinen orkesteri, joka pyrkii kehittymään ja olemaan ajan hermolla, samaa linjaa myös graafisessa ulkoasussaan. Ja kuinka ulkoasun eri osat nivoutuvat yhteen.

Laudaturtutkielmassani haluan tarkastella sitä, millainen on Lahden kaupunginorkesterin graafinen ilme tarkasteltuna julisteiden ja cd-levyjen kansisuunnittelun kautta.

5. TUTKIMUKSEN TAUSTOJA

"Art and music share a common idiom of expression and experience. We use the same words, including rhythm, texture, tone, color and resonance.

As we struggle to stretch the vocabulary of verbal language to convey the spiritual dimension of visual and auditory perception lying beyond the realm of the dictionary."

– Philip B. Meggs¹

Kandidaatintutkielmani selvennykseksi sekä myös tulevaa tarkasteluani silmällä pitäen käsittelen seuraavissa kappaleissa lyhyesti sekä musiikin tyylhistorialliset aikakaudet että typografiaan liittyviä perusteita. Ne ovat tärkeitä seikkoja kokonaisuuden hahmottamisen kannalta. Samalla liitän mukaan myös lyhyet kuvaukset siitä, miten käsittelin ja tulen jatkossakin käsittelemään muita tutkielman kannalta merkittäviä osatekijöitä, kuten esimerkiksi kuva-aiheita, tekstikokoja ja kannen alueen rajauksia.

Erilaiset sarjat liittyvät myös tutkielman aiheeseen. Usein esimerkiksi yhden säveltäjän kaikki sinfoniat levytetään ja eri levyjen kansisuunnitteluista tehdään yhdenmukainen sarja, joka on erotettavissa muista levyistä. Samoin orkesteri saattaa kauden aikana esittää jonkin teeman ympärille sijoittuvia konsertteja, jolloin niiden informaatio halutaan tehdä yhdenmukaiseksi.

Vaikka kandidaatintutkielmani oli tehty pelkästään cd-levyjä silmällä pitäen, pätevät seuraavana esitellyt asiat myös tähän tutkimukseeni johon kuuluvat myös julisteet. Julisteissa on kuitenkin kysymys paljolti samoista teemoista, koko tai musiikkisisältö ovat oikeastaan ainoa erottava tekijä.

¹ Meggs. 1991:93

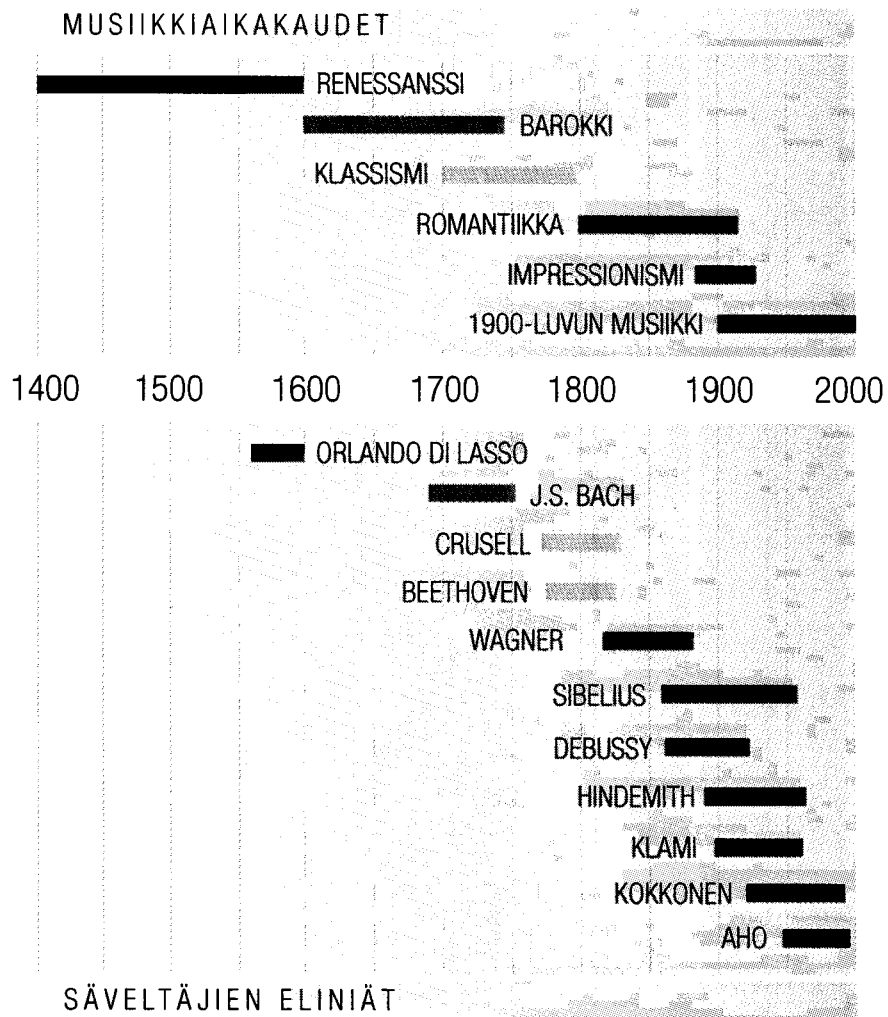
5.1 Musiikin tyylihistorialliset aikakaudet

Nykyinen jaottelu musiikin historian aikakausista on syntynyt viime vuosisadalla. 1800-luvun alussa aikakausijaon perustana olivat sitä hallinneet suuret mestarit. Myöhemmin, vasta viimevuosisadan loppupuolella, aikakausijaottelu perustuu ajatukseen siitä, että kaikkia saman aikakauden taideteoksia yhdistää ajan henki – spiritual current (Zeitgeist).¹

Valitsin kandidaatintyöhöni musiikin kuusi pääsuuntaa 1. renessanssin, 2. barokin, 3. klassismin, 4. romantiikan, 5. impressionismin ja 6. uudemman (1900-luvun musiikin), joka kattaa tämän vuosisadan musiikin. Laudaturtyössäni jätän renessanssin pois, koska sen ajan musiikkia ei esinny aineistossani. Rajausta voidaan perustella myös sillä, että barokin ajanjaksolla luodaan puitteet nykyaikaisen orkesterin kehittymiselle. Sitä edeltänyt aika on keskittynyt enemmän vokaalimusiikkiin.

Seuraavassa (kuvio 1) on esitetty musiikin tyylihistorialliset aikakaudet sekä eräitä säveltäjiä, jotka ovat ajalle merkittäviä tai esiintyvät aineistossa.

¹ The New Grove Dictionary of Music and Musicians
(= NGD) nr 8. 1980:597



Kuvio 1. Musiikin tyylihistorialliset aikakaudet sekä säveltäjien eliniät

Renessanssi

Renessanssilla tarkoitetaan aikaa 1400-luvun alkuvuosikymmeniltä noin vuoteen 1600. Termi liittyy Italiassa pitkään toivottuun vanhan Rooman kulttuurin jälleensyntymiseen. Muun euroopan renessanssi sijoitetaan myöhemmäksi 1500-luvulle. Renessanssin aikana musiikki kohoaa arvostuksessa kuvaamataiteiden rinnalle. Renessanssimusiikille oli ominaista keveys, vokaalisuus (vokaalinen ajattelu) ja retoriikan (retoriset ihanteet) käyttö. Renessanssimusiikkia ei voida määritellä sävellysteknisten kriteerein vaan keskeisimmät yhdistävät tekijät löytyvät pikemminkin ajan kulttuurielämän ulkoisista tekijöistä.²

Barokki

Barokki on taidehistoriasta 1920-luvulla musiikkiin lainattu aikakausi- ja tyyliääre, jolla yleensä tarkoitetaan aikaa 1600–1750. Kyseistä aika-aluetta rajaavat yhtäältä 1500-luvun lopun venetsialainen monikuoroisuus ja toisaalta wieniläisklassinen aika edeltävine siirtymäkausineen (esim. galantti-tyyli, rokokoo ja esi-klassinen aika jne.). Barokki on länsimaisen musiikin historian uuden ajan ensimmäinen alakausi. Barokkimusiikille tyypillinen piirre on instrumentaalisuus.³

Klassismi

Klassismi viittaa musiikin historiassa ennen kaikkea romantiikkaa edeltäneeseen virtaukseen, jolloin tarkoitetaan useimmiten wieniläisklassismia. Klassismi sanana on hyvin monikäyttöinen ja sillä on monia eri merkityksiä. Sanan varsinainen merkitys on ajaton pyrkimys

2 NGD nr 5. 1980:736-740
3 NGD nr 2. 1980:172-178

noudattaa klassisia esikuvia ja periaatteita, kuten esimerkiksi symmetriaa. Klassisiksi kutsutaan usein lisäksi klassikkoja, jolloin ajatellaan arvonsa vakiinnuttaneita teoksia ja taiteilijoita. Puhutaan myös klassisesta musiikista tarkoittaen useimmiten länsieurooppalaista taidemusiikkia 1600-luvun jälkeen ja ennen 1920-lukua. Lisäksi tunnetaan käsitteet uusklassismi ja uusklassistinen, joilla viitataan barokin ja wieniläisklassismin kausilta avoimesti vaikutteita sulattaviin 1900-luvun taiteen tyyliin.⁴

Klassiset ihanteet korostuivat 1700-luvulla, jolloin alettiin vieroksua barokin teennäisenä pidettyä juhlallisuutta samalla kun etsittiin uusia ideoita antiikin kansanomaisuudesta ja yksinkertaisena pidetystä kauneudesta. Wieniläisklassikot Haydn, Mozart ja Beethoven aloittivat sen kehityksen, josta musiikin romantiikka alkoi. Raja klassismista romantiikkaan on häilyvämpi kuin esimerkiksi raja barokkiin.⁵

Romantiikka

Musiikissa romantiikkaa on käytetty 1700-luvun lopulla alkaneiden virtausten yleisnimenä. Aikakauden nimityksenä romantiikan käyttöä hankaloittaa ensinnäkin anglosaksisen kirjallisuuden historian tapa puhua 1700--1800-lukujen vaihteen ajasta romantiikkana kun musiikinhistoriassa puhutaan vielä klassismista.⁶

Romanttiset suuntaukset tunnistaa yksilökeskeisestä, ilmaisupainotteisesta taidekäsityksestä. Intiimin tai maailmoja syleilevän tunteen korostus, metafysiikka, uskonnollisuus, eksotiikan kaipuu yms. kukoistivat samanaikaisesti kun yhteiskunta kaupungistui, teollistui ja vieraantui romantikkojen vaalimasta ykseydestä. Romantiikkaan liittyy myös käsitys kaikkien taiteitten (samoin kuin kulttuuri-

4 NGD nr 4. 1980:449-454

5 NGD nr 4. 1980:449-454

6 NGD nr 16. 1980:141-144

en) yhteisestä alkuperästä, mikä innoitti monia toimimaan usealla eri alueella.⁷

Romantiikan kausi alkoi päättyä, kun keskeiset klassisromanttiset piirteet alettiin tietoisesti kyseenalaistaa. Vaikka murros alkoi jo 1890-luvulla, merkkejä romanttisista piirteistä löytyy vielä 1920-luvulla.⁸

Impressionismi

Impressionismi viittaa alunperin ranskalaisessa maalaustaiteessa 1870-luvulla (Manet, Monet, Renoir jne.) syntyneeseen suuntaukseen, jossa vaikutelman (impressio) välittämistä korostettiin vallalla olleiden klassisten, romanttisten ja realististen ihanteiden sijasta. Impressionismille on mahdotonta vetää tarkkoja tyyliuunnan rajoja. Impressionismi on siis lähinnä tyylipiirre. Värien merkitys kasvoi ja värinkäytön tekniikkaa kehiteltiin uudelta pohjalta. Suuntaus vaikutti voimakkaasti myös runouteen. Musiikin mahdollisuuksia impressioiden välittäjänä pidettiin ylivertaisina. Soinnin värisävyillä leikkiminen ja orkesterin mahdollisuuksien uudenlainen hyödyntäminen olivat tyyliille ominaisia piirteitä.⁹

1900-luvun musiikki

Vaikka romantiikka ja impressionismi ulottuivatkin tälle vuosisadalle ns. vuosisatamme musiikista puhuttaessa tarkoitetaan modernimpaa musiikkia. Musiikillinen modernismi sai alkunsa ennen ensimmäistä maailmansotaa, jolloin musiikki muuttui atonaaliseksi. Atonaalisuus tarkoittaa sitä, että musiikki ei noudata mitään tiettyä sävellajia.¹⁰

7 NGD nr 16. 1980:141-144

8 NGD nr 16. 1980:141-144

9 NGD nr 9. 1980:30-31

10 Maegaard. 1984:10

Länsieurooppalainen musiikki oli 1600-luvun alusta lähtien noudattanut duuri ja mollisävellajeja: se oli ollut duuri-molli-tonaalista. Sitä tyyliä, jonka puitteissa musiikki muuttui atonaaliseksi on kutsuttu ekspressionismiksi, joka vastaa varsin tarkoin muilla taiteen aloilla samaan aikaan esiintyneitä suuntauksia. Musiikille ekspressionismi merkitsi tihentyntä ilmauksellista jännitystä sekä siihen asti tuntematonta joustavuutta vastakohtien käsittelyssä. Missä aikaisemmin oli ollut järjestys, siellä oli nyt kaaos.¹¹

Sitä suuntausta, joka kunakin aikana radikaaleimmin poikkeaa totutusta, kutsutaan usein avantgardeksi. 1900-luvun musiikille on ominaista aiempien tyylikausien piirteiden käyttö (mm. uusklassismi). Tämän vuosisadan musiikkia on mahdotonta jakaa varsinaisesti mihinkään kategorioihin tai tyyliuuntiin koska kirjo on moninainen.¹²

5.2 Typografia

Teksteillä on kerronnallisen statuksensa lisäksi myös visuaalista painoarvoa. Erilaiset tekstityypit eli typografia vaikuttavat lukijaan ja hänen muodostamiinsa mielikuviin eri tavoin. Esimerkiksi kirjoituskirjaimin (script) tehty viesti vaikuttaa romanttisemmalta kun taas vastaavasti päätteettömät paksut kirjaimet, joita on totuttu näkemään esimerkiksi yritysten logoissa tai valomainoksissa. Samoin voidaan ajatella, että tämän vuosisadan puolivälissä suunnitellut päätteettömät sans serif -kirjasimet, kuten esimerkiksi Helvetica ja Futura, luovat modernimman ulkoasun kuin vastaavasti vanhoja kirjainmalleja

11 Maegaard. 1984:11

12 Maegaard. 1984:9

Old Style/
Times New Roman
 Garamond

Transitional/
 Perpetua

Modern/
Bodoni Poster

Glyphic/
Friz Quadrata

Egyptienne/
Rockwell

Sans Serif/
Futura
Helvetica

Script/
Nuptial Script
Künstler Script

lähtökohtanaan pitävät antikvat kuten esimerkiksi Times New Roman.¹³ Kyseenalaisempaa lienee jo vetää varmoja yhtymäkohtia esimerkiksi raskaahkon barokkimusiikin ja vastaavasti joidenkin paksujen (boldattujen) kirjainmallien välille.

Kirjaimen ulkonäköön vaikuttavat eniten kirjainrunгон ja hiusviivan paksuuden ero, sekä päätteiden muoto. Ne on otettu läh-
 tökohdiksi jaettaessa kirjaimia eri ryhmiin. Pääteviivat ovat peräisin ajalta, jolloin kirjaimet hakattiin kiveen. Meidän painokirjaimissamme päätteet muodostavat selkeän peruslinjan ja samalla sitovat kirjaimen sanakuvaksi tehden tekstistä helppolukuisen.¹⁴

Päätteettömissä eli sans serif (eli groteski) -kirjasimissa ei siis ole pääteviivoja eikä kirjainrunгон ja hiusviivan paksuuksien eroja. Kursiivi eli italic on kallistettu kirjainmuoto ja script on kuin kauno-
 kirjoitusta eli se on niin sanottu kirjoituskirjain.

Tekstityypeistä valitsin sekä kandidaatin että laudaturtyöhöni nämä edellä luetellut neljä tekstityyppiä: serif-(päättellinen), sans serif- (päätteetön), kursiivi- (kallistettu kirjainmuoto) ja script- (kirjoituskirjain) -tekstityypit sekä niiden erilaiset yhdistelmävariaatiot. Yhdistelmävariaatiot tarkoittavat sitä, että eri tekstityyppejä on yhdistelty samaan työhön: julisteeseen tai levynkanteen.

Serif -teksteihin luokittelin kaikki päätteelliset kirjasimet kuten esim. old style (Times, Garamond), transitional (Perpetua) ja modern (Bodoni) -kirjasimet. Samoin glyphic -kirjasimet kuten esimerkiksi Friz Quadrata ja egyptiennet (Rockwell).

Sans serif -teksteihin luokittelin vain selkeimmät eli ne, joissa ei ollut päätteitä kuten esimerkiksi Futura, Helvetica jne. Script-
 tekstityyppeihin luokittelin sekä ne kirjasimet, jotka ovat toisistaan irti (Nuptial Script) että ne, jotka kirjoitettaessa menevät yhteen (Künstler Script). Script -tekstit ovat luokittelussa omana ryhmään. Kursiivi taas on joko serif -tai sans serif -tekstin kursiivina.¹⁵

13 Meggs. 1990:110-112

14 Bohman. 1988:54

15 Usvamaa-Routila. 1993:14-24

Erilaisten tekstityyppien yhtäaikaisuus levynkansissa tai julisteissa on huomion arvoinen seikka siksi, että erilaisten tekstityyppien rinnakkaisuus samalla pinnalla vaikuttaa mm. kontrasteihin. Sans serif -kirjainviivojen paksuus ei vaihtelee hiusviivasta leveään kuten serif -kirjasimissa. Visuaalisesti mielenkiintoinen tulos saadaan käyttämällä sekä serif- että sans serif -kirjasimia. Kontrastiin voidaan vaikuttaa myös eri kokoisilla tai paksuisilla kirjaimilla (esimerkiksi otsikko ja muu teksti) sekä väreillä.¹⁶

5.3 Kuva-aiheet, rajaukset, tekstikoot sekä sarjat

Levynkannessa käytetään paljon erilaisia kuvia, kuva-aiheita. Niiden erottelemiseksi toisistaan määritin erilaiset jaottelualueet. Koska kansisuunnittelussa on kuvat joskus korvattu typografialla, otin myös pelkän typografian erääksi kuvitus -vaihtoehdoksi

Levynkannen kuva-aiheet jaottelin valokuvan, veistoksen, kollaasin, maalauksen tai pelkän tekstin aiheisiin. Valokuvat jaoin vielä luokkiin (henkilöstä, yhtyeestä ja maisemasta), joista olisi mahdollista saada selville mm. se, miten paljon artistien tai säveltäjien kuvia yhä käytetään levynkansissa. Maalauksien sekä myös veistoksien käyttö levynkansien kuva-aiheena herättää kysymyksen siitä halutaanko musiikkiaikakauden hahmotusta parantaa saman aikakauden maalaustaiteella. Kollaasilla tarkoitan tutkimuksessani sellaista pintaa johon on yhdistetty erilaisia aiheita, materiaaleja sekä esimerkiksi transparenssejä (pintojen läpinäkyvyyttä toisiinsa nähden). Kollaasi, yhdessä pelkän tekstiaiheen kanssa, edustaa merkkejä nykyaikaisemman suunnittelun mukaantulosta myös klassisten levyjen kansisuunnitteluun.

16 Dair. 1967:61-62

Rajaus

Kuvan rajaus levynkannessa on eräs visuaaliseen ilmeeseen vaikuttava seikka. Rajatulla pinnalla tarkoitan sitä, että kuva on rajattu kehyksellä tai esimerkiksi valkoisella alueella. Rajaamattomassa levynkannessa aihe jatkuu ikään kuin levyn kannen ohi, muodostamatta erillistä rajaa.

Sarja

Luetteloin myös sarjaan kuuluvat levynkannet sellaisista kansista, jotka eivät kuuluneet mihinkään sarjaan. Sarjoja on ainakin kahta päätyyppiä; niitä, joissa ulkoasu muodostuu hyvinkin samanlaiseksi ja niitä, joissa sarjamaisuuden muodostavat jotkin tunnistettavat ominaispiirteet (jotka varioivat kunkin levyn kohdalla). Lisäksi sarjaksi voidaan myös luokitella sellaiset levynkannet, jotka ulkoasuun ovat hyvinkin vaihtelevia, mutta joissa on yhtenäinen logon kaltainen merkki.

Tekstikoko

Tekstikoon tarkastelun suhteen testi on subjektiivinen, koska on mahdotonta tarkasti sanoa sitä, mistä raja vedetään. Halusin sen kuitenkin mukaan tutkimukseen mm. siitä syystä, että levynkansista on tällöin mahdollista erotella typografiset äärilaidat – pienet ja suuret tekstikoot. Mukana oli myös kohta, jossa teksti ei ollut hallitsevan suuri eikä pieni vaan siltä väliltä.

6. AIEMPI TUTKIMUS CD-LEVYISTÄ JA TULOKSET

"The challenge is to match the collectibility of the packaging with that of the music. It's a project of love. We're all fans. Everyone involved listens to the music, from the designer to the separator. It's not a big deal, but we all listen to the music."

– Vartan Kerijan¹

Valitsin kandidaatintutkielmaani Sonyn levyluettelon 1995/96. Kävin läpi kaikki ne levynkannet jotka oli luettelossa luokiteltu tai jaoteltu säveltäjien mukaan aakkosjärjestykseen.

Poistin levyluettelosta ns. tuplakappaleet, joita luettelossa oli siitä syystä, että jokainen levyllä ollut säveltäjä esiteltiin aakkosissa omalla paikallaan. Sarjojen levynkannet muodostivat suuren osan levynkansien lukumäärästä, jolloin otin kustakin sarjasta vain yhden mallin. Näin sain rajattua kansien määrän 380 kappaleeseen. Koska tutkielmani alkuperäisenä tarkoituksena ei ollutkaan mitata kappalemääriä (montako mitäkin levyä koko luettelossa), vaan kartoittaa erilaisia tekotyylejä, sarjojen jokaisen levyn erikseen luettelointi ei mielestäni ollut tarkoituksenmukaista.

Tutkimusmenetelmänä luetteloinnin jälkeen käytin fregvensiä ja ristiintaulukointia, jossa selvitin jakaumat kullakin muuttujalla.

¹ Crager. 1995:81

Tulokset

Aineiston analyysin tein SPSS tilastomatemaattista ohjelmaa käyttäen. Laskin jokaisesta sarjasta sekä kappale että prosentti määrät, jolloin näin esimerkiksi sen mitä aikakautta 380 analysoidusta levyssä on eniten jne.

Määrällisesti suurin levynkansien ryhmä on romanttista musiikkia sisältävät levyt 165 kpl (43,4 %), uutta musiikkia (1900-luvun) on myös suhteellisen paljon 115 kpl (30,3 %). Klassismia 69 kpl (18,2 %), barokkia 18 kpl (4,7 %), impressionismia 11 kpl (2,9 %) ja renessanssia vain 1 kpl (0,5 %). Tämä selittyy osaksi sillä, että varhaisemman musiikin osuus sarjoista on huomattavasti suurempi kuin romantiikan ja uuden musiikin osuus.

Suunnittelija on käyttänyt levynkannen teksteissä eniten serif-tekstejä 139 levynkannessa (36 %), mutta varsin paljon myös sans serif -tekstejä 86 kpl (22,6 %). Yhdistelmistä on käytetty eniten serif- ja serif-kursiivi -tekstejä 56 kpl (14,7 %). Muita yhdistelmiä, joissa on enemmän kuin kaksi tekstityyppiä, suunnittelija on käyttänyt neljänneksi eniten eli 37 levynkannessa (9,7 %). Serif- ja sans serif-tekstien yhdistämistä suunnittelija on käyttänyt vain 26 levynkannessa (7,6 %). Muita vaihtoehtoja on käytetty määrällisesti vain muutamissa levynkansissa. Kuitenkin erilaisia yhdistelmiä suunnittelija on käyttänyt 153 levynkannessa (40,8 %).

Kuva-aiheista suunnittelija on valinnut useimmin valokuvan henkilöstä 163 kpl (42,9 %), toiseksi useimmin on valittu maalaus 85 kpl (22,4 %), ja kolmanneksi kollaasi 70 kpl (18,4 %). Valokuvaa yhtyeestä tai kokoonpanosta on myös käytetty jonkin verran 40 kpl (10,5 %). Maisemaa on suunnittelija käyttänyt 15 levynkannessa (3,9 %) ja veistosta kuudessa (1,6 %) kannessa. Pelkän tekstin käyt-

töön ilmaisukeinona on suunnittelija uskonut vain yhden levynkannen verran (0.3 %).

Levynkannen rajauksessa yllätti se, että rajaamattomia levynkansia on enemmän kuin rajattuja 221 kpl vastaan 159 kpl (58,2 %/41,8 %). Perustelen yllätystä sillä, että aiemmin levyjä oli tapana rajata jollakin, kuten esimerkiksi valokuvalla ja rajaamaton levynkannen pinnan käsittely on näin ollen merkki uudemmasta suunnittelusta. Tämä seikka saattaa selittyä sillä, että sarjoissa käytetään enemmän rajattua pintaa. Koska tässä työssä ei kuitenkaan ole tarkoitus tarkastella levyjen kokonaismääriä vaan niitä tapoja ja vaihtoehtoja, joilla levynkansia tehdään, tulos on suuntaa antava.

Sarjoja levynkansista on 42 kpl (11,1 %) ja niitä jotka eivät kuulu mihinkään sarjaan on 338 kpl (88,9 %). Sarjattomien levynkansien suurella osuudella saadaan selville erilaisten mahdollisuuksien käyttö levynkansisuunnittelussa.

Tekstikoko on jaottelussa vain viitteellinen, koska on vaikea määrittää tarkkoja rajoja sille, mikä tekstikoko edustaa esimerkiksi jaottelussa pientä tekstiä. Kuitenkin esimerkiksi pienten tekstityyppien käyttäminen suurilla riviväleillä on esimerkki nykyaikaisesta suunnittelusta ja siksi osaltaan merkityksellinen. Suurimman ryhmän muodostivat tekstit, joita ei suunnittelullisesti voi luokitella ääri vaihtoehtoihin 200 kpl (52,6 %). Pientä tekstikokoa visuaalisena keinona suunnittelija on käyttänyt 133 levynkannessa (35 %) ja suurta vain 47 kannessa (12,4 %).

Aikakausi suhteessa muihin muuttujiin

Kandidaatin tutkielman kannalta tärkeää oli myös kartoittaa sitä, millaisissa yhteyksissä luokittelun eri piirteet esiintyvät. Minkä aika-

kauden musiikille on ominaista maalausten käyttö kansisuunnittelussa jne. Suunnittelun ja levyn sisällön suhteita tarkastelin SPSS -ristiintaulukointia apuna käyttäen, jolloin tyylikausi edustaa täyttä 100 %:a. Esimerkkeiksi otan lopputuloksen kannalta tärkeimmät seikat.

Aikakausi on tarkastelun kannalta olennainen vertailukohta. Tutkittaessa aikakauden ja kuvan suhdetta levynkansisuunnittelussa voidaan tilastollisesta esityksestä huomata, että esimerkiksi maalausta kuvallisena aiheena suunnittelija on käyttänyt eniten impressionistisessa musiikissa (54,5 %) ja toiseksi eniten renessanssimusiikin yhteydessä (50,0 %). Tällöin voidaan vetää jonkinlaista johtopäätöstä siitä, että impressionistisuus sekä musiikillisena että maalaustaiteen elementtinä on varsin vahva. Impressionistinen maalaustaide välittää samoja asioita kuin impressionistinen musiikki. Renessanssimusiikin kohdalla kyse on varmasti hyvin pitkälle samoista asioista. Renessanssi aikakautena on meille varsin kaukainen samoin tuon ajan maalaukset. Assosiaatio levyn sisällöstä välittyy hyvin suoraan ja nopeasti vanhoista aikakausista maalausten avulla. Uuden musiikin kohdalla suunnittelija on käyttänyt maalausta harvemmin (15,7 %). Tällöinkin levynkannet ovat suunnittelultaan erilaisia. Kun impressionistisen musiikin ja erityisesti vanhemman musiikin levyn kansissa ainoa elementti tekstien lisäksi on maalaus niin vastaavasti uuden musiikin kohdalla kansissa on mukana myös muuta, esimerkiksi valokuva säveltäjästä.

Lähes jokaisen aikakauden levyissä suunnittelija on käyttänyt valokuvaa henkilöstä. Poikkeuksen tästä muodostavat ainoastaan renessanssimusiikki, jossa ei ole yhtään esimerkkiä tästä, sekä impressionistinen musiikki, jossa vain 18,2 % levynkansista on suunnit-

telija käyttänyt henkilövalokuvaa. Valokuvaa kokoonpanoista on käytetty varsin vähän. Eniten kuitenkin barokkimusiikin 14,5 % ja klassisen musiikin 13,3 % kohdalla. Syynä tähän lienee tuolle ajalle ominainen kamarimusiikkiteosten suuri määrä.

Kollaasia on käytetty eniten suunnittelussa uuden musiikin kohdalla 27,8 %. Renessanssi-, barokki- ja impressionistisissa levykansissa sitä ei esiinny lainkaan. Romanttisissa 16,4 % ja klassisissa-kin levyissä vain 15,9 %. Tutkimuksessa aikakauden ja kuva-aiheen suhteessa ei voi havaita mitään yllättävää. Numerot osoittavat todeksi ne seikat, jotka olivat mielessäni jo ennen kuin lähdin tätä tutkimusta tekemään.

Tarkasteltaessa aikakautta suhteessa tekstityyppiin voidaan havaita myös varsin samankaltaisia tuloksia ainakin kahdesta pääryhmästä. Serif -tekstejä esiintyy 100 % renessanssi aikakauden levykansissa sekä klassismissa 52,2 %. Muissakin luku on varsin suuri. Poikkeuksen muista alle 20 % (19,1 %) tekee oletetusti uuden musiikin levykannet, joissa taas vastaavasti suunnittelijat käyttävät sans serif -kirjasimia. Enemmän uuden musiikin levykansiin olisin olettanut serif- ja sans serif -tekstien vuorottelua. Sitä esiintyy kuitenkin eniten impressionistisen musiikin kansissa 18,2 % sekä klassismin ajan kansissa 10,1 % ja vasta sitten uuden musiikin levykansisuunnittelussa 7,8 %. Pelkkää script -tekstiä suunnittelija ei sitävastoin ole käyttänyt kuin kahdessa uuden musiikin levyssä.

Pienen tekstikoon käyttö suunnittelussa näkyy eniten renessanssin (50,0 %) ja uuden musiikin (48,7 %) levykansissa. Suurta tekstikokoa taas suunnittelijat käyttävät barokkimusiikissa (50 %), kun taas vastaavasti muut aikakaudet ovat 10 prosentin luokkaa. Yhtymäkohtia barokin ja raskaamman tekstityypin välillä voidaan

siis havaita, vaikka varsinaisia egyptienne -kirjasimia ei käytettykään. Renessanssi ja impressionististen levyjen kansissa suurta tekstikokoa ei esiintynyt lainkaan.

Rajattuja levynkansia on rajaamattomia enemmän ainoastaan barokkimusiikkia sisältävissä levyissä (61,1 %). Renessanssissa tilanne on aivan tasan 50 %-50 %. Yllättävää kyllä kaikkien muiden aikakausien osalta rajaamattomat levynkannet olivat enemmistönä. Uuden musiikin kohdalla yli puolet eli 69,6 % levynkansista oli rajaamattomia. Suunnittelijat ovat siis tiedostaneet uuden musiikin ja rajamattoman kuvapinnan välisen yhteyden.

Huomionarvoista sarjoissa lienee se, että romantiikan, impressionismin ja uuden musiikin levyistä sarjallisia on vain alle 10 %. Renessanssin kahdesta levystä molemmat kuuluvat ei-sarjallisten ryhmään.

7. KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

"The poster should be a visual hurdle for the viewer. The viewer should first have to take it's measure before he can get across to the message. This can be fun – or it may also disturb."

– Friedel Mellinghoff¹

Tutkimuksen kannalta on tärkeää esitellä kaksi toisilleen läheistä termiä, jotka esiintyvät varsin paljon alan kirjallisuudessa, ja ovat omiaan sekoittamaan tätä muutenkin sekavaa käsiteviidakkoa. Ne ovat mainoskuva ja juliste. Ne eivät ole synonyymeja, vaikka liittyvätkin läheisesti toisiinsa.

Mainoskuva pitää sisällään kaikki mainonnan käyttämät kuvat eli on samalla yleisnimike. Mainoskuva on mainostarkoitukseen käytetty kuva, eräänlainen sommitelma, johon yleensä kuuluu myös teksti. Osa mainoskuvista täyttää taidekäsitteen perinteiset kriteerit "luova esteettinen toiminta ja sen tulos eli ne toiminnat ja tuotteet, joilla taiteilijan tarkoituksena on tehdä muille havaittaviksi ja koettaviksi elämykset, jotka saavat esteettisesti tehokkaan eli taiteellisesti valmiin muodon"². Mainoskuva nähdään osana laajempaa kokonaisuutta, kuten visuaalinen viestintä, massakuva, käyttökuva ja tavoitteellinen taide, joka käsitetään itseisarvollisen taiteen vastakohtaksi.³

Julisteella on monella tavalla erikoisasema mainoskuvien joukossa. Tämä asema julisteella on ollut erityisesti viime vuosisadan lopusta asti, jolloin taiteilijat kiinnostuivat siitä. Juliste on ollut tekijäkeskeisempi kuin muut mainoskuvat. Tekijät ovat merkinneet työnsä, ja heillä on ollut enemmän ns. taiteellisia vapauksia kuin muiden mainoskuvien suunnittelussa. Vapautta taiteilijoille on antanut mm. se seikka, että juliste ei ole ollut samassa määrin tekstisidonnainen kuin esimerkiksi ilmoitus. Koska julisteella on ollut

1 Mellinghoff. 1991:12

2 Hovi. 1990:8

3 Hovi. 1990:8

enemmän yhteyksiä ns. korkeampaan taiteeseen, on se hyväksytty myös näyttelyihin. Juliste on mainoskuvista kaikkein lähimpänä perinteistä taidekäsitystä. Julisteen erityisasemaan ovat vaikuttaneet myös esteettisyysarvot, jotka säilyvät vaikka julisteen viestintäarvoa ei enää olisi.⁴

Mainostaide sanaa käytettiin 1930-luvulla taiteilijoiden saamiseksi mukaan mainontaan. Sanan käyttö on ollut hyvin väljää ja sitä käytettiin mielellään korostamaan kuvallista mainontaa ja nostamaan sen arvoa suhteessa korkeampaan taiteeseen.⁵ Mainonta on siis ollut kautta aikain eräänlainen vähempiarvoinen laji, jota on kuitenkin yritetty saada lähemmäksi taidetta tai osaksi sen ilmenemismuotoja.

Taidetta on pyritty luokittelemaan tai erottelemaan muista tuotteista, esimerkiksi mainoksista, erilaisin termein. Ruotsissa käytetyt käsitteet konstbild - massbild (reklambild) ovat selkeitä ja kuvaavat parhaiten sanan merkityksiä. Samaa ei voi sanoa Suomessa käytetyistä sanoista korkeampi taide ja alempi taide, jotka tulevat mm. USA:ssa käytössä olevista käsitteistä high art - low art. Nämä termit ovat yleistyneet kansainvälisessä käytössä, vaikka ne sisältävät tiettyjä arvovarauksia. Korkeampaan taiteeseen kuuluvat ns. vapaan taiteen tuotteet ja alempaan taiteeseen ns. sovelletun taiteen tuotteet. Käsitepari on arvosidonnainen ja kuvastaa valitsevaa suhtautumista taiteen tuotteisiin.⁶

Julisteet voidaan nähdä liittyväksi korkeampaan taiteeseen ja mainoskuvan alempaan taiteeseen, johon liitetään usein myös käyttökuvat, esimerkkinä sarjakuvat, kirjankuvitus ja lehtikuvat. Tässä tutkielmassa käsiteltävät julisteet ovat lähempänä mainoskuvaa kuin taidejulistetta. Perusteluina voidaan esittää seuraavaa: julisteita on painettu paljon, niillä on ollut tilaaja, ne ovat välittäneet informaatiota jne. Toisaalta julisteet ovat myös lähellä taidejulistetta, sillä ne ovat ammatillisesti varsin korkeatasoisia, sisältäneet usein jonkun

4 Hovi. 1990:160

5 Hovi. 1990:8

6 Hovi. 1990:9

esteettisen idean (esimerkiksi tekstien osalta), välittäneet esteettisiä elämyksiä jne. Tällöin molemmista, sekä mainoskuvasta että taidejulistesta, on otettu ja yhdistetty parhaita puolia. Miksi ylipäätään pitäisi nähdä, että nämä kaksi olisivat toisiaan poissulkevia vaihtoehtoja?

Julisteiden luokittelu

Julisteita on pyritty luokittelemaan eri tavoin. Vanha jakoperuste on taiteelliset ja kaupalliset julisteet. Päivi Hovin tutkimuksen mukaan julistetaiteen jako ryhmiin on kuitenkin keinotekoisia, sillä kaikilla julisteilla on kaupallinen tavoite, on kaupattavana sitten aatteita tai materiaa. Jakoperusteena on usein tilaaja eikä niinkään kuva. Taiteelliset julisteet -käsitteltä on käytetty hyvin sekavasti. Joskus se on tarkoittanut kulttuurin palvelukseen tehtyä julistetta, joskus on taas haluttu korostaa taiteilijoiden panosta julisteen suunnittelussa. Taidejulisteen voidaan kuitenkin nähdä erottuvan muista julisteista esimerkiksi siten, että niissä ei ole varsinaista tilaajaa ja painomäärät ovat pienemmät, lähinnä yksittäiskappaleita. Hovi esittää tutkimuksessaan, että julistetaide on korostanut suunnittelun taiteellisia ambitiesiöitä, mutta eikö niin pitäisi ollakin. Tuskin mainonta tai mainossuunnittelu huononee siitä, jos laatu on tärkein vaatimus tai jos taiteellisuuteen kiinnitetään huomiota.⁷

Julisteiden luokittelussa Ulla Aartomaa on samoilla linjoilla kuin Hovi. Aartomaa hylkää perinteisen sarjajaon: sosiaaliset ja aatteelliset, kaupalliset ja kulttuurijulisteet. Hän käsittelee kaikkia julisteita viestin välittäjinä.⁸

Vastakkaisia mielipiteitäkin Hovin ja Aartomaan ajatuksille löytyy: mm. Maila-Katariina Tuomisen artikkelista ”Juliste tarraa tajuntaan”, joka käsittelee julistetta, sen esteettistä ja kulttuurista mer-

7 Hovi. 1990:160

8 Aartomaa. 1993:9

kitystä eikä - kuten usein nähdään- mainonnan välikappaleena. Tuominen jakaa julisteet sarjoihin: originaalit -, kaupalliset -, kulttuuri-, sosiaaliset ja aatteelliset julisteet. Jako paljastaa hänen mukaansa tällöin julisteen monitahoiset vaikutusmahdollisuudet. Juliste toimii kuin mikä tahansa muu viesti. Olennaisinta siinä on kuvan ja sanan dialogi. Tuominen ottaa kantaa siihen, että julistetta ei pidä sekoittaa mainokseen, vaikka kummassakin on yhteisiä elementtejä. Mainos on aina kaupallisuuden ja tavaramailman renki. Se on myös maksettu ja useimmiten se julkaistaan jossakin tiedotusvälineessä tai suoramainoksena mahdollisimman suurelle kuluttajaryhmälle.⁹

Viimeaikaisissa julistetutkimuksissa ei näitä jakoja ole enää esiintynyt. Kansainväliset tutkimukset jaottelevat julisteet useinmiten maittain. Tutkimuksellisesti jaottelu ei ole mielekäs, koska esimerkiksi samat taiteilijat saattavat tehdä yhtä aikaa eri tuoteryhmiin kuuluvia julisteita. Graafikkojen järjestämässä kilpailuissa jaottelu perustuu kilpailun sääntöihin, jotka on laadittu kilpailun järjestäjien keskinäisellä sopimuksella ilman tieteellisiä perusteita.¹⁰

⁹ Tuominen. 1989:10-11

¹⁰ Hovi. 1990:16

8. ÄÄNITTEISTÄ KOHTI NYKYAIKAISTA CD-LEVYÄ

*"You have the picture, which is a cut-out piece of the world,
then you have a title which may have many associations,
and thirdly you have the music."*

– Dieter Rehm, designer¹

Äänitteen merkitys musiikin tallentamisen ja erityisesti kuluttamisen muotona on jatkuvasti kasvanut sen 112-vuotisen historian aikana. Lähinnä liike-elämän tarpeisiin suunnitellusta ihmisäänen tallennusmenetelmästä muodostui nopeasti musiikkiteollisuuden kultakaivos. äänitysteknologian kehityksellä oli puolestaan omat vaikutuksensa itse musiikin sisältöön ja soivaan ulkoasuun.²

Tänä päivänä esimerkiksi populaarimusiikki on ensisijaisesti äänitysstudioissa syntyvä musiikin muoto. Studioteknologia on siirtynyt myös klassiseen musiikkiin ja aiheuttanut muutoksia sen tuottamisessa, esittämisessä ja vastaanottamisessa. Musiikki välittyy enenevässä määrin sähköisten viestimien kautta. Viestintäteknologian kehityksen myötä koko musiikkielämän luonne on muuttunut. äänitysteollisuus ja joukkoviestimet määräävät yhä selvemmin eri musiikkikulttuurien suuntaa.³

Äänitteiden kehitys kohti nykyaikaista cd-levyä on ollut pitkä. Konserttien, mekaanisten soittokoneiden, gramofonien ja "savikiekkojen" jälkeen tulivat nauhurit, vinyylilevyt, kasetit ja viimein cd-levyt ja DAT-nauhat.⁴

Äänilevyn teollinen hyödyntäminen alkoi 20 vuotta tallennustavan keksimisen jälkeen 1800-luvun loppupuolella. Ensimmäinen taidemusiikin konserttiäänite tehtiin vuonna 1888 Händel -festivaaleilla ja vuotta myöhemmin Brahms äänitti Unkarilaiset tanssit. Valokuvan käytön juuret levynkansisuunnittelussa sijoittuvat myös 1800-luvulle.⁵ äänitemarkkinat kattoivat vuosisadan vaihteessa lähes

1 Shaugnessy. 1995:43

2 Muikku. 1989:10

3 Muikku. 1989:11

4 Edge. 1991:91-94

5 Edge. 1991:98-99

kaiken muun paitsi perinteisen eurooppalaisen kansanmusiikin. Ensimmäiseen maailmansotaan mennessä äänilevyteollisuus kattoi jo koko maailman. Sodan jälkeen ääniteteollisuudessa seurasi nopea nousu vuoteen 1929. Huippukautta seurasi lamakausi, joka aiheutui äänielokuvan ja radion yleistymisestä. Toisen maailmansodan jälkeen kehityksen suuntaviivat luotiin Yhdysvalloissa 40-luvun aikana. 1950-luvulla maassa toimi satoja äänitefirmoja. Elintason kohoamisen ja keskiluokan laajenemisen lisäksi äänitemarkkinoiden kasvun syynä oli äänitusteknologian kehitys.⁶

1930-luvulla ensimmäisten levy-yhtiöiden syntymisen myötä kehiteltiin jokaiselle yhtiölle omat yhtenäiset tavamerkit, logotyyppit, värit ja layout erotukseksi muista vastaavista yrityksistä. Näin saavutettiin kuluttajien tietoisuus, lisättiin yhtiön tunnistettavuutta ja parannettiin imagoa. Myös valokuvia käytettiin. Henkilövalokuvien avulla solistin, kapellimestarin tai säveltäjän uskottiin tulevan lähemmäksi kuluttajaa. 30-luvulla taidemusiikin levyjen mukaan liitettiin erillinen kirjanen, jossa analysoitiin levyn musiikkia. 50-luvulla levyn mukaan saatettiin liittää notaatio sävellyksen teemoista.⁷

Vielä 1950- ja 60-luvuilla kansi-, julistesuunnitteluun, valokuvaukseen ja kuvitukseen ei panostettu siinä määrin kuin nykyisin. Kuitenkin jo 1960-luvulla tiedostettiin kuluttajan merkitys äänitteiden myynnissä. Kansisuunnittelu kohdistettiin eri kuluttajaryhmille ja levyjen kansissa näkyi persoonallisempaa suunnittelua (60-luvulla Beatles, 70-luvulla Pink Floyd). 1980-luvulla suunnittelijat, kuten esimerkiksi Neville Brody, antoivat oman leimansa musiikkibisnekseen. Klassisen musiikin osalta kehitys oli hitaampaa. Suunnittelussa siirryttiin vapaampaan suuntaan ja otettiin vaikutteita kevyemmästä pop-musiikista vasta siirryttäessä 90-luvulle. Siihen asti kannet viestivät arvokkuutta, pysyvyyttä, muuttumattomuutta ja pastoraali-

6 Muikku. 1989:15
7 Edge. 1991:91-99

suutta. Muutoksen myötä aloitettiin myös vakavampi yhteistyö ammattivalokuvaajien, suunnittelijoiden ja kuvittajien kanssa.⁸ 90-luvulla perinteiset henkilövalokuvat tai esimerkiksi koko orkesterista otetut valokuvat ovat saaneet väistyä ja tilalla nähdään eri tavoin toteutettuja (muuttuneet kuvakulmat, valaistus, kuvan tarkkuus jne.) valokuvia. Myös uusi kuvankäsittelytekniikka mahdollistaa erilaisten tehosteiden käytön esimerkiksi transparenssieffektit, joissa lopullinen kuvapinta muodostuu erilaisten läpikuultavien pintojen päällekkäisyyksistä.

Cd-levyt valtasivat äänilevyteollisuuden markkinat nopeasti ja melko täydellisesti pian sen jälkeen kun ne 80-luvun alussa tulivat markkinoille. Suunnittelijat ovat uusien haasteiden edessä tyydyttäkseen sekä markkinoinnin – että esteettisyyden vaatimukset. Uusi koko 12x12 cm vaatii suunnittelijaltaan enemmän huomioita, tarkkuutta, täsmällisyyttä ja mielikuvitusta.⁹

Levy-yhtiöt ovat tiedostaneet, että kannet edesauttavat markkinointia. Yleensä ajatellaan, että musiikki on vain ja ainoastaan tärkein elementti levyä ostettaessa, kuitenkin valintaan vaikuttavat monet muutkin seikat. Kannen tulisi olla yhtäläinen, tunnelmaltaan yhdenmukainen suhteessa sisältöön. Hyvä suunnittelija ja suunnittelu ottaa huomioon enemmän kuin yhden aistin.¹⁰

Levykansisuunnittelun historiassa voidaan nähdä siis erilaisia vaiheita ja erityispiirteitä, mutta perusasiat kuten kohderyhmän tiedostaminen, ostajan houkuttelu erilaisin keinoin (kirjaset, valokuvat jne.) on tiedostettu jo hyvinkin varhain. Pop-musiikin puolella artistin nimen ja julkisuuden saavuttamiseksi yksilöllisyyteen pyrkiminen ja erikoisuuden hakeminen ovat olleet ensiarvoisen tärkeitä.

Klassisen musiikin puolella on otettava huomioon kaksi tekijää artisti ja säveltäjä, jotka usein vielä edustavat eri aikakausia. Sisäl-

8 Edge. 1991:91-94,100

9 Pfeifer. 1992:8

10 Pfeifer. 1992:8

töä (musiikkia) tukevaa suunnittelua edustavat levynkannet, joissa on saman aikakauden maalaustaidetta kuin mitä kyseisen levyn sisältö edustaa. Tällöin kytkeä taidehistoriasta musiikin historiaan on näkyvästi esillä. Loogisesti ajateltuna lienee kyseenalaista sekoittaa hyvin erityyppisiä aineksia keskenään eli pistää vanhaa musiikkia hyvin poikkeaviin raameihin. Perinteisesti esimerkiksi kirjankansisuunnittelun lähtökohdaksi on ollut se, että kirjan kannen tulisi olla yhdenmukainen kirjan sisältöön nähden ja kirjan kannen suunnittelijan tulisi tästä syystä tuntea hyvin kirjan sisältö jo ennen kuin hän alkaa suunnitella kantta.¹¹ Kuitenkin tätä käsitystä vastaan voidaan nähdä esimerkiksi tämän ajan mainonnassa käytettävät ns. post-modernit piirteet, joissa mainokset erotetaan hyvin kauaksi varsinaisesta asiayhteydestään. Eräänä esimerkkinä tästä tv-mainonta, esimerkiksi Arlan tai Olvin mainokset.

Uusi musiikki tarjoaa suunnittelijalle aikaisempaa enemmän mahdollisuuksia – tai ainakin tulisi tarjota. Onhan levyn sisältämä musiikki jo itsessään erilaista verrattuna varhaisempaan musiikkiin. Levynkansisuunnittelun apuna voidaan käyttää kehittyneitä tietokoneohjelmia, joiden avulla mm. teksti ja kuvapintojen työstäminen ja uudelleen muokkaaminen on mahdollista. Tällöin on esimerkiksi mahdollista valokuvaa manipuloimalla irrottaa soittaja ”oikeasta” taustastaan ja liittää mihin vain toisesta kuvasta otettuun taustaan. Uusien tekstityyppien myötä myös tekstipinnan mahdollisuudet kasvavat. Elävyyttä voidaan siis saada aikaan myös erilaisten tekstityyppien avulla. Uudempi graafinen suuntaus käyttää paljon pieniä kirjainkokoja ja suuria rivin- ja sanojen välejä yhdistettynä kirjainten pieneen x-korkeuteen (= kirjainkoko joka saadaan kirjainten korkeudesta x,a,s jne. ilman esimerkiksi kirjainten t tai j ylä- tai alapidennyksiä).¹² Myös suuret versaali -kirjaimet ovat hyvin yleisiä, mutta niidenkin käytössä noudatetaan usein pientä h -korkeutta.

11 Williamson. 1985:347-355

12 Esim. Williamson. 1985:33, 135-138

Levyteollisuus tarvitsee ns. myyntiartikkeleita turvatakseen yhtiönsä menestyksen musiikkimarkkinoilla. Levyjen kannet halutaan saada ulkoasultaan mielenkiintoisiksi, myyviksi ja houkutteleviksi niin, että ne yhdessä sisällön (artistit, säveltäjät, kokoonpanot jne.) kanssa toimisivat mahdollisimman monella tasolla. Tällöin musiikki on ainakin markkinoinnin ja mainonnan kannalta riippuvainen ulkoisista kuvallisista ja visuaalisista tekijöistään.

9. JULISTEEN HISTORIAA

”Juliste on ennen muuta käyttötaidetta. Sen voidaan nähdä olevan eräänlainen visuaalinen viesti, joka parhaimmillaan toimii kuin punainen liikennevalo ympäristössään. Hyvä juliste on iskevä, selkeä ja esteettisesti tehoava. Se viittaa aina johonkin ja näin ollen sillä on suhde sekä katsojaan että ympäristöön. Koska juliste on sidoksissa aikaansa se tällöin myös ilmentää kyseisen ajan arvoja ja ideologioita.”

– Maila-Katriina Tuominen¹

Taide on ihmisen luomaa. Kuvat ja sanat muodostavat yhdessä kommunikointikielen. Jos taide on ensisijaisesti luotua eikä niinkään kommunikaatiota, voidaan ajatella, että julisteet ovat vähempiarvoisia kuin muu taide. Silti julisteet ovat olleet yhteydessä maalaustaiteeseen, vaikuttamassa muotoon ja kehitykseen/suuntiin.²

Julisteet kytkeytyvät koko kuvataiteen historiaan. Ne eivät ole irrallaan, sattumoisin kaltaisekseen muotoutuneita ilmiöitä. Julistetaiteen vaiheisiin kutoutuvat niin jugendin koukerot, futurismin ja kubismin muodot, venäläisen avant-garden systematiikka, Bauhauskoulun konstruktivistinen järjestelmällisyys tai fotomontaasin mahdollisuudet.³

Julisteen historiaa voidaan peilata mainonnan alkumuotojen kautta ja ulottaa aina Mooseksen lakitaulun julkistamisesta, antiikin Kreikan kautta keskiajalle ja Gutenbergin kirjapainotaidon kehittymiseen. 1700-luvulle asti mainonnasta huolehtivat huutajien ammattikunta ja sääty-yhteiskunnan ajalla mainonnan vanhimpia muotoja olivat mm. kirkon ovelle naulatut kuulutukset ja liikekilvet käsityöläisten työhuoneitten ja myymälöiden ulkopuolella.⁴

Jo muinaiset egyptiläiset ja kiinalaiset käyttivät nykyaikaisen ulkomainonnan keinoja kertoessaan myytävistä tuotteista ja yhteis-

1 Tuominen. 1989:10

2 Barnicoat. 1985:7

3 Tuominen. 1989:10-11

4 Honkanen. 1983:11

kunnallisista tapahtumistaan. Julisteiden ja esimerkiksi ulkomainonnan merkitys ei ole vähentynyt edes nykyaikaisen tietoliikennetekniikan myötä. Suomessa ulkomainonnalla on perinteitä yli neljäkymmenen vuoden ajalta.⁵ Nykyaikaisen julisteen alkulähde on Japanissa 1700-luvulla. Japanista se tuli Yhdysvaltojen kautta Eurooppaan 1800-luvulla. Ranskassa ensimmäiset julisteet ilmestyivät jo vallankumouksen aikaan vuonna 1792. Ensimmäiset kaupalliset julisteet tehtiin Napoleonin aikana 1810–1820.⁶ Silti vielä 1800-luvulla päähuomio keskittyi lähinnä kirjojen ja aikakauslehtien painamiseen ja suunnitteluun.⁷

Julisteet olivat kuitenkin tulleet jäädäkseen. Siitä lähtien kuin Theodore Littfass vuonna 1855 pystytti ensimmäiset julistepylväät Berliinin kaduille, julisteiden vaihtumisesta katukuvassa tuli eurooppalaisen kaupunkiympäristön leimallinen osa. 1800-luvun puolivälistä lähtien vuosisadan vaihteeseen saakka julisteet olivat erityisesti Pariisin katujen päivittäistä taidetta, koska niitä tekivät maineikkaat taidemaalarit, taitavasti ja kunnianhimoisesti. Tuon ajan julisteet ovatkin osa taiteiden yleistä historiaa, ja usein muistetaan esimerkiksi Henri Toulouse-Lautrec nimenomaan belle epoguen tunnetuimpana julistetaitelijana eikä lainkaan sinä loistavana taidemaalarina jona taidehistoria hänestä varsinaisesti kertoo.⁸ Englannissa juliste oli yhteydessä graafiseen kuvaperinteeseen ja muihin kirjapainotuotteisiin. Ranskalainen juliste taas vastaavasti nojasi korkeampaan taiteeseen ja sai virikkeitä mm. maalauksista ja veistoksista.⁹

Jules Chéretä (1836–1932) pidetään tiennäyttäjänä 1800-luvun julistetaitelle sekä taiteellisen värijulisteen isänä. Hän paranteli jo aiemmin keksittyä painomenetelmää, litografiaa. Tällä menetelmällä hän painoi värijulisteita jo vuonna 1866.¹⁰ Chéret kannatti julistesuunnittelussa visuaalisen muodon yksinkertaistamista, ideat on julisteessa ilmaistava yksinkertaisesti ja suoraan. Chéret löysi

5 Kirjapainotaito-graafikko. 6/1987:54-55

6 Honkanen. 1983:12

7 Rouard-Snowman. 1992:8

8 Kirjapainotaito-graafikko. 6/1987:54-55

9 Hovi. 1990:9

10 Hovi. 1990:167-168

myös uudenlaisen gallerian töilleen – kadun. Julisteista tuli tällöin massojen taidetta. Hän vaikutti moniin nuoriin tekijöihin kuten Toulouse-Lautreciin, Bonnard:n ja Seurat:n sekä myöhempiin suuntauksiin, kuten esimerkiksi Art nouveau:n.¹¹

Art nouveau hallitsi Eurooppaa ja USA:ta tämän vuosisadan vaihteessa. Art nouveaun syntyyn vaikutti englantilainen Arts and Crafts liike, mutta se sai yksilöllisiä piirteitä eri Euroopan maissa ja USA:ssa. Tyyliille oli ominaista koristeellisuus, ornamenttien käyttö ja lineaarisuus. Varsinkin Pariisissa vaikutteita saatiin Japanilaisesta grafiikasta.¹²

Kuuluisin tämän tyylikauden edustaja oli ranskalainen Henri de Toulouse-Lautrec (1864–1901), jonka julistetuoannossa japanilaisvaikutteet tulivat esille. Toulouse-Lautrec sai kuviensa aiheet lähiympäristöstään klubeista ja kahviloista ja ne oli suunnattu tuon ajan kuluttajille.¹³

Salonkien taidetta arvosteltiin vanhakantaisuudesta, mutta samalla Degas ja Monet herättivät paheksuntaa aihevalinnoillaan. Suurikokoiset julisteet näkyivät Pariisin bulevardien seinillä, niistä oli tullut tuon ajan seinäfreskoja ja ne olivat saaneet statuksensa. Kuitenkin ne aiheet, jotka olivat sopivia kaduille eivät olleet hyväksytyjä salongeissa. 1800-lopun julisteet tekivät vallankumousta sekä kuvan teknisellä että aiheisällön alueella.¹⁴

1890-luvulla julisteiden suosio oli huipussaan. Julisteista tehtiin erikoissarjoja keräilijöitä varten, niitä jopa varastettiin katujen varsilta. Pariisissa ja New Yorkissa järjestettiin julistenäyttelyt ja aiheesta kirjoitettiin ensimmäiset julkaisut.¹⁵ Julisteen tehtävä oli tällöin ennen muuta esteettinen. Suostuttelu ja valistaminen olivat vieraita tahokeinoja 1890-luvulla, mutta sen tuli vietellä kuluttajat.¹⁶

1900-luvun vaihteessa Art nouveau vaihtui vähitellen moderneihin suuntauksiin, joissa ornamenttiikka korvattiin funktionalisuu-

11 Barnicoat. 1985:12-24

12 Barnicoat. 1985:29,35

13 Hovi. 1990:168-169

14 Hovi. 1990:169

15 Barnicoat. 1985:42

16 Hovi. 1990:169

della. Tämän vuosisadan alussa haettiin uutta (structural order) järjestystä lähinnä kubismin, De Stilj'n ja konstruktivismiin keinoin. 1920–1922 julistetaide jakaantui kahteen suuntaan. Berliinissä syntyi 1917–1923 dadaistinen fotomontaasitekniikka, joka vaikuttaa tänäkin päivänä ja Weimarissa Bauhaus-tyyli joka nousi kolmekymmenluvulla merkittäväksi vaikuttajaksi Paul Kleen ja Wassily Kandinskyn vaikutteista.¹⁷ Bauhaus-julisteissa tekstistä tulee kuvitus, joskin tekstin ja geometrisen kuvan yhteys on erittäin monivivahteinen. Myös Sveitsin julistetaide sai vaikutteita Bauhaus-tyylistä.¹⁸ Sveitsin koulun selkeä, pelkistetty, koruton, jopa ankarakin tyyli yhdistellä kuvaa ja tekstiä saavutti mainetta 50-luvulla pääsuunnittelijoinaan Max Bill, Otto Treumann ja Joseph Muller Brockmann.¹⁹

1930-luvulla berliiniläisdadaistinen surrealisismi ja venäläinen fotomontaasitekniikka yhtyivät kubismissa. 1940-luvulta lähtien 1960-luvulle ryhmä taiteilijoita alkoi tehdä julisteita: Pablo Picasso, Joan Miró, Georges Braque, Fernard Léger, Henri Matisse jne. Heidän julisteensa esiintyvät usein julistehistorioiden luetteloissa, mutta heidän merkityksensä joukkoviestinnän kehityksessä on melko vähäinen.²⁰

1960-luvun lopulla kehiteltiin USA:ssa ilmaus ”visual communication”, jonka tarkoituksena oli yhdistää typografia, julisteet, lay-out, kuvitus, logosuunnittelu jne palvelemaan esimerkiksi yrityksiä tai instituutioita. Visuaalisen identiteetin luomisesta tuli tärkeä osa graafista suunnittelua ja julisteesta tällöin osa sitä.²¹

Suomessa ensimmäiset kuvalliset julisteet ovat 1800-luvun alkupuolelta. Varhaiset julisteet palvelivat niin kirkon kuin kulttuurielämänkin kysyntää. Teatteri ja sirkusseurueet olivat kuvajulisteiden edelläkävijöitä. Vaikka samaan aikaan oli jo esimerkiksi konserttijulisteita, ne eivät olleet kuvitettuja. Samassa julisteessa saattoi olla

17 Barnicoat. 1985:73-85

18 Honkanen. 1983:13

19 Rouard-Snowman. 1992:8

20 Honkanen. 1983:13

21 Rouard-Snowman. 1992:9

useita eri kuva-aiheita. Kuva-aiheissa suosittiin erityisesti kummallisuuksien esittämistä, kuten henkilöiden fyysisiä poikkeavuuksia. Kuvilla pyrittiin vetoamaan ihmisten uteliaisuuteen ja sensaationnälkään.²²

Vuosisadan vaihteen Suomen kulttuurikuva oli kansainvälinen kuin yleensä enää muistetaan tai ymmärretään. Eurooppalaisen sivistyksen valtavirrat kulkivat sekä (kansainvälisimmän kaupunkimme) Viipurin kautta Pietarista että Itämeren yli suoraan Saksasta ja Euroopan mannermaalta. Niinpä myös oman julisteemme perinne liittyy samaan eurooppalaiseen kulttuurikauteen, eli Akseli Gallen-Kallelan ensimmäiset julisteet kuuluvat kaudelle ominaisena ilmiönä sen loppujaksoon.²³

Suomalaisen julistegrafiikan kehitys ja vakiintuminen sai alkunsa pääosin vuonna 1954 Björn Landströmin aloitteesta perustetun Mainosgraafikot -yhdistyksen ryhdyttyä tarmokkaasti esiintymään julistemainonnan puolestapuhujana ja järjestämään kunnianhimoisesti tehtyjen originaalijulisteiden näyttelyitä. Oma merkityksensä oli myös joitakin vuosia myöhemmin pidetyllä Finlandia-julistekilpailulla sekä 60-luvun lopulla Taidehalliin kootulla laajalla kansainvälisellä Kadun galleria -näyttelyllä.²⁴

Graafikot hakivat virikkeitä pääosin sveitsiläisten julisteiden ideologiasta ja muotokielestä. Samoista lähteistä virisi neljäkymmentä vuotta sitten myös suomalainen ulkomainonta. Sveitsiläinen malli oli niin hallitseva, että vasta puolalaisten kulttuurijulisteiden maailmanmaine sai aikaan uudenlaisen ajatusmallin ja vaihtoehdon myös suomalaiseen julistegrafiikkaan.²⁵

Suomalaisen julisteen historiankirjoitus päättyy siihen, mistä julistegrafiikkamme nykykehitys samoin kuin ulkomainontamme historia alkaa. Kolmen viime vuosikymmenen ajalta julisteen kult-

22 Hovi. 1990:164

23 Kirjapainotaito-graafikko. 6/1987:54-55

24 Kirjapainotaito-graafikko. 6/1987:54-55

25 Kirjapainotaito-graafikko. 6/1987:54-55

turikuva odottaa tutkijaansa, eikä ulkomainonnan osuutta ympäristökulttuurin kehityksestä puolestaan juuri julkisuudessa tunneta, koska tutkimus- ja kehitystyö pidetään pääosin alan sisäisenä tietona.²⁶

Valokuva ja piirtäminen ovat vuorotelleet julisteissa sitten kuusikymmenluvun. Valokuvapohjaiset julisteet lienevät juuri tällä hetkellä vähemmistönä. Muutenkin kuvankäsittelyn mahdollisuuksien laajentuessa tiukkarajainen jako valokuvaan perustuviin julisteisiin ja piirrettyihin julisteisiin on rikkoutunut. Julisteiden yhteydessä ei ole puhuttu postmodernismista, mutta selvästi tämä aikakausi on elektinen, vanhoista kuvista uudelleen asioita sommitteleva. Julisteisiin lainataan ja yhdistellään historiallisia kuvia; valokuvaa, kuvataidetta, ja käyttögrafiikkaa. Mukaan saattaa liittyä värien muuttamista ja vääristelyä.²⁷

²⁶ Kirjapainotaito-graafikko. 6/1987:54-55

²⁷ Aartomaa. 1993:10

10.1 Erityispiirteiden yhteneväisyys

Päivi Hovi mainitsee tutkimuksessaan mainoskuvalle kolme keskeistä erityispiirrettä, funktiosidonnaisuus, alkuperäkysymys ja anonyymisuus.¹ Koska nämä piirteet soveltuvat mielestäni myös julisteisiin sekä CD-levynkansiin, käsittelen niitä lähemmin. Nämä kolme keskeistä kysymystä tai piirrettä ovat riippuvuussuhteessa toisiinsa. Mainoskuvan funktiosidonnaisuus tarkoittaa tässä yhteydessä sitä, että kaupallinen koneisto (tilaaja) antaa julisteelle sen esteettiset tarkoitusperät. Taiteilija antaa kuvalle sen esteettisen muodon. Korkeamman taiteen puolella funktio on Hovin mukaan esteettinen elämys.² Tämä Hovin varsin jäykähkö lausuma herättää kysymyksen siitä, miksei näitä edellä kuvattuja sitten voisi yhdistää niin, että mainoskin voisi olla esteettinen elämys, mielenkiintoinen ja haasteellinen. Julisteen ensisijainen tarkoitus ei tulisi olla pelkkä kaupan tarjousplanssi, jossa tärkeimpinä elementteinä ovat esimerkiksi tuotteen hinta ja tuotenimi.

Kuvan funktio määrittelee sen mainoskuvaksi. Funktio on suunnattu vastaanottajaryhmille eli ei pelkästään kuluttajille vaan yleisimmin kuvan käyttäjille, sillä vastaanottajina on muitakin ryhmiä kuin varsinaiset kuluttajat. Tässä tapauksessa suunnattu funktio on myynnin edistäminen, markkinointi.³ Kuitenkin myös julistesuunnittelussa vastaanottajien tiedostaminen on tärkeää, unohtamatta esimerkiksi tiedottamista, informaatiota.

Mainoskuva on käyttökuva, sillä on tietty tarkoitus, miksi se tehdään. Sen käyttötarkoitus on etukäteen määritelty. Yleisesti ottaen mainoskuva on viesti mainostajalta kuluttajalle. Viestin tulee olla selkeä ja ymmärrettävä, jotta se menisi perille. Taiteilija on riippuvainen funktiosta ja esteettiset pyrkimykset on alistettu funktion tarkoitus-

1 Hovi. 1990:14

2 Hovi. 1990:14-15

3 Hovi. 1990:14

periin.⁴ Tämän seikan kohdalla julisteella on enemmän pelivaraa. Julisteen on tarkoitus herättää huomiota ja siinä usein tekstin määrä on vähäisempi kuin mainoskuvassa. Julisteen huomioarvo saattaa lisääntyä jos viesti ei olekaan liian alleviivaavaa. Alkuperäkysymyksestä voidaan todeta, että mainoskuvalla ja julisteella on merkitystä vain monistettuna. Jokainen mainoskuva on myös painoksessa tasa-arvoinen. Originaalilla ei monistuksen jälkeen ole tehtävää. Korkeamman taiteen puolella originaali on yleensä merkittävin. Jos kyseessä on taidegrafiikka, josta on otettu useampia vedoksia, ne ovat taiteilijan merkitsemä.⁵

Anonyymisyys liittyy myös sekä julisteeseen että Cd-levyyn. Korkeamman taiteen tuotteet ovat yleensä signeerattuja, ja ne ovat tekijäkeskeisiä. Myös mainoskuva voi olla tekijänsä merkitsemä, mutta korkeamman taiteen tuotteissa tekijän persoonallinen osuus on merkittävä ja tekee teoksesta ainutlaatuisen.⁶ Kuitenkin nykyisin julisteissakin voidaan usein erottaa pieni printti, jossa näkyy suunnittelijan nimi. Tätä ei voi varsinaisesti verrata signeeraukseen, mutta se osoittaa kuitenkin tekijän. Toisaalta tiimityön merkitys lisääntyy ja on omiaan heikentämään suunnittelijoiden omaa leimaa. Ilmaisuu tai ns. käden jälki on kuitenkin mahdollista nähdä julisteessa. Hyvä mainos tai juliste voi mielestäni kyllä olla tekijänsä näköinen, persoonallinenkin, tietenkin sellaisella varauksella, että kokonaisuuden ajatus on säilytettävä tai palveltava käyttötarkoitustaan.

Mainoskuvan ja julisteen julkistaminen tapahtuu katujen varilla, joukkotiedotusväliseissä ym. Ne ovat suuren yleisön ulottuvilla ilman aukioloaikoja, sisäänpääsymaksuja ja sosiaalisia rajoituksia. Kun taas korkeamman taiteen tuotteet julkistetaan useimmiten tarkoin määrättyssä ja rajatussa ympäristössä (näyttelyt, museot, taidegalleriat).

4 Hovi. 1990:14

5 Hovi. 1990:15

6 Hovi. 1990:16

10.2 Merkkisysteemit ja viittaussuhteet

Julisteissa ja mainoksissa käytetään nykyisin paljon piilomerkityksiä, joilla pyritään vaikuttamaan esimerkiksi katsojan alitajuntaan ja tunteisiin. Pelkkää informaatiota sisältävä viesti ei jää ihmisten mieliin nykyisessä kuva- ja tietotulvassa. Tarvitaan siis eräänlaisia herätteitä, joiden avulla luodaan mielikuvia. Näin ollen voidaan nähdä, että julisteiden merkitystasojen avautuminen riippuu katsojasta itsestään, kulttuurista jne.

Merkkisysteemit ja viittaussuhteet ovat käsitteiden määrittelyn kannalta hieman ongelmallisia. Tämä johtuu osaksi siitä, että näitä käsitteitä käytetään hyvin erilaisissa yhteyksissä. Ne ovat kuitenkin hyvin oleellinen ja mielenkiintoinen osa, etenkin jos tarkastellaan visuaalisia tuotteita esimerkiksi mainoksia tai julisteita.

Kulttuuri vaikuttaa mm. mainosten käyttämiin aiheisiin. Mainonnan käyttämä mytologia tulee jo suoraan saduista, legendoista ja sankareista. Viimeisin kehitysaskel on selkeiden näyttämöjen tai tulkintojen tietoinen välttäminen. Näin syntyvät tuotemerkkejä, tuotteita ja totuttuja esittämisen tapoja rikkovat surrealistiset mainokset. Vallitseva kulttuuri säätelee kuitenkin ne rajat joissa pysytään. Mihintahansa tuotteeseen ei voi assosoida mitä tahansa merkityksiä. Roolit ja kulttuurin ytimessä olevat merkitykset (arkipäiväiset asiat) ovat tärkeitä. Mainos toimii tehokkaasti silloin, kun se työstää kulttuurin ytimessä olevia merkityksiä.⁷

Kulttuurisen taustan muuttumisesta johtuen onkin varsin kärkeä jätetty väitetty, että joku tulevaisuuden arkeologi varsin todennäköisesti ei pysty erottamaan rockvideota ja mainosfilmiä tai edes aikakauslehden henkilöhaastattelua ja deodoranttimainosta toisistaan.⁸

7 Heiskala. 1991:38-41

8 Heiskala. 1991:42

Oli miten oli, tullakseen ymmärretyksi julisteen tai mainoksen täytyy nojata kulttuurin sosiaalisiin tapoihin ja tullakseen kiinnostavaksi niiden täytyy käsitellä kulttuurin ytimessä olevia merkityksiä.⁹

Katherine McCoy ottaa kantaa asiaan vuoden 1995 Eye-lehden haastattelussa. Hänen mukaansa graafinen suunnittelu heijastelee omaa kulttuuriympäristöään silloin, jos se on rehellistä. Rehellistä yleisölleen ja ajalleen. Päävastuu on siis tällöin hänen mukaansa suunnittelijalla. McCoy peräänkuuluttaa ei niinkään kerroksellista muodon etsimistä vaan merkityksiä. Ensimmäinen vilkaisu on näennäisesti jonkinlainen. Jos katsot samaa julistetta seinälläsi kolmen kuukauden ajan, mitä löydät jatkossa, jos jatkat tarkastelua?¹⁰

Kerroksellisuus sopii nykyajan yhteiskuntaan McCoyn mukaan siksi niin hyvin, että maailma on myös aavistuksen omainen, vaikeasti määriteltävä ja kopleksinen. Yksinkertainen musta-valkoajattelu ei hänen mukaansa yksinkertaisesti enää toimi. Graafinen suunnittelu, joka yrittää tehdä asiat liian yksinkertaisuutta korostaen, ei tuo juuri hyötyä. Hänen mukaansa on mahdollista ja välttämätöntäkin työskennellä siten että lopputulos on sekä kompleksista että kuitenkin ymmärrettävää. Ensimmäinen kerros on se, mikä nähdään heti, sisäistetään heti, toiset ja kolmannet piilossa olevat kerrokset ovat tarkkaan mietittyjä ja harkittuja.¹¹

Myös nykyjuliste pelaa merkiksisysteemillä ja viittaussuhteilla. Ne edellyttävät katsojaltaan mutkikkaiden koodiainesten hallintaa. Kun taide viittaa omaan historiaansa ja perinteeseensä se reflektoi itseään. Kuvatradition tuntemus on edellytys monen aikamme julisteen merkityksen avautumiselle (esimerkkinä Mona Lisa ja Rafaelin Sikstiiniläismadonnan jalkojen juuressa tarkkailevat enkelit, joiden hahmoja on nykyisin käytetty niin postikorteissa, julisteissa, kansioissa, vihkoissa kuin kankaissakin jne.). Jos juliste peilaa niin moni-

9 Heiskala. 1991:43

10 Poynor. 1995:13

11 Poynor. 1995:13-14

mutkaisilla merkeillä, että ne edellyttävät kuvahistorian syventäviä opintoja, ei viesti mene perille.¹²

Läntisessä eurooppalaisessa kulttuurissa viestinnälliset funktiot ovat olleet keskeisiä. Kuvataiteen ja käyttögrafiikan tyyli eivät välttämättä aina kulje tasatahtia, mutta se tyyli, mikä näkyy selvästi julisteissa jopa eri puolilla maailmaa, on käsitetaide. Julisteista on tullut käsitetaiteen keinoin vivahteikkaampia eikä niitä ole niin helppo ymmärtää kuin ennen. Esimerkiksi japanilaisissa julisteissa on paljon käsitetaiteeseen luettavaa. Jopa monet kaupalliset julisteet sisältävät sellaisia viittauksia, etteivät ne avaudu ainakaan länsimaiselle katsojalle helposti.¹³

Nuori polvi kasvaa luontevasti nykyajan kuvatulvaan ja oppii lukemaan monentasoisia viestejä aivan eri tavoin kuin ennen, joten julisteidenkin voi ajatella muuttuvan silmänräpäyksessä tajuttavista kuvista syvällisempiin viesteihin.¹⁴

Kulttuuriperintöä ei siis voi erottaa visuaalisista viesteistä, olipa sitten kysymys mainoksista, julisteista tai mainoskuvista, jotka kuitenkin kaikki ovat saman asian hieman erilaisia ilmenemis-
muotoja.

10.3 Taideteoksen merkkiluonne

Taustoja käsitteille ja niiden merkityksille voidaan esimerkiksi hakea niin taideteoksen kuin mainoksien käyttämistä malleista. Taideteoksia on tutkittu paljon ja näkemykset ovat vaihdelleet kulloisenkin taidekäsitteen mukaan. Ennen taideteoksen sanottiin jäljittelevän todellisuutta, myöhemmin sitä pidettiin taiteilijan tuntojen ilmaisu-

12 Tuominen. 1989:10-11

13 Aartomaa. 1993:8-10

14 Aartomaa. 1993:8-10

keinona ja nykyään nähdään taideteos merkkinä, symbolina tai jopa tekstinä.¹⁵

Vaikka tässä tutkielmassa ei käsitellä julisteita tai cd-levyjä taideteoksina, voidaan kuitenkin lähteä siitä ajatuksesta, että ideoita ja näkemyksiä on mahdollista ottaa ja soveltaa läheisestä kulttuurikentästä. Seuraavassa taideteosta käsitellään professori Lauri Olavi Routilan Miten teen tiedettä taiteesta -kirjan esittämien mallien pohjalta. Häntä on myös esitellyt ja tutkinut Jyri Vuorinen kirjassaan Taideteos merkkinä. Routilan teoriassaan voidaan nähdä yhtymäkohtia sekä perinteiseen semiotiikkaan että fenomenologiaan.¹⁶

Routilan esityksen perustana on ajatus, että taideteokset ovat merkkejä ja viittaavat siten johonkin. Taide on aina yhteydessä taideteokseen. Taidetta ei olisi, ellei olisi taideteoksia. Jos taideteokset ovat merkkejä voidaan muodostaa kysymys: mitä olioita taideteokset ovat? Taidetta lähestytään taideteoksen kautta, sillä ilman taideteoksia ei olisi taidettakaan. Se, mitä taiteen oletetaan olevan, riippuu siitä, mitä olioita taideteoksen ajatellaan olevan. Merkki-käsite ei tässä yhteydessä ole ainoa reitti kohti taideteoksen olemusta, mutta se on eräs lähtökohta.¹⁷

Taideteosta määräävät ominaisuudet eivät ole luonteeltaan esi-neellisiä tai materiaalisia. Taideteokset tarkoittavat, merkitsevät, ilmaisevat tai sanovat jotakin, jolloin taideteos on esine tai asiantila, joka ilmenee aineellisessa todellisuudessa, sanoo tai ilmaisee aineellisella hahmollaan jotakin. Kuitenkin taideteos on kaksitahoinen. Aineellisen esineen lisäksi teokseen liittyy merkitys – ei materiaallinen, ideaalinen todellisuus, eräänlainen merkitysten maailma. Kuitenkaan ei ole hyväksi jakaa taideteosta kahtia esineeseen ja esteettiseen objektiin. ”Taideteosta ei olisi ellei inhimillinen ihminen olisi pelissä mukana: ilman henkeä, siis tarkastelevaa, lukevaa kuuntelevaa ihmistä teos olisi vain luonnonolio”.¹⁸

15 Vuorinen. 1996:14-31

16 Vuorinen. 1996:149

17 Vuorinen. 1996:46

18 Routila. 1986:52

Taideteos on fyysinen esine, jota puhtaassa muodossaan ei ole olemassakaan, vaan taideteos on jonkin olion taideteoksena olemista. ”Voidaksemme puhua taideteoksesta nimenomaan taideteoksena joudumme ajatuksissamme puhdistamaan esinettä sen sellaisista ominaisuuksista, jotka eivät ole relevantteja sen taideteoksena olemiselle. Fenomenologien kieltä käyttäakseni sulkeistamme nämä ominaisuudet ja koetamme saada esille sen olion, joka itse asiassa on tuo esineellinen taideteos”.¹⁹

Routila sulkee huomion ulkopuolelle sellaisia ominaisuuksia taideteoksessa, jotka eivät ole tärkeitä kohteen taideteoksena olemisen kannalta. Esimerkkinä tästä voisivat olla patsaan materiaalin kemiallinen koostumus tai kehtolaulun lasta nukuttava vaikutus.²⁰ Käsitteellisten keinojen avulla on mahdollista formuloida fyysisen esineen ja taideteoksen välistä olemistapaa koskevaa eroa, unohtamatta, että taideteosta ei olisi ilman fyysistä esinettä, joka ”toimii” tai on taideteoksena.²¹

Tässä yhteydessä voidaankin puhua paitsi taiteen ontologiasta, (taideteoksen olemistavan selvittämisestä) myös taiteen metafysiikasta. Taiteen ontologia on osa suurempaa kokonaisuutta, jota Routila nimittää taiteen metafysiikaksi. Taiteen ontologia on yritys muodostaa sellainen teoria, joka ei kiinnitä erityistä huomiota eri taiteenalojen erilaisuuteen. ”Sen eräänlaisena pääaiheena voi pitää kysymystä: Mikä rakenteellinen tekijä määrää jokaista taideteosta ja saa aikaan sen, että esine on nimen omaan taideteos?”.²² Kun vastaus tiedetään, on mahdollista valita joidenkin periaatteiden avulla taideteoksia kaikkien esineiden joukosta. Tällöin on mahdollista tunnistaa taideteos. Periaatetta, jolla valitaan ja tunnistetaan taideteoksia, voitaisiin kutsua myös taiteen määritelmäksi.²³ Metafysiikaksi voidaan kutsua sellaista tutkimusta, joka ”käsittelee oleellisesti fyysisten esineitten oleellisesti ei-fyysisiä ominaisuuksia”.²⁴

19 Routila. 1986:47-48

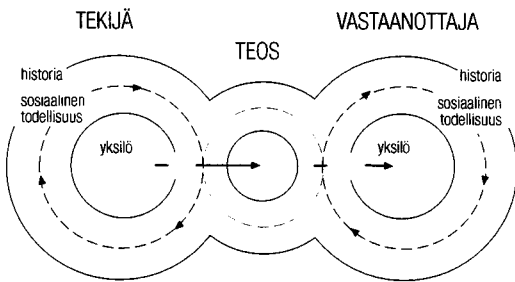
20 Vuorinen. 1996:152

21 Routila. 1986:48

22 Routila. 1986:46-47

23 Vuorinen. 1996:153

24 Routila. 1986:50



Kaavio 1. Esteettisen prosessin kokonaistapahtuma

Taideteokselle on olennaista ja tärkeää se, että se ei ole luonnesine vaan kulttuurisine, artefakti. Artefakteihin voidaan kuitenkin rinnastaa muitakin olioita kuin taideteoksia.²⁵ Esimerkiksi työkalu on artefakti. Työkalu ei ole olemassa luonnonoliona. Kivi muuttuu työkaluksi silloin, kun se otetaan käyttöön, silloin kun sillä tehdään jotakin.²⁶

Routila yhdistää ennen erillään olleet teoriat, jotka olivat joko teos-, taiteilija-, tai yleisökeskeisiä. Tällöin "...teos, tekijä ja vastaanottaja yhdessä muodostavat ilmiön jota kutsumme taiteeksi".²⁷ Kaikki kolme suureta ovat tällöin yhtä tärkeitä. Routila ei teoriassaan pyri vastaamaan kysymykseen mitä ominaisuuksia taideteoksella täytyy olla, jotta se olisi taideteos vaan, kysymys kuuluu: "...miten ovat, miten toimivat ne oliot, jotka ovat taideteoksia." Kysymys ei tällöin ole taideteosten ominaisuuksista vaan suhteiden kentästä, jossa taideteos toimii, ja josta taideteosta ei voi eristää eikä irrottaa.²⁸

"Taiteentutkimuksen kokonaisalueeksi muodostuu tällöin taiteen tapahtumaluonteen kokonaisvaltainen teoreettinen tutkimus." Esteettisen prosessin kokonaistapahtumaa voidaan kuvata kaaviossa, jossa teoksen kenttä sijoittuu keskelle, koska teos on jotakin sellaista, jonka tekijä "antaa" ja vastaanottaja "saa" (Kaavio 1).²⁹

Sekä tekijä että vastaanottaja vaikuttavat osaltaan esteettiseen kokonaistapahtumaan: eri tieteiden osa-alueet lomittuvat yhdeksi kokonaisuudeksi, joita voidaan tarkastella monesta näkökulmasta esimerkiksi psykologian, sosiologian tai historiallisista perspektiiveistä käsin.

Taiteen tapahtumaluonne muuttuu näin ollen esteettiseksi prosessiksi ja tästä päästään Routilan ajatukseen siitä, että taideteokset ovat merkkejä eräänlaisia "esteettisiä viestejä".³⁰ Merkki viittaa jollekin johonkin; sitä ei siis ole ilman merkin käyttäjää. Merkin käyt-

25 Vuorinen. 1996:152

26 Routila. 1986:52

27 Routila. 1986:56

28 Routila. 1986:57

29 Routila. 1986:57

30 Routila. 1986:57-58

täjä voi olla viestin lähettäjä tai vastaanottaja; interpretaattori eli tulkitsija kattaa nämä molemmat. Taideteos on eräänlainen taiteilijan lähettämä viesti vastaanottajalle.³¹

Viestillä on siis aina sekä lähettäjä että vastaanottaja. Lähettäjä valitsee merkkivarastostaan merkkejä sääntöjen eli koodien avulla. Vastaanottaja tunnistaa saapuvia merkkejä ja järjestelee niitä koodia apuna käyttäen kokonaisuuksiksi. Taideteos syntyy, kun merkit koodataan viestiksi, dekodaus puolestaan synnyttää teoksen havainnon. Jos lähettäjällä ja vastaanottajalla on riittävän samanlaiset merkkivarastot ja koodit viestit menevät perille. Tällöin ne muodostavat tulkintayhteisön, interpretantin, johon kuuluvat merkkivarasto ja koodit. Silti viesti sisältää aina vastaanottajalle enemmän tai vähemmän uutta. Merkkien lukumäärän tai yhdistelmien kasvaessa myös viestitkin monimutkaistuvat.³²

Kuva, jonka interpretantti on vastaanottajalla täysin valmiina, on banaali eli maksimaalisen ymmärrettävä, siinä ei tällöin ole mitään katsottavaa vaan sen ymmärtää vilkaisemalla sitä. Vastaavasti kuva, jonka interpretantti puuttuu vastaanottajalta, on originelli eli käsittämätön. Kuvassa on näin ollen maksimaalisen paljon katsottavaa. Jos viestit ovat banaaleja vastaanottaja pitkästyy jos taas originelleja vastaanottaja väsyä. Molemmat termit ovat suhteellisia käsitteitä, jotka riippuvat yksilöllisistä ja sosiaalishistoriallisista tekijöistä. Kuitenkin normaalissa viestissä säilyy hyvä tasapaino originellin eli eräällä tavalla kiinnostavan ja banaalin eli eräällä tavalla kiinnostamattoman välillä.³³

”Taiteen dynaaminen luonne, joka ilmenee yhä uusina kokeiluna, tyylien muutoksina ja sukupolvien välisinä kiistoina, ilmentää toisaalta tajuntamme kyllästymistä tutuksi muuttuneeseen, toisaalta väsymistä liian ”originelliin” teokseen.” Toisaalta nämä kaksi käsitet-

31 Vuorinen. 1996:150-151

32 Routila. 1986:58

33 Routila. 1986:60-61

tä eivät riitä selittämään koko taidehistoriallista kenttää tai ilmiöitä kokonaisuudessaan. Onnistuneessa taideteoksessa on usein kerroksisuutta sekä piilevää moni-ilmeisyyttä.³⁴

10.4 Taideteoksen merkityksistä

Routila ei löydä riittäviä argumentteja estetiikan perusongelmien ratkaisuun niin informaatioestetiikasta, hahmoanalyttisestä eli formalistisesta näkökulmasta kuin forma (muoto) ja materia (aines) käsiteparistakaan. Esteettisen viestin käsite ei Routilan mukaan yksin riitä määrittelemään taideteoksen erityistä olemistapaa. Hän lähteekin ajatuksesta, että taideteos tavalla tai toisella esittää eli representoi todellisuutta. Se on ensinnäkin kansanomaisen käsityksen taiteesta, mutta se on myös ollut lähes kaikkien perinteisten taideteorioiden perusta. Routilan mielestä on vaikea nähdä, että taide olisi koskaan luopunut tästä periaatteesta, varsinkin jos sille sallitaan hyvin laaja muunnelmien ja variaatioiden skaala. Routila näkee myös, että jäljitteleminen ja representoiminen (esittäminen) tässä yhteydessä nähtynä ovat periaatteessa saman taidefilosofian kaksi eri tukipylvästä. Kumpaakaan käsitettä ei pidä ymmärtää ahtaasti niin, että ne tarkoittavat vain suppeaa realismia tai naturalismia.³⁵

Todellisuuskäsite on Routilan mukaan hyvin altis filosofisille muodonmuutoksille. Ei siis ole mitenkään kummallista, että ajatus taiteen todellisuutta jäljittelevästä olemuksesta on sallinut hyvin erilaisia sisällöllisiä muunnelmia. ”Erityisen tärkeä osatekijä näissä muunnelmissa on tapa, jolla ne heijastavat ihmisen muuttuvia asennoitumisia todellisuuteen.” Taidefilosofiset teoriat ovat Routilan mu-

34 Routila. 1986:62

35 Routila. 1986:?

kaan aina myös ihmiskäsityksiä, ja nämä puolestaan todellisuuskäsityksiä.³⁶

Taideteoksen ulkoiseen hahmoon olioistunut merkitys ei ole vain esimerkiksi viestin kasautuminen säännönmukaiseksi järjestykseksi eli hahmoiksi (originellius) vaan ajatus siitä, että merkki viittaa, osoittaa tai näyttää johonkin. Merkin ja sen signatumien yhteyttä Routila valaisee Husserlin fenomenologisen teorian (passiivinen synteesi) avulla. Kun havaitsemme esimerkiksi savua, voi olla, että tajuntamme ei suuntaudu pelkästään savuun, vaan myös siihen mitä assosioimme siihen liittyen. Savun kokeminen toimii tulen kokemuksen mediumina eli välittäjänä. Savu ja tuli muodostavat näin ollen "appresentatiivisen parin". Tällöin savu "appresentoi" tulen eli myötä-esittää sen.³⁷

Routilan mukaan "kun ajattelemme, että taideteos "sanoo", "merkitsee" tai "tarkoittaa" jotakin, oletamme siis, että teoksen omassa todellisuudessa, sen aineellis-esineellisessä hahmossa "näyttäytyy", "esittäytyy", "ilmentyy" toinen todellisuus jota voimme kutsua sen myötätodellisuudeksi." Tämä kuitenkin on vielä liian yleistä ja koskee kaikkia asiantiloja, jotka merkitsevät jotakin. Joten erotukseksi niistä, taideteoksessa myötätodellisuus tulee läsnäolevaksi merkin esineellisessä, konkreettисessa hahmossa. Teoksen merkitys saa näin ollen oliomaisen muodon eli olioistuu teoksen hahmolliseen rakenteeseen.³⁸

Routila täsmentää: "Vaikka kuva ei olisikaan "esikuvansa" kanssa missään järkevässä mielessä yhdennäköinen, vaikka koko puhe "esikuvasta" täytyisi jättää syrjään, kuten hyvin monien teosten kohdalla on aiheellista, teos "esittää" jotakin — jotakin, mitä se ei ole, mutta joka on "siinä". Taideteos voi myös huokua läpi jotakin sellaista, mitä se ei kirjaimellisesti ottaen edes esitä."³⁹

36 Routila.1986:70-74

37 Routila. 1986:76

38 Routila. 1986:77

39 Routila. 1986:77

Olioistumisen käsite tarjoaa Routilan mukaan yleispätevän teoreettisen välineen, jonka avulla mitä erilaisemmat esteettiset käsitkset voidaan yhteismitallisesti hylätä. Myös eräänlainen minimiehto (jonka esteettisen teorian täytyy täyttää, jotta se voisi olla taidetta koskeva teoria) on tällöin mahdollista formuloida.⁴⁰

Merkkejä on erilaisia, Routila ottaa esimerkiksi liikennemerkkin, jonka hän näkee olevan eräänlainen yleispätevä merkki, joka vaikuttaa pelkällä läsnäolollaan luonnonmerkin tavoin. Liikennemerkistä ei ajatella, että joku antaa sen juuri nyt meille, vaan sen merkitys perustuu ns. konventioon, sopimuksen kaltaiseen tilaan. Tilaan, jossa elämme toisten ihmisten kanssa keskinäisessä yhteisymmärryksessä. Sen viittaus on olioistunut merkkiin. Samanlaista yleispätevyyttä voidaan nähdä olevan myös esimerkiksi nuolenpäällä, joka on maalattu seinään. Viestin elementit ovat ryhmityneen hahmoksi, joka viittaa määrättyyn suuntaan.⁴¹

Merkit eivät Routilan mukaan suoranaisesti lisää todellisuudesta saamaamme tietoa vaan pikemminkin edellyttävät sitä. Jotta tulkitsija pystyisi ymmärtämään merkin, hänellä täytyy olla aikaisempaa kokemusta tai tuntemusta asiasta, tai kuten Routila sanoo todellisuudesta. Olipa kyseessä sitten luonnon-, liikennemerkkien tai esimerkiksi kirjainten ja sanojen tuntemus. Merkin tulkitsija ei elä tyhjiössä, josta se astuisi merkkien maailmaan kuin ensi kertaa, vaan tulkitsija elää maailmassa, joka on konkreettinen, muuttuva ja elävä. Tällöin myös merkin teorian täytyy ottaa Routilan mukaan huomioon se, "...että "maailma" jossa ihmiset merkkien käyttäjinä elävät, on konkreettinen todellinen ja samalla sekä intellektuaalinen että emotionaalinen, mitä erilaisimpien älyllisten ja tunneperäisten projektoiden, arvelujen, havaintojen, muistin ja odotusten, toiveiden ja pelkojen konstituima."⁴²

40 Routila. 1986:78

41 Routila. 1986:80

42 Routila. 1986:89-90

11. LAHDEN KAUPUNGINORKESTERIN CD-LEVYJEN KANSI- SEKÄ JULISTESUUNNITTELU

"It does seem that graphic design should reflect its cultural milieu if its honest to its time and its audience. Designers are responsible for a significant part of our society's cultural production, so I think we have a responsibility to produce culturally current work."

– Katherine McCoy¹

Graafinen suunnittelu on aina peilannut sitä aikaa, jona se on tehty. Se on kertonut asenteista ja suunnittelijoiden sekä yleisön maailmankuvasta. Nykyisin ollaan usein sellaisessa pisteessä, että kaikki näyttää samalta –maailmanlaajuisesti. Silti designia tehdään, siihen kulutetaan aikaa, ideoita ja voimavaroja. Jos suunnittelija sortuu pelkästään seurailemaan ajan trendejä – mikä on usein helpoin vaihtoehto – kukaan ei muista, tai ole kiinnostunut hänen töistään enää huomenna. Tarvitaan siis persoonallista otetta.²

Jos katsotaan vanhojen mestareiden töitä huomataan, että heillä jokaisella on erilainen mielikuva tai ajatus laadusta tai ajasta. Kriittisen tarkastelun jälkeenkin ne ovat edelleenkin merkittäviä. Tämän päivän suunnittelu ei saisi tinkiä ajasta tai sortua aina vain halpuihin taloudellisiin ratkaisuihin. Tarvitaan visioita, voimaa ja riskien sietokykyä ja uskoa siihen, että myös erilaista voidaan tehdä. Imitaation ja trendikkyiden ero on tavassa löytää uusia ratkaisumalleja. Verbaalisesti ja visuaalisesti, yleisön mielihyväksi ja hämmästykseksi. Fritz Gottschalk kertoo asian Graphis Design annual -artikkelissaan näin: "Being sensitive to feeling, to their concerns, and incorporate all this into a design solution, that's what makes live more interesting and hopefully richer."³

1 Poynor. 1995:13

2 Gottschalk. 1987:8-9

3 Gottschalk. 1987:8-9

Muun muassa näiden ajatusten innoittamana lähdin tarkastelemaan Lahden kaupunginorkesterin 21 cd-levyä sekä 22 julistetta. Kävin läpi kaikki levynkannet sekä julisteet käyttäen niin apunani kuin myös soveltaen kandidaatintutkielmaani varten luotua luokitte-
telua, joka käsittää yleisluontoisen analyysin suunnittelussa esiintyvistä olennaisista piirteistä. Piirteet ovat samalla helposti havainnoitavissa ja riittävän yleisiä: rajaus, kuva-aihe, tekstityyppi, tekstikoko, sarja sekä aikakausi.

Tämän jälkeen tarkastelin jokaista levynkantta sekä julistetta kokonaisuutena, yrittäen selvittää miten eri osa-alueet toimivat yhdessä ja mitä ajatuksia valinnat (sommittelulliset ratkaisut) herättävät. Mitä levynkansi tai juliste viestii, toimiiko lopputulos vai onko siinä puutteita tai jopa ristiriitaisuuksia.

Painopistealueet eivät ole molemmissa kohteissa samat, sillä julisteiden ja cd-levynkansien erilaiset käyttötarkoitukset, koot jne. asettavat ne tietenkin hieman erilaiseen asemaan. Tällöin niitä on mahdotonta tarkastella täysin samalla lailla. Aikakauden avulla voi kartoittaa hyvin esimerkiksi sitä, viestiikö levynkannen suunnittelu levyn sisältämää musiikkia. Julisteessa tilanne on ongelmallisempi, sillä niiden avulla pyritään informaation välittämiseen, konserteista tiedottamiseen jne. Usein samassa julisteessa on tällöin useita konsertteja sekä säveltäjiä eikä aikakauden esiin nostaminen ole enää niin oleellista tai suunnittelullisesti mielenkiintoista. Merkitykselliseksi aikakausi nousee ainoastaan silloin, jos julisteen hallitseva teema tai idea on peilattu aikakaudesta käsin, eli rakennettu jonkin aikakauden säveltäjien tai teosten mukaan.

Pienten yksityiskohtien tarkastelulla päästään tilanteeseen, jota voidaan kutsua teostodellisuudeksi. Teostodellisuutta ovat selkeästi havainnoitavat faktat, esimerkiksi käytetyistä tekstityypeistä (serif, sans serif, näiden variaatiot jne.) tai kuvamateriaalista. Vaikeammin

tutkittavissa on ns. myötätodellisuuden puoli, johon liittyvät ne asiat, jotka tekevät tarkastelun alla olevasta kohteesta mielenkiintoisen. Myötätodellisuuteen kuuluvat ne seikat, joiden avulla luomme kuvaa kokonaisuudesta usein myös tiedostamattamme. Se, miten kohde meihin vaikuttaa, mitä ajatuksia se synnyttää tai miten suhteutamme sen aiemmin kokemaamme on merkityksellistä. Myötätodellisuutta on Routilan mukaan kaikki, minkä teostodellisuus kutsuu esiin tarkastelijassa. Se voi olla odotusta, mielihyvää, ajatuksia, vastenmielisyyttä jne. Mutta ääritapauksessa se voi olla myös ns. ei mitään, jolloin teos ”ei sano mitään”.¹

Vaikka myötätodellisuus on tarkastelun kannalta ongelmallisempi, se on kuitenkin tärkeä osa sitä viestiä, jota visuaalinen suunnittelu – tässä tapauksessa juliste tai cd-levy – välittää.

¹ Routila. 1986:46-50

12. CD-LEVYJEN KANSISUUNNITTELU JA TULOKSET

”Meille ihmisille on luonteenomaista eritellä ja luokitella kaikkea mahdollisia ilmiöitä, asioita, tuotteita ja yrityksiä niiden herättämien tai luomien ensivaikutelmien ja mielikuvien perusteella. Me luotamme hyvin usein vahvasti juuri ensivaikutelmaan, joka syntyy pikaisen havainnon tai vaikutelman ja ensimmäisen kokemuksen kautta.”

– Erkki Ruuhinen¹

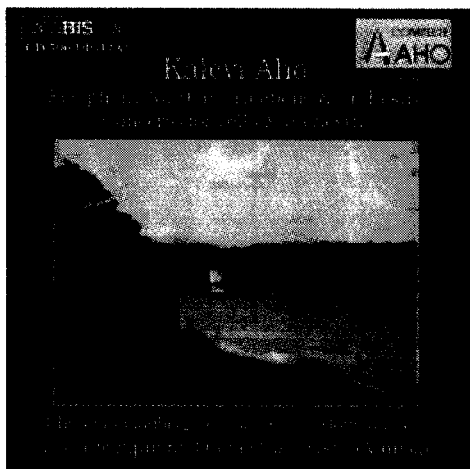
Aikakaudet

Lahden kaupunginorkesterin levytysten pääpaino on uudessa musiikissa, jota on 21 levyistä neljällätoista. Romantiikan ajan musiikkia on kuudella levyllä ja klassismin ajan musiikkia yhdellä. Jean Sibeliuksen musiikki luokitellaan tässä tutkielmassa romanttiseksi musiikiksi. Sibeliuksen kohdalla valinta on vaikea, sillä hän edustaa toisaalta sekä tämän vuosisadan musiikkia että kansallisromanttista suuntaa. Kuitenkin hänen musiikkinsa vahvat kansallisromanttiset sävyt antavat perusteen hänen musiikkinsa luokitteluun romantiikan aikaan kuuluvaksi.

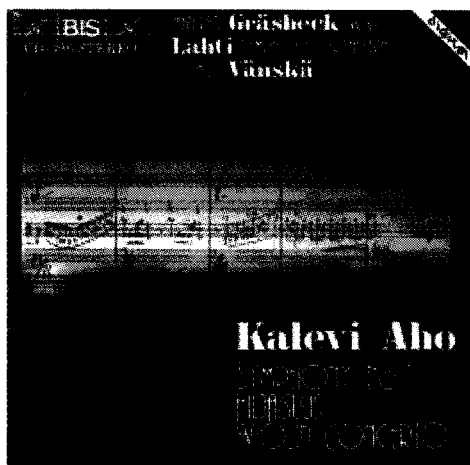
Orkesteri on levytyksissään keskittynyt paitsi uuteen musiikkiin, myös samalla suomalaiseen musiikkiin, jota on kahdestakymmenestä yhdestä levyistä yhdeksällätoista. Poikkeuksen tekevät ainoastaan Bernhard Henrik Crusellin klarinettikonsertot ja levy, jossa on ooppera-aarioita.

Suomalaisen musiikin edustajista Jean Sibeliuksen, Kalevi Ahon sekä Joonas Kokkosen teoksia on määrällisesti eniten. Jean Sibeliuksen musiikkia on kuudella, Kokkosen viidellä ja Ahon teoksia kolmella levyllä. Lisäksi orkesteri on levyttänyt mm. Uuno Klamin (2 cd-levyä) ja Tauno Marttisen (1 cd-levy) musiikkia.

¹ Ruuhinen. 1997:1-3



Kuva 1. Kalevi Aho: Sinfonia nro 9 pasuunalle ja orkesterille



Kuva 2. Kalevi Aho: Sinfonia nro 1

Koska uuden musiikin osuus on orkesterin levytyksissä näinkin huomattava olisi levynkansissa mahdollista yhdistää uuden musiikin ilmiö ja tämän päivän graafinen suunnittelu.

Tekstikoot ja tekstityypit

Erilaisia tekstikokoja käytetään Lahden kaupunginorkesterin levynkansisuunnittelussa vähän. Suunnittelija ei ollut käyttänyt ollenkaan esimerkiksi pieniä tekstikokoja, vaikka ne olisivat hyvin soveltuneet näihin levynkansiin, jotka pääsääntöisesti edustavat tämän vuosisadan musiikkia. Myöskään suuria rivinvälejä tai esimerkiksi pientä x-korkeutta edustavia versaaleja kirjaimia ei ole käytetty. Näillä keinoilla levynkansisuunnitteluun olisi saatu mukaan hiven sitä maailmaa, jossa tällä hetkellä eletään. Onkin vaikea ymmärtää, miksi esimerkiksi Kalevi Ahon musiikin ilmentäjänä on käytetty perinteistä tekstin keskitystä, serif -tekstejä, romanttis-realistista kuva-aihetta, sekä köyhää keskitettyä sommittelua (kuva 1).

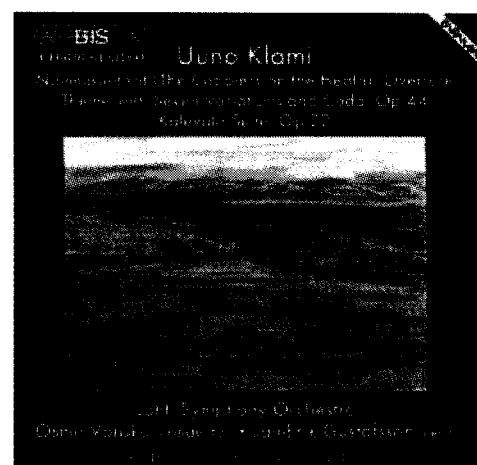
Ahon yhdeksännen sinfonian (kuva 1) cd-levynkannen tasapaksut tekstit ja markkinataulumaisuus eivät kerro katselijalle mitään itse musiikista. Uuden musiikin edustajaksi levyn säveltäjää ei voi päätellä, jos ei tunne nimeä tai taustoja entuudestaan. Ainoastaan sarjaan viittaava pelkistetty logo levyn ylälaudassa yrittää viestittää jotakin. Sekin jää hämärän peittoon. Vaikka Ahon musiikki on hyvin persoonallista ja jäljittelemätöntä, omanlaistaan, levyn kannessa oleva kuva on kaikkea muuta. Kliseinen merimaisema, johon on yhdistetty päätteellinen pyöreähkö kirjain, keskitetysti, kuten aina. Ahon musiikki ansaitsisi todellakin paremmat raamit.

Vaikka uutta musiikkia sisältäviä levyjä oli kaikista levynkansista määrällisesti eniten, tekstityypeistä suunnittelija valitsi yleisim-

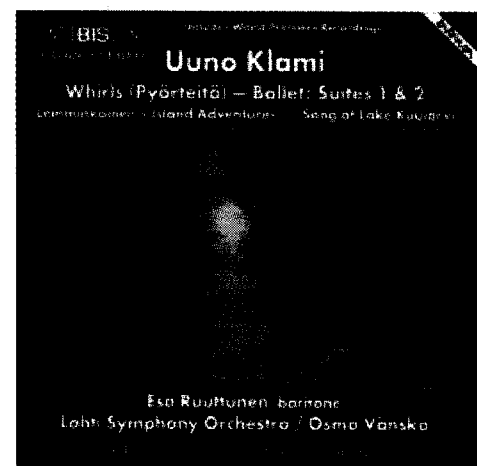
min, kymmenessä levyssä, pelkän serif kirjasicimen. Sans serif sekä serif -tekstin yhdistelyä käytettiin kumpaakin vain viidessä kannessa. Yhdessä kannessa suunnittelija valitsi yhdistelmäksi serif- ja script-tekstin. Tekstejä on käytetty varsin vaihtelevasti, joten minkäänlaista yhtenäistä linjaa ei synny. Vaikka suunnittelija on kaikkien levyjen kohdalla ollut sama tietty yhdenmukaisuus puuttuu. Tekstin mahdollisuuksia ei ole käytetty riittävästi hyväksi, eikä niiden avulla ole mahdollista muodostaa käsitystä musiikista jota levy edustaa.

Kalevi Ahon 1. sinfonian (kuva 2) levykannessa on sekä serif-että sans serif -tekstejä. Molemmat kirjasicinlajit ovat hyvin eriskummallisia, leikkauksiltaan kömpelöitä. Toinen on vaikutteiltaan 70-lukua, pyöreä, kirjainrungoltaan paksu. Kirjain on ajalleen tyypillisesti keskeltä (vertikaalisesti) halkaistu. Toinen levykannessa käytetty kirjasicin ottaa vaikutteita 20-luvulta. Ongelmallisimmat kohdat ovat kirjainten suuret kokoerot. O-kirjain on hyvin pyöreä, ja sopii toisiin sanoihin paremmin, toisiin huonommin. Esimerkiksi voidaan ottaa sanat hiljaisuus sekä concerto, joissa ensin mainittu on hyvinkin kapea, jälkimmäinen taas o-kirjainten ansiosta leveä. Kummallakin sanalla on toisistaan poikkeava ulkoasu. Myös kirjainten tyyliteltyt alapidennykset vaikuttavat, joskaan eivät ratkaisevasti, sanojen ulkonäköön. Kahden näinkin erityylisten, hallitsevan kirjasicintyylin sekoittaminen ei yleensä toimi, kuten ei tässäkin tapauksessa.

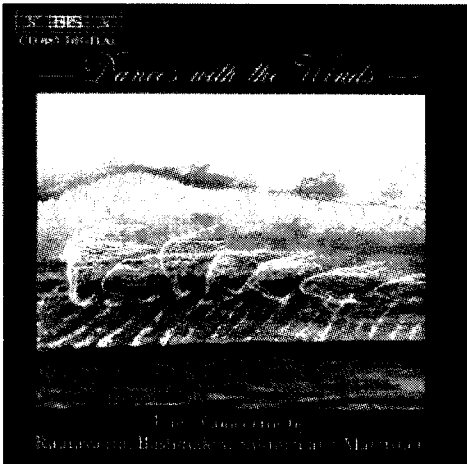
Neljästätoista uutta musiikkia sisältävistä levykansista viidessä käytettiin pelkästään serif -kirjasicimia. Kuitenkin kolmessa näistä mukana oli myös serif -tekstin kursiivi. Pelkästään sans serif -kirjasicimia uuden musiikin levykansissa käytettiin ainoastaan neljässä levykannessa, (jotka kaikki edustivat Joonas Kokkosen sarjaa). Variaatioita eli sekä serif- että sans serif -tekstien yhdistämistä käytettiin myös neljässä kannessa. Vain yhdessä kannessa käytettiin yhdis-



Kuva 3. Uuno Klami: Nummisuutarit-alkusoitto



Kuva 4. Uuno Klami: Pyörteitä – Ballet: Suites 1 & 2



Kuva 5. Dances with the Winds – Huilukonserttoja



Kuva 6. Matti Salminen, bass: Ooppera aariat

telmänä serif- ja script -kirjasimia. Kahden erilaisen tekstityypin yhdistelemistä eri variaatioilla, esimerkiksi sans serifin ja scriptin yhdistämistä ei käytetty ollenkaan.

Uuno Klamin musiikkia sisältävät cd-levynkannet (kuvat 3 ja 4) muistuttavat varsin paljon mm. sommittelullisesti edellä käsitellyä Kalevi Ahon levyä. Klamin kansissa tekstityyppi on serif -tekstien asemasta sans serif -tekstityyppiä. Ainoastaan levy-yhtiön suurella laadottu teksti (A BIS original dynamics recording) edustaa päätteellistä serif -kirjasinta. Levynkansissa tekstit on keskitetty ja kuva dominoi kantaa. Jos tekstien kokoerot ovat näinkin minimaalisia ei kontrasteja synny. Tekstit ovat näin ollen olemassa vain viestin välittämistä varten, ei tukemassa sommittelua tai lisämässä mielenkiintoa levyä kohtaan. Ainoastaan Uuno Klamin nimi on nostettu vähän irti muista teksteistä (kuva 4), otsikon asemaan.

Kokoelmalevyssä (kuva 5), jossa on mukana Rautavaaran, Bashmakovin, Sallisen ja Marttisen sävellyksiä on levynkannen aiheena käytetty Hugo Simberin Wind blowing -maalausta. Suunnittelija on yhdistänyt kanteen script -tekstin, joka on vaikutelmaltaan romanttisviritteinen. Ei kuitenkaan aivan mahdoton. Kannen yleisilmeen masentavuutta ei tosin pysty pelastamaan edes Simberin maalaus.

Romanttiikan ajan levyissä, eli neljässä Sibeliuksen levyssä, suunnittelija valitsi pelkän serif -tekstin käytön. Yhdessä levynkannessa käytettiin sekä serif -tekstin kursiivivia että hieman tyyllitellyä kirjasinta, jonka vaikutteet tulevat lähinnä kalligrafiasta. Yhdessä levyistä suunnittelija käyttää pelkkää sans serif -tekstiä.

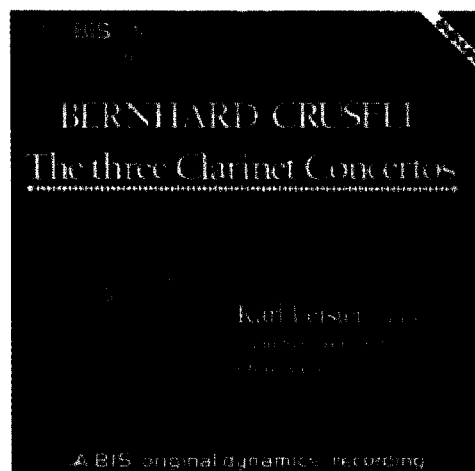
Matti Salmisen ooppera-aiheisen levyn (kuva 6) kansi-ideana on käytetty sekä esintymistilanteessa otettua kuvaa laulajasta että lihavoitua (bold) sans serif -tekstiä. Levynkannen painopiste on kannen alalaidassa, vasemmalla puolella. Vaakaviiva ei kevennä kantta,

ainoastaan tuo alareunan vieläkin lähemmäksi, jota kohti tekstit va-joavat. Lihavoidulle tekstille voi löytää perusteluja Salmisen matalas-ta miesäänestä (basso) tai laulajan koosta. Kuitenkin kontrastin puo-lesta, raskaan vaikutelman välttämiseksi olisi ollut suotavaa, että suunnittelija olisi käyttänyt keventäjänä esimerkiksi saman teksti-tyypin eri variaatioita tai kokonaan toista kirjasinta.

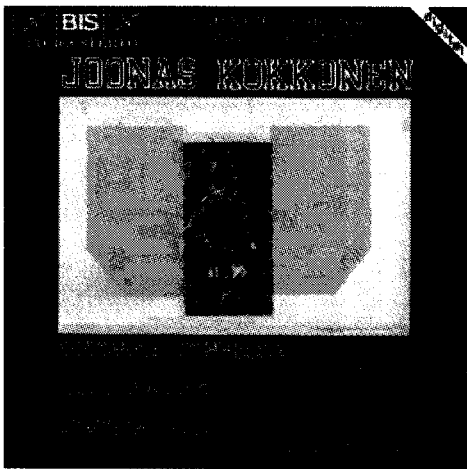
Seuraavan esimerkin (kuva 7) voisi tämän tutkielman osalta esittää muussakin kohdassa, sillä siinä voidaan kyseenalaistaa muu-takin kuin pelkkä tekstityypin valinta tai käyttö. Levy sisältää Bernhard Crusellin kolme klarinettikonserttoa, jotka musiikkityy-liltään edustavat klassismia. Kannessa on käytetty tietävästi ainoaa Crusellista säilynyttä maalausta. Kuva on sijoitettu alalaitaan. Kuvan päällä, kulkee outo viivantapainen halkaisten levyn. Se, miksi viiva on sinä; tai mikä on sen sommittelullinen idea, jää epäselväksi. Aina-kaan se ei millään tavoin sovi ympäristöönsä. Teksti on ladottu tihe-ään, kirjaimet kiinni toisiinsa, jokainen tekstin linja lähtee eri koh-dalta levyä. Kaiketi siksi, että osa teksteistä on keskitetty? Kuva jää outoon asemaan, kuin nurkkaan ahdistetuksi. Sommittelullisesti le-vyn kansi kallistuu vasemmalle, kohti levyn alalaitaa. Tuskin Crusell sävelsi yhtä toispuoleisesti, klassismin dynamiikkaa vastaan.

Samoin herättää hämmennystä levy-yhtiön logon eräänlainen selitys tai slogan (A BIS original dynamics recording). Se muuttaa muotoaan milloin perinteisemmästä serif -tekstistä kohti tämän le-vynkannen kulmikkaan pyöreää, leveää ja paksua sans serif -kirja-sinta. Ainoa yhdistävä tekijä on suuri koko ja hämmästyttävän epä-yhtenäinen linja. Joissakin levynkansissa teksti on, toisissa taas sitä ei ole. Myös teksti on usein ladottu niin, että se on mahdollisimman vähän yhdenmukainen kannen muihin teksteihin nähden.

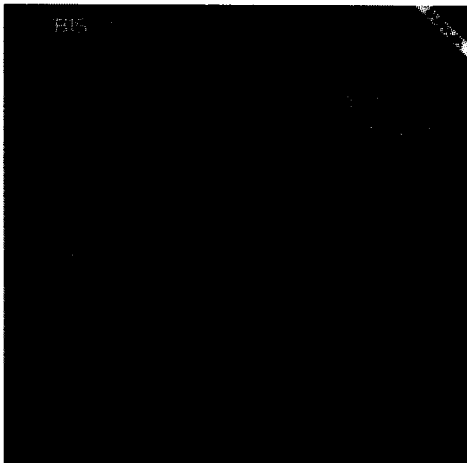
Muut levynkannessa käytetyt tekstit ovat kaikki samaa serif-kirjasinta. Tekstien vaihtelevuutta on pyritty lisäämään versaaleilla



Kuva 7. Bernhard Crusell: Kolme klarinettikonserttoa



Kuva 8. Joonas Kokkonen: Sinfonia luonnoksia



Kuva 9. Tauno Marttinen: Sinfonia nro 1, op. 2

sekä eri kokoisilla kirjaimilla. Tekstin erottuvuutta tai painoarvoa on pyritty lisäämään vielä salmiakkikuvioisella viivalla. Seuraava askel tästä eteenpäin olisi ehkä huutomerkin käyttönotto.

Toisenlaisena esimerkkinä typografian käytöstä voidaan ottaa tarkasteltavaksi Joonas Kokkonen levy, jossa on sinfonisia luonnoksia, sellokonsertto sekä 4. sinfonia (kuva 8). Tässä levynkannessa on kuva-aiheena Matti Koskelan grafiikkaa. Suunnittelija on rajannut levynkannen kuva-aiheen melkein neliöksi ja täyttänyt kannen kuvan ylä- ja alapuolelta tekstein. Joonas Kokkonen nimi ja teokset on kirjoitettu kirjasimella, joka olisi enemmän omiaan jääkiekkjoukkueen pelipaitojen teksteissä kuin levyn kannessa. Pienet tekstit taas kuvaavat digitaalisella kirjasimellaan enemmän hampurilaisketjun mainontaa kuin klassista musiikkia. Tässä yhteydessä ei voi olla ajattelemana sitä mahdollisuutta, että suunnittelija on pistänyt kirjasintyyliä levyn kanteen siitä syystä, että ne ovat tai ovat olleet juuri tuolloin muodissa.

Rajaus ja kuva-aiheet

Rajausta on käsitelty hieman jo edellä tarkasteltujen esimerkkien yhteydessä. Oleellista ja huomionarvoista Lahden kaupunginorkesterin levynkansisuunnittelussa on se, että kaikki 21 levynkantta ovat kuva-aiheeltaan rajattuja ja taulumaisia, jolloin neliöaiheesta muodostuu levynkannen hallitseva elementti. Samalla myös levynkannen laatikkomaisuus korostuu ja tekstipinta väistyy sivuun, kiertää kuvaa. Typografia joutuu tällöin ahtaalle, vaakakuviissa ylä- ja alapuolelle kantta, pystykuviissa joko oikealle tai vasemmalle puolelle rivistöksi. Tekstin ei siis koskaan mene esimerkiksi osittain kuvan päälle rikkoen symmetristä kaavaa, vaan on aina eräänlaisessa sivuroolissa kuvaan nähden.

Taulun rajaaminen neliöksi kannen keskelle on suunnittelullisesti idealtaan käyttökelpoinen, mutta esimerkiksi Lahden kaupunginorkesterin levynkansisuunnittelussa siitä alkaa tulla kangistava piirre, joka enemmänkin puuduttaa kuin yllättää.

Tauno Marttisen musiikkia sisältävä levy (kuva 9), on Lahden kaupunginorkesterin levyistä suunnittelullisesti parhaimmasta päästä. Rajatusta kuva-aiheesta huolimatta kansi on tasapainoinen ja rauhallinen, joskin yllätyksetön. Tämä levy on myös yksi niistä harvoista kansiesimerkkeistä, joissa on käytetty pelkkää sans serif -kirjasinta. Rivivälit ovat toisin kuin muissa kansissa harvemmat, samoin kirjainten välit. Kannessa käytetty Rauno Marttisen teos johdattelee yhdessä sans serif -tekstin kanssa musiikin oikealle vuosisadalle.

Karita Mattilan levy on tämän tutkileman levyistä ainoa, joka ei kuulu Bis-levy-yhtiön levyihin. Näin ollen suunnittelusta ovat myös vastanneet eri henkilöt. Kannessa on käytetty rajattua kuvaa, mutta toisin kuin muissa, kuvat ovat kooltaan pieniä ja tekstit ovat hallitsevassa asemassa – tosin keskitettynä.

Kliseistä Suomi-kuvaa valokuvan keinoin pönkittää Finlandia kokoelmalevy (kuva 10), joka ei tarjoa visuaalisesti mitään uutta retkellä kohti elämyksellistä musiikkimatkaa. Ainoastaan se herättää kysymyksen: Eikö näitä ole jo nähty tarpeeksi? Jos halutaan tuoda kuvaan hienoa suomalaista maisemaa, vettä ja saaristoa, voi senkin tehdä niin monella tavoin. Kuvamateriaalia ainakin on nykyisin saatavilla loputtomat määrät.

Kuva-aiheiden valinnassa on eniten käytetty maalausta (15 kannessa). Kahdessa levynkannessa on käytetty sekä valokuvaa että kollaasia. Valokuvaa henkilöstä, veistosta tai muuta kuva-aihetta (nuottiteksti) on jokaista käytetty yhdessä levynkannessa.



Kuva 9. Karita Mattila: Hindemith, Sallinen, Merikanto



Kuva 10. Finlandia – a Festival of Finnish Music

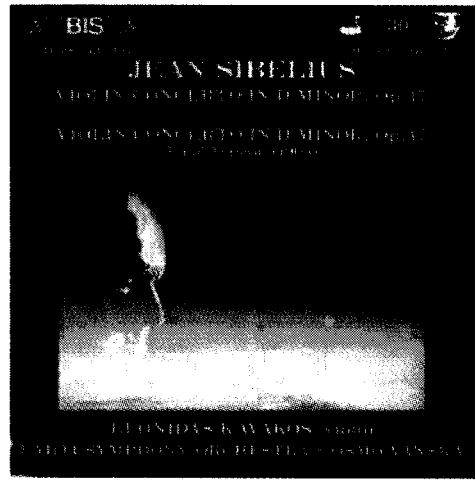
Sarjat

Lahden kaupunginorkesterin 21 levynkannesta yksitoista levyä kuuluu johonkin sarjaan. Kokoelmalevyjä, joissa samassa levyssä on useampi kuin yksi säveltäjä, on neljä. Jean Sibeliuksen sarjaan *Complete Sibelius* kuuluu viisi levyä. Kokkosella on kaksi sarjaa: *Complete orchestral music* ja *Koko kokkonen complete*. Ensiksi mainittuun sarjaan on tähän mennessä ilmestynyt vain yksi levy (kuva 8), jälkimmäiseen sarjaan on tähän asti ilmestynyt neljä levyä. Tähän tutkielmaan otettujen 21 levyn joukossa on myös yksi levy, joka kuuluu ensimmäisenä levynä Kalevi Ahon musiikkia sisältävään sarjaan, *Complite Aho*. Ahon levyä ei yksinään voi tässä vaiheessa tarkastella sarjana, mutta Kokkosen ja Sibeliuksen levyjä sitävastoin voi. Näissä kummassakaan sarjassa ei ole kantavaa linjaa, joka kannattelisi edes näitä viittä levynkantta. Yhdenmukaisuutta voidaan nähdä esimerkiksi Sibeliuksen neljässä levyssä; yksi levy viidestä kuitenkin poikkeaa joukosta. Tietenkään ei voida sanoa, onko yhdennäköisyyttä edes tietoisesti haettu, mutta jos on, niin se ei ole onnistunut.

Lahden kaupunginorkesterin Sibelius -sarjan neljässä (Kuvat 11-14) yhtenäisemmässä levynkannessa on suunnittelussa tunnusomaista vaakakuva, joka on rajattu ja kattaa yli puolet levynkannen pinnasta. Tekstit on levynkanteen kirjoitettu paksuilla serif -kirjasimilla yhdellä tekstityypillä sekä gemenoilla että versaaleilla. Tekstiä ympäröivät ylä- ja alapuolelta hallitsevat vaakaviivat, joiden suunnittelija on ehkä halunnut laittaa jäsenilemään tekstiä, erottelemaan rivit toisistaan. Kuitenkin vaakaviivotus aikaansaa sen, että kannen ilme on tukkoinen ja ahdettu – tiukan oloinen. Viivat enemmänkin toimivat rasiiteena kuin selventäjinä. Tekstityyppi on paksua, eikä sitä ole yritetty keventää esimerkiksi kirjasintyylin ohuemmillä versioilla tai yhdistämällä kanteen toista, esimerkiksi jotakin kevy-



Kuva 11. Jean Sibelius: Jokamies Op. 83



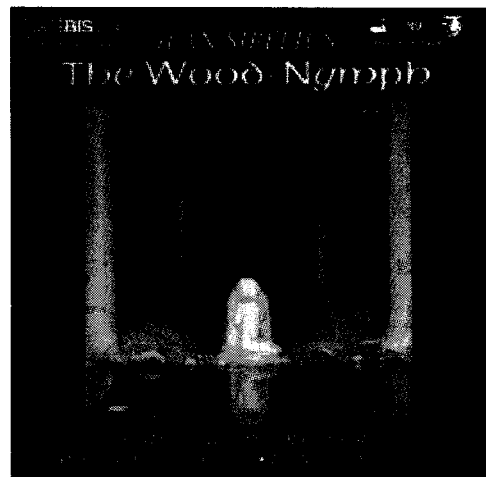
Kuva 12. Jean Sibelius: Viulukonsertto Op. 47



Kuva 13. Jean Sibelius: Musiikki Shakespearen näytelmään Myrsky Op. 109



Kuva 14. Jean Sibelius: Sinfonia nro 5, op. 82



Kuva 15. Jean Sibelius: Metsänhaltija, sinfoninen runo ja melodrama, op. 15

empää sans serif -kirjasinta. Nyt kannesta puuttuvat vastakohdat, eräänlainen rytmi. Pelkkä tekstin ja kuvien keskitys ei riitä sommitteluksi.

Sarjan viimeisimmin ilmestyneessä kannessa, (Kuva 15) The Wood-Nymph, vakaviivoja ei ole ja typografia on toisenlainen. Kansi on selkeämpi ja rauhallisempi kuin sarjan muut kannet. Kuva vie kannesta suuren osan, tekstit ovat vieläkin ikävästi reunamilla, mutta kansi kuitenkin hengittää vapaammin. Teksti ei hyppää silmille. Tekstityyppien valinnassa The Wood-Nymph tekstin vastapainoksi olisi paremmin käynyt hillitty, pelkistetympi teksti, esimerkiksi joku sans serif -tyyppi tai ainakin yhdistelmä ilman kursiiivia. Kursiivi tässä yhteydessä käytettynä taistelee varsin koristeellisen ja pyöreän otsikkotekstin kanssa tilasta. Samalla syntyy vaikutelma siitä, että tekstityypit kallistuvat eri suuntiin, kursiivi oikealle ja koristeellinen teksti sekä oikealle että vasemmalle (esimerkiksi gemena kirjaimissa h, d, y). Näinkin koristeellisen tai persoonallisen tekstityypin valinnassa sekä sen yhdistelyssä suunnittelija on sortunut ratkaisuun, joka ei pue kokonaisuutta.

Levy-yhtiön logo ”BIS” on näissä Sibelius sarjan kansissa varsin suurella. Poikkeuksen tästä tekee viimeisin levy eli The Wood-Nymph -levynkanssi, jossa sekä logoa että sarjan tunnistetta on pienennetty. BIS levy-yhtiön logo on liian samankaltainen sarjan tunnuksen kanssa, mikä hieman häiritsee sarjan tunnistettavuutta.

Kuva-aiheista kahdessa on käytetty kollaasia eli kaksi kuvaa on yhdistetty toisiinsa. Kolmessa muussa on kannessa kuva-aiheena maalaus. Nämä kaikki kuvat tuovat mieleen yhteydet suomalaisuuteen sekä kansallisromantiikkaan. Mystisyys sekä tummat värit edustavat kenties niitä kuvamaailmoja, joita esimerkiksi turisti liittää Suomeen kuuluvaksi. Toisaalta näiden kuvien valinnalla saatetaan sortua hyvinkin kliseiseen ja tutuksi tulleeseen tilanteeseen, sellaiseen, jossa

ei ole mitään uutta, ja josta mm. Routila käyttää teoriassaan nimitystä banaali. Sibeliuksen musiikin maailma heijastelee toki paljon muutakin kuin seesteistä, romanttista maisemamaalailua.

Joonas Kokkosen sarja on myös hieman hajallaan. Kansisuunnittelussa ainoa yhdistävä piirre sarjan kaikissa levynkansissa on graafikko Matti Koskelan työt, jotka toimivat yhdistävinä linkkeinä. Näiden sinänsä hyvien töiden valinnasta pieneen cd-levynkanteen voidaan olla kuitenkin montaa mieltä. Koskelan työt on tehty suureen kokoon ja ne pääsevät oikeuksiinsa varmasti paremmin muualla kuin pienessä koossa cd-levynkannessa. Töiden laatikkomainen tyyli on omiaan lisäämään myös levynkannen laatikkomaista ja nelikanttista ilmettä. Kolmiulotteisuus häviää, samalla kun kansista tulee kovia ja kantikkaita. Vaikutelma siirtyy väistämättömästi myös levyn sisältämään musiikkiin, joka ei varmastikaan ole tarkoitus. Koskelan grafiikan valitsemisen levynkansiin puoltaa kuitenkin se seikka, että työt ovat riittävän moderneja, selkeitä sekä ilmentävät tätä aikaa.

Sibelius-sarjaan verrattuna kuvat on sijoitettu kansiin samalla tavalla. Kokkosen levyissä on kuitenkin enmmän tilaa, kansia ei ole ahdettu aivan täyteen tekstiä ja kuvaa. Kuvien asema on silti edelleen raskas ja hallitseva. Siinä missä kaikki Sibeliuksen levyt olivat tekstityypeiltään päätteellisiä serif -kirjasimia, Kokkosen levyistä kolmessa on käytetty pelkästään päätteettömiä sans serif -kirjasimia. Tästä voisi vetää johtopäätöksen uuden musiikin ja päätteettömien kirjasimien käytön yhteyteen. Tämä toimii kuitenkin vain vaillinaisesti, sillä se on ainoa yhdistävä seikka. Suuria rivin- tai sananvälejä, pieniä kirjasimia tai kuvapinnan erilaista käyttöä ei havaitse. Sans serif-tekstit menettävät mahdollisuutensa tehdä levynkansien ulkoasusta erinäköisen, eritoten, jos ne on ladottu kanteen kuten aina ennenkin, keskitetysti, vailla rytmiä tai näkemystä.

Tekstikokojen samankaltaisuus ei anna riittävää vastinetta hallitsevalle kuvapinnalle. Viiva Joonas Kokkosen nimen alla ei tuo lisää painoarvoa tekstille (kuva 16). Tekstityyppien valinnalla ei suunnittelijalla ole ollut säännönmukaisuutta. Vain kahdessa levyssä (kuva 17 ja 18) tekstityyppi näyttää samalta. Niissäkin on kuitenkin käytetty toisessa (kuva 19) pelkkiä versaaleja, toisessa (kuva 17) gemenoita. Yhdennäköisyys esimerkiksi Joonas Kokkosen nimessä (esim. sama kirjasin, sama koko ja ladonta sekä sama paikka levyn kannessa) olisi tuonut levynkansiin yhteneväsyyttä.

Keskitetyt tekstit ovat Lahden kaupunginorkesterin levynkansisuunnittelijan tavaramerkki. Keskitetty pinta on miellyttävä ja hyvin käyttökelpoinen, ratkaisultaan sovelias, mutta jatkuvasti käytettyinä erittäin puuduttava. Sama asia kuin, jos säveltäjä käyttäisi jokaisessa sävellyksessään täsmälleen samanlaista teemaa tai ydinajatusta.

Yhteenvedoa

Yleisvaikutelmaltaan Lahden kaupunginorkesterin cd-levyjen kansisuunnittelua leimaa tummanpuhuvuus, raskas tunnelma, ja ennen kaikkea yllätyksettömyys sekä laadun puute. Levynkansien musta taustaväri, joka on BIS -levy-yhtiön tavaramerkki ei valintana ole huono, mutta jos siihen yhdistetään murrettuja ja tummia värejä sisältäviä kuvia, tunnelma muuttuu raskaaksi. Värejä lisäämällä samoin kun esimerkiksi valkoista pintaa tai typografiaa tehokeinona käyttämällä myös levyjen ilmeeseen voitaisiin vaikuttaa.

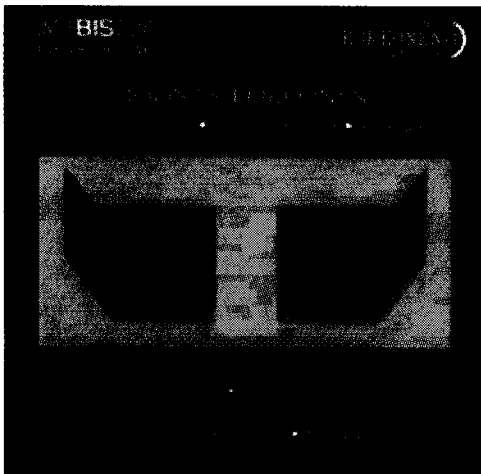
Suunnittelu on persoonatonta ja kokonaisuus – levyn sisältämä musiikki, levynkansissa käytetyt kuvat ja typografia – eivät tue riittävästi toisiaan saati sitten sisältöä. Kannen suunnittelu näyttää



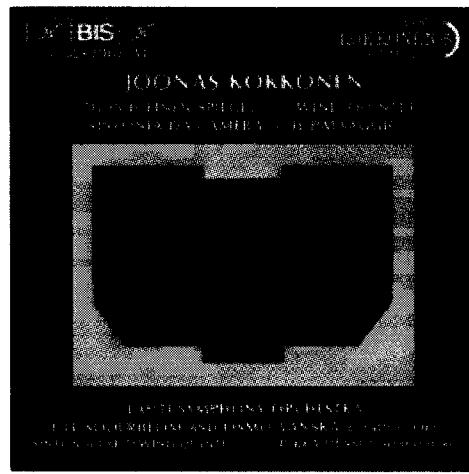
Kuva 16. Joonas Kokkonen: Sinfonia nro 1



Kuva 17. Joonas Kokkonen: Sinfonia nro 2



Kuva 18. Joonas Kokkonen: Sinfonia nro 3



Kuva 19. Joonas Kokkonen: ...durch einen Spiegel...

amatöörimäiseltä sekä kliseiseltä. Suunnittelun laatu tai näkökulma ei houkuttele kuuntelijaa tarttumaan levyyn muusta syystä, kuin orkesterin, säveltäjän tai teoksen vuoksi.

Kuvamateriaali levykansissa on paikoin hyvää, mutta se miten kuvat tai maalaukset on yhdistetty sommittelullisiksi kokonaisuuksiksi yhdessä tekstin kanssa rikkoo kaiken. Huonosti valittu tekstityyppi taas turmelee hyvänkin kuvan mahdollisuudet. Kuvatulva on nykyaikana suuri, kuvat ovat myös kehittyneet, valinnanmahdollisuuksia, kuvakulmia, perspektiivejä jne. löytyy. Tekniikka sekä tietokoneohjelmat ovat tulleet suunnittelijoiden avuksi. Mahdollisuudet ovat rajattomat! Kuitenkaan tämä ei näy näissä cd-levyissä.

Lahden kaupunginorkesteri ei saa musiikilleen tukea cd-levyjen kansisuunnittelusta. Jos pelkästään cd-levykansien ulkoasun perusteella pitäisi päätellä jotakin itse orkesterista tai sen soittamasta musiikista, adjektiivit eivät olisi kehuttavia. Huolimattonta, viimeistelemätöntä, epäyhtenäistä sekä aiheita, joiden toteutus on jäänyt puolitiehen... Jos orkesteri huomataan maailmalla, niin se tapahtuu täysin levyn sisältämän musiikin, orkesterin tulkinnan ja soittajien ammattitaidon ansiosta.

13. JULISTESUUNNITTELU JA TULOKSET

"The poster or any work of graphic design is a vehicle of communication. It announces an event, advertises a product, or countless other possibilities, but to be successful and deemed collectible it must do this with words and images that are effective in captivating the viewer. As with all the utilitarian arts, architecture, industrial design and graphic design, function and purpose are basic elements that need to be addressed first. However, posters are essentially about a moment when the viewer first encounters the work; it is how the designer manipulates this instant of time that is significant."

– Christopher Mount¹

Lahden kaupunginorkesterin julisteita tarkastellessa syntyy varsin nopeasti mielikuva siitä, että niissä on aina pyritty johonkin ajatukseen, ideaan. Julisteet eivät ole vain tyhjiä kuoria, joiden ensisijainen tarkoitus on pelkästään tiedottaa konserttien ohjelmistosta. Julisteiden välittämien tunnelmien avulla saadaan vihjeitä myös konserttien sisällöstä. Kaupunginorkesterin julisteet kertovat jotakin, niissä on oma juoni.

Tekstit eivät ole irrallisia, sinne tänne ripoteltuja. Kuvissa, sekä kuvan valinnassa että kuvan käsittelyssä, on aina jokin yhteys julisteen teemaan sekä tekstiin ja sommitteluun. Julisteen eri suunnittelulliset osa-alueet on kytketty toisiinsa siten, että mikään ei pistä silmään tai riko kokonaisuutta. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että julisteet olisivat latteita tai valjuja. Niissä voi olla tiettyä yllätyksellisyyttä, vastakohtia sekä jopa tietoisia naivistisia ylilyöntejä. Kaikki kuitenkin toimii, jos se tehdään hyvin ja jos mukana on oivallusta sekä keinoja ja päämäärä sen toteuttamiseksi.

¹ Pedersen. 1994:5

Eräs julistesuunnittelun tärkeä tekijä on se, miten juliste on rakennettu: Onko julisteella jotakin sanottavaa? Löytyykö siitä jokin ydinajatus, jonka avulla orkesteri viestii sekä itsestään että ohjelmistostaan samalla herättelevästi, kiinnostavasti sekä riittävästi tiedottaen. Käyttötarkoitus sanelee ne erot mitkä ovat oleellisia cd-levy- sekä julistesuunnittelussa. Cd-levy on kooltaan pieni, toimiva ja ennen kaikkea käsillä oleva, käsiteltävä. Levyt bongataan kaupan hyllyiltä ja ne päätyvät keräilijän tai satunnaisen musiikin ystävän ostoskorista kodin tai toimiston hyllyyn. Julisteella ei ole samanlaista käyttöfunktioita kuin cd-levyllä. Julisteen teho perustuu siihen, miten hyvin se erottuu ympäristöstään, miten se vaikuttaa. Sen välittämät viestit toimivat usein tiedostamattomilla tasoilla. Juliste ei voi näperellä liikaa, sen täytyy olla selkeä, jotta se erottuu ja näkyy nopealla silmäyksellä esimerkiksi liikkuvalla ihmiselle. Toisaalta juliste voi myös häikäistä tai häkellyttää – oleellista on huomioarvon saavuttaminen ja mielenkiinnon herättäminen.

Lahden kaupunginorkesterin julisteet ovat suunnittelullisesti aivan eri tasoa kuin mitä orkesterin cd-levyjen kansisuunnittelu edustaa. Cd-levynkansien välittämästä – jo nopealla silmäyksellä havaittavasta – viestistä puuttui täysin kaupunginorkesterin oma tyyli, soittamisen ilo ja hauskuus sekä rautainen, tinkimätön ammattitaito. Eli, ne tekijät jotka ovat aistittavissa orkesterin julisteista.

Suunnittelijan rooli on lopputuloksen kannalta ensisijaisen tärkeää, mutta ilman ennalta suunniteltua, harkittua ja huolellisesti valittua ohjelmistorunkoa kokonaisuus ei toimi. Suunnittelija on yksi osa tiimiä, johon kuuluvat niin intendentti ja kapellimestari siinä missä koko orkesterikin. Lahden kaupunginorkesterilla asiat ovat hyvin: orkesterin muusikot ovat ammattilaisia, kapellimestari edustaa oman alansa huippua ja intendentissä on ripaus mainostoimistojen copy writeriä. Kun suuntaviivat on mietitty, graafisen suunnittelijan tehtäväksi jää nivoa palaset yhteen viestinnällisin ja kuvallisin keinoin.

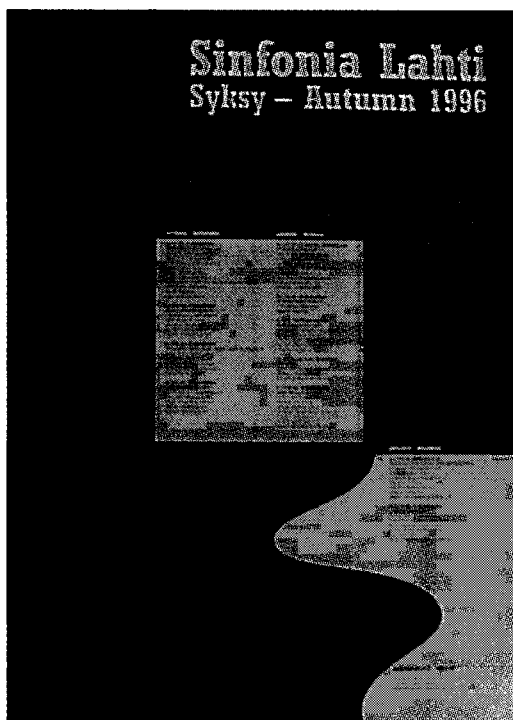
Julisteissa palat on yhdistetty toisiinsa taidokkaasti, cd-levyjen kohdalla on paljon toivomisen varaa. Saman suunnittelijan käyttäminen myös cd-levyjen kansisuunnittelijana toisi mahdollisesti myös levynkansiin uutta ilmettä. Samalla taattaisiin Lahden kaupunginorkesterin painotuotteiden yhtenäinen linja sekä korkea laatu. Miten suuri määräysvalta cd-levyissä on BIS-levy-yhtiöllä jää tämän tutkielman ulkopuolelle.

Julisteiden ja cd-levyngansien suurista eroista johtuen täysin samanlaista analyysiä molemmista on vaikea tehdä. Koska cd-levyjen kansisuunnittelu ontuu, eikä kokonaisuuksia ole, yksityiskohtia on tällöin helppo tarkastella omina pieninä palasinaan. Se on tällaisessa tapauksessa usein myös ainoa vaihtoehto. Julisteissa päästään pintaa syvemmälle ja näin ollen yksittäisiä tekijöitä on vaikea irrottaa ympäristöstään niin, ettei samalla riko sommitelmaa tai jätä huomioimatta oleellisia kohtia. Tämän vuoksi julisteiden tarkastelu keskittyy enemmän kokonaisuuksiin.

Tämän tutkielman kannalta ei ole olleellista tarkastella sitä, mikä on ns. oikea tulkinta tai selitys julisteessa käytetyille suunnittelun erityispiirteille. Enemmänkin on kyse siitä, miten juliste vaikuttaa tarkasteltavaansa, mitä ajatuksia se herättää ja miten se toimii eräänlaisena informaatiokanavana.

Aikakaudet

Lahden kaupunginorkesterin julisteita on vaikea lähteä luokittelemaan aikakausien perusteella siksi, että yhdessä julisteessa saattaa olla jopa puolen vuoden konserttiohjelma. Koska jo yhdessä konsertissa on usein edustettuna enemmän kuin yksi aikakausi tai säveltäjä, julisteessa määrä on moninkertainen. Aikakausi voidaan määrittellä



Kuva 1. 20-luku

selkeästi silloin, jos konserttisarja rakentuu jonkin teeman esimerkiksi 20-luvun (kuva 1) ympärille tai mm. silloin, jos yksittäisestä konsertista tehdään oma erillinen julisteensa. Kuten on tehty Jean Sibeliusen Metsänhaltija- sekä Karl Orffin Carmina Burana -konserteista. (Kuvat 4 ja 2).

20-luvun teemaan pohjautuvassa julisteessa (50 cm x 70 cm) vuodelta 1996 on Piet Mondrian -vaikutteita (kuva 1). Värit ovat vahvat: keltainen, punainen, sininen ja vihreä sekä otsikkotekstissä raiakas valkoinen. Värit, geometriset muodot sekä mustat rajaukset yhdistävät julisteen 20-luvulle. Ajan tyylistä on kuitenkin poikettu mm. niin, että symmetristen mustien viivojen horisontaaliset ja vertikaaliset linjat on joissakin kohdin pyöristetty kaariksi ja päävärien sininen, punainen ja keltainen rinnalle on otettu vihreä väri. 20-luku ei jää pelkästään yleisilmeen varaan vaan julisteeseen on piilotettu teksti transparentiksi pinnaksi. Hento läpikuultava 20-luku -teksti on julisteen eräs yksityiskohta, jonka tekninen toteutus ja tyyli tuo julisteen nykyaikaan. Vaikka julisteessa on pelkkää tekstiä, se on mielenkiintoinen ja tehokas. Eri kokoisten pintojen sekä värien ryhmittely toimii hyvin.

Kimmo Viskarin suunnittelemassa Carmina Burana -julisteessa (kuva 2) ei kuvan tai tekstin tyylistä voi päätellä sävellyksen aikakautta. Karl Orff kuuluu tämän vuosisadan säveltäjiin, mutta teoksen sävellystyylillä ottaa vaikutteita vanhoista musiikkityyleistä. Juliste toimii muunlaisin kuin aikakaudellisin keinoin. Se on tehokas, vähäeleinen ja kuvituksen tyyli tuo mieleen tarinoiden vartauskuvallisen kuvituksen ja kerronnan. Suuren julisteen (80 cm x 120 cm) vaalean keltaisella pohjalla oleva sininen joutsen on kulmikkuuudessaan kaunis, mutta myös surumielinen. Ripaus kultaa muodostaa hahmon, joka on kuin kruunu. Harmaat tekstit julisteen alalaidassa tuntuvat yli-

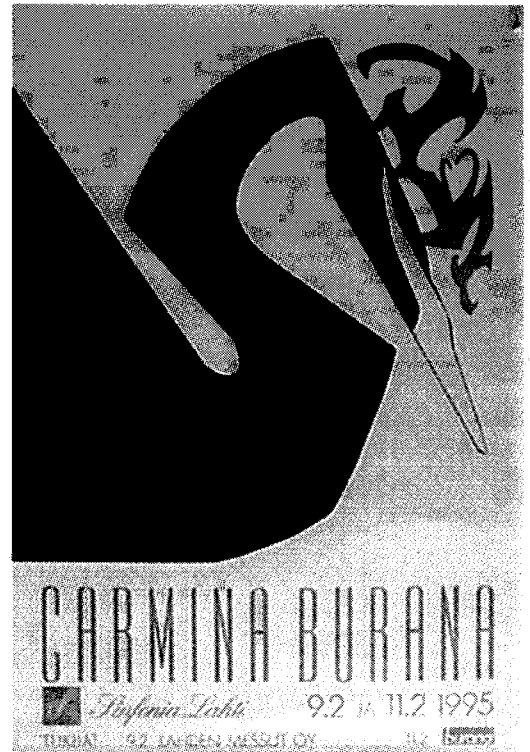
määräisiltä. Ne eivät sulaudu julisteeseen kokonaisuudeksi, vaan ovat kuin välttämätön pakko. Koko julisteen idea kulminoituu kuvaan.

Julistesuunnittelussa nykyisen, olemassa olevan ajan korostaminen menneen kustannuksella on ymmärrettävää jo pelkästään siitä syystä, että konserttitilanne on nykyistä, hetkellistä ja katoavaa. Julisteen täytyy toimia ja näkyä tässä hetkessä, kadulla ja valopylväissä, ohikulkeville ihmisille. Vaikka menneisyys onkin läsnä musiikin muodossa, orkesterikokoonpano, soittimet, tulkinta jne. ovat kiinni nykyisyydessä. Historian aspektia ei voida visuaalisesti korostaa liiaksi, jotta ei samalla menetettäisi jotakin oleellisesti arvokasta, kuten luettavuutta, selkeyttä jne.

Samoin kuten levytettyjen teosten kohdalla, myös Lahden kaupunginorkesterin konserttiohjelmistossa kuullaan paljon uutta musiikkia. Uuden musiikin osuus orkesterin ohjelmistosta on merkittävä, sillä lähes jokaisessa konsertissa kuullaan tällä vuosisadalla sävellettyä musiikkia. Samalla orkesteri ottaa mukaan myös vanhoja teoksia tai yhdistelee esimerkiksi saman teeman alle eri aikakausien säveltäjiä. Yhdistävänä tekijänä voivat tässä tapauksessa olla mm. Requiem-sävellykset eri aikoina (kuva 13) tai B -kirjaimilla alkavat säveltäjät (kuva 9). Suunnittelija ei lähde kuvailemaan niinkään aikakautta tai historiaa, vaan etsii toisenlaisia ilmaisukeinoja mm. konserttiohjelman teeman tai teemojen ympäriltä.

Tekstikoot ja tekstityypit

Tekstikokojen vaihtelut ovat julisteissa käytettyjä tehokeinoja. Paitsi että suuret otsikkokoot mahdollistavat julisteen välittämän viestin lukemisen kaukaa, ne myös lisäävät kuvapintojen kontrasteja sekä



Kuva 2. Carmina burana



Kuva 3. Sinfonia Lahti

antavat julisteelle ilmettä. Nopealla silmäyksellä otsikon tulee erottua, sen pitää olla riittävän selkeä. Tekstimäärä ei tällöin voi olla muutamaa sanaa enempää. Kuitenkin julisteessa voi olla samaan aikaan myös pintoja, jotka avautuvat katsojalle vasta pienen hetken päästä.

Lahden kaupunginorkesterin julisteissa suunnittelija käyttää sekä tekstikokoja että -tyyppejä vaihtelevasti ja hyvin julisteen aiheesta tai koosta riippuen. Typografia nostetaan näin ollen tasavertaiseen asemaan muiden tekijöiden, kuten esimerkiksi kuvan tai värien rinnalle. Cd-levynkansien ilmeeseen verrattuna julisteissa näkyy ammattimaisempi ote.

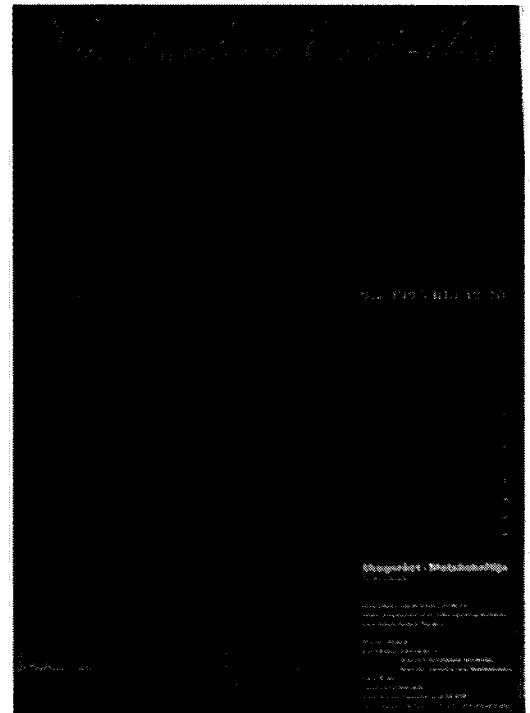
Suurikokoisessa Sinfonia Lahti -julisteessa (82 cm x 122 cm) vuodelta 1995, jossa teemana on USA ja amerikkalaiset säveltäjät, tekstityyppinä on orkesterin logoa lukuunottamatta sans serif -teksti. Otsikko on suuri ja lihavoidun kirjasinmuodon ansiosta sen erottaa kaukaa myös suuresta valopylvästä (kuva 3). Toisenlainen esimerkki on Sibeliuksen Metsänhaltijasta vuonna 1996 tehty juliste (50 cm x 70 cm), joka jo kokonsa puolesta sijoittuu katukuvassa erilaiseen tilaan, kuin edellä mainittu (kuva 4). Metsänhaltija -juliste on herkkä ja mystinen. Siinä missä suuri juliste vaikuttaa kliseisen tehokkaalta, humoristiselta ja yliampuvalta Vapaudenpatsas- sekä tähtilippuaihieneen, Sibeliuksen valttikorttina on sharmi. Metsänhaltija -julisteen väreiksi suunnittelija on valinnut mystisen, murretun metsänvihreän sekä sinisen häiveen, joka hahmottelee Sibeliuksen kasvonmuotoja. Kuva on käsitelty siten, että kasvoja ei ole heppo havaita ainakaan läheltä. Hopeinen teksti luo hienostuneen aristokraattisen vaikutelman, jota script -teksti otsikossa täydentää. Otsikon alla oleva teksti on ladottu harvalla kirjainvälityksellä ja varsin matalilla versaaleilla kirjaimilla. Julisteessa on käytetty paljon erilaisia kirjasinleikkauksia script -, serif -ja serif -tekstin kurssiivia sekä lihavoitua sans serif -

tekstiä. Monen kirjasinleikkauksen käyttäminen samassa työssä on arveluttavaa, sillä ne saattavat tehdä kokonaisuudesta tukkoisen tai levottoman. Tässä esimerkissä tekstit on yhdistelty toisiinsa hyvin joten lopputulos on ilmava ja kevyt sekä tukee julisteen yleisilmettä. Tekstien sommittelu on mielenkiintoinen. Horisontaalinen, viivan tapaan kulkeva teksti rikkoo vienosti kuva-aiheen. Rivin lopussa (kasvojen ulkopuolella) tekstityyppi muuttuu vahvemmaksi ja yhtyy alhaalta tulevaan tekstiin.

Molemmat edellä esitellyt julisteet ovat omalla tavallaan hyviä ja tehokkaita. Sinfonia Lahti -juliste on riehakas, markkinahenkinen ja tietoisesti pinnallinen. Patsas on saanut käteensä tahtipuikon ja kolme kapellimestaria tiaraan keltaiset tunnuksensa. Metsänhaltija -juliste viestii esteettisyydestä, laadusta ja tyylistä. Kummallakin on selkeä roolinsa sekä sanoma; orkesterilta löytyy särmiä!

Yhtenäistä linjaa Sinfonia Lahti -julisteen kanssa jatkaa vuoden 1996-keväälle suunniteltu Viulun Kevät -juliste (50 mm x 70 mm). (Kuva 5). Se on suurta julistetta hillitympi, väritykseltään kevään keltaista, oranssia, punaista ja sinistä. Viulukonserttojen sekä viulisten vierailuista rakentuu teema, jossa syksyistä Vapaudenpatsastakaan ei ole vielä unohdettu. Suuri punaisella ja sinisellä puettu script -otsikkoteksti tekee julisteesta hempeän ja houkuttelevan. Muuten kirjasinvalikoima ulottuu lihavoidusta sans serif -tekstistä serif -tekstin kursiiviin. Valkoinen kontrasti tuo esiin viulun kaaren. Tässäkin julisteessa on useita kerroksia, jotka ovat helposti havaittavissa ja joilla viitataan samalla sekä menneeseen (patsas) että tulevaan (viulu), ollaan hieman hempeitä (script -teksti) sekä kevään riehakkaita (värit).

Jo vuonna 1991 suunnitellussa Moottoripyöräkonseritto -julisteessa (50 mm x 70 mm) (kuva 6) voi havaita joitakin piirteitä, jotka rinnastavat tämän julisteen Metsänhaltija -julisteeseen. Eräs yhdistä-



Kuva 4. Jean Sibelius: Metsänhaltija



Kuva 5. Viulun kevät

vä piirre on saman kaltainen kuvankäsittely ja- käyttötapa sekä tekstin hento, mutta harkittu käyttö. Myös hopean käyttö värinä yhdistää julisteet toisiinsa. Tämä juliste, kuten Metsänhaltijakin kuuluu sarjaan, jossa yksittäisestä konsertista on tehty oma juliste. Beethovenin Kohtalonsinfonian 1. osan ja Sibeliuksen Finlandian kanssa on yhdistetty Sandströmin Moottoripyöräkonsertto, jonka soolosoitin on pasuuna. Instrumentti, joka harvoin pääsee valokeilaan - moottoripyörä vielä sitäkin harvemmin. Molemmat "instrumentit" on otettu julisteen kuvamateriaaliin, mutta ne on rajattu ja käsitelty pelkistäen niin, että ainoastaan tunnistettavat piirteet ovat näkyvissä. Torven päässä voi juuri ja juuri erottaa sanan, joka viittaa pasuunasolistiin eli Christian Lindbergin etunimeen.

Julisteen taustaväri on kylmä, turkoosinvihreä. Moottorin sekä pienten tekstien väri on hopea. Keltaisen suunnittelija on valinnut torveen sekä säveltäjien nimiin. Punaista käytetään tehokeinona teosten nimissä. Tekstikoot ovat julisteen kokoon nähden pienet. Kirjasimista käytössä ovat kaksi erilaista sans serif -kirjasinta että serif -tekstin kursiivi. Suunnittelija yhdistää korkeat, kapeat versaalikirjaimet (sans serif) pieniin, hieman lihavoituihin hyvin mataliin sans serif -kirjasimiin. Kontrasteja näiden kahden erilaisen tekstityypin välillä lisätään vielä värien avulla. Muut tekstit ovat reunoilla, kevyesti melkein huomaamattomina.

Vaikka suunnittelija käyttää tekstejä julisteissa hyvin eri tavoin, yhtenäisyys syntyy siitä, että käytössä ovat usein samat peruskirjasinleikkaukset, joiden eri muunnoksilla (kavennus, kursiivi, lihavointi jne.) saadaan aikaan vaihtelua. Näiden ns. peruskirjasimien lisäksi suunnittelija voi käyttää esimerkiksi otsikoissa persoonallisempia ja yksilöllisimpiä kirjasinleikkauksia, joilla saadaan aikaan tunnelman vaihdoksia rikkomatta kuitenkaan orkesterille muodostunutta yhtenäistä tyyliä. Cd-levyjen kansisuunnittelussa tätä piirrettä

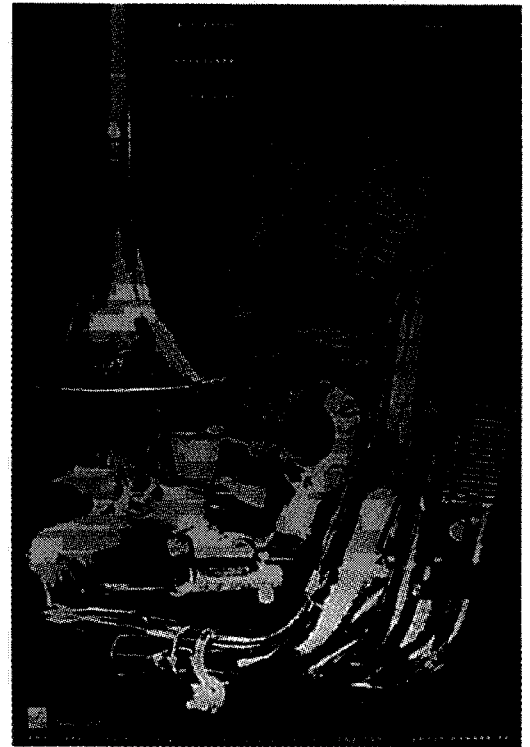
ei ole käytetty tarpeeksi hyväksi, jolloin orkesterille ei muodostu omaa typografista tyyliä.

Rajaus ja kuva-aiheet

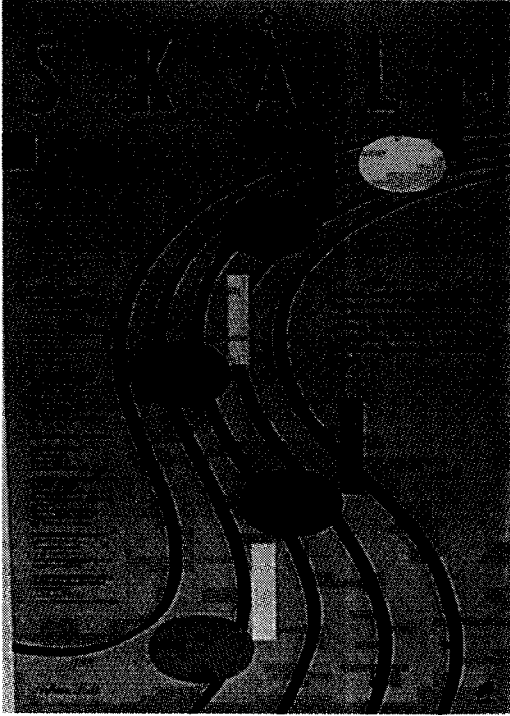
Yhdessäkään julisteessa suunnittelija ei ole käyttänyt rajattua pintaa vaan kaikki julisteet ovat rajaamattomia. Cd-levyissä lähes aina käytettyä henkilövalokuvaa tai maalausta ei julisteissa käytetty ollenkaan. Ainoastaan yhdessä julisteessa, kaupunginorkesterin omassa mainoksessa, käytetään vanhaa ryhmäkuva soittajista, mutta sekin menettää valokuvallisen funktionsa kuvamanipulaation, -käsittelyn vuoksi. Julisteissa ei myöskään koskaan käytetty cd-levynkansisuunnittelussa niin suosittuja maisema-aiheita; kliseisiä auringonlaskuja tai horisontaalisia järvimaisemia.

Kuva-aiheet voidaankin Lahden kaupunginorkesterin julisteissa jakaa kolmeen ryhmään: Yhteen ryhmään kuuluvat ne julisteet, joissa kuva on tehty tietokoneen piirto-ohjelmalla. Toiseen ryhmään taas vastaavasti voidaan luokitella ne julisteet, joissa kuvaa, esimerkiksi valokuvaa, on käsitelty ja muokattu kuvankäsittelyohjelmalla. Kolmanteen ryhmään voidaan luokitella kuuluvaksi ne julisteet, joissa ei varsinaisesti ole kuva-aihetta, vaan julisteen suunnittelullinen idea perustuu pelkkään typografian käyttöön.

Suurin osa julisteista (9 kappaletta) kuuluu ryhmään, jossa on käytetty kuvamanipulaatiota tai se on todennäköisesti muokattu kuvankäsittelyohjelmassa. Neljässä julisteessa kuva-aihe on tehty piirto-ohjelmaassa ja kahdessa on käytetty pelkkää tekstiä. Vaikka julisteiden kokonaismäärä on 22 kappaletta, 15 niistä on erilaisia. Muut kuuluvat joko johonkin sarjaan tai samanlaisia julisteita on painettu esimerkiksi eri paperilaaduille tai samasta julisteesta on tehty kaksi eri väriversiota.



Kuva 6. Moottoripyöräkonsertto



Kuva 7. Skål!

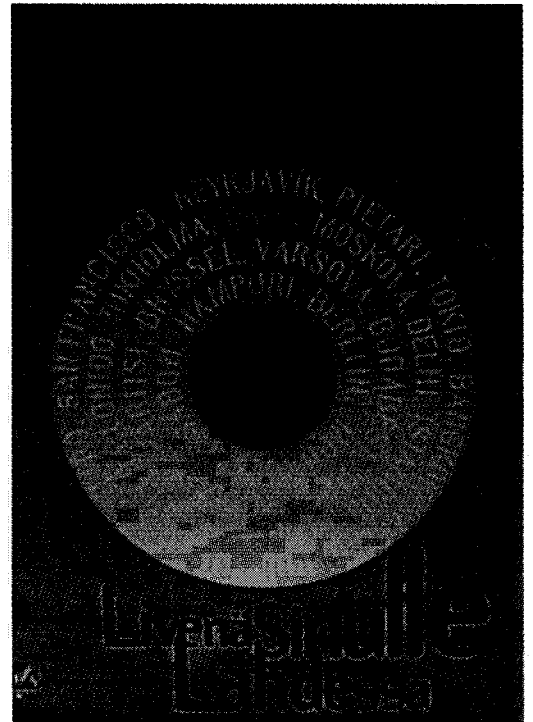
Piirto-ohjelmalla luodut kuva-aiheet ovat usein selkeitä, väripinnoiltaan tasaisia sekä yksinkertaisia. Ensimmäinen esimerkkinä tällaisesta on vuonna 1991 tehty juliste Skål! (47,5 mm x 70 mm), jossa kevään malja kohotetaan Pohjolan säveltaiteen mestareille eli Skandinavian musiikille (kuva 7). Juliste ei edusta aineiston parhaimmista, mutta siinä on kuitenkin jotakin tehokasta. Pienin keinoin on saatu aikaan liikettä sekä voimaa. Juliste pääsee oikeuksiinsa silloin, kun sitä katsotaan kaukaa, jolloin nuottiviivaston mieleen tuova kaari aikaan saa muuten niin suoraryhtiseen ja hieman tylsäläisiin elementteihin tarvittavaa särmää. Aiheen käsitteytävasta, erityisesti nuottihahmoista tulee mieleen viuluviikarit ja solmisaatio do, re, mi, fa jne., jossa jokaisella äänellä on oma paikkansa ja korkeutensa. Musiikinteoriaan liittyvien aiheiden lisäksi kaariaihe voi tuoda mieleen keväisten hiihtolatuojen mutkat ja otsikon korkea, ka-pea kirjasinleikkaus shamppanjalasin muodot. Tässäkin julisteessa suunnittelija käyttää kirkkaita, puhtaita värejä, mutta tasapainottajana vahvaa mustaa viivaa.

Toiseksi esimerkiksi voidaan ottaa juliste, jolla ohikulkijan mielenkiinto on taatusti herätetty. Se on Lahden kaupunginorkesterin oma mainosjuliste vuodelta 1997 – Livenä Sinulle Lahdessa. (Kuva 8). Juliste toimii yksinkertaisin keinoin, vaatimattomalla selkeällä kuva-aiheella. Siinä ei varsinaisesti mainosteta mitään konserttia erityisesti, vaan tiedotetaan siitä, että orkesteri on levyttänyt tähän mennessä 21 cd-levyä. Tästä julisteesta on pienen koon (50 mm x 70 mm) lisäksi tehty suuri Sinfonia Lahti -juliste (kuva 3) kokoa vastaava valotaulujuliste. Varsinkin julisteiden massasta poikkeava, yltiöpäinen vaalea myrkynvihreä pohjaväri erottuu katukuvassa. Teksteissä on käytetty vastaväriä eli punaista, sekä myös kirkasta sinistä.

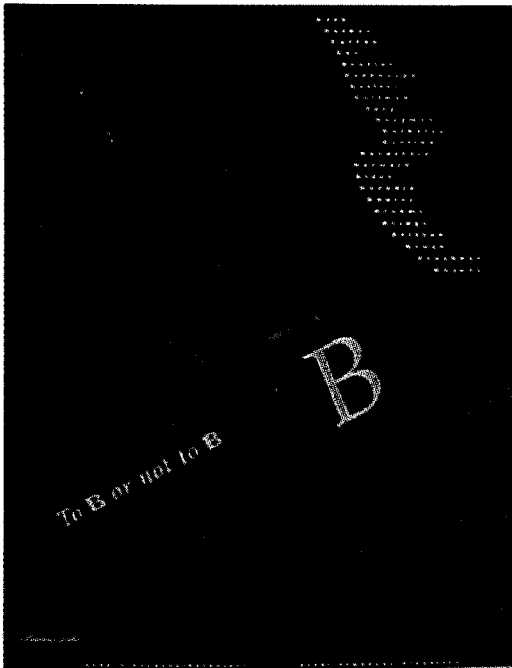
Vaikka tämä juliste toimii näennäisesti yksinkertaisin keinoin, voidaan siitäkin löytää useita kerroksia. Ensimmäinen lienee cd-levyn muoto, joka vihjaa jo kaukaa, että kyseessä on taltioitu musiikki. Toisena pintana löytyy teksti: Livenä Sinulle Lahdessa -slogan, joka kertoo siitä, että jotain (mahdollisesti arvokasta tai ainutlaatuista maailmassa) on mahdollista kuulla konserttitilanteessa Lahdessa. Kaikista niistä maailman kaupungeista, joissa levyä kuullaan vain nauhotettuna Lahdessa kuulet sitä livenä. Metropolit on ladottu cd-levyn pinnalle virraksi, josta Lahti erottuu näkyvästi punaisella tekstillä. Kansainvälistä kaikua lisätään kirjoittamalla orkesterin nimi otsikkoon englanniksi. Jos tutkii julistetta aivan läheltä huomaa, että pienessä ympyrässä levyn keskiössä voi erottaa ohuen tekstin: "Lahden kaupunginorkesteri on levyttänyt tähän mennessä 21 cd-levyä". Kontrastit eri kokoisten kirjasintyyppien välillä ovat suuret.

Tämän julisteen viesti ja merkitys on selkeä. Orkesteri on noteerattu maailmalla, se on saanut arvostettuja palkintoja levytyksillään. Se on korkeatasoinen, mutta myös riittävän uskalias kokeilemaan viestinnässään ja markkinoinnissaan keinoja, joita ei ehkä ensimmäisenä liitetä klassiseen musiikkiin. Tällä paikoin rohkella ja hieman korneillakin ylilyönneillä voidaan saada mukaan myös sellaisia ihmisiä, jolle klassinen konserttitilanne on aivan outo asia.

Kuvankäsittelyohjelmalla muokatuista julisteista voidaan ottaa esimerkeiksi kolme julistetta: Tsaikovski -julisteet vuodelta 1992 (kuvat 10 ja 11), Lahden kaupunginorkesterin oma juliste, Sinfonisesti teidän, vuodelta 1992 (kuva 12) sekä To B or not to B -julisteissa vuodelta 1993 (kuva 9), joissa on kaikissa samankaltaisia piirteitä. Julisteissa olevaa kuva-aihetta on käsitelty niin, että kuvasta saadaan rakeinen, pikselinen. To B or not to B -juliste (49 cm x 68,5 cm) voisi myös kuulua kolmanteen luokittelualueeseen, jossa



Kuva 8. Livenä Sinulle Lahdessa

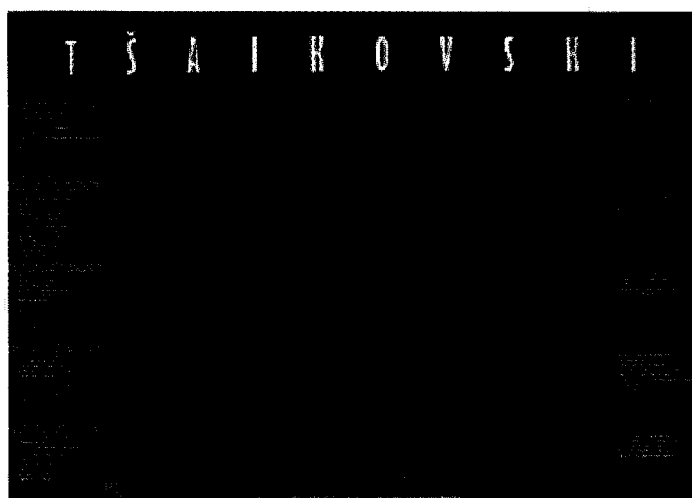
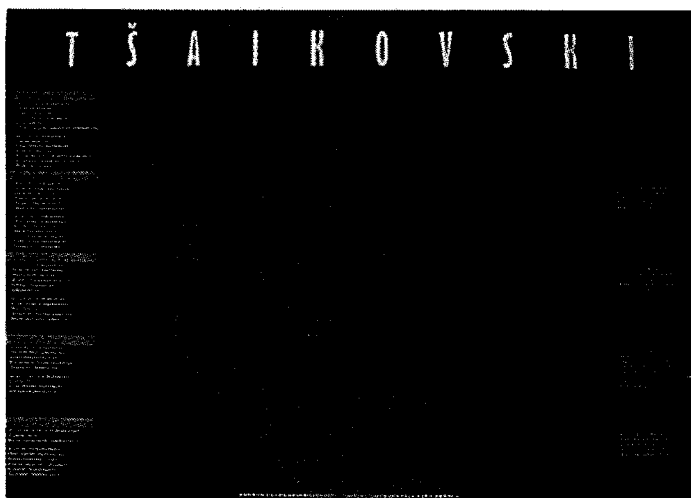


Kuva 9. To B or not to B

suunnittelullisena ideana käytetään pelkkää tekstiä siksi, että julisteen perusajatuksena on Shakespearen kuuluisaan lauseeseen viittava slogan. Lisäksi julisteen kuva-aihe on hyvin pelkistetty. Tämä ei kuitenkaan sulje pois sitä mahdollisuutta, että aihe on luotu kuvasta. Taustan pintaan muodostuu julistetta kaukaa katsottaessa viulun tai sellon ääriiviivat. Taustan muotojen lisäksi julistetta hallitsevat suuret, eri kokoiset, vinoon sijoitetut versaalit b-kirjaimet, joista jokaisessa kolmessa on eri kirjasin. Sans serif -kirjasinten lisäksi julisteessa käytetään myös päätteellistä serif -kirjasimen kursiivia.

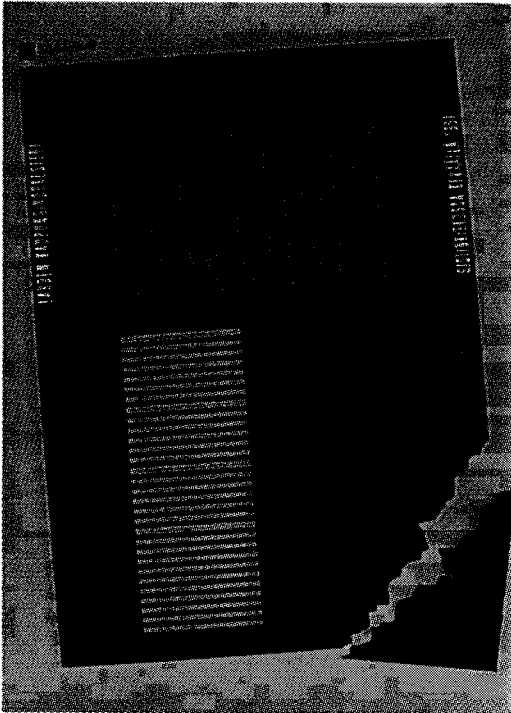
Tsaikovski -julisteita (kuva 10 ja 11) on tehty kahdenlaisia (50 cm x 70 cm). Ainoa ero näiden kahden julisteen välillä on väri Tsaikovskin kasvoissa. Toisessa julisteessa kasvojen hahmo on vihreä toisessa punainen. Julisteen idea on hyvin samankaltainen kuin Sibeliusen Metsänhaltija -julisteessa, sillä molemmissa on kuvattu säveltäjän kasvot. Tsaikovski -julisteet ovat väreiltään tehokkaita, tekstit ovat hillityt ja kehystävät kuvaa julisteen reunoilla. Otsikkoteksti on ladottu kapeilla, melko korkeilla sans serif kirjaimilla, harvalla kirjainvälillä, samaan tapaan kuin esimerkiksi Skål! -julisteessa on tehty. Kuukaudet on erotettu horisontaalisilla suorakaiteen muotoisilla palkeilla. Tämä aihe toistuu hieman varioituna melkein jokaisessa julisteessa.

Tsaikovski -juliste on suunniteltu vaakatasoon samoin kuin Sinfonisesti teidän -juliste (kuva 12) sekä kolme muuta julistetta, jotka esitellään sarjojen kohdalla. Sinfonisesti teidän -juliste (48,5 cm x 69 cm) poikkeaa muista kaupunginorkesterin julisteista lähinnä mustan värin hallitsevuudesta johtuen. Mustan rasterisen pinnan rikkovat ainoastaan väripalkit julisteen ylä- ja alareunoissa sekä soitinten kevyet värikkäät hahmot. Vaikka valokuvaa on käsitelty varsin paljon, siitä huolimatta kuvassa näkyy vanhan valokuvan tunnelma, soittajien ryhti, ilmeet ja asennot. Juliste kertoo orkesterin historiasta



Kuva 10 ja 11. Tšaikovski

Kuva 12. Sinfonisesti Teidän



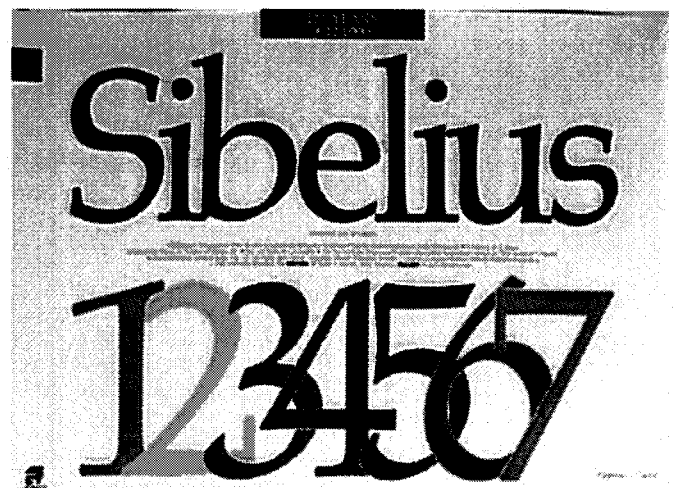
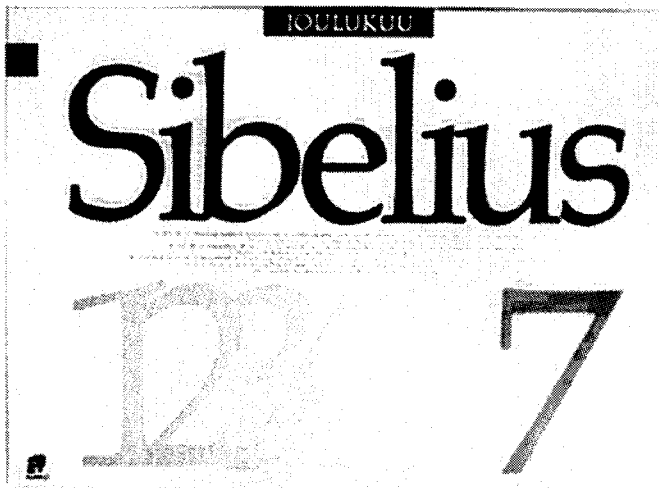
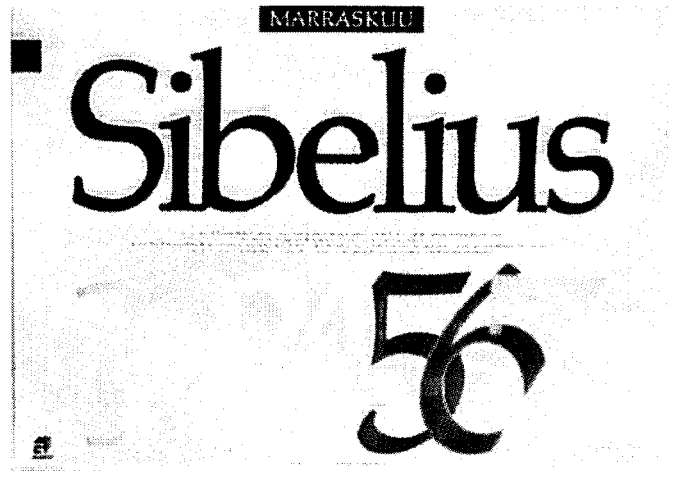
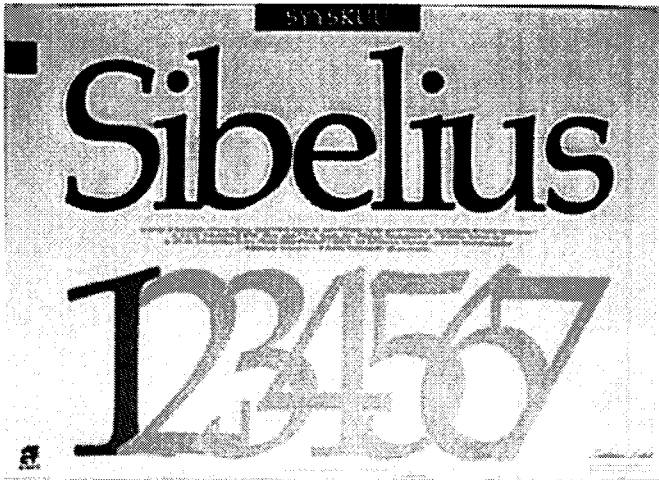
Kuva 13. Requiem

myös pienellä kursiivitekstillä palkkien sivulla sekä suomeksi että englanniksi. Tämä sama aihe esiintyy erittäin onnistuneella toteutuksella myös orkesterin lomakkeissa ja käyntikorteissa.

Mustan pinnan ideaa on käytetty myös Requiem -julisteessa (kuva 13) vuodelta 1991 (50 cm x 70 cm). Siinä sielunmessun draamaattisuutta on kuvattu vinossa olevalla mustalla pinnalla, josta on repäisty pala irti. Irti repeytyneen osan lähellä on rikottu mustaa pintaa kevyesti niin, että alta paljastuu taustan väriä – hopealla taitettua vihreää. Samalla repäisty kohta näyttää kuluneemmalta. Hopeaa on käytetty myös Requiem -sanassa, joka erottuu julisteesta selkeästi muiden tekstien ollessa kooltaan paljon pienempiä. Requiem -sananjäsenmuotojen suipot kallistuvat päät tuovat mieleen goottilaisen kirkon holvikaret. Muu tekstimassa on piilotettu julisteessa suorakaitteenmuotoisiin kapeisiin laatikoihin. Kaukaa pinta näyttää raidoitutukselta, eivätkä tekstit sotke julisteen muuta somittelua.

Mustassa pinnassa on läheltä havaittava kuvio, joka on tehty kiiltävän ja matta mustan eroilla. Tällöin pinnasta tulee elävämpi, kuin jos julisteessa olisi käytetty joko pelkkää kiiltävää tai pelkkää mattaa väriä. Requiem -julisteesta on tehty versio myös uusiopaperille, jolloin julisteen efektit katoavat. Uusiopaperin karheen laadun vuoksi hopeiset sävyt eivät tulostu puhumattakaan kiiltävästä pinnasta.

Julisteita, joissa suunnittelullinen idea perustuu pelkkään tekstiin, on kaksi. Toinen on 20-luku -juliste (kuva 1), joka on esitelty jo edellä ja toinen on vuonna 1990 suunniteltu Sibeliuksen sarja (kuvat 14-17).



Kuvat 14.-17. Sibelius

Sarjat

Lahden kaupunginorkesterin julisteissa on kaksi julistekokonaisuutta, jotka voidaan luokitella sarjaksi. Sibelius -julisteet (kuvat 14-17) (50 cm x 70 cm) tunnistaa sarjaksi niiden yksinkertaisen, mutta tehokkaan ideansa sekä ilmeensä ansiosta. Yleensä niissä julisteissa, joiden visuaalinen hahmo perustuu pelkän tekstin varaan, on herättäjänä käytetty jotakin slogan -tyyppistä viestiä. Sibeliuksen sinfoniosta kertovassa julistesarjassa sloganin korvaa visuaalinen aihe, jossa leikitään numerosarjalla, luvuilla yhdestä seitsemään. Oleellisia seikkoja näissä julisteissa ovat kirkkaat värit yhdistettynä mustaan sekä harmaaseen tekstiin, kaksi suurta tekstipintaa sekä pieni kapea tekstipinta niiden välissä. Sibelius-sanaan liittyy kyllä myös slogan, joka on piilotettu niin, että vain julistetta lähemmin tarkastelemaan pyssähtyvä näkee tekstin: "Sibelius composed, and we played".

Esitettävät sinfoniat on merkitty väreillä, muut harmaina numeroina. Väripareilla ilmoitetaan kunkin Sibeliuksen sinfonian esitysvuoro ja ne ilmestyvät katukuvaan esitysjärjestyksessä vuorotellen. Pienet tekstit suurten pintojen välissä kertovat konserttiohjelman ja ne ovat jokaisessa julisteessa samat.

Julisteesta on tehty myös yleisjuliste, jossa kaikki sinfoniat on väritetty (kuva 17). Julisteiden yläosassa on muistakin orkesterin julisteista tutuksi tullut palkkiaihe, jossa kerrotaan sinfonian esityskuukausi. Yleisjulisteeissa kuukauden paikalla on teksti 125 years 8.12.1990, joka viittaa Sibeliuksen syntymään.

Kaksi julistetta samalta vuodelta noudattelevat edellä esiteltyjen julisteiden linjaa. Koko Kokkonen? -sekä Must! -julisteet perustuvat teksteihin, mutta niissä on myös pieni kuvallinen aihe (kuvat 18 ja 19). Nämä julisteet etsivät vielä tyyliään ja kuuluvat

vuoksi, että orkesterin logo, solistin tai kapellimestarin nimi olisi saatu julisteeseen mahdollisimman suurella tekstikoolla tai että taiteilijan valokuva olisi julisteessa sen huomioarvon kannalta välttämätön. Huomiota on haettu muunlaisin keinoin, esteettisistä lähtökohdista. Mikä viittaa siihen, että suunnittelijalle on todennäköisesti annettu varsin vapaat kädet etsiä suunnittelullisia ratkaisuja. Jos julisteen kantava idea ei ole ollut se, että logo näkyy riittävän kauas on pystytty antamaan aikaa myös katsojan omille mietteille. Silti julisteet toimivat erittäin hyvin myös informatiivisina paketteina - konserttialmanakkoina.

Julisteita katsomalla orkesterista saatu kuva on positiivinen. Ne eivät anna ristiriitaisia viestejä yleisölle. Myös pikainen silmäys orkesterin lomakkeisiin ja käyntikortteihin tukee tätä ajatusta. Harmittavaa kyllä, yhtenäinen linja rakoilee cd-levyjen kohdalla. Orkesterin imagonrakennukselle tuskin olisi haitaksi, jos kaikki osa-alueet olisi tehty yhtä huolellisesti ja ammattimaisesti kuin mitä julisteet ovat. Silti kehittymisen varaa on jokaisessa suunnittelullisessa yksityiskohdassa niin kuin orkesterillakin, joka musiikillisesti tähtää täydellisyyteen.

LÄHDELUETTELO

- Aartomaa, Ulla : ”Juliste ja museo muutosten kourissa”, **Lahden X Julistebiennale**. Kukkila, Salpausselän kirjapaino 1993.
- Barnicoat: **Posters: A Concise History**. Thames & Hudson, London 1972.
- Bohman, J. & Hallberg, Å.: **Graafinen suunnittelu**. Gummerus Oy kirjapaino, Jyväskylä 1988.
- Crager, J: **It All Starts with The Music**. Graphis May/Jun 1995.
- Dair, Carl: **Design with Type**. University of Toronto press, Toronto 1967.
- Edge, Kevin: **The Art of Selling Songs**. Graphics for the music business 1690-1990. Futures Puplications (LTD), London 1991.
- Heiskala, Risto: ”Miten mainos puhuu kulttuuria – Mainos merkitysten näyttämönä”. **Mainoskuva, mielikuva**, Toim. Kimmo Lehtonen. VAPK-kustannus, Helsinki 1991.
- Honkanen, Helmiriitta: **Placatista julisteeksi**. Kustannusyhtiö Otavan painolaitokset, Keuruu 1983.
- Hovi, Päivi: **Mainoskuva Suomessa – kehitys ja vaikutteet 1890-luvulta 1930-luvun alkuun**. Gummerus kirjapaino Oy, Jyväskylä 1990.
- Kirjapainotaito graafikko: ”Kansainväliset julisteet Espalla”. 6/1987: 54-57.

-
- Labuz, Ronald: **Contemporary Graphic Design**. Van Nostrand Reinhold, New York 1991.
- Maegaard, Jan: **Musiikin modernismi**. WSOY, Juva 1989.
- Meggs, PB: **The Marketing of Modern Music**. Graphis Jan/Feb 1991.
- Mellinghoff, Frieder: **Graphis Poster**. Graphis Press Corp., Zürich 1991.
- Mount, Christopher: **The International Annual of Poster Art**. Toim, B. Martin Pedersen. Graphis Press Corp., Zürich 1994.
- Muikku, Jari: **Laulujen lunnaat**. WSOY, Juva 1989.
- Pfeifer, Ken: **Compact Disc, Packaging and Graphics**. Rockport Publishers Inc., New York 1992.
- Poynor, Rick: – Katherine McCoy:n haastattelu. **Eye**, The International Review of Graphic Design. No 16 vol. 4 spring 1995.
- Poynor, Rick: – Rick Vermeulen haastattelu. **Eye**, The International Review of Graphic Design. No 21, vol.6, summer 1996.
- Rouard-Snowman, Margo: **Museum Graphics**. Thames and Hudson Ltd., London 1992.
- Routila, Lauri Olavi: **Miten teen tiedettä taiteesta**. Karisto oy, Hämeenlinna 1986.

-
- Shaugnessy, Adrian: "Think of your ears as eyes". *Eye*, The International Review of Graphic Design. No 16 vol. 4 Spring 1995.
- The New Grove Dictionary of Music and Musicians nr. 2, 4, 8, 9, 15, 16: Edited by Stanley Sadie. Macmillan Publishers Limited, London 1980.
- Tuominen, Maila-Katriina: "**Juliste tarraa tajuntaan**". Lahden VIII Julistebiennale. Esan Kirjapaino, Lahti 1989.
- Usvamaa-Routila, Sirkkaliisa: **A Basic Course in Typography**. Part Two: Types of Faces. Department of Art Education, University of Jyväskylä 1993.
- Vuorinen, Jyri: **Taideteos merkinä**. Johdatus semioottiseen taidekäsitteeseen. Suomalaisen kirjallisuuden seura, Helsinki 1997.
- Williamson, Hugh: **Methods of Book Design**. Alden Press Oxford, Great Britain 1985.
- Painamattomat lähteet:
- Lahden kaupunginorkesterin tiedote: 1/97. Intendentti Tuomas Kindberg
- Ruuhinen, Erkki: "**Yrityskuva, tuotokuva ja graafinen suunnittelu**". Luentomonisteet. Copyright Erkki Ruuhinen Oy