

Konseptisuunnittelu, mitä se on?

Digitaalisen viestinnän suunnittelijan näkökulma.

Avainkäsitteet

concept; concept design;
conceptual design; konsepti;
konseptisuunnittelu; konseptointi;
konseptuaalinen suunnittelu

Kiitokset

seuraaville henkilöille avusta ja
kannuksesta: Marjo Mäenpää,
Kai Taka-aho, Tarja Toikka,
Claudia Treuthardt.

Eriyiskiitokset haastatelluille
ja kyselyyn vastanneille.

Opinnäytteen rakenne

1 OPINNÄYTTEEN AIHE

- 1.1 Opinnäytteen käsitteet
- 1.2 Aiheen tausta
 - 1.2.1 Henkilökohtainen näkökulma
- 1.3 Käytetyt lähteet ja metodit
 - 1.3.1 Kyselyt ja haastattelut
- 1.4 Taideteollisen korkeakoulun rooli opinnäytteessä
- 1.5 Opinnäytteen haasteet

2 KONSEPTISUUNNITTELU-TERMIN YLEISMERKITYKSET

3 KONSEPTISUUNNITTELU KÄYTÄNNÖSSÄ

- 3.1 Konseptisuunnittelu digitaalisessa viestinnässä
 - 3.1.1 Konseptisuunnittelijat ammattikuntana
 - 3.1.2 Konseptisuunnittelu alan julkaisuissa
 - 3.1.3 Konseptisuunnittelu käytännön työssä
 - 3.1.4 Konseptisuunnittelu alan oppilaitoksissa
- 3.2 Konseptisuunnittelu teollisessa muotoilussa ja tuotekehityksessä
- 3.3 Konseptisuunnittelu pelisuunnittelussa
- 3.4 Konseptisuunnittelu elokuvatuotannossa
- 3.5 Konseptisuunnittelu TV-tuotannossa
- 3.6 Konseptisuunnittelu mainonnassa ja markkinointiviestinnässä
- 3.7 Konseptisuunnittelu tilallisessa suunnittelussa
- 3.8 Konseptisuunnittelu vs. Käyttäjäkeskeinen suunnittelu
- 3.9 Lisähuomioita muilta alueilta

4 VERTAILU, YHTEENVETO ja HUOMIOITA

- 4.1 Käsitteiden erot
- 4.2 Käytäntöjen erot
 - 4.2.1 Alojen väliset erot ja yhtäläisyydet tarkemmin
- 4.3 Mistä erot johtuvat?
- 4.4 Loppupäätelmä ja ehdotukset
 - 4.4.1 Konseptisuunnittelu digitaalisessa viestinnässä, henkilökohtainen näkemys
 - 4.4.2 Jatkoselvitysten aihioita
- 4.5 Jälkikommentti

5 LÄHTEET

LIITTEET

- Erillinen teksti-dokumentti (esimerkit, kyselyvastaukset)
- Haastattelut CD-levykkeellä

1 OPINNÄYTTEEN AIHE

Opinnäytteeni aiheena on konseptisuunnittelu. Käsittelemän aihetta seuraavista näkökulmista:

- **Konseptisuunnittelu-termin merkitykset**

- **Konseptisuunnittelu käytännön toimintatapoina**

Opinnäytteeni painottuu käsittelemään konseptisuunnittelua ensisijaisesti digitaalisen viestinnän suunnittelun viitekehyksessä. Tarkastelen konseptisuunnittelu-termiä kuitenkin lyhyesti myös sen yleiskielisten sisältömerkitysten näkökulmasta (luku 2).

Luon opinnäytteessäni suuntaa-antavan katsauksen myös muiden taideteollisten suunnittelualojen tapaan käsitellä konseptisuunnittelu-termiä. Samalla kartoitan termiin liitettäviä käytännön toimintatapoja. Korostan kuitenkin, että tarkastelen näitä tapoja nimenomaan konseptisuunnittelun ja siihen liittyvien termien näkökulmiin rajautuen. En siis tarkastele eri alojen suunnitteluprosesseja kokonaisuudessaan.

Käytän pääasiallisina tietolähteinäni suunnittelualoja käsitteleviä julkaisuja sekä konseptisuunnittelun parissa digitaalisen viestinnän alalla työskenteleviä henkilöitä. Metodeina jälkimmäisessä käytin sähköpostikyselyä, johon vastasi 19 henkilöä sekä neljää henkilökohtaista haastattelua.

Opinnäytteeni aihe kumpuaa konseptisuunnitteluun liittyvien termien ja määritelmien monimuotoisuudesta työelämässä ja opiskeluympäristössä, minkä olen ajoittain kokenut kommunikointia häiritsevänä ongelmana.

Opinnäytteeni tavoitteena on *identifioida* termi konseptisuunnittelu: miten siihen kuuluu, mitä ei. Mistä siinä on kyse. Pysin luomaan suuntaa-antavan kokonaiskuvan termin erilaisista ilmenemismuodoista sekä tarkentaa termin merkityssisältöjä erityisesti digitaalisen viestinnän alueella. Tavoitteenani on myös herättää konseptisuunnittelun parissa eri aloilla työskentelevät henkilöt tiedostamaan se kommunikoinnin problematiikka, joka konseptisuunnitteluun joskus kommunikaatiotilanteissa liittyy. Toivon työni samalla antavan työkaluja näiden ongelmatilanteiden ymmärtämiseen ja ratkaisuun.

1.1 Opinnäytteen käsitteet

Käytän lopputyössäni termejä uusmedia, digitaalinen media, digitaalinen viestintä, verkkoviestintä ja verkkopalvelut toistensa synonyymeinä. Ilmiö, johon termeillä viitataan, on digitaalisiin viestintävälineisiin ja niiden välittämiin medioihin suunniteltua ja toteutettua sisältöä.

Muita käyttämiäni termejä:

informaatioarkkitehtuuri = tapa, jolla tieto jäsenellään. Keino, jolla suuresta tietomassasta muotoillaan helposti hahmotettavaa ja omaksuttavaa.

infodesign = suunnittelualue, jolla tässä viitataan paitsi informaatioarkkitehtuurin suunnitteluun, myös käyttöliittymäsuunnitteluun.

copy-teksti = mainos- tai digitaalisiin toteutukseen hiottava lopullinen tekstisisältö.

1.2 Aiheen tausta

Olen työskennellyt digitaalisen viestinnän alalla vuodesta 1997. Nimikkeet ovat vaihtuneet organisaatioiden myötä: toimin ensin visualistin, sitten *Information Designerin*, mediasuunnittelijan ja *Senior Content Designerin* nimikkeellä. Vuodesta 2002 vuoteen 2005 toimin konseptisuunnittelijana.

Olen aika ajoin törmännyt keskenään erilaisiin konseptisuunnitteluun liittyviin käsityksiin. Konseptisuunnittelija-nimikkeellä työskennellessäni huomasin, että nimikkeeni hämmensi ihmisiä. Minulta kysyttiin usein, mitä työkseni käytännössä oikein tein. Omaan työkuvaan oli haasteellista kuvailla, enkä kyennyt rajaamaan sitä riittävän selkeästi suhteessa muihin alani työnkuviin. En myöskään osannut vastata kysyjille, mistä konseptisuunnittelusta yleisellä tasolla, alasta riippumatta, oli kyse. Näistä syistä itsekin aloin kyseenalaistamaan ammattinimikettäni ja työnkuvaani.

Viime syksyyn asti (2004) tyydyin mutisemaan kysyjille selityksiä, jotka vaihtelivat tilanteen ja kysyjän taustan mukaan.

Kun opiskelutoverini viime syksynä kuuli, millä nimikkeellä työskentelin, kertoi tämä joskus käyneensä työhaastattelussa saman työnkuvan tiimoilta. Paikan päällä kuitenkin selvisi, että opiskelutoverillani ja työnantajalla oli hyvin erilaiset käsitykset siitä, mitä termillä *konseptisuunnittelu* tarkoitettiin: Opiskelijatoverini luuli hakevansa työtä, joka liittyisi tilalliseen, kokonaisvaltaiseen

suunnitteluun, kun taas työnantaja etsi verkkopalveluiden suunnittelijaa, jossa digitaalisten toteutusten informaatio suunnittelulla olisi suuri rooli. Työsuhde jäi syntymättä.

Samoihin aikoihin, vuoden 2004 syksyllä, valmistauduin ohjaamaan konseptisuunnittelukurssin ammattikorkeakoulun verkkoviestinnän opiskelijoille. Etsin aiheeseen liittyvää lähdemateriaalia, mutta ainoat julkaisut, joita tuolloin löysin, olivat yritysten omia, asiakkaille suunnattuja markkinointimateriaaleja. Digitaalisen viestinnän kirjallisuudessa ei konseptisuunnittelua yhtä poikkeusta lukuun ottamatta mainittu. Kaikki tuolloin löytämäni konseptisuunnittelua tai *concept designia* käsitellyt materiaali koski tuotekehittelyä, käytettävyyttä tai teollista muotoilua. Saatoin lopulta tukea opetuksen vain omille käytännön kokemuksilleni.

Edellä mainitut tapahtumat aikaansaivat tarpeen perehtyä asiaan tarkemmin. Halusin purkaa, mistä digitaalisen viestinnän konseptisuunnittelussa oikein oli kyse ja helpottaa aiheeseen liittyvää kommunikointia. Halusin myös selvittää oman ammatillisen identiteettini erityisosaamisen ytimen – ja, ennen kaikkea: ottaa selvää, oliko sitä.

Huomasin kuitenkin pian, että ainoastaan digitaalisen viestinnän konseptisuunnitteluun pureutuminen ei vielä riittänyt aiheen haltuunottoon kokonaisuudessaan. Löytääkseni vastauksia etsimiini kysymyksiin minun oli paneuduttava ilmiöön myös yleisellä tasolla. Käytännössä tämän tarkoitti konseptisuunnitteluun liittyvän käsitteistön yleistä kartoitusta sekä muiden taideteollisten suunnittelualojen konseptisuunnittelukulttuureihin tutustumista.

Aloitin aiheen käsittelyn kevyellä käsitteiden yleistason tarkastelulla (luku 1). Tämän jälkeen siirryin käytäntöihin ja käsittelen aihetta henkilökohtaisesta näkökulmastani käsin eli digitaalisen viestinnän viitekehyksessä (luku 2). Sen jälkeen siirryin muiden suunnittelualojen tarkasteluun (luku 3). Lopuksi kokoan ja vertailen havaintojani (luku 4).

1.2.1 Henkilökohtainen näkökulma

Ensimmäinen muistikuvani konseptisuunnittelu-käsitteeseen törmäämisestä on vuodelta 1998. Kokosin tuolloin työnäytteitä tekemistäni verkkopalvelutoteutuksista työnhakua varten. Kaipasin termiä, joka kertoisi, että olin toteutuksiin muutakin kuin graafista, rakenteellista ja sisällöllistä suunnittelua – jotakin vielä enemmän. Joltakin alan kilpailuun liittyneeltä verkkosivustolta löysin termin konseptisuunnittelu, jota päätin käyttää, vaikken aivan varma sanavalintani sisällöstä ollutkaan. Termi kuitenkin kuulosti hyvältä (kuvakaappaus toteutuksesta: Liite 1.7.1).

Muutamaa vuotta myöhemmin huomasin lehdessä mielenkiintoiselta kuulostavan työpaikkailmoituksen. Työnkuva käsitti verkkopalveluiden suunnittelua rakenteista sisältöihin jossa graafisen suunnittelun hallitseminen laskettaisiin eduksi. Hain paikkaa ja päädyin konseptisuunnittelijaksi.

Toimenkuvani määräytyi käytännössä paljolti asiakkaiden ja työtiimimme tarpeiden sekä oman taustani perusteella. Työni painottui markkinointiviestintään ja se käsitti verkkototeutusten sisältösuunnittelua, copy-tekstien kirjoittamista ja informaatioarkkitehtuurin sekä käyttöliittymien suunnittelua. Joskus saatoin animoida tai suunnitella palvelun graafista ilmettä. Mikä tästä tekee juuri konseptisuunnittelua, mietin. Samoja asioitahan tekivät copy-writerit, informaatiosuunnittelijat, käytettävyyssiantuntijat ja ad:t. Myös asiakkaiden oli välillä hankalaa hahmottaa, mikä roolini projekteissa oikein oli. Oman ammattiosaamisen ydin oli epäselvä, vaikka samalla kuitenkin uravalinta tuntui henkilökohtaisesti juuri oikealta. Pidin työstäni, vaikken oikeastaan tiennyt, mitä varsinaiseen vastuualueeseeni todella kuului.

Vaikka alue tuntui hahmottomalta, vasta Medialaboratorio-opiskelujeni aikana huomasin, kuinka epämääräisiä termejä ja käytäntöjä konseptisuunnitteluun liittyi. Termeillä saatettiin tarkoittaa eri asioita, kuin mihin itse tottunut. Ryhdyin tarkkailemaan aihealueeseen liittyvän käsitteistön käyttöä. Osan merkityksistä huomasin jakavani, osaa en.

Lopputyöaiheen ja muodon valintaan vaikutti aiheen taustan lisäksi myös halu löytää teoreettista pohjaa käytännön suunnittelutyölle henkilökohtaisesta näkökulmasta. Halusin kurkistaa projektien ja käytännön suunnittelutyön taakse, tarkastella itse prosesseja. Kiinnostus alueen teoreettiseen käsittelyyn oli myös yksi tärkeimpiä syitä, joiden vuoksi hakeuduin opiskelemaan Medialaboratorioon.

1.3 Käytetyt lähteet ja metodit

Opinnäytteeni lähteinä käytin:

- aiheesta olemassa olevia julkaisuja (ks. Lähteet, luku 5)
- 19 sähköpostikyselyn vastausta
- 4 teemahaastattelua
- omia työ- ja opiskeluelämäni kokemuksia

Aloitin opinnäytetyöni suunnittelun aluksi kartoittamalla, mitä konseptisuunnittelusta oli julkaistu ja miten aihealuetta oli näissä julkaisuissa käsitelty. Etsin lähtökohtaisesti akateemisesta näkökulmasta uskottavia julkaisuja. Kelpuutin lähteiksi kuitenkin myös hajanaisempaa materiaalia, kuten alojen asiantuntijoiden

verkkoartikkeleita tai Taideteollisen korkeakoulun kurssiaineistoja, koska halusin hahmottaa, miten eri tavoin aiheeseeni liittyvää terminologiaa käytettiin eri yhteyksissä.

Kartoituksen jälkeen vertasin näitä käsittelytapoja eri taideteollisten suunnittelualojen käytännön toimintakulttuureihin ja siellä erityisesti digitaalisen viestinnän alueelle, jolle konseptisuunnitteluun liittyvä sanasto nimikkeineen näytti olevan vakiintunut. Pyrin selvittämään, ovatko konseptisuunnitteluun liittyvät sisältömerkitykset ja toimintatavat yleistettävissä kaikkia taideteollisia suunnittelualoja ja erityisesti digitaalisen viestinnän suunnittelua koskevaksi yleispäteväksi suunnittelumalliksi.

Lähdin siis liikkeelle julkaistun materiaalin kartoituksesta, mutta varsin pian huomasin, että aiheeseen liittyvää materiaalia löytyi kaikilta muilta suunnittelun aloilta, mutta ei juurikaan digitaalisen viestinnän.

Näytti siltä, että digitaalisen viestinnän konseptisuunnitteluun liittyvää tietoa oli olemassa vain "kentällä", työelämässä, osana alan toimijoiden työkulttuureja ja toimintatapoja. Tämän tiedon kartoittamiseen ja dokumentointiin päädyin käyttämään sähköpostikyselyjä, jotka kohdistin digitaaliseen viestintään liittyvillä aloilla työskenteleville henkilöille.

Rajasin kyselyotannan käsittämään alat, jotka henkilökohtaisesti mielsin nimenomaan digitaalisen viestinnän keskeisiksi toimijoiksi Suomessa: Uusmediayritykset, markkinointiviestinnän yritykset, alan tutkimus- ja opetustoimen, TV-kanavat, peliteollisuuden ja valtionhallinnon viestintätahot.

Mahdollisten vastaajien kartoittamiseen käytin olemassa olevia kontaktejani. Pyrin kohdistamaan kyselyt henkilöille, jotka tietojeni tai kuulemani mukaan saattaisivat jo lähtökohtaisesti olla kiinnostuneita pohtimaan konseptisuunnitteluun liittyvää problematiikkaa. Vastanneet voi jakaa konseptisuunnittelun näkökulmasta kolmeen kategoriaan:

- Niihin, jotka työskentelivät itse konseptisuunnittelijoina
- Niihin, joiden työtä konseptisuunnittelu jollakin tavalla sivusi
- Niihin, joille termi oli tuttu, mutta käytännön sisältö vieras

Kyselyyn vastasi 19 henkilöä. Otanta oli suppea, mutta se riittänee antamaan tavoitellun suuntaa-antavan yleiskuvan aihealueeseen liittyvistä käytännön asenteista ja toimintatavoista.

Kyselyjen toteuttamisesta kerron tarkemmin jäljessä.

Kyselyn antia syventääkseni haastattelin lisäksi henkilökohtaisesti neljää henkilöä, jotka työskentelivät nimenomaan digitaalisen viestinnän konseptisuunnittelun parissa.

Valitsin haastateltaviksi esimiesasemassa olevia henkilöitä, koska esimiesnäkökulma aiheeseen oli itselleni suunnittelijana vieraampi. Myös näiden haastattelujen toteutukseen palaan jäljessä tarkemmin.

Omia työ- ja opiskelukokemuksiani konseptisuunnitteluun liittyen en käyttänyt varsinaisina opinnäytteeni tietolähteinä. Hyödynsin niitä kuitenkin tarpeen vaatiessa materiaalin kartoituksen ja analysoinnin apuna.

Lopputyöni edustaa laadullista eli kvalitatiivista tutkimusperinnettä (*Alasuutari, 1995*). Päätymisen laadulliseen käsittelytapaan oli aiheen sanelema ratkaisu: Aihetta käsittelevää empiiristä tutkimusmateriaalia ei löytynyt. Tieto sijaitsi hajallaan eri tahoilla ja muodoissa.

Toisaalta aiheeseeni liittyvät kysymykset kumpuavat eri ympäristöjen ja alojen arjen käytännöistä, ja juuri todellisen elämän kuvauksesta on laadullisessa tutkimuksessa kyse.

Lisäksi laadullinen tutkimus pyrkii käsittelemään tutkimusongelmaa kokonaisvaltaisesti eikä testaamaan valmista hypoteesia (*Alasuutari, 1999, s. 268-276*). Kokonaisvaltaisesta ilmiön hahmottamisesta ja uuden tiedon etsimisestä on kyse myös opinnäytteessäni: mitä konseptisuunnittelu käytännössä on? Mistä kumpuavat termien merkitysten epämääräisyydet?

1.3.1 Kyselyt ja haastattelut

Koska aiheeni ytimeen, digitaalisen viestinnän konseptisuunnitteluun, liittyvä lähdemateriaali oli vähäistä, keräsin tietoa henkilöiltä, jotka tavalla tai toisella työskentelevät digitaalisen viestinnän ja konseptisuunnittelun parissa. Tiedonkeruun metodeina käytin sähköpostikyselyjä ja henkilökohtaista teemahaastatteluja.

Haastateltavat ja vastanneet toimivat pääosin digitaalisen viestinnän alueelle, eivätkä vastanneiden mielipiteet ole siten yleistettävissä koskemaan kaikkia tässä lopputyössä käsiteltäviä suunnittelualoja. Tämä oli tietoinen valinta. Lopputyön aihe kumpuaa nimenomaan digitaalisen viestinnän alueelta ja sen suhteesta muihin suunnittelualoihin.

Seuraavalla sivulla on esitetty organisaatioiden toiminta-alueiden ja työnimikkeiden jakautuminen, joita sekä kyselyyn vastanneet että haastatellut edustivat.

<i>Toimiala</i>	<i>Organisaatiot, lkm</i>	<i>Otos, hlö-lkm</i>	<i>Toimenkuvat</i>
Digitaalinen viestintä	5	8	- konseptisuunnitteluyksikön päällikkö - Senior Web Architect - toimitusjohtaja - Chief Designer - Senior Art Director - vanhempi konsultti - konseptisuunnittelija /projektipäällikkö
Markkinointi- viestintä <i>Organisaatioita, joissa tehdään sekä digitaalista että "perinteistä" viestintää</i>	2	5	- konseptisuunnittelija - digitaalisen viestintäyksikön johtaja - strategiajohtaja - Copy-Writer /konseptisuunnittelija - Creative Planner - Content Director /informaatio suunnittelija
Tutkimus- ja opetustoimi <i>Jälkimmäisen osalta edustettuina olivat elokuvataide, graafinen suunnittelu ja teollinen muotoilu*</i>	2	4	- erityisasiantuntija - professori (teollinen muotoilu) - professori (elokuvataide) - AD/lehtori
TV-kanava, julkinen palvelu	2	3	- ohjelmapäällikkö - konseptisuunnittelija - luova johtaja
Liikkeenjohdon konsultointi, e-learning	1	1	- suunnittelupäällikkö /Instructional Design Manager
Peliteollisuus	1	1	- Chief Creative Officer
Valtionhallinto	1	1	- verkkopalvelusuunnittelija

**) Mukana ovat Taideteollisen korkeakoulun ne osastot, jotka järjestivät vuosina 2004-2005 "konseptisuunnitteluksi" nimettyjä kursseja. Medialaboratoriossa tällaisia kursseja ei tuolloin ollut.*

Taulukko 1: Haastateltujen ja kyselyyn vastanneiden jakautuminen aloittain (Jonna Iljin)

Kategorisointi on tehty organisaatioiden ensisijaisen liiketoiminta-alueen ja vastanneiden ensisijaisen työnimekkeen mukaisesti. Jaottelu on osin kankea, koska moni organisaatio ja henkilö toimi samanaikaisesti usealla mainituista alueista.

Kyselyistä tarkemmin

Kyselyn otokseksi keräsin pienehkön, mutta monipuolisen joukon vastaajia erityyppisine organisaatioineen ja toimenkuvineen. Edellä esitetyn taulukon mukaisesti vastanneet edustivat teollista muotoilua ja tuotekehitystä, markkinointiviestintää, peliteollisuutta, elokuva- ja ohjelmatuotantoa, TV-tuotantoa, graafista suunnittelua, opetus- ja tutkimustointia, julkista hallintoa, liikkeenjohdon konsultointia, e-learningia ja digitaalista viestintää yleensä.

Lähetin kyselyn 32 henkilölle, joista 19 vastasi. Vastanneista viisi työskenteli konseptisuunnittelija-nimikkeellä digitaalisen viestinnän organisaatiossa. Loput vastanneista työskentelivät jossakin muussa roolissa, mutta olivat kuitenkin työssään tekemisissä digitaalisen viestinnän ja/tai konseptisuunnittelun kanssa.

Kyselyn tarkoituksena oli kartoittaa konseptisuunnittelun ja digitaalisen viestinnän parissa työskentelevien tapoja käyttää konseptisuunnitteluun liittyvää käsitteistöä. Pyrin tunnistamaan aiheeseen liittyviä eroja ja yhtäläisyyksiä organisaatioiden, henkilöiden ja toiminta-alueiden välillä.

Kyselyn vastauksia analysoitaessa ja pätevyyttä arvioitaessa on huomioitava seuraavat seikat:

- Otannan vastaajat toimivat digitaalisen viestinnän kentällä.
- Otannan konseptisuunnittelijat olivat painottuneet akselilla informaatio suunnittelu – markkinointiviestintä jälkimmäiseen. Tämä oli sattumaa, ei tietoinen valinta (informaatio suunnitteluun keskittyneet konseptisuunnittelijat eivät vastanneet kyselyyn).
- Konseptisuunnittelun merkitys saattaa ylikorostua vastauksissa. On toisin sanoen huomioitava, että vastaukset saattavat kuvata paitsi todellisuutta, myös vastaajan toivomaa ideaalia tilannetta, joka ei välttämättä aina toteudu arjen tasolla.

Kysymyslistoja oli kolmen tyyppisiä:

1. Digitaalisen viestinnän organisaatioissa työskenteleville

konseptisuunnittelijoille suunnatut kysymykset.

2. Digitaalisen viestinnän organisaatioissa työskenteleville henkilöille, jotka eivät itse toimineet konseptisuunnittelijoina, mutta jotka työskentelivät heidän kanssaan.

3. Digitaalisen viestinnän organisaatioissa työskenteleville henkilöille, joiden organisaatiossa ei työskennellyt konseptisuunnittelijoita.

Kysymyslistojen sisällöt olivat kutakuinkin samat.

Ensimmäiseen tyyppin kysymyslistaan olin lisännyt joitakin henkilökohtaisiin ammatillisiin seikkoihin liittyviä kysymyksiä konseptisuunnittelijoille. Kolmannen tyyppin kysymyslistasta olin taas poistanut kysymykset, jotka käsittelivät konseptisuunnittelija-nimikettä.

Myös erään käytettävyyttä käsitelleen kysymyksen poistin mahdollisen hämmennyksen ehkäisemiseksi niistä versioista, jotka lähetin henkilöille, joiden työkuultuuriin käyttöliittymien suunnittelu ei kuulunut.

Alla on konseptisuunnittelijoille suunnattu kysymysryhmä, joka siis oli edellä mainituista kysymyslistoista pisin.

0 TAUSTATIEDOT LYHYESTI

Nimi, ikä, tehtävänimike, yritys ja sen yksikkö, koulutus ja työkokemus?

-

Millä liiketoiminnan alueella organisaationne toimii?

-

1 TERMISTÖ JA KÄSITELTÄVÄN ILMION MÄÄRITTELY

Kuvailisitko termien "idea" ja "konsepti" merkityseroa, jos sellaista on?

-

Näetkö merkityseroja termeillä:

- konsepti ja konseptisuunnitelma? Jos, minkälaisia?

- konseptisuunnittelu ja konseptointi? Jos, minkälaisia?

-

Miten konseptisuunnittelu mielestäsi suhteutuu muotoiluun?

- Entä tuotekonseptointiin?

- Entä markkinointikonsepteihin?

- Entä liiketoimintakonsepteihin?

-

Oletko joskus törmännyt konseptisuunnittelua käsittelevään materiaaliin (tutkimuksia, artikkeleja...)?

- Jos, minkälaiseen?

- Jos et, mistä luulet sen johtuvan?

-

Oletko törmännyt väärinkäsityksiin konseptisuunnittelusta tai konseptoinnista

puhuttaessa?

- Jos, minkälaisiin? Mistä luulet niiden johtuneen?

-

2 LAADUN ARVIOINTI

Minkälaista on hyvä konseptisuunnittelu?

-

Entä konseptisuunnitelma?

-

Entä konseptisuunnittelija?

-

Tarkkaillaanko organisaatiossanne konseptisuunnittelun laatua? Jos, miten?

-

Pyritäänkö organisaatiossanne mahdollisesti kehittämään konseptisuunnittelun osa-aluetta? Jos, miten?

-

3 ORGANISAATION ROOLIJAKO KONSEPTISUUNNITTELUN NÄKÖKULMASTA

Miten (keille) organisaatiossanne jakautuvat seuraavat työnkuvat:

- käsikirjoittaminen
- tuottaminen
- sivustorakenteen suunnittelu
- käyttöliittymäsuunnittelu
- käytettävyys
- copy-kirjoittaminen
- teknis-lähtöinen järjestelmäarkkitehtuuri

Onko yrityksessänne konseptisuunnittelija-nimikkeellä toimivia henkilöitä?

- Jos on: määrä suhteessa muihin suunnittelijoihin?

-

Minkälaisena näet konseptisuunnittelijoiden roolin projekteissanne?

- Entä työkuultuurissanne ylipäätään?

-

Onko konseptisuunnittelun rooli yrityksessänne muuttunut?

-

Kuinka kauan yrityksessänne on ollut konseptisuunnittelijoita?

- Mitä luulet: mistä tai miksi "konseptisuunnittelu" -nimikkeen käyttöönotto tapahtui juuri tuolloin?

- Keiden vastuualueelle ko. toimenkuva aiemmin kuului?

-

4 KONSEPTISUUNNITELIJAN TOIMENKUVA

Mikä on konseptisuunnittelijan vastuulla projekteissanne?

- Mahdolliset muut vastuut?

-

Onko konseptisuunnittelijoilla mielestäsi jotakin erityisosaamista, jota ei voi tai osaa tehdä kukaan muu?

-

Kuuluuko konseptisuunnittelijan työnkuvaan mielestäsi:

- strateginen suunnittelu? Jos, mitä sillä tarkoitetaan?
- lanseerauksen suunnittelu? Jos, mitä sillä tarkoitetaan?
- käyttöliittymäsuunnittelu? Jos, mitä sillä tarkoitetaan?
- tarinankerronta? Jos, mitä sillä tarkoitetaan?
-

Minkälaisia taustoja konseptisuunnittelijoillanne on?

-

Kuvaako konseptisuunnittelijoiden nimike mielestäsi hyvin heidän työnkuvaansa?

-

Konseptisuunnittelijoille: Miten päädyit konseptisuunnittelijaksi?

- Miksi?
-

Konseptisuunnittelijoille: Mikä on vahvin osaamisalueesi?

- Entä toiseksi vahvin?
-

Konseptisuunnittelijoille: Jos et olisi nimikkeeltäsi konseptisuunnittelija, mikä olisi kuvaavin vaihtoehto?

-

Konseptisuunnittelijoille: Kuvaile työnkuvaasi, henkilökohtaista vastuualuettasi ja tyypillistä työpäivääsi:

-

Konseptisuunnittelijoille: Minkälaisia metodeja tai työkaluja käytät työssäsi?

-

5 KONSEPTISUUNNITTELU ORGANISAATION PROSESSIMALLIEN NÄKÖKULMASTA

Käytättekö työskentelyssänne jotakin tietty prosessimallia? Jos, minkälaista? (Olisin erittäin kiitollinen, mikäli voit lähettää sen minulle liitetiedostona)

- Koetteko sen toimivaksi?
- Voisiko sitä kehittää? Jos, miten?
-

Miten konseptisuunnittelu näkyy siinä?

-

Minkälaisia muita prosessimalleja olette mahdollisesti aiemmin käyttäneet?

-

Pärjäisittekö ilman konseptisuunnittelijoita, ts. voisiko konseptisuunnittelijan työn tehdä joku muu?

-

6 KONSEPTISUUNNITTELUUN LIITTYVÄ DOKUMENTAATIO

Miten konseptisuunnittelua dokumentoidaan organisaatiossanne?

-

Tuotetaanko organisaatiossanne konseptisuunnitelmiksi nimettyjä dokumentteja?

- Jos, mitä niiden tulee sisältää?
 - Onko tästä olemassa olevaa ohjeistusta?
(Olisin erittäin kiitollinen, mikäli voit lähettää sen minulle liitetiedostona)
 - Sisältääkö konseptisuunnitelma:

- käsikirjoituksen? Jos, minkälaisen?
 - kaavioita? Jos, minkälaisia?
 - muuta suunnitteludokumentaatiota
 (esim. informaatio suunnitteluun/käytettävyyteen liittyviä)? Jos,
 minkälaisia?
 - Jos ei, miksi?
 -

Tuotetaanko organisaatiossanne mahdollisesti jotakin muita konseptisuunnitteluun
 liittyviä dokumentteja? Jos, mitä?
 -

7 KONSEPTISUUNNITTELU ORGANISAATION "TUOTTEENA"

Miten konseptisuunnittelu on esillä organisaatiostanne ulospäin? (esim. new business,
 yrityksen markkinointimateriaalit)
 -

Voiko konseptisuunnittelun nähdä yhtenä organisaationne tarjoamana palvelutuotteena?
 Jos ei, miksi?
 -

Hinnoitellaanko konseptisuunnittelu asiakassopimuksissanne omana alakohtanaan?
 - Jos ei, onko se nimetty jotenkin toisin (miten)?
 -

Puhutaanko organisaatiossanne konseptisuunnittelusta eri tavoin (termein tai merkityksin)
 sisäisesti kuin ulospäin (esim. asiakkaan suuntaan)?
 - Jos, miten se käytännössä ilmenee?
 - Jos, miksi näin tapahtuu?
 -

Voitko nimetä konseptisuunnitteluun liittyviä tai siihen aiemmin liittyneitä trendejä tai ns.
 muotisanoja?
 -

Saatoin jättää kysymättä jotakin oleellista. Kerrothan toki, jos ja mitä:
 -

Taulukko 2: Sähköpostikysely konseptisuunnittelijoille (Jonna Iljin)

Kyselyn vastaukset löytyvät opinnäytteeni liitedokumentista. Kyselyihin vastanneista kaksi halusi pysyä nimettömänä, joten poistin vastausdokumentaatiosta viittaukset henkilöihin, organisaatioihin ja toteutettuihin palveluihin.

Tiedonkeruun metodin toimivuuden näkökulmasta kysely palveli tehtäväänsä hyvin: Pystyin muodostamaan riittävän yleiskuvan käsitellystä aiheesta vastausten perusteella. Kyselyvastausten analysoinnin tulokset ja johtopäätökset on esitelty luvussa kolme.

Haastatteluista tarkemmin

Kyselyiden lisäksi teemahaastattelin joitakin digitaalisen viestinnän

konseptisuunnittelualueen hyvin tuntevia henkilöitä, jotta pystyisin tarkemmin tunnistamaan digitaalisen viestinnän konseptisuunnitteluun liittyviä erityispiirteitä ja niiden taustoja. Haastatellut toimivat esimiesasemassa ja positioissa, joissa heidän oli mahdollista vaikuttaa digitaalisen viestinnän konseptisuunnittelun kehittämiseen ja osaamisalueen asemaan työyhteisöissä yleensä.

Haastattelujen pohjana toimi edellä esitetty kysymyslista.

Haastateltavina olivat:

- Honkakorpi Marja; Päällikkö, Konseptisuunnitteluosasto, 2ndhead Oy (haastatteluajankohta 24.2.2005)
- Leino Antti, Chief Designer, User Experience; Satama Interactive (haastatteluajankohta 23.2.2005)
- Neuvonen Reetta; Manager, User experience; TietoEnator Digital Innovations (haastatteluajankohta 28.2.2005)
- Takala Teemu; Johtaja, Digitaalinen viestintä; Evia Helsinki (haastatteluajankohta 3.3.2005)

Haastattelut on tallennettu äänitiedostoina cd-levylle (liitteenä).

Haastattelujen anti tuki kyselyjen tuloksia. Selvimpänä erona kyselyvastauksiin oli, että haastattelujen vastaukset linkittyivät jokaisen haastatellun kohdalla hyvin kiinteästi henkilön edustaman organisaation rakenteisiin, liiketoiminta-alueeseen ja toimintamalleihin. Konseptisuunnittelun rooli ja siihen liittyneet sisältömerkitykset näyttäytyivät haastateltujen kohdalla nimenomaan organisaatioiden viitekehyksistä käsin. Sähköpostikyselyjen vastauksissa organisaationäkökulma ei sen sijaan korostunut. Syynä tähän lienee haastateltujen rooli organisaatioihin onnistuneesti sitoutettuina esimiehinä. Kyselyyn vastanneista vastaavasti suurin osa toimi asiantuntijatehtävissä ja useat vastaukset vaikuttavat haastattelujen sisältöjä henkilökohtaisemmilta. Havaitsin tämän näkökulmaeron vasta jälkikäteen. Samalla haastattelut konkretisoivat, kuinka suuresti konseptisuunnittelun rooli voi riippua nimenomaan organisaatiosta, jossa toimitaan.

Liitteet: Haastattelu-CD sekä liite 1.6 (Kahden haastatellun luonnoksia haastattelutilanteista).

1.4 Taideteollisen korkeakoulun rooli opinnäytteessä

Taideteollisen korkeakoulun (TaiK) rooli korostuu opinnäytteeni lähdemateriaaleissa, mikä lukijan on syytä huomioida.

TaiK oli edustettuna sekä sähköpostikyselyissäni että haastatteluissani: Kolme sähköpostikyselyyn vastannutta henkilöä

edusti TaiKin opetus- ja tutkimushenkilökuntaa. Lopuista haastatelluista ja kyselyyn vastanneista suurin osa oli opiskellut jossakin elämänsä vaiheessa TaiKissa.

Myös osa lähdejulkaisuista oli Taikin tukemaa tai kustantamaa. Näitä olivat esimerkiksi suurin osa lopputöistä sekä keskeiset tuotemuotoilua käsitelleet julkaisut.

Myös opinnäytteeni rajaus ja rakenne noudattelevat pitkälti Taideteollisen korkeakoulun osastojakoa: suunnittelualat, joiden näkökulmasta käsittelen konseptisuunnittelua, ovat kaikki edustettuna TaiKin osastoina tai niiden koulutusalueina. Monessa näistä osastoista ja alueista opetetaan myös konseptisuunnittelua, tosin kussakin melko eri sisältömerkityksin. Palaan näihin alojen välisiin eroihin tarkemmin luvussa kolme.

1.5 Opinnäytteen haasteet

Koin kartoituksen tekemisen haasteena erityisesti aihealueeni monialaisuuden ja hajanaisuuden. Miten kykenisin yhdistämään kaksi melko erilaista lähestymistapaa – toisaalta aihealueen termistön merkitysten tarkastelun, toisaalta käytännön toimintatapojen kartoittamisen – eheäksi kokonaisuudeksi? Entä miten kykenisin pitämään kasassa aihealueen, joka toisaalta kattaa useita eri taiteen aloja omine kulttuureineen ja jonka näkökulma toisaalta sivuaa useita eri tieteiden koulukuntia?

Haasteena oli myös lähdemateriaalin hajanaisuus. Toisilta alueilta löysin mittavasti julkaisuja konseptisuunnitteluun liittyen, toisilta en juuri lainkaan. Tarvitsin tueksi kyselyt ja haastattelut. Miten yhteismitallistaisin nämä varsin erilaiset lähdetyypit?

Yhtenä koetinkivenä koin myös lopputyöni rajauksen: Aina löytyi jokin uusi aiheeseen liittyvä näkökulma, jonka olisin halunnut liittää tarkasteluun tai polku, jota olisin mieluusti seurannut syvemmälle. Raja oli kuitenkin vedettävä johonkin. Rajasin työni koskemaan digitaalista viestintää ja nimenomaan konseptisuunnittelun näkökulmaa. Laajempi ja syvällisempi kartoitus olisi jatkoprojektin aihe. Lopputyöni rooli on suuntaa-antava esikartoitus aiheen mahdolliselle jatkotyöstölle.

Haasteena opinnäytteessäni koin myös näkökulmani subjektiivisuuden. Onnistuisinko asettumaan roolini ulkopuolelle ja tarkastelemaan konseptisuunnittelua riittävän objektiivisesti? Vaikka tähän pyrin, on lukijan hyvä huomioda taustani opinnäytettä lukiessaan ja nähdä näkökulmani yhtenä lähestymiskeinona aiheeseen.

2 KONSEPTISUUNNITTELU-TERMIN YLEISMERKITYKSET

Tunteeko yleiskieli konseptisuunnittelua ja siihen liittyviä termejä? Entä mitä termeillä tarkoitetaan?

Semiotiikka ja semantiikka ovat tieteenaloja, jotka tutkivat molemmat kieltä ja sen merkityksiä. Elementtejä, joista kieli koostuu, kutsutaan merkeiksi (*Karjalainen, 2004, s. 12*). Semiotiikka lukeutuu filosofisiin koulukuntiin, ja se keskittyy tarkastelemaan näiden merkkien rakentumista (*Fiske, 1990; Tarasti, 1990*). Semantiikka puolestaan lähestyy aihetta kielitieteen näkökulmasta ja keskittyy merkkien tulkintaan ja merkityksiin, joita ne käyttötilanteissa saavat (*Crystal, 1997, s. 100-107*). Konseptisuunnittelua merkinä voisi tarkastella näistä molemmista näkökulmista. En kuitenkaan tässä opinnäytteessäni tarkastele konseptisuunnittelua käyttöympäristöstään irrallisena, itsenäisenä merkinä. Sen sijaan kartoitan, mitä konseptisuunnittelu-merkillä tarkoitetaan eri ympäristöissä ja tilanteissa. Opinnäytteeni lähenee siten *semantiikkaan*.

Kuvailin aiemmin konseptisuunnittelu-termiin liittynyttä sekavuutta omasta näkökulmastani. Selvittääkseni, oliko kyse vain henkilökohtaisesta epätietoisuudesta vai kenties laajemmasta ilmiöstä, kartoitin kahden eri tahon tulkinnat aiheesta: yleistietoteosten sekä aiheen parissa työskentelevien henkilöiden. Jälkimmäisten näkemykset löytyvät liitteistä.

Konseptisuunnittelu-sanaa ei yleistietoteoksista löydy, mutta termin kantasana, konsepti, mainitaan. Sanan alkuperäksi nimetään latinankielinen substantiivi *conseptum*, joka pohjautuu verbiin *concipere*. Suomeksi *concipere* viittaa sommitteluun tai kirjoittamiseen. Termi liittyy tässä yhteydessä keskeneräiseen työhön, kuten puheen käsikirjoitukseen tai puhtaaksikirjoittamattomaan tekstiin. Arkikielessä konseptien todetaan viittaavan "suunnitelmiin tai ennakkolaskelmiin" (*Sorsa, 1997, s. 154*).

Oman lisänsä sekavuuteen tuovat kielten väliset merkityserot. Vaikka sanat muistuttavat toisiaan, niiden sisällölliset painotukset vaihtelevat. Suomenkielen sana konsepti kääntyy sanakirjassa eri merkityksiin kuin englanninkielinen sana *concept*:
"konsepti = *rough draft, notes, outline*" (*Hurme, 1984, s.479*).
"*concept* = käsite, mielle" (*Hurme, 2000, s.540*).

Englanninkielisten yleistietoteosten tavat määritellä kyseinen käsite lisäävät omat mutkansa merkityskokonaisuuteen: Erään määritelmän mukaan termi *concept* tarkoittaa johdonmukaista kokonaisuutta, *logical entity* (*Encyclopaedia Britannica Online*), kun

taas toinen taho nimeää sen synonyymiksi *idean* (*Merriam-Webster Online Dictionary*). Näkökulmat ovat siis varsin erilaiset – edellinen viittaa kokonaisuuteen eli ilmiöön, joka koostuu osista. Jälkimmäisestä määritelmästä tämä *useuden* näkökulma puuttuu. Siinä konseptia käsitellään itsenäisenä yksikkönä (*idea*).

Konsepti-termiin liittyviin epäselvyyksiin olivat törmänneet miltei kaikki opinnäytteeseeni liittyneeseen kyselyyn vastanneet ja haastatellut.

Sytä näihin väärinymmäryksiin kysyttäessä osassa vastauksista korostui henkilön varmuus oman subjektiivisen tiedon oikeellisuudesta: ristiriitojen koettiin johtuvan usein siitä, että ”muut” (yleensä asiakkaat) eivät ymmärtäneet tai ymmärsivät väärin, mitä puhuja tarkoitti käyttäessään konseptisuunnitteluun liittyviä termejä.

Osa koki väärinymmärrysten johtuneen ihmisten erilaisista viitekehyksistä ja taustoista. Tämä osa vastanneista käsitteli aihetta yleisemmällä tasolla, yksittäisiä mielipiteitä monimutkaisempuna ongelmakenttänä. Yhteistä edellisille kuitenkin oli, että termeille ei koettu olevan yhteisesti jaettavia, yleisiä sisältömerkityksiä.

Selviä ristiriitojakin edellä esiteltyjen yleistietoteosten määritelmien kanssa ilmeni: kaikki kyselyyn vastanneet ja haastatellut näkivät selvän merkityseron sanojen *idea* ja *konsepti* välillä (vrt. vastakohtana aiemmin mainittu *Merriam-Webster*, jossa termit tulkittiin synonyymeiksi). Vaikka näkemysten yksityiskohdat vaihtelivat, yhteistä vastaajille oli, että *idean* koettiin olevan jotakin abstraktimpaa, epämääräisempää ja irrallista, jonka *konsepti* kokoaa ja konkretisoi.

Kuten aiemmin mainitsin, termiä konseptisuunnitelma ei kartoitetuista yleistietoteoksista löytynyt. Suurin osa kyselyyn vastanneista ja haastatelluista kykeni sen kuitenkin määrittelemään: konseptisuunnitelman koettiin olevan jotakin konseptia konkreettisempaa – usein jokin dokumentti. Jälleen määrittelevänä tekijänä oli siis vastakkainasettelu abstrakti – konkreettinen.

Edellisten perusteella voidaan muodostaa yhteisesti jaettava merkitysketju abstraktista konkreettiseen: *idea* → *konsepti* → *konseptisuunnitelma*.

(Joukkoon mahtui myös erään markkinointiviestinnän edustajan muista eriävä mielipide, jonka mukaan *konsepti* on valmis kokonaisuus ja *konseptisuunnitelma* vasta *idea* siitä, miten se toteutetaan. Tämä lähestyminen muistuttaa teollisen muotoilun tapaa käsitellä kyseisiä termejä. Palaan aiheeseen luvussa kolme.)

Termien konseptointi ja konseptisuunnittelu käsityserot hajauttavat

kyselyvastauksia eniten. Osa koki sanat synonyymeinä ja erojen etsimisen hiustenhalkomisena. Lopuilla näkemykset kyseisten termien merkityseroista taas vaihtelivat suuresti.

Huomionarvoista on mainita tässä yhteydessä myös termi *konseptuaalinen suunnittelu*, vaikka sitä harvoin näkee digitaalisen viestinnän viitekehyksessä käytettävän. Termi esiintyy kuitenkin muissa yhteyksissä, ja se saattaa kirjoitusasunsa samankaltaisuuden vuoksi joskus sekoittua konseptisuunnitteluun.

Myös termien englanninkieliset vastineet ovat lähellä toisiaan: *conceptual design – concept design*. Palaan aiheeseen seuraavassa luvussa, kun tarkastelen eri taideteollisten suunnittelualojen termeihin liittyviä käytäntöjä.

Sanaa *konseptuaalinen* eivät kartoitetut suomenkielen yleistietoteokset tunteneet, mutta englanti – suomi -sanakirja käänsi sanan *conceptual* "käsitteelliseksi" (Hurme, 2000, s.540). Englanninkielinen yleistietoteos selitti termin puolestaan ilmiöksi, jonka "ideat ja konseptit muodostavat mielessä" (HarperCollins, 2001, s.147).

Suomenkieliset tietoteokset, kyselyt ja haastattelut:	
<i>Konsepti</i>	- Tietoteokset: <i>Keskeneräinen työ, kuten puheen käsikirjoitus tai puhtaaksikirjoittamaton teksti. Arkikielessä "konseptit" viittaavat "suunnitelmiin" tai "ennakkolaskelmiin".</i> - Kyselyt ja haastattelut: <i>Kuten idea, mutta konkreettisempi</i>
<i>Konseptuaalinen</i>	- Tietoteokset: <i>Käsitteellinen</i> - Kyselyt ja haastattelut: Suuri hajonta vastauksissa (ks. liitteet)
Englanninkieliset tietoteokset:	
<i>Concept</i>	<i>kokonaisuus; idea</i>
Kielten välisen erot sanakirjoissa:	
<i>Konsepti</i>	<i>"rough draft, notes, outline" (eng.)</i>
<i>Concept (eng.)</i>	<i>"käsitys, käsite, mielle"</i>
<i>Conceptual (eng.)</i>	<i>"käsitteellinen"</i>

Taulukko 3: Konseptisuunnitteluun liittyvien termien yleismääritelmiä kootusti. (Jonna Iljin)

Tässä luvussa kartoitin konseptisuunnitteluun liittyvien termien erilaisia yleismääritelmiä. Seuraavaksi siirryn alakohtaisiin tulkintoihin ja termien sisällöllisiin ilmenemismuotoihin käytännön toimintatavoissa.

3 KONSEPTISUUNNITTELUN KÄYTÄNNÖT

Konseptisuunnittelun ilmenemismuodot taideteollisten suunnittelualojen käytännöissä

Digitaalisessa viestinnässä konseptisuunnittelun lopputuloksena voi syntyä esimerkiksi suunnitteludokumentti, jonka avulla toteutetaan verkkopalvelu, joka saavuttaa asiakkaat tavoitteet ja täyttää käyttäjän tarpeet (ks. liite). Teollisessa muotoilussa konseptisuunnittelun lopputuotteena voi syntyä prototyyppisiä ja luonnoksia vaikkapa uudenlaisista kuorimaveitsistä (ks. liite). Pelisuunnittelussa konseptisuunnittelu liittyy usein paitsi pelisisällön suunnitteluun, myös pohjatyöhön tuotteen jatkosuunnittelun ja tuotannon rahoituksen saamiseksi.

Elokuvatoteutuksissa konseptin suunnittelun tuloksena voi syntyä muutama houkutteleva sana, jotka kiteyttävät teoksen lupauksen katsojalle. TV-tuotannoissa konseptisuunnittelun tuloksena voi syntyä ohjelmaidea, jossa ajankohta, tietty kohdeyleisö, ohjelman sisältö ja visuaalinen toteutus muodostavat juuri tiettyyn ohjelmakartan aukkoon uppoavan kokonaisuuden.

Markkinointiviestinnässä toimiva mainoskonsepti saa kuluttajat ostamaan halutun tuotteen. Tilallisessa suunnittelussa konseptin suunnittelun lopputuloksena voi syntyä esimerkiksi näkemys uudesta rakennuskohteesta, joka dokumentoituna päättyy rahoittajien arvioitavaksi.

Konsepteja suunnitellaan siis monella taholla, mutta onko kyse samasta asiasta?

Tässä luvussa tarkastelen konseptisuunnitteluun liittyviä käytäntöjä eri suunnittelun aloilla. Käsiteltäviä taideteollisia suunnittelualoja ovat:

- digitaalinen viestintä
- teollinen muotoilu ja tuotekehitys
- pelisuunnittelu
- elokuva- ja tv-tuotanto
- mainonta ja markkinointiviestintä
- tilallinen suunnittelu

Osin käyttämäni jaottelu on keinotekoinen ja päällekkäinen – on mahdotonta piirtää tarkkaa rajaa esimerkiksi teollisen muotoilun ja pelisuunnittelun tai digitaalisen palvelutuotannon ja markkinointiviestinnän välille. Aloilla, joihin tässä päädyin, on kullakin kuitenkin omat selkeät suunnittelukulttuuriset luonteenpiirteensä. Lisäksi ne ovat vakiinnuttaneet asemansa suomalaisilla työ-, opetus-, tutkimus- ja mediakentillä.

Edellisten lisäksi käsittelen lyhyesti myös käyttäjälähtöistä suunnittelua. Käyttäjälähtöinen suunnittelu ei ole oma taideteollinen alansa vaan suunnittelumetodi, mutta koska lähdekartoituksen yhteydessä konseptisuunnittelu nousi usein esiin käyttäjälähtöisyyteen liitettynä, huomioin sen omana lukunaan.

Valitut näkökulmat eivät pyri kattamaan koko suunnittelukenttää, vaan antamaan suuntaa-antavan yleiskatsauksen aiheeseen.

Aloitan tarkastelun suunnittelualasta, jota itse edustan, digitaalisen viestinnän suunnittelusta.

3.1 Konseptisuunnittelu digitaalisessa viestinnässä

Lopputyöni aihe lähti henkilökohtaisesta tarpeesta selvittää konseptisuunnittelijan ammatti-identiteetin ydin digitaalisen viestinnän viitekehyksessä. Samasta syystä käsittelen digitaalista viestintää tässä opinnäytteessäni muita taideteollisen suunnittelun aloja laajemmin.

3.1.1 Konseptisuunnittelijat ammattikuntana

Konseptisuunnittelijoiden ammattikunnan kartoitus kansainvälisessä laajuudessa on hankalaa. Internetin hakupalvelut antavat kuitenkin suuntaa-antavaa viitettä nimikkeellä työskentelevien sijoittumisesta eri aloille ja toimenkuviin. Englanninkielisellä *Concept Designer* –nimikkeellä työskenteleviä henkilöitä ei hakupalvelun perusteella löytynyt digitaaliseen viestintään keskittyneistä organisaatioista muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Sadasta hakutuloksesta vain kolmen *Concept Designer* –nimikkeen kuvaus vastasi termin suomalaista merkitysisältöä (kuvattu myöhemmin tässä luvussa).

Konseptisuunnittelijoiden sijaan kansainvälisistä alan yrityksistä löytyi sen sijaan esimerkiksi *Information Designereitä*, *User Interface Designereitä*, *Strategic Plannereitä* ja *Content Designereitä* –nimikkeitä, joiden työnkuvat sisältyvät usein kotimaisen konseptisuunnittelija-nimikkeen alle (paneudun näihin eri osa-alueisiin tarkemmin jäljessä).

Toisin kuin muualla, Suomessa konseptisuunnittelija-nimikkeellä työskenteleviä henkilöitä löytyy nimenomaan digitaalisia sisältöjä tuottavista organisaatioista. Nimikkeeseen törmää vain harvoin muilla liiketoiminnan tai suunnittelun aloilla, vaikka konseptisuunnittelua niillä tehtäisiinkin.

Mistä nimike on löytänyt Suomessa tiensä nimenomaan digitaalisen viestinnän alueelle, ja miksi?

Erään haastatteluissa esiin tulleen kertoman mukaan nimike otettiin ensimmäisenä käyttöön Satama Interactive -uusmediayrityksessä, kun se vuonna 1997 perustettiin. Satamassa yhä työskentelevän *Chief Designer* Antti Leinin mukaan kyseinen nimike luotiin, kun organisaatiossa nähtiin tarve henkilölle, joka paitsi tuntee uudet teknologiat ja niiden mahdollisuudet, omaa työskentelyyn myös "viestinnällisen ja luovan otteen" (liite: haastattelu-CD). Mistä kyseinen termi tuolloin löydettiin, ei ole tiedossa.

(Huomaus: Eräs syy siihen, miksi konseptisuunnittelija-nimike istuu suomalaiseen toimintakenttään kenties kansainvälistä helpommin, voi löytyä myös kielellisistä merkityseroista, joita käsittelin edellisessä luvussa.)

Sittemmin termi on yleistynyt ja joissakin alan yrityksissä siitä on jo ehditty luopuakin (esimerkkinä *TietoEnator Digital Innovations*, liite: haastattelu-CD). Monessa alan yrityksessä toimii kuitenkin yhä konseptisuunnittelijoita, ja haastattelujen ja kyselyiden perusteella nimike näyttää toistaiseksi myös säilyvän.

Digitaalisen viestinnän yrityksissä tyypillisen projektitiimin muodostavat projektipäällikkö, visualisti, konseptisuunnittelija ja tekninen suunnittelija. Nimikkeet ja tiimien koot erityisosaajineen osin vaihtelevat eri yrityksissä ja projekteissa.

Kyselyyn vastasi myös sellaisten alan organisaatioiden edustajia, joiden työyhteisöissä ei ollut konseptisuunnittelija-nimikkeellä työskenteleviä henkilöitä. Näissä organisaatioissa konseptisuunnittelun mainittiin olevan ensisijaisesti informaatio suunnittelijoiden, sisältösuunnittelijoiden, käyttöliittymäsuunnittelijoiden ja/tai konsulttien työskentelyaluetta.

Organisaatioissa, joissa ei ollut konseptisuunnittelijoita, vastuu konseptista hajautettiin korostetusti koko tiimille, jossa myös asiakas nähtiin suunnittelijatiimin yhtenä jäsenenä. Organisaatiot, joissa puolestaan toimi konseptisuunnittelijoita, mainitsivat myös jaetun konseptivastuun, mutta sitä ei korostettu yhtä voimakkaasti.

Kaikki vastanneet ja haastatellut organisaatiosta riippumatta olivat yhtä mieltä siitä, että konseptin suunnittelu ei voi olla vain yhden henkilön tehtävä. Koko tiimin tulee osallistua sen suunnitteluun.

Konseptisuunnittelijan vastuualueiksi tästä jaetun konseptisuunnittelun näkökulmasta korostuivat dokumentointi sekä konseptisuunnittelun etenemisprosessin koordinointi. Jälkimmäinen viittaa varmistukseen siitä, että konseptisuunnitteluvaiheen

edetessä tultiin huomioineiksi kaikki suunnitteluun liittyneet mahdollisuudet, rajoitteet, näkökulmat, viitekehykset ja tarkennukset.

Yhteistä kaikille alan yrityksille ja toimijoille kyselyiden sekä haastattelujen perusteella oli, että konseptisuunnittelu koettiin olennaisena ja tärkeänä osana organisaatioiden toimintaa – toimi niissä nimettyjä konseptisuunnittelijoita tai ei.

3.1.2 Konseptisuunnittelu alan julkaisuissa

Miten konseptisuunnittelu-termiä käytetään ja sen sisältöjä puretaan alan kirjallisuudessa?

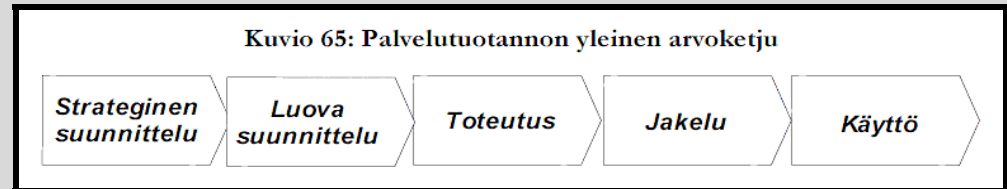
Englanninkieliset alaa käsitelleet julkaisut eivät käsitelleet konseptisuunnittelua (*concept design, concept planning*) siinä samassa merkityksessä, kuin mikä termillä on suomalaisessa digitaalisen viestinnän työkalutuuriassa (tähän palaan myöhemmin). Englanninkielinen alan kirjallisuus näyttää käyttävän termiä pääosin yleisenä viittauksena erilaisiin "kokonaisuuksiin" vaihtelevin sisällöin, ei omana suunnittelualueenaan, joka koostuisi tietyistä osa-alueista.

Vuosituhanne vaihteen molemmin puolin julkaistiin erilaisia verkkopalveluiden suunnitteluoppaita suomalaisittain melko runsaasti (*Koskinen, 2000; Luukkonen, 1996; Luukkonen, 2000; Metsämäki, 1996; Metsämäki, 2000; Mäkäläinen, 2001; Samela, 2002*). Silti kotimaisista verkkoviestinnän suunnittelun teoksista vain yhdessä, *Net. verkkoviestinnän käsikirja (Jussila & Leino, 1999)*, esiintyy termi konseptisuunnittelu. Kirjan tekijät olivat myös mukana perustamassa aiemmin mainittua *Satama Interactiivea*, jossa termi tarinan mukaan Suomessa lanseerattiin, kuten aiemmin kerroin. Konseptisuunnittelu kuvataan teoksessa hyvin yleisellä tasolla: "Konseptisuunnittelussa määritellään perustasolla palvelun idea, sisältö ja toiminta" (*Jussila & Leino, 1999, s.119*). Syvemmälle aiheeseen, esimerkiksi konkreettisiin toimintatapoihin tai käytännön esimerkkeihin, teos ei etene.

Alan käsitteistöä selittämään pyrkivä *Multimediasanasto (Erälinna, 1998)* ei vielä tuntenut konseptisuunnitteluun liittyvää terminologiaa lainkaan. Akateemisissa tutkimusjulkaisuissa konseptisuunnittelu mainitaan ensimmäisen kerran vuonna 1999 (*Pelkonen, 1999*), mutta vasta *IT-alan tehtävänimikkeistö* vuodelta 2003 (*Tietoalojen liitto ry., 2003*) selventää käsitettä sisällöllisesti. Tutkimus listaa konseptisuunnittelijan osaamisalueet seuraavasti: "Tekninen koulutus, kokemusta *Web*-rakenteiden suunnittelusta, laaja *Web*-osaaminen, kokemusta sisältöarkkitehtuurista, käyttöliittymien hallinta, projektienhallinta, verkkoviestintäosaaminen, itsenäinen työskentelytapa, luovuus,

yhteistyötaidot, kielitaito" (*Tietoalojen liitto ry., 2003, s. 15*).

Tutkimuksessa *Digimedia 2003 - Nykytila ja kasvunäkymiä* (*Pelkonen, 2003*) digitaalisen palvelutuotannon tuotantoprosessi oli puolestaan jaettu viiteen vaiheeseen, joista kohta "luova suunnittelu" sisälsi julkaisun mukaan myös konseptisuunnittelun (ks. kuva alla).



Kaavio 1: "Palvelutuotannon yleinen arvoketju" (Pelkonen, 2003, s.77)

Konseptisuunnittelun ohella "luova suunnittelu" sisälsi myös "kampanjasuunnittelun, yksityiskohtaisen vuorovaikutussuunnittelun sekä graafisen ohjeistuksen" (*Pelkonen, 2003, s.77*)

Kyseisessä mallissa konseptisuunnittelu sijoitettiin vasta seuraavaan vaiheeseen strategisen suunnittelun jälkeen. Strategisen suunnittelun kuvattiin julkaisun mukaan puolestaan sisältävän "liiketoimintavaikutusten, tavoitteiden, yleisten suunnitteluperiaatteiden, taustaprosessien sekä tavoitekohderyhmien määrittelyn". Edellä lueteltujen ei siis julkaisussa nähty kuuluvan konseptisuunnittelun piiriin.

Pelkosen kaavio sisältöineen lienee yksinkertaistettu malli todellisuudesta, mutta konseptisuunnittelun rajaaminen strategisen suunnittelun ulkopuolelle on kuitenkin selvässä ristiriidassa tämän opinnäytetyön kyselyvastausten ja haastattelujen kanssa. Palaan näihin kyselyiden ja haastatteluiden kautta kartoitettuihin konseptisuunnittelun sisältöihin tarkemmin seuraavassa alaluvussa.

Julkaistun lähdemateriaalin perusteella konseptisuunnittelun osaamisalue jäi siis melko epäselväksi.

3.1.3 Konseptisuunnittelu käytännön työssä

Konseptisuunnittelijoiden taustat

Kyselyyn vastanneiden ja haastateltujen konseptisuunnittelijoiden tausta oli kirjava: koulutustaustoista löytyi humanistisia, taiteen ja media-alan opintoja opistoasteelta korkeakoulutasolle. Moni vastanneista oli työskennellyt jossakin työuransa vaiheessa graafisena suunnittelijana. Alalla mainittiin olevan myös teknisen koulutustaustan omaavia konseptisuunnittelijoita sekä henkilöitä, jotka ovat toimineet aikaisemmin käytettävyyssuunnittelijoina.

Yhteistä kaikille kyselyyn vastanneille oli monipuolinen digitaalisen median tuntemus ja työkokemus.

*Konseptisuunnittelijoiden taustat vaihtelevat – yhteistä lienee jonkinmoinen halu käsitellä tuotantoja kokonaisvaltaisen sisältöorientoituneesti.
(konseptisuunnittelija, markkinointiviestinnän yritys)*

Vain yhdessä organisaatiossa mainittiin olevan myös suoraan koulunpenkiltä konseptisuunnittelijoiksi rekrytoituja henkilöitä (*Satama Interactive*).

Konseptisuunnittelijan rooli

Konseptisuunnittelijan rooliin suhtauduttiin kyselyissä ja haastatteluissa kahdesta eri näkökulmasta, jotka samalla arvottivat työnkuvaa hieman eri tavoin: toisaalta konseptisuunnittelija nähtiin miltei renessanssinerona, joka tiesi ja taisi digitaalisten toteutusten suunnittelusta ja alasta lähestulkoon kaiken. Toista näkökulmaa edusti mielikuva ns. *yleismies jantusesta*, joka teki mitä milloinkin ja auttoi siellä, missä suurin tarve.

*Rooli on melko suuri, koska konseptisuunnittelijat usein myös vetävät projekteja (eli toimivat myös tuottajina).
(konseptisuunnittelija, julkinen palvelu)*

Kokonaisuuden hahmottaminen ja palojen yhteen laittaminen on konseptisuunnittelijan taito, jota ei muilta vaadita (eikä löydy) samassa määrin. Konseptisuunnittelija myös tilkitsee aukkoja, jotka muut jättävät joko tietoisesti tai tietämättään tilkitsemättä.

[...]

*Usein eräänlainen jokapaikanhöylä.
(konseptisuunnittelija, digitaalinen media)*

Molemmat näkökulmat näyttivät olevan kuitenkin aivan yhtä tosia käytännön suunnittelutyön ja, erityisesti, organisaatioiden odotusten näkökulmista (selvennän näitä jäljessä).

Kyselyihin ja haastatteluihin pohjautuen konseptisuunnittelijoiden ensisijaisiksi vastuualueiksi erottuivat:

- suunniteltavan toteutuksen perusidean viimeistely
- digitaalinen markkinointi
- käsikirjoittaminen
- sisältötekstin kirjoittaminen
- käytettävyys
- informaatio suunnittelu (interaktio- sekä käyttöliittymäsuunnittelu)
- informaatioarkkitehtuurin suunnittelu (sisällön rakenne ja navigaatio suunnittelu)
- mediakerronnan suunnittelu

Edellä mainitut painoutuivat eri tavoin organisaatioiden koosta, *tiimirakenteista* ja toiminnan painopistealueista riippuen. Joidenkin

konseptisuunnittelijoiden työnkuva oli painottunut enemmän käsikirjoittamiseen ja mediakerrontaan, toisten taas käytettävyyteen ja vuorovaikutteisuuden suunnitteluun.

Informaatio suunnitteluun painottuneita konseptisuunnittelijoita ei kyselytantaan valitettavasti saatu.

Painottuminen joko mediakerrontaan tai informaatio suunnitteluun näytti olevan selkein konseptisuunnitteleva jaotteleva ero. Muitakin näkökulmia kuitenkin mainittiin. Esimerkiksi *Satama Interactiven* Antti Leino nosti edellisten rinnalle asiakkaan liiketoiminnallisen hyödyn huomioimisen osana suunnittelun lähtökohtia. Mainittua voidaan kutsua myös strategiseksi suunnitteluksi. Lisää esimerkkejä saman organisaation konseptisuunnittelija-nimikkeen painotusalueista löytyy opinnäytteen liitteistä (*Satama Interactiven* työpaikkailmoituksia joulukuulta 2004).

Edellä lueteltujen konseptisuunnittelijoiden päävastuualueiden lisäksi työnkuvaan saattoivat lisäksi kuulua myös tuottaminen, projektikoordinointi ja tuotannon ohjaus sekä vastuu asiakasyhteyksistä.

Organisaatioiden projektien luonteista riippuen jotkut konseptisuunnittelijat osallistuivat myös toteutuksen lanseerauksen suunnitteluun.

Ensisijaiset vastualueet	<ul style="list-style-type: none">- suunniteltavan toteutuksen perusidean viimeistely- digitaalinen markkinointi- käsikirjoittaminen- sisältötekstin kirjoittaminen- käytettävyys- informaatio suunnittelu (interaktio- sekä käyttöliittymäsuunnittelu)- informaatioarkkitehtuurin suunnittelu (sisällön rakenne ja navigaatio suunnittelu)- mediakerronnan suunnittelu(- strateginen suunnittelu vaihdellen)
Toissijaiset vastualueet	<ul style="list-style-type: none">- tuottaminen- projektikoordinointi ja tuotannon ohjaus- asiakasyhteydet

Taulukko 4: konseptisuunnittelijoiden vastuualueet kyselyn ja haastattelujen perusteella

Konseptisuunnittelijoiden erityistaidoista yleisesti kysyttäessä vastauksissa korostuivat **suurten kokonaisuuksien hahmotuskyky** sekä **moniosaaminen**.

Tiettyä, vain ja ainoastaan konseptisuunnittelijalle kuuluvaa spesifiä ydinosaamisaluetta ei kukaan nimennyt.

Ns. *metatason* osaaminen kuvasi myös konseptisuunnittelijoiden henkilökohtaisia näkemyksiä omista vastuualueistaan.

Henkilökohtaisesti vahvimiksi osaamisalueikseen konseptisuunnittelijat mainitsivat seuraavat taidot:

- kokonaisuuksien hahmotuskyky
- kokonaisvaltaisten käyttäjäkokemusten suunnittelu
- käsikirjoittaminen

Näin konseptisuunnittelijat itse kuvasivat omin sanoin hyvän konseptisuunnittelijan tunnusmerkkejä:

Monipuoliset taidot omaava, suunnitelmallinen, luova ryhmätyöntekijä, joka osaa toimia niin ideoijana (=käynnistäjänä) kuin työstäjänä perustellen ja kehittään konseptia ideointivaiheen jälkeen.

(Konseptisuunnittelija, digitaalinen media)

Kognitiivisia prosesseja, kulttuuria ja mediakerrontaa tunteva analyttinen rajojenrikkoja (jäsentynyttä hulluutta), joka kykenee ymmärtämään tilaajan ja käyttäjän näkökulman ja kommunikoimaan konseptin kirjallisessa muodossa tuotantoa varten (ja osin verbaalisessakin).

(Konseptisuunnittelija, markkinointiviestinnän yritys)

Organisaation näkökulmasta konseptisuunnittelijat kokivat roolinsa myös tuotannon tehokkuuden ja laadunvarmistuksen takaajina tärkeänä.

Tiettyjä työskentelymetodeja konseptisuunnittelijat nimesivät melko vähän. Vastauksissa mainittiin kirjoittamisen ja ideoiden luonnostelun apuvälineitä *fläppitaulusta MicrosoftOffice-*toimistosovelluksiin. Tarpeisiin vastaavien ohjelmistojen puutetta valiteltiin, ja esimerkiksi interaktiiviseen monimediakäsikirjoittamiseen ei koettu olevan tarjolla hyviä sovellustyökaluja.

Vastanneet olivat melko tyytyväisiä konseptisuunnittelija-nimikkeeseen ja kokivat sen kuvaavan työroolia riittävän hyvin.

Kysymys: Kuvaako konseptisuunnittelijoiden nimike mielestäsi hyvin heidän työnkuvaansa?

Vastaus: "Kyllä kai – mutta jos joku keksii paremman niin vaihdan mielelläni" (Konseptisuunnittelija, markkinointiviestinnän yritys)

Myönteisenä nimikkeessä koettiin termin laajuus. Kielteisenä nähtiin nimikkeen sisällön epämääräisyys ja toisaalta myös vaara mielikuvasta, että digitaalisen toteutuksen konsepti kuuluisi vain yhden ihmisen vastuulle.

Erääksi mahdolliseksi vaihtoehtoiseksi nimikkeeksi mainittiin sähköisen median käsikirjoittaja.

Tässä yhteydessä on huomioitava, että konseptisuunnittelijat eivät kokeneet itseään esimerkiksi informaatio-suunnittelijoiksi. Tämä toisaalta saattoi johtua markkinointiviestintään painottuneesta kartoitusotoksesta.

Konseptisuunnittelun menetelmät, välineet ja dokumentit

Kartoitetuista organisaatioista noin kolmasosassa tuotettiin konseptisuunnitelmiksi nimettyjä dokumentteja. Nämä dokumentit sisälsivät projektin peruslähtökohdat tavoitteineen ja määritelmineen, mutta muu sisältö vaihteli projekteittain ja organisaatioittain. Konseptisuunnitelman muita sisältöjä saattoivat olla mm. rakennekaavio, käyttöliittymäsuunnitelma ja käsikirjoitus ulkoasu-, ääni-, teksti- ja toiminnallisuussuunnitelmineen.

Liite 1.1.2 on esimerkki otsikkotason suuntaa-antavasta konseptisuunnitelmasta.

Tarvittaessa konseptisuunnitelma peruslähtökohtineen pidettiin muusta dokumentaatiosta erillään ja sitä tarkennettiin erillisin dokumentein, esimerkiksi visuaalisin hahmotelmin, käyttöliittymäsuunnitelmin tai kaavioin. Tyypillisimpiä konseptisuunnitelman liitteitä olivat vuokaavion muodossa esitetyt sivukartat ja sivunäkymien viivapiirroksiset, ns. rautalankapohjat. Myös *UML*-toiminnallisuuskuvaukset (*Unified Modeling Language*) mainittiin.

Suurimmassa osassa organisaatioista konseptisuunnitelma-nimisiä dokumentteja ei tuotettu. Eräässä niitä tietoisesti vältettiin termin epämääräisyyden vuoksi. Näissä organisaatioissa konseptisuunnitteluun nähtiin kuitenkin liittyvän useita muita eri dokumentteja, mm. erilaisia vaatimusmäärittelyjä, rakennesuunnitelmia, idea-papereita ja sisältö- tai käyttöliittymäsuunnitelmia.

Osa kyselyyn vastanneista ja haastatelluista ei halunnut luovuttaa

varsinaisia konseptisuunnitelmia julkaistaviksi. Loput eivät niitä koskaan toimittaneet. Edellä mainitut kertoivat syyksi dokumenttien arkaluontoisuuden asiakkaiden näkökulmasta. Toisena kieltäytymisen syynä mainittiin, ettei dokumentaatioon liittyvän tietotaidon haluttu vuotavan kilpailijoille. Konseptisuunnitteluun ja siihen liittyvään dokumentaatioon nähtiin kumuloituneen julkaistavaksi liian arvokasta osaamista. Yleisenä perusteluna mainittiin myös dokumenttien sekavuus tai vaillinaisuus.

Jälkimmäiset kaksi argumenttia viittanevat siihen, että konseptisuunnitteluun liittyvät työskentelytavat ovat nuoria eivätkä vakiintuneita. Yleisesti ja avoimesti jaettavia toimintatapoja ei vielä ole, vaikka tässä kartoitettujen organisaatioiden konseptisuunnittelussa vaikuttikin olevan yhteisiä piirteitä.

Haastatteluissa nousi yleisesti esiin toive informaation ja toimintatapojen jakamisesta organisaatioiden kesken. Yhtenä keinona tähän mainittiin työntekijöiden siirtyminen organisaatiosta toiseen.

Palaan lyhyesti konseptisuunnitteluun liittyviin metodeihin ja työkaluihin jatkoselvityksen näkökulmasta opinnäytteeni lopussa.

Konseptisuunnittelun rooli erilaisissa projekteissa

Konseptisuunnittelun rooli ja merkitys vaihtelivat projektin luonteesta riippuen. Usein konseptisuunnittelullisen panostuksen nähtiin kuitenkin painottuvan nimenomaan projektin alkuvaiheeseen.

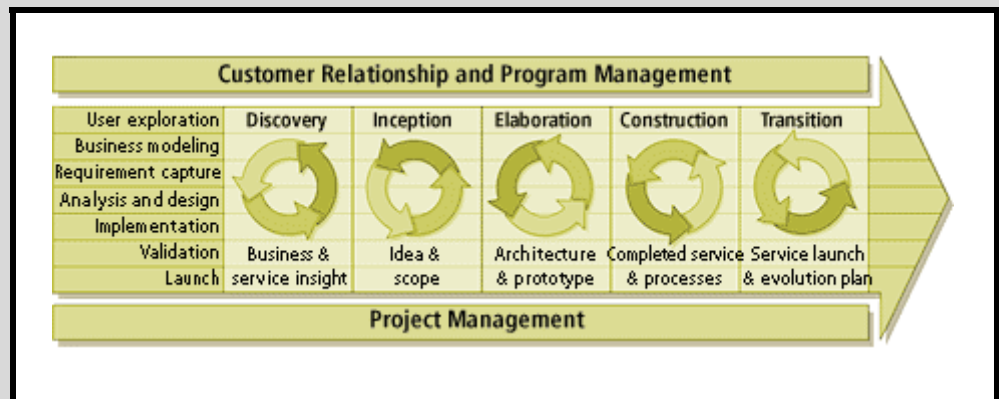
Mikäli projekti oli erityisen suppea – esimerkiksi pienen ja yksinkertaisen *mainosbannerin* eli verkkomainoksen suunnittelu ja toteutus – saattoi olla, että konseptisuunnittelua ei tehty lainkaan. Toisaalta oli myös konseptisuunnitteluprojekteja, joihin varsinaisen toteutus ei kuulunut vielä lainkaan ja joiden sisällöt painoutuivat taustakartoituksiin tai asiakkaan liiketoiminnan verkkostrategiseen suunnitteluun pidemmällä aikavälillä.

Konseptisuunnittelu organisaatioiden prosessimalleissa

Konseptisuunnittelua ei haastatteluissa ja kyselyiden vastauksissa nähty tiukasti rajatuksi prosessimallin vaiheeksi, kuten esimerkiksi *Digimedia 2003 – Nykytila ja kasvunäkymiä* –tutkimuksessa (Pelkonen, 2003, s.77) esitelty malli saattaa antaa ymmärtää. Konseptisuunnittelun ilmenemismuodot organisaatioiden prosessimalleissa ja niiden eri vaiheissa kuitenkin vaihtelivat. Usein konseptisuunnittelu oli purettu erillisiksi alasuunnitteluvaiheiksi. Tiettyyn vaiheeseen prosessia oli sijoitettu esimerkiksi idea- tai visiopaperi, toiseen vaatimusmäärittely, kolmanteen

rakennesuunnittelu, neljänteen käyttöliittymä ja niin edelleen. Kaikki edellä mainitut saatiin nähdä siis osana konseptisuunnittelua, ei siitä erillisinä suunnittelun alueina.

Prosessimallejaan yritykset eivät luovuttaneet julkaistaviksi *Satama Interactiva* lukuun ottamatta. Syyksi mainittiin joko prosessimallien keskeneräisyys tai pelko kumuloituneen tietotaidon leviämisestä kilpailijoille, aivan kuten jo aiemmin mainitun konseptisuunnittelun dokumentaatioiden kohdalla. *Sataman SUP*-prosessimalli (*Satama Unified Process*) on kuitenkin ISO-sertifioitu ja suojattu.



Kaavio 2: *Satama Interactiven* prosessimalli (Lähde: www.satama.com)

Konseptisuunnittelun näkökulmasta *Satama Interactiven* mallissa tärkeimmäksi vaiheeksi nousi *Requirement capture*, vaatimusmäärittelyn vaihe, joka puolestaan sijoittui *Inception*- eli aloitusvaiheeseen. Myös suunniteltavan toteutuksen perusidean työstäminen kuului tähän vaiheeseen. Rakenteen, käyttöliittymän ja mahdollisen käsikirjoituksen suunnittelu kuuluivat puolestaan seuraavaan *Elaboration*- eli täsmentävään vaiheeseen. *SUP*:ia kutsuttiin kuitenkin ensisijaisesti projektin toimitusmalliksi, eikä sen sanottu kuvaavan todellista luovan suunnittelun työskentelyprosessia.

Yritysten, jotka eivät esitelleet virallista prosessimalliaan, toimintatavat muistuttivat kuitenkin samaa peruskaavaa: alkumäärittely → suunnittelu → arviointi → toteutus → testaus. Konseptisuunnittelun nähtiin olevan mukana läpi koko prosessin, mutta se ilmeni eri alavaihein.



Kaavio 3: Digitaalisen viestinnän suunnitteluprosessi konseptisuunnitteluksi nimetyin osa-alueen näkökulmasta. "Konseptisuunnittelu" on läsnä kaikissa suunnitteluvaiheissa muiden suunnitteluosa-alueiden (grafiikka, tekniikka) ohella (Jonna Iljin).

Suurimpia eroavaisuuksia organisaatioiden prosessimalleissa konseptisuunnittelun näkökulmasta oli itse termin käytössä:

Osassa organisaatioita konseptisuunnitteluvaihe oli määritelty ja rajattu itsenäisesti eteneväksi suunnittelun osa-alueeksi muiden rinnalle. Muissa organisaatioissa konseptisuunnittelu nähtiin kaikkea suunnittelua ohjaavana yläteemana, joka ei myöskään ollut erityisesti kenenkään yksittäisen henkilön vastuulla. Jälkimmäisissä organisaatioissa konseptisuunnittelu ei esiintynyt niiden prosessimalleissa tai dokumentaatioissa.

Konseptisuunnittelu nähtiin organisaatioissa kuitenkin hyvin tärkeänä riippumatta siitä, esiintyikö konseptisuunnittelu-termi sellaisenaan yritysten toimintatavoissa tai ei.

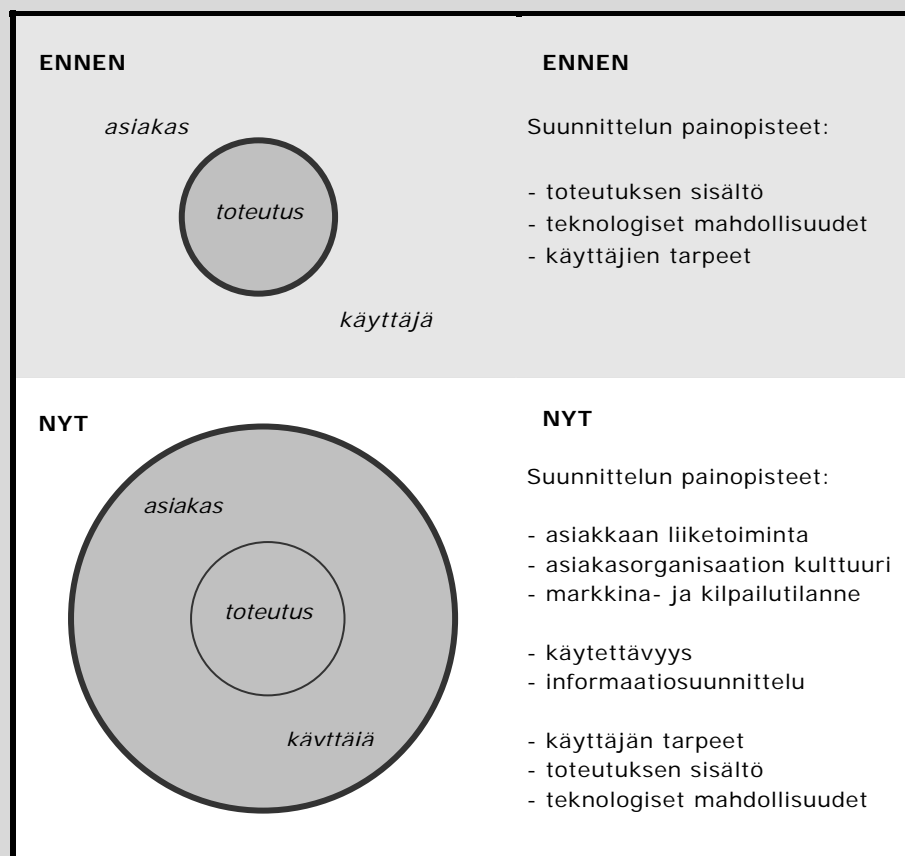
Konseptisuunnittelun muuttuminen

Konseptisuunnittelun rooli on kyselyiden ja haastattelujen perusteella muuttunut. Aikaisemmin konseptisuunnittelussa painottuivat käytettävissä olevien teknologioiden tunteminen sekä palvelujen sisällöllinen suunnittelu.

Tänä päivänä konseptisuunnittelussa nähtiin painottuvan kaksi uutta näkökulmaa: toisaalta käyttäjälähtöisyys, toisaalta asiakkaan liiketoiminnan ymmärtäminen.

Suunnittelun painopiste on laajentunut tuotteen keskiöstä sen ympärille. Suunnittelussa pyritään huomioimaan koko tuotteen viitekehys, joka sisältää paitsi käyttäjät ja asiakkaan, myös mahdollisesti liiketalouden, markkinatilanteen ja yhteiskunnan näkökulmat.

Konseptisuunnittelussa on siis siirrytty lähemmäs sekä loppukäyttäjiä että asiakkaita.



Taulukko 5: Konseptisuunnittelun painopisteiden muuttuminen (Jonna Iljin).

Poimintoja kyselyjen vastauksista:

Informaatio- & käytettävyys suunnittelun rooli on kokonaisuudessaan kasvanut merkittävästi viime vuosina.

(Senior Web Architect, digitaalinen media)

Luonnollisesti verkkopalveluiden kehitys integroiduksi osaksi asiakkaamme liiketoimintaa on myös muokannut verkkopalvelun konseptin käsitettä. Konseptiin on nimenomaan tullut lisää ulottuvuuksia liiketoiminnan kiinteänä osana.

(vanhempi konsultti, sähköinen asiointi)

Kysymykseen, onko konseptisuunnittelijan rooli muuttunut tuotantoprosessin näkökulmasta, oli vaikeampaa löytää yksiselitteistä vastausta. Vaikutti kuitenkin siltä, että konseptisuunnittelijan yleisvastuu koko projektin etenemisestä on kasvanut.

Suunnittelun näkökulma kokonaisuudessaan näyttää muuttuneen alkuvuosia kauaskantoisemmaksi: suunnitteluvaiheessa pyritään miettimään tänä päivänä myös, miten toteutus suhteutuu ja tukee tulevaisuuden näkymiä.

Konseptisuunnittelu organisaatioiden ulkoisessa viestinnässä

Konseptisuunnittelusta viestiminen ulospäin nähtiin kaikissa organisaatioissa tärkeänä.

Konseptisuunnittelu hinnoiteltiin kartoitettujen organisaatioiden asiakassopimuksissa yleensä omana vaiheenaan muiden suunnittelun osa-alueiden (esimerkiksi graafinen suunnittelu, tekstisuunnittelu) rinnalla. Tosin konseptisuunnittelua saatettiin myös kutsua projektista ja organisaatiosta riippuen jollakin toisella nimellä, kuten informaatio suunnitteluksi, käsikirjoittamiseksi tai sisältö- ja käyttöliittymäsuunnitteluksi. Toimintatapa riippui paitsi suunnitteluorganisaatioiden laskutustavoista, myös tietoisesta termivalinnasta asiakkaasta riippuen.

Konseptisuunnittelua myytiin useissa organisaatioissa myös itsenäisenä konsultointityönä, mihin viittasin myös erilaisia konseptisuunnittelun projektityyppejä käsitelleessä kohdassa aiemmin.

Tavat, miten organisaatiot käyttivät konseptisuunnitteluun liittyvää termistöä esimerkiksi omissa markkinointimateriaaleissaan, vaihtelivat. Erot johtuivat luultavasti konseptisuunnittelun erilaisesta asemasta kyseisissä työkalutuureissa: organisaatioissa, joissa konseptisuunnittelu nähtiin laajasti suunnitteluun liittyvänä yleiskäsitteenä, käyttivät konseptisuunnitteluun liittyvää terminologiaa abstraktimmin ja väljemmin. Organisaatiot, joissa toimi konseptisuunnittelijoita ja joiden suunnitteluprosesseissa konseptisuunnittelu mainittiin erikseen, puhuivat konseptisuunnittelusta edellisiin verrattuna hyvin konkreettisesti eri työvaiheita kuvaten.

Esimerkkejä alan yritysten erilaisista tavoista viestiä konseptisuunnittelusta löytyy liitedokumentista (liite 1.1.3).

Konseptisuunnittelun laadun arviointi

Hyvä konseptisuunnittelu huomioi vastausten perusteella loppukäyttäjän ja asiakkaan. Lisäksi sen tuli olla järjestelmällistä ja tuloksellista. Tuloksellisuuden mittaamiselle ei tosin pystytty nimeämään konkreettisia tapoja.

Hyvää konseptisuunnitelmaa, mikäli kyseistä dokumenttityyppiä organisaatiossa käytettiin, luonnehdittiin systemaattiseksi ja selkeäksi työskentelyn apuvälineeksi.

Konseptisuunnittelun laatua pyrittiin organisaatioissa tarkkailemaan sisäisesti, mutta, kuten tuloksellisuuden kohdalla, onnistumisen mittareita sille ei oltu löydetty.

Konseptisuunnittelua osaamisalueena pyrittiin kehittämään jatkuvasti. Keinoina mainittiin sisäinen kehitystyö sekä koulutus.

Konseptisuunnittelu asiakkaiden näkökulmasta

Näen konseptisuunnittelun kartoittaminen myös asiakkaiden näkökulmasta tärkeänä aiheena, mutta alueen laajuuden vuoksi kommentoin sitä tässä tutkielmassani vain lyhyesti – jo sana ”asiakas” on uusmedialiiketoiminnan näkökulmasta moniselitteinen.

Digitaalisen median alueella asiakkaiden lähettämät tarjouspyynnöt kattavat yleensä koko projektikokonaisuuden suunnittelusta toteutukseen. Tapa lienee hyvä, mikäli asiakas tietää, minkälainen toteutus todella palvelee tämän tarpeita parhaiten. Mikäli asiakas ei kuitenkaan ole sähköisen viestinnän ammattilainen, voi tällä tarjouspyyntövaiheessa olla vasta epämääräinen tai pahimmillaan virheellinen näkemys tarpeistaan ja tavoitteistaan. Tässä vaiheessa toimittajatahon, digitaalisen viestinnän yrityksen, on haasteellista arvioida lopullisen toteutuksen vaatimaa työmäärää. Näkemys työmäärästä ja toteutuksen laajuudesta muodostuvat usein vasta konseptisuunnitteluvaiheessa, jolloin toteutuksen toiminnallisuudet sekä sisällölliset ja teknologiset rajaukset projektin peruskonseptin määrittelyn tuloksena alkavat hahmottua.

Yksityisellä puolella palvelun toteutuksella on usein myös kiire. ”Koko paketin” tilaaminen heti alkuvaiheessa näyttäytynee tilaajalle tällöin paitsi nopeana, myös taloudellisena ja tehokkaana toimintatapana.

Julkinen sektori on yksityistä hanakammin alkanut kilpailuttamaan alan yrityksiä myös pelkästä konseptisuunnitteluvaiheesta (Liite: 1.1.4). Tähän vaikuttanee osin julkishallinnon toiminnan yksityistä tahoja verkkaisempi rytmi. Asioiden valmistelu ja päätäntä vievät yleensä yksityistä kauemmin aikaa, mikä helpottaa projektin vaiheistusta.

Palaan aiheeseen lyhyesti jatkoaihioiden yhteydessä opinnäytteeni lopussa.

3.1.4 Konseptisuunnittelu alan oppilaitoksissa

Voiko digitaalisen median konseptisuunnittelijaksi oppia suoraan koulunpenkiltä? Kyselyiden ja haastattelujen perusteella ei, yhtä poikkeusta (*Satama Interactive*) lukuun ottamatta. Työ- ja elämäkokemuksella nähtiin olevan merkittävä rooli toimenkuvan edellyttämässä osaamisessa.

Konseptisuunnitteluun liittyvät osa-alueet kuten käsikirjoittaminen, informaatio suunnittelu tai tuottaminen, löytyvät kuitenkin useasta alan oppilaitoksen tarjonnasta. Pitäisikö alan oppilaitosten sitten huomioida konseptisuunnittelu osana tarjontaansa? Ja jos konseptisuunnittelu otetaan osaksi tarjontaa ja toimintatapoja, miten ja mistä näkökulmasta sitä tulisi käsitellä?

Esimerkiksi Taideteollisen korkeakoulun Medialaboratorio on paikka, jonne opiskelijat saapuvat erilaisista suunnittelukulttuureista kuten elokuvan, arkkitehtuurin, graafisen suunnittelun tai teollisen muotoilun alueilta. Kaikki mainitut ovat aloja, joilla on oma toimintakulttuurinsa ja tapansa käyttää konseptisuunnitteluun liittyviä käsitteitä. Palaan näihin eri alojen lähestymistapoihin seuraavissa alaluvuissa.

Alan opiskelijat ovat omaksuneen alueen termistön myös oppinnäytteisiinsä (ks. esimerkki, liite 1.1.5). Otoksena käytetyistä Taideteollisen korkeakoulun Medialaboratorio-osaston ja Helsingin ammattikorkeakoulun *Stadian* lopputöistä kuitenkin vain yhdessä pohditaan, mitä termistöllä tarkoitetaan (*Williams, 2004*). Kyseisessä työssä kuitenkin vain päädytään toteamaan aiheen epäselvyys ja kirjallisuuden vähyyys.

En ota tässä lopputyössäni kantaa siihen, miten konseptisuunnittelun tulisi olla esillä oppilaitoksissa, koska näen aiheen koulutuspoliittisena enkä lopputyöni aiheeseen kuuluvana.

3.2 Konseptisuunnittelu teollisessa muotoilussa ja tuotekehityksessä

Käsittelen tässä teollista muotoilua ja tuotekehitystä yhdessä, vaikka tuotekehitys liittyykin olennaisena osana myös muihin myöhemmin käsittelemiini suunnittelualoihin.

Teen näin siksi, että konseptisuunnittelu osana tuotekehitystä nimenomaan teollisen muotoilun näkökulmasta tarkasteltuna on alue, jolta löysin tässä käsiteltävistä suunnittelualoista kaikkein eniten julkaistua materiaalia. Materiaalin paljous ja aiheen julkaisujen perusteella pitkältä vaikuttavan tradition vuoksi teollisen muotoilun tuotekehityksen näkökulma lienee vaikuttanut myös muiden suunnittelualojen toimintakulttuureihin. Tästä syystä käsittelen aluetta heti digitaalisen viestinnän jälkeen, ennen muita suunnittelualoja.

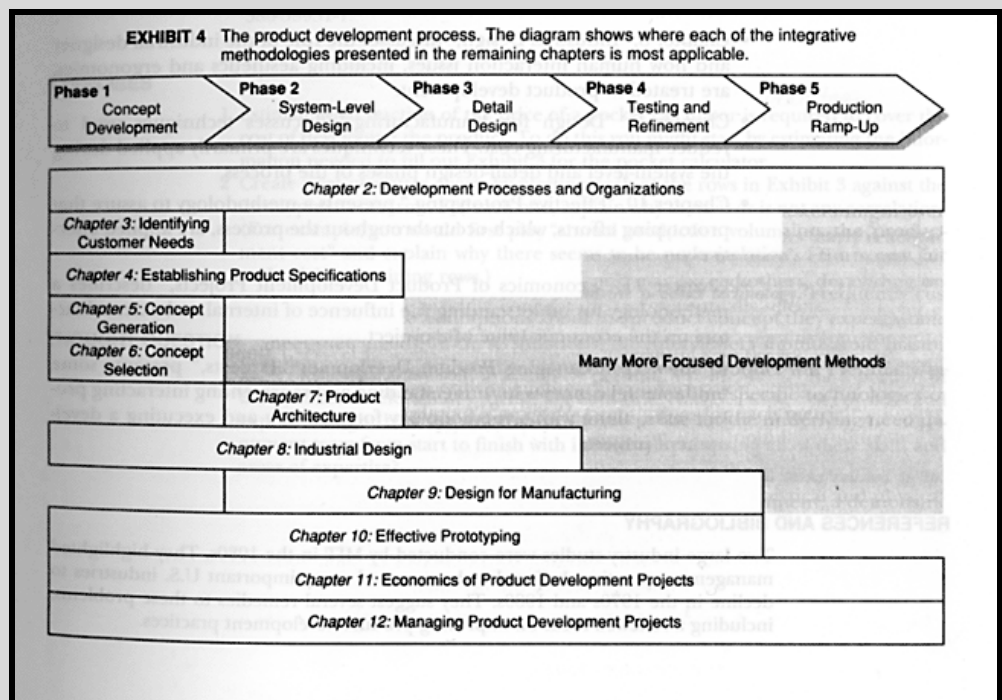
Samoista syistä johtuen käsittelen teollista muotoilua ja tuotekehitystä myös muita tässä luvussa käsiteltäviä taideteollisen suunnittelun aloja tarkemmin.

Ennen 90-lukua julkaistuissa teollisen muotoilun materiaaleissa termi konsepti liitettiin usein *brändien* muutokieleen tai muotoilun ergonomisiin pohdintoihin (Nadler & Gerald, 1981; Hurlburt, 1981; Schmittle, 1975). 90-luvulta tähän päivään alan lähteet, joissa konsepti-termi esiintyy, käsittelevät lähinnä suunnitteluprosesseja ja käyttäjakeskeistä suunnittelua. Konseptisuunnitteluun käyttäjakeskeisen suunnittelun näkökulmasta palaan tarkemmin myöhemmin erikseen.

Konseptisuunnittelu prosessin alavaiheena

Tunnettu teollisen muotoilun teos ja alan oppikirja on Karl Ulrichin ja Steven Eppingerin *Product design and development* (Ulrich & Eppinger, 2004), joka näyttää olevan myös suosittu lähdeviite muissa alan julkaisuissa (mm. Karjalainen, 2004; Keinonen & Jääskö (toim.), 2004; Kettunen, 2000).

Konsepti-sana (*Concept*) esiintyy teoksessa usein. Teos käsittelee tuotekehityksen prosessimallia (kuva alla).



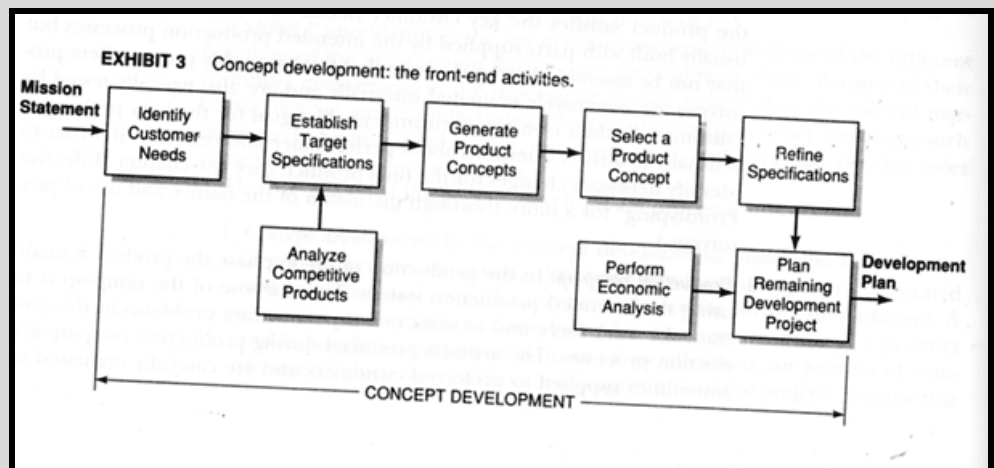
Kaavio 4: Tuotekehitysprosessi (Ulrich & Eppinger 2004, s.9)

Konseptin kehittäminen oli rajattu siinä yhdeksi prosessin viidestä päävaiheesta. Sen ei siis nähty jatkuvan läpi koko tuotekehitysprosessin.

Huomioitavaa Ulrichin ja Eppingerin lähestymistavassa on, että sanaa konsepti (*concept*) käytetään vasta siinä vaiheessa, kun suunnitteluprosessissa aletaan kehittää konkreettisia

toteutusvaihtoehtoja. Prosessimallin ulkopuolelle rajautuu vaihe, joka suomentuisi lähinnä *perussuunnitteluksi (Phase 0, planning)*. Perussuunnittelu oli tekijöiden mielestä siis jotakin, minkä he eivät mieltäneet kuuluvan varsinaiseen konseptisuunnitteluun.

Konseptin kehittämiseksi nimetty vaihe sisälsi alaasioita, jotka tekijät olivat nimenneet "kuluttajien tarpeiden *identifioimiseksi*, tuotteen teknisten vaatimusten täsmentämiseksi, konseptien jatkokehittelyksi, valinnaksi ja testaamiseksi". Myös rakenteen ja muotoilun suunnittelu alkoi tässä konseptin kehittämisen vaiheessa (kuva jäljessä).



Kaavio 5: Konseptin kehittäminen tuotekehitysprosessissa (Ulrich & Eppinger 2004, s. 18)

Tuotekonsepti oli Ulrichin ja Eppingerin mukaan summittainen kuvaus tuotteen vaatimasta teknologiasta, työstötavoista sekä tuotteen muotoilusta. Se sisälsi myös tiiviin kuvauksen loppukäyttäjän tarpeisiin vastaamisesta. Konsepti oli tekijöiden mukaan yleensä ilmaistu luonnoksena tai suuntaa-antavana kolmiulotteisena mallina. Konseptin liitteenä oli usein lyhyt tekstikuvaus (Ulrich & Eppinger, 2004, s. 78).

Ulrichin ja Eppingerin malli kannustaa lukuisten konseptien kehittämiseen, joista paras tai parhaat lopulta valittiin toteutettaviksi.

Ulrichin ja Eppingerin ajattelutapa vaikuttaa muotoilun alueella yleiseltä. Konseptien kehittelyä käsiteltiin usein erillisenä suunnittelun vaiheena, joka seurasi taustatutkimusta (Baxter, 2002; Koskinen, 2003). Itse termin merkityssisältöä (mitä termillä tarkoitetaan) ei kartoituksen lähteissä käsitelty.

Kärjistäen: Kartoittamieni lähteiden mukaan teollisen muotoilun ja tuotekehityksen alueella ensin määriteltiin, tutkittiin käyttäjiä ja käyttötilanteita, tehtiin kilpailija-analyyskejä, skenaarioita ja niin edelleen. Tätä vaihetta ei vielä mielletty osaksi

konseptisuunnittelua. Tämän taustatyön jälkeen luotiin lukuisia ratkaisuvaihtoehtoja, joiden suunnittelua vasta kutsuttiin konseptisuunnitteluksi ja tuotoksia konsepteiksi.

Konseptien suunnittelu ja kehitys esitettiin käsittelemissäni lähdemateriaaleissa siis erillisenä systemaattisesti etenevänä vaiheenaan. Yleisesti vaihe sisälsi useita konseptin kehittelykierroksia, joista kustakin valittiin parhaat. Näitä vietiin eteenpäin, kunnes vihdoin päädyttiin haluttuun lopputulokseen. Konseptisuunnittelulle erottautui näin neljä päävaihetta, joita tarpeen mukaan toistettiin: konseptien luominen, testaus, jatkokehitys ja lupaavimman tuoteaihion valinta.

Konseptisuunnittelun ja konseptoinnin ohella alalla esiintyi myös termi konseptimuotoilu (*Kettunen, 2000, s.59-89*). Termien käyttötapojen perusteella sanat vaikuttivat lähteissä synonyymeiltä keskenään.

Konseptisuunnittelun laajempi sisältönäkökulma

Näin konseptisuunnittelua teollisen muotoilun alueella kuvaili alan professori:

*Tuotekehityskirjallisuudessa prosessin (ensimmäistä tai) toista vaihetta kutsutaan usein konseptisuunnitteluksi. Siinä suunniteltavan tuotteen pääperiaatteet määritellään ja sen pohjalta voidaan jatkaa yksityiskohtaiseen suunnitteluun. Tällaisenaan se kuitenkin kuvaa vain osan niistä tavoitteista joita yritykset pyrkivät konsepteillaan saavuttamaan.
(Professori, teollinen muotoilu)*

Laajempi näkökulma konseptisuunnitteluun näyttää lähteiden perusteella yleistyvän teollisen muotoilun alueella. Konseptisuunnittelua ei enää nähdä vain prosessin vaiheena, vaan, kuten digitaalisen viestinnän suunnittelussa, painopiste vaikuttaa laajenevan itse tuotteesta siihen liittyvän ympäristön ja viitekehityksen huomiointiin.

Eräs kartoituksessa esiin noussut näkökulma teki eron tuotekehityksen ja konseptisuunnittelun välille: tuotekehitys keskittyi itse tuotteeseen ja sen välittömään viitekehitykseen, käyttäjiin. Konseptisuunnittelu otti näkemyksen mukaan huomioon myös asiakasorganisaation eri toiminnot ja liiketoiminta-alueen (*Keinonen, 2004, s.9-46*). Saman näkökulman yhteydessä viitattiin myös Eppingerin ja Ulrichin konseptisuunnitteluun, jota tässä yhteydessä nimettiin "määrittäväksi konseptoinniksi". Muiksi konseptointityypeiksi mainittiin "kehittävä konseptointi", jossa pyrittiin avaamaan uuden teknologian ja markkinanäkymien mahdollisuuksia ja tuettiin samalla yrityksen oppimista. Edellisten lisäksi nimettiin myös "visioiva konseptointi", joka tähtäsi tulevaisuuden näkymiin ja pyrki herättämään yleistä keskustelua

alalla (Keinonen, 2004, s. 41-42) .

Edellä mainittuun "visioivaan konseptointiin" liittyi myös erään pelialan edustajan teolliseen muotoiluun liittynyt, kyselyvastauksissa noussut huomio:

*Hämmennystä voi herättää, että "konsepti" -sanaa käytetään myös uusien tuoteideoiden esittelyn yhteydessä. Esim. "konseptiauto" tai "konseptipuhelin" on yleensä esittelytarkoitukseen erikoisvalmistettu mallikappale, jota ei välttämättä sellaisenaan viedä tuotantoon ikinä.
(Chief Creative Officer, peliyritys)*

Konseptien dokumentointi

Konseptidokumentaatioille ei näyttänyt tuotesuunnittelun alueella vakiintuneen yhteisiä toimintatapoja. Lähdemateriaaleissa teollisen muotoilun konsepteiksi nimettyjen dokumentaatioiden tyypit vaihtelivat. Konseptiksi nimitettiin sekä yksinkertaista lyijykynäluonnosta, että useiden A4-arkkien mittaista tekstien ja luonnosten kokoelmaa. Yhteistä niille vaikutti kuitenkin olevan kokeileva ja luonnostelunomainen lähestyminen. Varsinaista tuotteen toteuttamista tarkentavia määrittelyjä ei nimetty konsepti-otsikon alle.

Esimerkkejä tuotekehitykseen ja teolliseen muotoiluun liittyneistä konseptidokumentaatioista löytyy tämän opinnäytteen liitteistä.

Konseptisuunnittelun määritelmät alan opinnäytteissä

Konsepti-termi esiintyi useissa Taideteollisen korkeakoulun Muotoiluosaston opinnäytteissä. Muutama termin määritelmäkin niistä löytyi:

Helena Rantalan lopputyössä *Matkapuhelimia vuoden 2001 naiselle – konseptitutkielma Nokia matkapuhelimille (TaiK TMO, 1996)* konseptisuunnittelulla tarkoitettiin tulevaisuuden ratkaisujen visiointia (vrt. edellä mainittu "visioiva konseptointi") (Rantala, 1996, s.8).

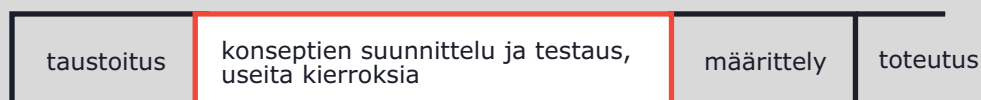
Katja Battarbeen lopputyössä *Methods and prototypes in product concept development and evaluation case Maypol at HUT (TaiK TMO, 1998)* tekijä erotteli konseptille kaksi eri tasoa: Idea- ja käyttöliittymätasot. Opinnäyte painottui käyttäjätutkimuksen ja käytettävyyden näkökulmiin, mutta korosti myös ideatason konseptin suunnittelun merkitystä: ennen käyttöliittymän ideointia oli tiedettävä, mitä tuote tekisi ja miksi. Tekijä sisällytti ideatason konseptin suunnitteluun myös yritysorganisaation toiminnan strategian huomioimisen (vrt. ero Ulrichin ja Eppingerin lähestymistapaan aiemmin).

Marjukka Mäkelän lopputyö Visualisointi osana konseptisuunnittelua (*TaiK TMO, 2004*) tutki visualisointia tuotekehitykseen liittyvän konseptisuunnittelun eri vaiheissa. Mäkelä ei lopputyössään rajannut konseptia käsitteenä vain teollisen muotoilun piiriin vaan totesi, että konsepti on laajalti ja eri tavoin käytetty termi, ja mainitsi sen erilaisia muotoja hintakonsepteista asumis- ja liiketoimintakonsepteihin. Teolliseen muotoiluun liittyen Mäkelä viittasi määritelmään, jonka mukaan "tuoteidea on konsepti silloin, kun se sisältää vähintään yhden hyödyn käyttäjälleen ja sen yleisen muodon, sekä teknologian, jolla tuo muoto toteutetaan" (*Mäkelä, 2004, s. 12*).

Yhteenveto

Konseptisuunnittelulla on oma historiansa teollisen muotoilun tuotekehityksen alueella. Termin merkitys näyttää lähteiden perusteella kuitenkin muuttuneen prosessimallilähtöisestä ajattelutavasta laajempia näkökulmia huomioivaksi. Perussuunnittelu ja taustatyö asiakasorganisaation toimintatapojen tarkasteluineen on ainakin osin alettu sisällyttää osaksi teollisen muotoilun konseptisuunnittelua. Termi ei näytä kuitenkaan vielä löytäneen yhteisesti jaettavaa sisältömerkitystä teollisen muotoilun alueella.

Konseptisuunnittelija-nimike vaikuttaa alalla verraten harvinaiselta. Tuotekonsepteja näyttävät pohtivan kaikki alan suunnittelijat.



Kaavio 6: Konseptisuunnitteluksi kutsutun suunnitteluvaiheen sijoittuminen teollisen muotoilun ja tuotekehityksen suunnitteluprosesseissa (Jonna Iljin).

3.3 Konseptisuunnittelu pelisuunnittelussa

Pelisuunnittelu on ala, jossa yhdistyvät tässä käsiteltävistä muista suunnittelualueista ainakin tuotekehitys, käyttäjäkeskeinen suunnittelu, tv- ja elokuvatuotanto sekä digitaalinen viestintä. Se on kuitenkin eriytynyt jo Suomessakin omaksi tutkimus- ja liiketoiminta-alueekseen, jolla on oma suunnittelukulttuurinsa, joten halusin käsitellä sitä erikseen.

Peliteollisuuden toimintatavat ja konsepti-käsitteistöön liittyvä termistö näyttivät periytyneen pitkälti kansainväliseltä kentältä.

Alan lähteissä mainittiin *concept document* (myös *vision document*). Sitä kuvattiin työkaluksi, jonka tärkeimpänä tarkoituksena on saada rahoitus pelin jatkosuunnittelulle ja toteutukselle (*Bethke, 2003, s.205*). Kyseistä dokumenttia kuvattiin houkuttelevaksi synopsikseksi itse pelistä, myynnin apuvälineeksi. Sen kohderyhmää olivat siis ensisijaisesti mahdolliset rahoittajat. Dokumentin muoto oli vapaa, mutta sisältö ytimekäs, selkeä ja myyvä.

Näin konseptisuunnittelua dokumentoidaan vastaavasti eräässä kansainvälistyneessä, mutta alkujaan suomalaisessa, peliyrityksessä:

Ideat kirjataan omaan tietokantaansa. Uusia tuotteita varten on High Concept -dokumenttipohja ja peleille erikseen tarkennettu Concept-template, joka tarkentaa High Conceptia erityisesti pelidesignin osalta. Lisäksi tehdään tarvittaessa omia market, operations, technical, legal, development costs, business case -analyyskejä. Kokonaisuutena näistä syntyy Project Proposal, joka muotoillaan esitettävään Powerpoint-muotoon.

Jos projekti lähtee liikkeelle se alkaa useimmiten esituotantovaiheella, jossa game designer työstää alkuperäisen konseptin pohjalta Game Design Documentin. (Chief Creative Officer, peliyritys)

Yllä mainittua *High Concept* -dokumenttia kuvattiin muutaman sivun tiivistykseksi, ja sen tuli sisältää seuraavat asiat (suora lainaus kyselyvastauksesta):

- Title & one-liner
 - Version history
 - Short description
 - Unique selling point
 - Category (Online game /Online world /Communication tool /single player game, etc)
 - Genre
 - Platform(s)
 - Target Group
 - Concept Description (a few paragraphs to some pages) + optional Concept Art
 - Business model
 - Development efforts & investments
 - Misc issues
 - "Why is it good, unique or even working?" (writers own reasoning for this product)
- (Chief Creative Officer, peliyritys)

Lisäksi samassa yrityksessä oli käytössä myös *Game concept document*, mutta sen kehitys oli vielä kesken ja sisältövaatimukset määrittelemättä, eikä sitä haluttu esitellä.

Varsinainen konseptisuunnittelun prosessi määriteltiin samassa yrityksessä seuraavasti: "ongelman muotoilu → informaation keruu → ideointi: satoja ideoita → kymmeniä konsepteja → muutama ehdotus → tuotanto" (liite: kyselyvastaukset). Malli muistuttaa suuresti aiemmin teollisen muotoilun ja tuotekehityksen yhteydessä käsiteltyä Ulrichin ja Eppingerin mallia (*Ulrich & Eppinger, 2004,*

s. 9).

Pelisuunnittelun yhteydessä esiintyi myös termi konseptuaalinen suunnittelu (*conceptual design*), jolla viitattiin tekniseen ja järjestelmälähtöiseen pelimekaniikan suunnitteluun ja UML-kuvaukseen (*Bethke, 2003, s.216, 228-229*).

Konseptisuunnitteluun liittyvistä nimikkeistä alalta löytyy ainakin *Concept Designereita* ja *Consept Artisteja*. Internetin hakukoneen tulosten perusteella *Concept Designereista* noin kolmasosa näytti työskentelevän pelisuunnittelun alueella.

Näin kyselyvastauksessa kuvattiin peliyrityksessä toimivien "*Concept /Game Designer*" -henkilöiden toimenkuvia:

Yrityksemme R&D -tiimin konseptisuunnittelijat painottuvat game designiin, eli pelien interaktiiviseen designiin. Mutta heidän pitäisi ymmärtää kohtuullisella tasolla myös pelien ja muiden viihde-/kommunikointituotteiden audio-visuaalisuus, markkinointi, tuotantoprosessit, nykyisen teknologian ja infrastruktuurin hyödyntäminen, peliteollisuuden ja internet-palveluiden businessmallit, jne.

*Sales & Business Developmentissa [muilla nimikkeillä] työskentelevien voidaan sanoa tekevän konseptisuunnittelua myös osana työtään.
(Chief Creative Officer, peliyritys)*

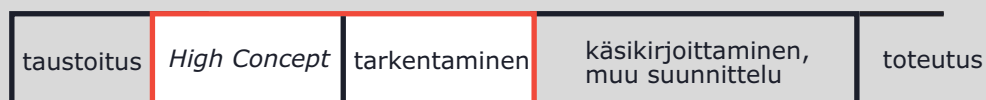
Concept Artistia sen sijaan kuvattiin (*Bethke, 2003, s.46*) henkilöksi, jolla oli päävastuu pelitoteutuksen kuvituslinjasta. Henkilön vastuulla oli myös koota kaikki visuaalinen materiaali tuotantoa varten. Nimikkeen mainittiin yleistyneen pelisuunnitteluprojektien kasvaessa, jolloin samalla myös virheiden ehkäisyn merkitys korostui.

Concept Artistin ohella varsinkin kansainvälisellä pelisuunnittelualalla on käytössä yleisesti käsite *concept art*. Käsite viittaa visuaaliseen suunnitteluun liittyvään materiaaliin, josta selviävät kuvituksen perusteema, ulkoasun tyyli ja maailma.

Yhteenveto

Pelisuunnittelua aiemmin käsiteltyihin aloihin verrattaessa suurin ero konseptisuunnittelussa näyttää olevan käyttäjätaustoituksen vähäisempi painoarvo. Pelisuunnittelun konseptisuunnitteluun liittyi sen sijaan vahvasti kerronnallisuus ja käsikirjoittaminen. Käsikirjoittamiseen liittyvät perinteet puolestaan juontunevat elokuvatuotannon puolelta, jota käsittelen seuraavaksi.

Pelialan tapa käsitellä konseptisuunnitteluun liittyviä termejä vaikutti käytännönläheiseltä. Käsitteet konkretisoituivat määritellyiksi dokumenteiksi ja työvaiheiksi.



Kaavio 7: Konseptisuunnittelun sijoittuminen pelisuunnitteluprosesseissa (Jonna Iljin).

3.4 Konseptisuunnittelu elokuvatuotannossa

Konsepti näytti lähteiden perusteella viittaavan elokuvatuotannon alueella yleensä elokuvan juonelliseen konseptiin nimenomaan elokuvan käsikirjoittamisen näkökulmasta.

Konseptilla viitattiin elokuvan ideaa hioutuneempaan versioon. Konseptiksi nimetyn dokumentin oli voitava vastata seuraavaan kysymyssarjaan: *"kuka – haluaa/tarvitsee mitä – ja miksi hän ei saa/tavoita sitä – ja mitä sitten tapahtuu ja miten hän lopulta saavuttaa tavoitteensa tai jotakin muuta?"* (Vieno, 2004, s. 1)

Konseptin rinnalla elokuvatuotannon alueella käytettiin myös hollywoodilaista termiä *high concept*. *High conceptilla* tarkoitettiin tarinaa, joka on yksinkertainen sekä helposti kommunikoitavissa ja ymmärrettävissä. Usein termiin liittyi myös uniikin idean vaatimus, joka teki siitä muista erottuvan (Wyatt, 1994, s. 8-10). Myös elokuvan roolitus oli olennainen osa elokuvan *high conceptia*. Termi näytti siis liittyvän vahvasti elokuvan arvoon sen markkinoinnin näkökulmasta.

Termin lanseerauksen isäksi nimettiin 70-luvulla vaikuttaneen yhdysvaltalaisen ABC-TV-kanavan Barry Diller (Wyatt, 1994, s. 8). Diller kehitti toimintatavan, jossa TV-ohjelmalle laadittiin kuvaava ja houkutteleva lauseen mittainen iskevä mainostoteama, *slogan*. Tätä *slogania* käytettiin kaikissa ohjelmien mainoksissa.

Esimerkkinä onnistuneesta *high conceptista* mainittiin *Armageddon*-elokuva (Orr, 2002, s. 1), koska sen nimi asetti katsojalle tiettyjä positiivisia koettuja ennakko-odotuksia, joihin se myös nähtynä vastasi. Saman elokuvan konsepti taas kuuluu toisen lähteen mukaan seuraavasti: *"Öljynporauslaitos törmää meteoriin. Vain laitoksen miehet voivat pelastaa maailman. Ja sitten jokin menee pieleen"* (Vieno, 2004, s. 4). Elokuvan hyvää konseptia näytettiin pidettävän ensiarvoisen tärkeänä, mutta sen suunnitteluun ei löytynyt erityisiä prosesseja tai suunnittelutapoja.

Elokvakonsepti sijoittui erään määritelmän mukaan koko käsikirjoitusprosessiin seuraavasti: *"idea → konsepti → pitsi → "outline" → "step-outline" → "treatment" → käsikirjoitusversiot → kuvauskäsikirjoitus → editoitu käsikirjoitus → selityksin varustettu*

käsikirjoitus” (Vieno, 2004, s.8).

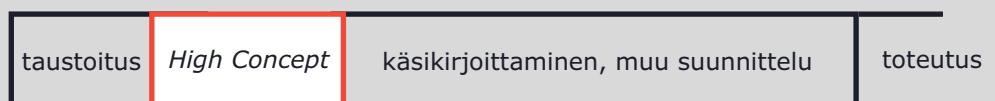
Elokuvatuotanto-alueen fantasia- ja animaatioelokuvahaarojen alueella olivat käytössä käsitteet *concept art* sekä *Concept Designer*, kuten aiemmin mainitulla pelisuunnittelualallakin. Suuntaa antava arvio internetin hakukoneella antoi ymmärtää, että suurin osa *Concept Artisteista* ja *Concept Designereista* työskentelee tällä hetkellä juuri tällä toimialalla. Kuten pelialalla, termit viittasivat päävastuuseen tuotantoon liittyvästä visuaalisesta materiaalin linjasta.

Yhteenveto

Elokvataiteen käsitys konseptista erosi muista tässä käsitellyistä suunnittelun alueista eniten. Kun muiden suunnittelualojen lähetymistapa konseptien suunnitteluun kumpusi enemmän tai vähemmän koko toteutuksen viitekehuksesta, metodeista tai prosesseista, oli elokuvanteon konseptisuunnittelu lähempänä taiteellista, luovaa itseilmaisua. Elokvakonseptin haaste oli lähteiden perusteella kiteyttää teoksen sanoma, ei taustoittaa tai ohjeistaa sen toteuttamista.

Elokvanteon konseptisuunnitteluun ei näyttänyt kuuluvan projektin perusmäärittelyä tai käyttäjätutkimuksia. Konseptin käsite rajautui elokuvaidean ja käsikirjoituksen viitekehukseen.

Elokvataiteen alueella konsepti-käsitteen sisältö vaikuttaa siis muihin aloihin verrattuna rajatummalta. Syynä lienee väline, jolla on katsojan kannalta melko yleiset tavoitteet: puhuttelemine, viihdyttämine ja tiedon lisääminen. Asiakkaan (tilaajan tai tuotantoyhtiön) tarpeiden huomioimine ei ainakaan välittömästi elokvakäsikirjoitusten konseptissa näy.



Kaavio 8: Konseptin suunnittelun sijoittumine elokvaproduktioiden suunnitteluprosesseissa (Jonna Iljin)

3.5 Konseptisuunnittelu TV-tuotannossa

TV-tuotantojen alueella tuotteen (ohjelman) konseptiin liittyi sen sisällön lisäksi koko välineen mukanaan tuoma viitekehys lähetysajankohtineen ja mahdollisine päätelaiteyhdistelmineen.

Eräs alalla toimiva kyselyyn vastannut luova johtaja kuvasi konseptisuunnittelua TV-tuotannoissa seuraavasti:

1. Konseptisuunnittelussa tutkitaan, luodaan, pikatestataan ja määritetään

- perussisältö

- yleisösuhte: katsojasuhde ja käyttäjäsuhte sekä sosiaalisesti, toiminnallisesti, psykologisesti ja suhteessa kohderyhmän rajaukseen

- näkökulmat ja käsittelytapa

- vakioidaan ideatasolla ohjelmasarjan/palvelun perusratkaisut toiminnallisesti, tyyllillisesti ja rakenteellisesti

- pikatestauksessa konseptin toimivuutta arvioidaan jo sen osien kannalta ennen varsinaisen pilotin tekoa

2. Konseptisuunnittelun avulla

- profiloidaan ohjelman eri ulottuvuudet vastaanottajasuhteen kautta itse ohjelmien konkreettista sisältöä yleisemmällä ja taktisemmalla tasolla

- konseptisuunnittelu on halpaa mielikuvasuunnittelua, joka toimii ammattimaisen ohjelmanteon runkona - talotkin rakennetaan piirustusten avulla eikä tikkuaskin kannesta

- konseptisuunnittelun merkitystä ei voi tiivistää, koska se merkitsee eri ihmisille eri asioita: perusrunko on kuitenkin jo tilaus-tarjousjärjestelmässä jossa tarjoukset ovat enemmän tai vähemmän tyylikkäitä konseptisuunnittelun taidonnäytteitä (Luova johtaja, julkisen palvelun yleisradioyhtiö)

Konseptisuunnittelulla näytti olevan selkeät tavoitteet TV-ohjelmasuunnittelun alueella. Vaikutti kuitenkin siltä, että itse konseptisuunnittelun työtapojen käytännöt vaihtelivat, eikä konseptisuunnittelulla näyttänyt olevan vakiintunutta asemaa TV-tuotantojen alalla.

Alan hektisyys vaikuttaa suunnittelutapoihin, kuten eräs alan ohjelmapäällikkö totesi:

Tv-toimialalla ei konseptisuunnitelmia ehditä tehdä. Ideasta mennään suoraan konseptin työstämiseen.

(Ohjelmapäällikkö, kaupallinen TV-kanava)

Konseptisuunnittelulla näytti kaikesta kiireestä huolimatta olevan suuri merkitys:

[Konseptisuunnittelu on] keskeinen työvaihe tuotantoyhtiön ja kanavan välisessä dialogissa uuden ohjelman tuottamiseksi.

Hyvä konseptisuunnittelu on selkeä, helposti avautuva ja innovatiivinen idea.

Konkreettinen, askelmittain etenevä toteutussuunnitelma. Lopputuloksena konsepti, joka on helppo kiteyttää yhdellä lauseella ja jolla (tuotteella) on selkeä kohderyhmä ym.

(Ohjelmapäällikkö, kaupallinen TV-kanava)

Myös muotoilun tuotekehityksestä tuttu "visioiva konseptisuunnittelu" sai kyselyvastauksessa vastakaikua:

Teemme jonkin verran omaa tuotekehitystä. Sen aihe on niinkin laaja kuin "Tulevaisuuden televisio". Viime kädessä koko toimintamme tähtää tietenkin tähän. (Ohjelmapäällikkö, kaupallinen TV-kanava)

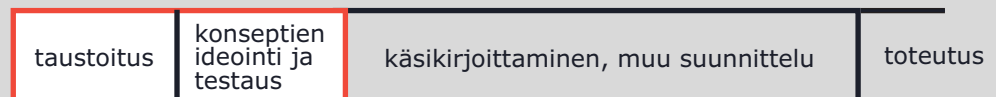
Konseptisuunnittelija-nimike ei näyttänyt vakiintuneen TV-ohjelmatuotannon alueelle. Alalla oli kuitenkin digitaaliseen sisältösuunnitteluun keskittyneitä yksiköitä, joissa kyseinen nimike esiintyi.

Yhteenveto

TV-tuotantoalan konseptisuunnittelu näyttäytyi lähteiden perusteella hyvin monimuotoisena. Alalla näytti yhdistyvän useita muiden alojen lähestymistapoja konseptisuunnitteluun – esimerkiksi elokuva-alan idea-näkökulma sekä teollisen muotoilun visiointi ja käyttäjälähtöisyys.

Vaikka konseptisuunnittelu näytti vakiintuneen TV-tuotantojen alueelle, ei yhteisiä konseptisuunnitteluprosesseja, toimintatapoja tai käsitteiden sisältömerkityksiä vaikuttanut olevan.

Selitys konseptisuunnittelun monimuotoisuudelle lienee alan monimuotoisuus yleensä – TV-tuotantojen alueella yhdistyvät niin digitaalisen viestinnän, muotoilun, elokuvan, peliteollisuuden kuin mainonnankin suunnittelukulttuurit.



Kaavio 9: "Konseptisuunnitteluksi" kutsutun vaiheen sijoittuminen TV-tuotantojen suunnitteluprosesseissa (Jonna Iljin).

3.6 Konseptisuunnittelu mainonnassa ja markkinointiviestinnässä

Rajanveto markkinointi- ja digitaalisen viestinnän välille on hankalaa, mutta koska mainostoimistoilla on oma vakiintunut toimintakulttuurinsa ja historiansa, käsittelen alueita erikseen.

Lähdekartoituksen perusteella mainonnan konseptisuunnittelusta erottui kaksi eri lajityyppiä:

- a) Yksittäisen markkinointitoimenpiteen suunnittelu
- b) Markkinoinnin strateginen suunnittelu

a) Yksittäisen markkinointitoimenpiteen suunnittelu

Yksittäisen markkinointitoimenpiteen suunnittelussa toteutukselle oli jo olemassa jokin ennaltamääritelty formaatti ja näkyvyys, jotka ohjasivat myös konseptin suunnittelua.

Tätä konseptisuunnittelun tyyppiä edusti esimerkiksi tehtäväksiänto, jossa kuulakärkikynä-*brändille* oli suunniteltava sivun mainos aikakauslehteen. Mainonnan kansainvälisissä kilpailuissakin palkittu mainostoimisto *TBWA:n* lopputulos löytyy lopputyön liitteistä.

Esitellyn mainoksen mainittiin olevan "*hyvin visualisoitu konsepti*" (*Hillman, 2002, s.57*). Se yhdisti visuaalisesti kaksi sisältöviestiä: tuoteviestin "*BIC kestää ikuisesti*" sekä yleisemmin puhuttelevan viestin "*kynä on ilmaisun työkalu ikuisesti*". Lisäksi mainos liitti arvioijan mukaan positiivisia mielikuvia itse *brändiin*. Konsepti viittasi tässä yhteydessä siis siihen viestinnälliseen kokonaisuuteen, jonka toteutus muodosti.

Yksittäisen mainoksen tai markkinointiviestinnällisen toimenpiteen suunnittelun yhteydessä konseptisuunnittelussa näytti korostuvan elokuvatuotannon tavoin myyttinen idean synnyttäminen. Myös konseptin rajausvaatimukset muistuttivat toisiaan: kun elokuvakonseptin formaatti oli pari lausetta, oli se tällä suunnittelualueella tietty mainosformaatti, esimerkiksi aikakauslehden sivu tai ulkomainos.

Markkinointitoimenpiteiden konseptisuunnitteluun ei näyttänyt liittyvän tiettyjä prosessimalleja tai toimintatapoja.

Yksittäisten mainosten konseptisuunnittelusta vastasivat yleensä *Copy-Writer* ja *AD* yhdessä.

b) Markkinoinnin strateginen suunnittelu

Markkinoinnin strategisella suunnittelulla tarkoitan suunnittelua, jossa lähtökohdaksi otettiin jokin mainostajan (asiakkaan) yleisempi tarve, esimerkiksi *brändin* kehittäminen. Suunnittelun päämääränä oli löytää toimivimmat markkinointikeinot välineestä riippumatta. Tällöin suunnittelun haasteena oli löytää oikeat kanavat ja välineet, jotta juuri oikealle kohderyhmälle onnistuttiin välittämään juuri haluttu viesti tai mielikuva. Tällä *brändin* kehittämisen näkökulmalla on paljon yhteistä myös aiemmin käsitellyn muotoilun tuotekehityksen kanssa (*Aaker, 1996*).

Markkinointistrategiaa kutsuttiin myös markkinointikonseptiksi:

Markkinointikonsepti on malli, jossa tuotteelle tai palvelulle luodaan kohderyhmälähtöinen malli, jota toteutetaan eri viestintäkanavissa sovitulla tavoilla. Markkinointikonseptin tavoitteena on löytää oikeita markkinointiviestinnällisiä ratkaisuja riippumatta siitä, missä viestintäkanavassa viesti välittyy. (AD/lehtori, markkinointiviestintä ja opetusala)

Markkinointikonseptit ovat strategisempia lähtöjä. Markkinointikonseptit ovat usein raaka-aineita esim. verkkopalvelukonsepteille. (Copywriter/konseptisuunnittelija, markkinointiviestinnän yritys)

Jotkut mielsivät konseptisuunnittelun liittyvän nimenomaan vain tämän markkinoinnin strategisen suunnittelun alueelle, ei yksittäisen mainoksen suunnitteluun.

Konseptisuunnittelua tarvitaan minusta silloin, kun kohdataan jonkinlaista monitahoisuutta: siis konseptia tarvitaan esim. silloin, kun iso idea pitää saada toimimaan tai välitettyä ympäristöissä. Joissa monistaminen ei toimi. Markkinointiviestinnästä puhuttuessa esim. usealla erilaisella välineellä tai kanavalla. (Creative Planner, markkinointiviestinnän yritys)

Koska projektien laajuus ja niihin liittyneet välineet vaihtelivat, ei konseptisuunnitteluun liittyviä dokumentteja ja niiden sisältöjä oltu yleensä määritelty kovin tarkasti:

Konseptisuunnitelma sisältää konseptin lähtökohdat: siis mitä konseptilla halutaan saada aikaan (idea, mahdolliset strategiset tavoitteet), konseptisuunnitelma, eli ne keinot joilla konsepti toteutetaan, esim. verkkopalvelun käyttöliittymä- ja käyttötapausmallit, markkinointiviestinnän ideat ja toteutukset, mediasuunnitelma jne.

Konseptisuunnitelmien laajuus ja syvyys vaihtelee hyvin paljon riippuen asiakkaan tarpeista, sitä ei oikein voi ohjeistaa tämän enempää. (Creative Planner, markkinointiviestinnän yritys)

Markkinoinnin strategioita suunnittelivat *Copy-Writereiden* ja *AD:*iden lisäksi myös *strategit* ja *plannerit*.

Konseptisuunnittelija-nimikkeellä toimivia henkilöitä vaikutti olevan lähinnä vain niissä markkinointiviestinnän toimistoissa, joissa suunniteltiin myös digitaalisia markkinointiviestinnän toteutuksia.

Konseptisuunnittelu hinnoiteltiin kyselyvastausten perusteella usein erikseen alan sopimuksissa.

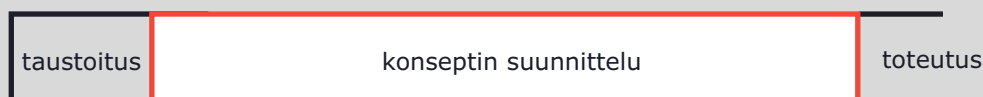
Yhteenveto

Konseptit ja konseptisuunnittelu näyttivät kuuluvan markkinointiviestinnän peruskäsitteistöön, mutta niiden merkitykset vaihtelivat paitsi organisaatioittain, myös projekteittain.

Konseptisuunnittelun näkökulmasta erottui kuitenkin kaksi eri markkinointiviestinnän suunnittelun lajityyppiä:

- Tiettyihin toimenpiteisiin (mainoksiin) liittyvää konseptisuunnittelua, joka muistutti läheisesti elokuvatuotannon näkökulmaa konsepteihin.

- Markkinoinnin strategista suunnittelua. Tämä suunnittelutyyppi vaikutti konseptisuunnittelun osalta yksittäisen mainoksen näkökulmaa laajemmalla ja esimerkiksi taustatyön merkitys oli suuri.



Kaavio 10: Konseptien suunnittelun sijoittuminen mainonnan suunnitteluprosesseissa (Jonna Iljin)

3.7 Konseptisuunnittelu tilallisessa suunnittelussa

Käsittelen tilallisen suunnittelun otsikolla seuraavia suunnittelun alueita: rakennusarkkitehtuuria, yhdyskunta- ja kaupunkisuunnittelua, maisema-arkkitehtuuria sekä sisustusarkkitehtuuria.

Konsepti-termi esiintyi alueella melko usein, mutta sen merkitys vaihteli. Konsepteiksi kutsuttiin esimerkiksi suunnitteluideoiden visuaalisia hahmotelmia paperilla (Liite 1.5.1). Toisaalta taas myös rakentamiseen liittyneitä, hyvin laajoja tutkimusraportin kaltaisia dokumentaatioita saatettiin myös kutsua konsepteiksi (Liite 1.5.2).

Tilallisen suunnittelun prosesseista tai konseptisuunnittelun toimintatavoista ei tässä kartoituksessa sen sijaan löytynyt materiaalia.

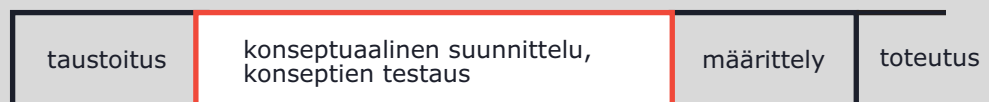
Tilallisen suunnittelun yhteydessä nousi esille erityisen usein termi konseptuaalinen suunnittelu. Lähteiden perusteella konseptuaalinen suunnittelu sijoittui erityisesti yhdyskunta- ja kaupunkisuunnittelun sekä sisustusarkkitehtuurin alueille (*Furieux, 1988; Junttila, 1995; Kivistö, 1996; Salminen, 1996*). Konseptuaalisella suunnittelulla viitattiin yleisen tason kokonaisvaltaiseen suunnitteluun. Konseptuaalista suunnittelua saatettiin käyttää myös tilallisen suunnittelun synonyyminä.

Konseptuaalinen suunnittelu näytti tässä yhteydessä viittaavaan suunnittelun lähtökohtiin yleisellä tasolla: suunnittelussa pyrittiin

huomioimaan kaikki toteutukseen mahdollisesti vaikuttavat tekijät ja näkökulmat aina sosiologisista ekonomisiin ja havaintopsykologisista ergonomisiin. Mainitut konseptuaalisesti painottuneet tilallisen suunnittelun alueet (yhdyskunta- ja kaupunkisuunnittelu, sisustusarkkitehtuuri) vaikuttivat siten myös muita tässä mainittuja tilallisen suunnittelun aloja poikkitieteellisimmiltä ja – taiteellisimmilta.

Mainittu monialaisuus voi myös olla vaikuttanut käsitteiden mahdolliseen sekoittumiseen: konseptuaalisesta suunnittelusta (*conceptual design*) voi helposti tulla konseptisuunnittelua (*concept design*) termien samankaltaisuuden vuoksi.

En pureutunut tässä yhteydessä sen syvällisemmin konseptuaalisiin suunnittelukäytäntöihin, koska konseptuaalinen suunnittelu ei kuulu lopputyöni aiheisiin. Termit konseptuaalinen ja konsepti ovat kuitenkin kieliasuiltaan samansukuisia, ja on hyvä huomioida, että ne voivat siksi olla myös alttiita sekoittumiselle ja ristiriitaisille merkityksille.



Kaavio 11: Konseptien suunnittelun sijoittuminen tilallisen suunnittelun prosesseissa (Jonna Iljin).

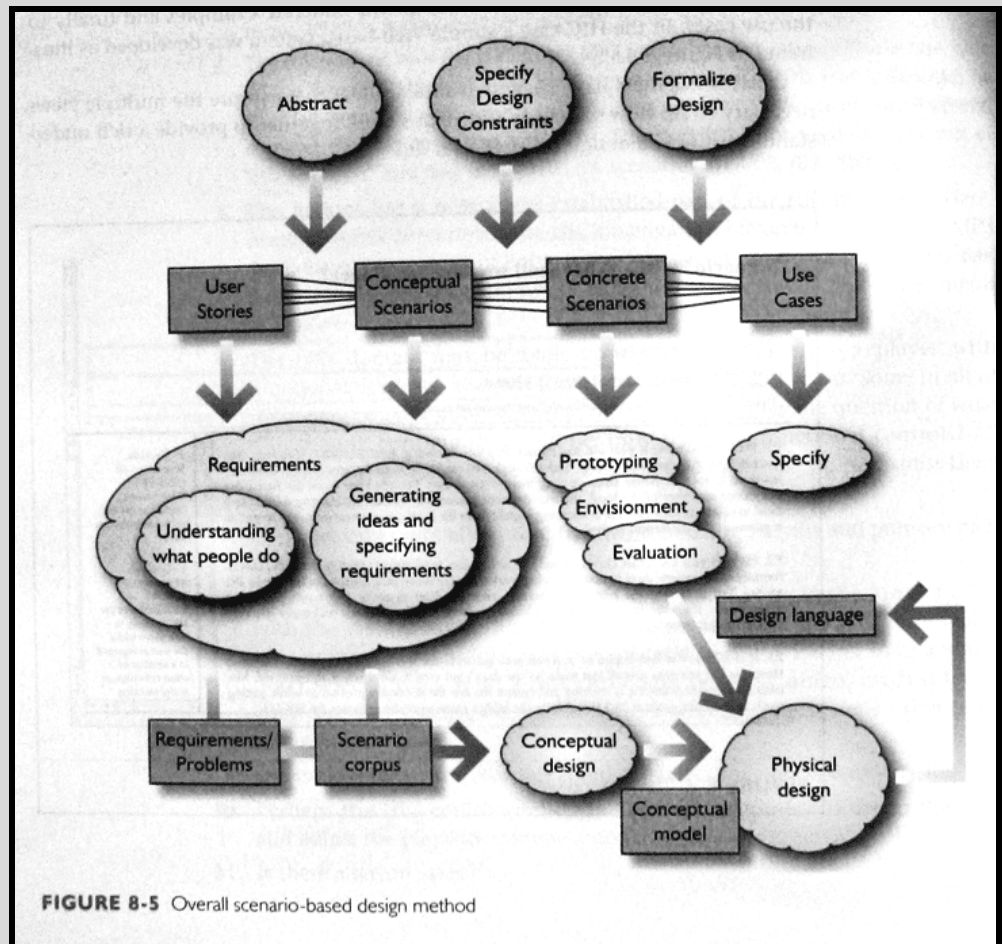
3.8 Konseptisuunnittelu vs. Käyttäjäkeskeinen suunnittelu

Käyttäjäkeskeistä suunnittelua ei käsitetä yleensä omana taideteollisena suunnittelualanaan, vaan se on muilla aloilla hyödynnettävä suunnittelun metodi. Vaikka käyttäjäkeskeinen suunnittelu liittyy esimerkiksi tuotekehitykseen ja teolliseen muotoiluun, digitaaliseen palvelusuunnitteluun sekä pelisuunnitteluun, on se samalla myös eriytynyt omaksi erityisosaamis- ja tutkimusalueekseen.

Nostan käyttäjäkeskeisen suunnittelun tässä käsiteltäväksi muiden suunnittelualojen rinnalle, koska se nousi usein esiin konseptisuunnittelua käsiteltyä lähdemateriaalia kartoittaessani.

Käytettävyyteen liittyvän englanninkielisen materiaalin yhteydessä törmää harvoin konsepteihin tai konseptisuunnitteluun, mutta konseptuaaliseen suunnitteluun sen sijaan usein. Käytettävyyden yhteydessä termi konseptuaalinen suunnittelu näyttää viittaavan kokonaisvaltaiseen suunnitteluun, jolla tarkoitetaan, että suunnittelussa pyritään huomioimaan suunniteltavan tuotteen koko

käyttöympäristö (Benyon, 2005). Vaikka lähestymistapa on siis periaatteessa laaja, rajautuu näkökulma kuitenkin vain käyttäjään, jättäen esimerkiksi asiakkaan liiketoiminnalliset tarpeet suunnittelun ulkopuolelle (Benyon, 2005, s.290). Tässä käyttäjakeskeinen suunnittelu eroaa esimerkiksi tilallisesta suunnittelusta tai digitaalisen viestinnän konseptisuunnittelusta, jotka pyrkivät huomioimaan käyttäjää laajemman viitekehyksen.



Kaavio 12: Käyttäjänäkökulman korostuminen käyttäjakeskeisessä konseptuaalisessa suunnittelussa (Benyon, 2005, s.78).

Käyttäjakeskeiseen suunnitteluun liittyen myös termiyhdistelmä "käyttäjakeskeinen konseptisuunnittelu" nousi esille joissakin lähteissä. Teknillisen korkeakoulun (TKK) Ohjelmistoliiketoiminnan ja -tuotannon laboratorion *Käytettävyysryhmä* tarjoaa aiheesta kurseja (esimerkki kurssin kattamasta ks. liite 1.3.1), ja Helsingin Ammattikorkeakoulu Stadia on julkaissut alueeseen liittyvää materiaalia (Kolu, 2003). Käyttäjakeskeisen konseptisuunnittelun painopiste TKK:lla oli käytettävyydessä ja käyttöliittymäsuunnittelussa, Stadialla yleisemmin käyttäjän tarpeissa. Epäselväksi jäi, mitä lisäarvoa sana "konsepti" otsakkeisiin toi — kartoituksen perusteella lyhyempi otsikko "käyttäjakeskeinen suunnittelu" jo kuvasi, mistä oli kyse.

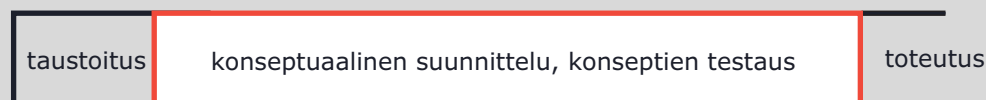
Yhteenveto

Käyttäjäkeskeisellä suunnittelulla oli paljon yhteistä aiemmin käsiteltyjen suunnittelualojen konseptisuunnittelun kanssa, mutta näkökulmat ja painotukset vaihtelivat:

Verrattaessa käyttäjäkeskeisen suunnittelun konseptuaalista suunnittelua teollisen muotoilun tuotekehityksen konseptisuunnitteluun, korostuu molemmissa käyttäjän huomiointi. Erona on kuitenkin näkökulman laajuus: kun käyttäjäkeskeisessä suunnittelussa keskityttiin vain ja ainoastaan käyttäjään, otti tuotekehityksen konseptisuunnittelu käyttäjän lisäksi huomioon laajemmin koko suunniteltavaan tuotteeseen liittyvän viitekehityksen asiakas-, yhteiskunta- ja liiketoimintanäkökulmineen.

Käyttäjäkeskeiseen suunnitteluun liittyvän konseptuaalisen suunnittelun merkityssisältö eroaa tilallisten suunnittelualojen, kuten esimerkiksi sisustusarkkitehtuurin tai kaupunkisuunnittelun, merkityssisällöistä. Jälkimmäisissä näkökulma lähteiden perusteella oli käyttäjäkeskeisyyttä laajempi.

Käyttäjäkeskeinen suunnittelu näyttäytyy tärkeänä suunnittelumetodina myös digitaalisen viestinnän alueella. Kun opinnäytteeni kartoitukseen liittyneissä kyselyissä ja haastatteluissa pyysin digitaalisen viestinnän edustajia nimeämään konseptisuunnitteluun liittyneitä *trendejä* tai muotisanoja, liittyi moni mainituista termeistä nimenomaan käyttäjäkeskeiseen suunnitteluun: *"Käyttäjä on kuningas"*, *"käytettävyydestit"*, *"kaikki käytettävyyden alkuiset sanat"*, *"User experience design"* ja *"käyttökokemus"* (liite: kyselyvastaukset).



Kaavio 13: "Konseptien" suunnitteluksi nimetyn vaiheen sijoittuminen käyttäjäkeskeisen suunnittelun prosesseissa (Jonna Iljin).

3.9 Lisähuomioita muilta alueilta

Seuraavat huomiot eivät liity suoranaisesti konseptisuunnitteluun taideteollisilla suunnittelualoilla, mutta voivat joskus aiheuttaa epäselvyyttä, joten sivuan niitä lyhyesti:

Tilallisen ja käyttäjäkeskeisen suunnittelun kohdalla mainittuun konseptuaaliseen suunnitteluun liittyy taiteen puolelta suuntaus nimeltään *käsitetaide*, jota kutsuttiin myös *konseptuaaliseksi taiteeksi* (eng. *conceptualism* tai *conceptual art*) (Osborne, 2002).

Käsitetaiteessa korostuvat teoksen idea ja toisaalta koko prosessi, jossa taideteos syntyy (*Mäkelä, 1990*). Tässä yhteydessä konseptuaalisuus viittaa kokonaisuuteen, joka muodostuu tekijän idean yhdistymisestä teoksen vastaanottajan kokemukseen. Konseptuaalista taidetta kutsuttiin lähteissä myös *konseptualismiksi*.

Konseptualismi on puolestaan myös filosofinen suuntaus, jossa pohditaan yleiskäsitteiden olemassaolon problematiikkaa (*Saarinen, 1994, s. 263*).

Rajaukseni ulkopuolelle jäänee useita muitakin aloja, joilla käsitteet konsepti tai konseptuaalinen usein esiintyvät, kuten esimerkiksi liiketoiminta ja siihen liittyvät konseptit.

4 VERTAILU, YHTEENVETO ja HUOMIOITA

Tässä luvussa vertailen käsittelemieni suunnittelualojen käsitteitä ja toimintatapoja. Vertailukohtana käytän digitaalisen viestinnän toimintatapoja. Pyrin samalla nostamaan esiin piirteitä ja tekemään huomioita, joista saattaisi olla hyötyä konseptisuunnittelun parissa tekemisissä oleville henkilöille.

4.1 Käsitteiden erot

Aloitin lopputyöni toteamalla lähtötilanteeksi konseptisuunnitteluun liittyvien käsitteiden ja niiden merkitysten sekavuuden.

Alla oleva taulukko kokoaa huomiot eri alojen näkökulmista ja termien käyttötavoista, joita kartoituksessa ilmeni. Merkityseroja on kärjistetty ja yksinkertaistettu, jotta eri lähestymistavat erottuisivat toisistaan mahdollisimman selvästi.

Suomenkieliset yleistietoteokset:

Konsepti = Keskenäisen työ, kuten puheen käsikirjoitus tai puhtaaksikirjoittamaton teksti. Arkikielessä "konseptit" viittaavat "suunnitelmiin" tai "ennakkolaskelmiin".

Konseptuaalinen = käsitteellinen

Englanninkieliset yleistietoteokset:

Concept = kokonaisuus; idea.

Kielten välisen erot sanakirjoihin pohjautuen:

Konsepti = "rough draft, notes, outline" (eng.)

Concept (eng.) = "käsitys, käsite, mielle"

Conceptual (eng.) = "käsitteellinen"

Digitaalisen viestinnän suunnittelukulttuuri:

Konseptisuunnittelu = koko suunnittelu- ja tuotantoprosessin ajan kestävä suunnittelun sateenvarjomainen osa-alue, joka jakautuu eri alaosa-alueisiin organisaation ja projektin luonteesta riippuen.

Konseptisuunnitelma = edellä mainittuja konseptisuunnittelun eri osa-alueita dokumentoiva lopputuote, yleisimmin teksti- tai kaaviotiedostoja.

Konseptisuunnittelija = henkilö, jonka toimenkuvaan kuuluu lopullinen vastuu edellisten toteutumisesta.

Konsepti = idea palvelu- tai tuotekokonaisuudesta kaikkine viitekehysineen.

Konseptointi = tuotteen tai palvelun markkinointiviestinnälliseen paketoiminen joka tähtää helposti kohderyhmälle "myytävään" kokonaisuuteen.

Teollisen muotoilun suunnittelukulttuuri:

Konsepti = luonnos, hahmotelma suunniteltavasta tuotteesta

Konseptien luominen = tietty vaihe perinteisessä tuotekehityksen prosessimallissa

Konseptisuunnittelu = Laajempi näkökulma edelliseen, joka on kartoituksen peruste yleistymässä. Viittaa kokonaisvaltaiseen suunnitteluun, joka huomioi esimerkiksi asi liiketoiminnan.

Peliyritysten suunnittelukulttuuri:

Concept document, high concept = tiivistys pelin ideasta, "myyvä" muoto tärkeää. Lähellä liiketoimintakonseptia.

Concept artist = henkilö, jonka vastuulla on koota tuotantoon liittyvä visuaalinen materiaali

Concept art = tuotannon visuaalinen materiaali, josta selviävät perusteema, ulkoasun tyyli ja maailma.

Konseptuaalinen suunnittelu = teknispainotteinen, järjestelmälähtöinen pelimekaniikan suunnittelu, *UML*-kuvaukset.

Elokuvatuotantojen suunnittelukulttuuri:

High concept, elokuvan konsepti: Elokuvan juoni, teema ja idea kuvattuna muutamalla sanalla (yhellä lauseella).

Concept art = ks. ed. Kohta.

TV-tuotantokulttuuri:

Konsepti = paketoitu ohjelmaidea

Konseptisuunnittelu = konseptien suunnittelua, sisältää mm. perussisällön, yleisösuhteen, käsittelytavan ja konseptin testauksen.

Mainonnan ja markkinointiviestinnän suunnittelukulttuuri:

Konsepti = kokonaisuus, jossa tiivistyy tuotteen tai palvelun idea markkinointiviestinnän näkökulmasta.

Markkinointikonsepti = tuotteelle tai palvelulle suunniteltava kohderyhmälähtöinen toimenpidemalli, jossa huomioidaan eri viestintäkanavat ja viestin välittyminen niissä halutulla tavalla.

Visuaalinen konsepti = visuaalinen kokonaisuus, joka viestii markkinoitavaan tuotteeseen tai palveluun liittyviä piirteitä.

Tilallinen suunnittelukulttuuri:

Konseptuaalinen suunnittelu = kokonaisvaltaista suunnittelua, jossa huomioidaan paitsi tilan käyttäjät, myös ympäristö ja mahdolliset muut taustavaikuttimet. Käytetään joskus myös "tilallisen suunnittelun" synonyyminä.

Käyttäjäkeskeinen suunnittelukulttuuri:

Konseptuaalinen suunnittelu = kokonaisvaltainen suunnittelu. Kokonaisvaltaisuus viittaa tässä suunniteltavan tuotteen käyttökontekstiin.

Konseptisuunnittelu = käyttäjäkeskeistä tuotesuunnittelua

Lisäksi:

Taide:

Konseptuaalinen taide = käsitetaide = "conceptual art" = "conceptualism" = *konseptualismi*

Filosofia:

Konseptualismi = filosofinen suuntaus, joka käsittelee yleiskäsitteiden olemassaolon problematiikkaa

Lisäksi lukuisat muut termiyhdistelmät, kuten "liiketoimintakonseptit", joissa konsepti viittaa yleensä kokonaisuuteen, malliin tai ideaan.

Taulukko 7: "Konseptisuunnittelu"-käsitteeseen liittyvää termistöä selityksineen kootusti (Jonna Iljin)

4.2 Käytäntöjen erot

Kuten edellisessä alaluvussa esitetty taulukko havainnollistaa, on konseptisuunnitteluun liittyvä terminologia aloilla osin yhteistä, mutta sisällöt vaihtelevat. Hieman yhteistä on myös konseptisuunnittelun käytännöissä: kaikki eri alojen konseptisuunnitteluksi nimitetty toiminta tähtäsi konkreettisen,

toimivan ja parhaan mahdollisen lopputuloksen syntymiseen. Konseptisuunnittelun sijoittuminen näihin eri alojen suunnitteluprosesseihin kuitenkin vaihteli melko paljon.

Alla olevaan taulukkoon on koottu jo aiemmin alakohtaisesti esitetyt suunnittelualojen prosessit konseptisuunnittelun näkökulmasta. Mallit pyrkivät kuvastamaan, miten kyseisellä suunnittelualueella konseptisuunnittelu asettuu osaksi koko suunnitteluprosessia. Mallit ovat suuntaa-antavia ja yksinkertaistettuja. Käytännössä konseptisuunnittelun rajaukset vaihtelevat organisaatioittain ja projekteittain.

Kaaviot kuvastavat vain suunnitteluprosessia, tuotantovaiheen kuvaus on rajattu niistä pois.

Konseptisuunnittelu digitaalisen viestinnän prosesseissa:				
taustoitus	konseptin perusta	<i>infodesign</i> , käsikirjoitus		toteutus
Konseptisuunnittelu teollisen muotoilun prosesseissa:				
taustoitus	konseptien suunnittelu ja testaus, useita kierroksia		määrittely	toteutus
Konseptisuunnittelu pelisuunnitteluprosesseissa:				
taustoitus	<i>High Concept</i>	tarkentaminen	käsikirjoittaminen, muu suunnittelu	toteutus
Konseptisuunnittelu elokuva tuotantojen suunnitteluprosesseissa:				
taustoitus	<i>High Concept</i>	käsikirjoittaminen, muu suunnittelu		toteutus
Konseptisuunnittelu TV-tuotantojen suunnitteluprosesseissa:				
taustoitus	konseptien ideointi ja testaus	käsikirjoittaminen, muu suunnittelu		toteutus
Konseptisuunnittelu mainonnan suunnitteluprosesseissa:				
taustoitus	konseptin suunnittelu			toteutus
Konseptisuunnittelu tilallisen suunnittelun prosesseissa:				
taustoitus	konseptuaalinen suunnittelu, konseptien testaus		määrittely	toteutus
Konseptisuunnittelu käyttäjäkeskeisen suunnittelun prosesseissa:				
taustoitus	konseptuaalinen suunnittelu, konseptien testaus			toteutus

Taulukko 8: Konseptisuunnitteluksi nimetyn suunnitteluvaiheen painottuminen eri alojen suunnitteluprosesseissa (Jonna Iljin).

Joillakin aloilla konseptisuunnittelu mielletään laajaksi alueeksi, joka sisältää taustatyön ja määrittelyn, joillakin taas hyvin rajatuksi, jolloin mahdollinen taustatyö tai konseptia tarkentava määrittely käsitetään varsinaisesta konseptisuunnittelusta erillisenä prosessivaiheena. Konseptisuunnittelun (tai konseptoinnin/konseptuaalisen suunnittelun) sijoittumiserot johtunevat toimintatapojen erojen lisäksi myös termien sisältömerkityksistä, jotka vaihtelivat aloittain.

4.2.1 Alojen väliset erot ja yhtäläisyydet tarkemmin

Digitaalinen viestintä:	Muut suunnittelualat:
	Teollinen muotoilu ja tuotekehitys:
- Taustoitus osa konseptisuunnittelua	- Taustoitus irrallinen vaihe
- Yksi toteutusvaihtoehto	- Useita toteutusvaihtoehtoja
	Pelisuunnittelu:
- Informaatio suunnittelu ja käytettävyys	- Sisältö
	Elokuvatuotanto:
- Konseptisuunnittelua läpi koko prosessin	- Konseptisuunnittelua vain alkumetreillä
- Useita dokumentteja	- Yksi lause
- Lähtökohtana koko toiminta-alue	- Lähtökohtana "minä"
	TV-tuotanto:
- Riippumattomuus ajasta	- Tietyllä kellonlyömällä
	Markkinointiviestintä:
- "Prosessi"	- "Idea"
	Tilallinen suunnittelu:
- "Konseptisuunnittelu"	- "Konseptuaalinen suunnittelu"
	Käyttäjakeskeinen suunnittelu:
- Lähtökohtana koko toiminta-alue	- Lähtökohtana käyttäjä
- "Konsepti"	- "Konseptuaalisuus"

Taulukko 9: Poimintoja konseptisuunnittelun näkökulmaeroista: digitaalinen viestintä vs. muut suunnittelualat (Jonna Iljin).

Konseptisuunnittelu digitaalisessa viestinnässä vs. teollisessa muotoilussa ja tuotekehityksessä

- Taustoitus osa konseptisuunnittelua vs. Taustoitus irrallinen vaihe -

Kartoituksen perusteella molemmilla suunnittelualoilla tehtiin periaatteessa samoja asioita: määriteltiin, tutkittiin käyttäjiä ja käyttötilanteita, tehtiin kilpailija-analyyssejä, skenaarioita ja niin edelleen.

Erona kuitenkin on näkökulma: kun teollisen muotoilun tuotekehityksen puolella edellä mainitut olivat usein konseptien suunnittelusta irrallista pohjatyötä, kuului edellä mainittu pohjatyö digitaalisen viestinnän alueella jo varsinaiseen konsepti-suunnitteluun. Teollisen muotoilun alueella suunniteltiin konsepteja vasta taustatyön ja strategisen suunnittelun jälkeen – viimeksi mainittuja ei siis luettu tuotekehityksen perinteisessä prosessimallissa varsinaisen konseptisuunnittelun piiriin. Näkökulma näytti kuitenkin olevan laajenemassa koko viitekehityksen huomioivaksi.

Digitaalisen viestinnän suunnittelijan näkökulmasta teollisen muotoilun taustatyön määrä kadehdittaa. Digitaalisen viestinnän alueella projekteihin on harvoin mahdollista varata riittävästi resursseja suunnittelua taustoittavaan työhön.

- Yksi toteutusvaihtoehto vs. Useita toteutusvaihtoehtoja -

Toinen suurehko ero oli ideoitavien toteutusvaihtoehtojen määrä: Kun digitaalisen viestinnän alueella taustoitettiin ja määriteltiin, minkä kautta päädyttiin tiettyyn ratkaisuun, jota sitten määrätietoisesti lähdettiin hiomaan eteenpäin, pyrittiin tuotekehityksen alueella luomaan lukuisia eri toteutusvaihtoehtoja. Digitaalisen viestinnän vain yhteen toteutusratkaisuun keskittyvä malli lienee tehokas, mutta onko se lopputuloksen kannalta paras?

Yhteen toteutusratkaisuun keskittymiseen vaikuttanee myös, että täysin uusiin toteutusratkaisuihin tähtäävää tuotekehittelyä tehtiin uusmediatoimistoissa suhteellisen vähän, ja ratkaisuvaihtoehdon muoto oli usein olemassa jo projektin alussa – usein asiakkaan valmiiksi nimeämänä.

Konseptisuunnittelu digitaalisessa viestinnässä vs. pelisuunnittelussa

- Informaatio suunnittelu ja käytettävyys vs. Sisältö -

Pelisuunnittelun piirissä konseptit ja konseptisuunnittelu painoutuivat ennen kaikkea toteutuksen sisältöön, ulkoasuun ja pelin tunnelmaan. Keskittyminen sisällön kiehtovuuteen ja kokijan

viihtyvyyteen korostuivat. Digitaalisen viestinnän konseptisuunnittelussa tärkeässä roolissa olevat informaatio- ja käytettävyyssuunnittelu sen sijaan eivät pelisuunnitteluun liittyneessä materiaalissa juurikaan nousseet esille.

Konseptisuunnittelu digitaalisessa viestinnässä vs. elokuvatuotannoissa

- Konseptisuunnittelua läpi koko prosessin vs. Konseptisuunnittelua vain alkumetreillä -

Elokuvatuotantojen alueella elokuvien konseptit rajoutuivat huomattavasti suppeammalle alueelle suunnitteluprosessissa kuin digitaalisessa viestinnässä. Konseptin suunnittelu keskittyi suunnittelun alkumetreille, kun taas digitaalisessa viestinnässä konseptia työstettiin läpi koko prosessia.

- Useita dokumentteja vs. Yksi lause -

Myös termin konsepti sisältö oli hyvin erilainen: Kun elokuvatuotannon puolella konsepti (tai *high concept*) piti kyetä kommunikoidaan ja dokumentoidaan lauseella tai kahdella, oli digitaalisen viestinnän puolella konsepti dokumentoitu yleensä laajana suunnitelmana liitteineen.

- Lähtökohtana koko toiminta-alue vs. Lähtökohtana "minä" -

Elokuvan puolella konsepti ei näyttänyt juuri huomioivan tuotoksen viitekehystä tilaajineen tai loppukäyttäjineen. Kartoitettujen materiaalien perusteella suunnittelu keskittyi vain elokuvan sisältöön ja viestiin tekijän näkökulmaan.

Konseptisuunnittelu digitaalisessa viestinnässä vs. TV-tuotannossa

- Riippumattomuus ajasta vs. Tietyllä kellonlyömällä -

TV-tuotannon alueella osana konseptisuunnittelua korostui usein katsomistilanteen huomioiminen sekä ajankohdan että siihen liittyneen kohderyhmäprofiilin näkökulmista. Digitaalisen viestinnän konseptien suunnittelussa aika-näkökulmalla oli harvemmin merkitystä – kellonaikaa tai viikonpäivää ei yleensä juuri huomioitu digitaalisen viestinnän suunnittelussa, vaikka ajankohtaisuus sinänsä olikin tärkeää.

(Toisaalta ero ei enää ole selkeä. Näkökulmat ovat alkaneet sekoittua: digitaalisen viestinnän toteutuksissakin on alettu huomioidaan käyttäjien päivärytmi, mikä ilmenee esimerkiksi erilaisten sisältöjen tarjoamisena eri kellonaikoihin. Vastaavasti TV-palvelujen alueella yleistyvät ns. *on demand* –palvelut, mikä

tarkoittaa, että sisällön vastaanottamisen ajankohta on käyttäjän päätettävissä.)

Yhteistä mainituille suunnittelualoille vaikutti olevan monimediainen näkökulma. Toteutuksia, joissa eri välineet muodostivat viestinnällisiä kombinaatioita, suunniteltiin molemmilla aloilla muita tässä käsiteltyjä suunnittelualoja huomattavasti enemmän.

Konseptisuunnittelu digitaalisessa viestinnässä vs. markkinointiviestinnässä

- "Prosessi" vs. "Idea" -

Suunnittelutiimien rakenteiden näkökulmasta mainitut alat näyttävät olevan toisiaan lähimpänä: Kun digitaalisen viestinnän alueella suunnittelun ytimen muodostavat *AD* ja konseptisuunnittelija, on markkinointiviestinnän vastine tässä *AD* sekä *Copy-Writer*. *Copy-Writeriin* verrattaessa digitaalisen viestinnän konseptisuunnittelija ei haastattelujen perusteella yleensä ottanut vastuuta lopullisen tekstin kirjoittamisesta. Sen sijaan käsikirjoittaminen näytti olevan näille rooleille yhteistä.

Projektien luonne molemmilla suunnittelualoilla vaihtelee kuitenkin paljon, ja se näkyy myös konseptisuunnittelun erilaisina rooleina. Markkinointiviestinnässä konseptin suunnittelu viittasi yleisimmin markkinointiviestinnälliseen perusidean suunnitteluun ilmenemismuotoineen, mikä oli varsinkin yksittäisen mainoksen kohdalla hyvin lähellä elokuvatuotannon ytimekästä konseptia. Digitaalisen viestinnän alueella puhutaan sen sijaan konseptisuunnittelusta koko projektin mittaisena prosessina erilaisine osavaiheineen, ei vain palvelun perusidean suunnitteluna.

Konseptisuunnittelu digitaalisessa viestinnässä vs. tilallisessa suunnittelussa

- "Konseptisuunnittelu" vs. "Konseptuaalinen suunnittelu" -

"Konseptuaalinen suunnittelu" korostui tilallisen suunnittelun alueella, "konseptisuunnittelua" esiintyi harvemmin. Tilallisen suunnittelun näkökulma näyttäytyi kaikista tässä käsitellyistä suunnittelualoista laajakatseisimpana: lopputoteutusta saatettiin suunnitella aina yhteiskuntarakenteiden huomioimisesta lähtien.

Paitsi näkökulman laajuus, oli erona digitaalisen suunnittelun toimintatapoihin verrattuna myös prosessien ja vakiintuneiden toimintatapojen puute (vaikka konseptisuunnittelun luonne on nuori digitaalisen viestinnänkin puolella ja organisaatioiden kulttuurit vaihtelivat, oli konseptisuunnittelussa kuitenkin selvä oma tonttinsa

osana digitaalisen viestinnän suunnitteluprosessia).

Konseptisuunnittelu digitaalisessa viestinnässä vs. käyttäjäkeskeisessä suunnittelussa

- *Lähtökohtana koko toiminta-alue vs. Lähtökohtana "käyttäjä" -*

Käyttäjakeskeisen suunnittelumetodin vaikutus näkyi jonkin verran digitaalisen viestinnän suunnittelussa esimerkiksi erilaisten käyttötapausten kuvauksina ja käyttäjäskenaarioina.

- *"Konsepti" vs. "Konseptuaalisuus" -*

Käyttäjakeskeistä suunnittelua käsitelleissä lähteissä sana konseptuaalisuus esiintyi huomattavasti useammin kuin konsepti johdannaisineen. Ensin mainittuun en sen sijaan törmännyt yhdessäkään digitaalista viestintää käsitelleessä materiaalissa, kyselyssä tai haastattelussa.

Konseptuaalinen näkökulma voisi kenties tarjota digitaalisen viestinnänkin suunnitteluun laajempaa näkökulmaa – olkoonkin, että käyttäjakeskeisen suunnittelun yhteydessä suunnittelun näkökulma rajautui kuitenkin vain loppukäyttäjän huomioimiseen.

Alueen sisällä esiintyi myös termi *käyttäjakeskeinen konseptisuunnittelu*, mutta konsepti-sanana tuoma lisäarvo jäi sen yhteydessä epäselväksi.

4.3 Mistä erot johtuvat?

Käsitteiden merkityssisältöjen ja käytäntöjen monimuotoisuuden näkökulmasta aihealueeseen liittyvä sekavuus näyttäytyy ymmärrettävänä. Kun eri taustoja edustavat henkilöt keskustelevat samoilla termeillä eri merkityksin, syntyy helposti väärinkäsityksiä. Alueilla, joilla eri viitekehykset jatkuvasti kohtaavat ja risteävät – kuten esimerkiksi Taideteollisen korkeakoulun Medialaboratoriossa – näistä kommunikoinnin epäselvyyksistä voi syntyä toimintaa häiritseviä hankaluuksia.

Syy näiden tilanteiden syntyyn lienee suunnittelualan henki yleisesti: kun aiemmin eri suunnittelualat ja niiden omat toimintakulttuurit kehittyivät selvemmin omiin suuntiinsa muista irrallaan, korostuvat nykyisin useilla aloilla poikkitaiteellisuus ja – tieteellisyys. Kulttuurit ja siten myös termistöjen merkitykset sekoittuvat. Voi myös olla, että digitaalisella suunnittelukentällä ilmiö korostuu muista aloista selvemmin, koska se on aloista nuorimpia. Samasta syystä alan käytännöt hakevat vielä muotoaan.

Myös työntekijöiden taustat vaihtelevat suuresti.

Opinnäytteeni alussa pohdin, miksi konseptisuunnittelijoita on (Suomessa) nimenomaan vain digitaalisen viestinnän alueella. Syynä voi olla suunnittelualojen erilainen luonne myös tiimityöskentelyn näkökulmasta. Konseptisuunnitteluvaiheeseen osallistuvien henkilöiden määrä on digitaalisen median puolella suuri. Tämä on voinut osaltaan vaikuttaa siihen, että vastuu konseptin suunnittelusta on nähty tarpeellisena nimetä tehtävään varta vasten valitulle henkilölle.

4.4 Loppupäätelmä ja ehdotukset

Kun elokuvakäsikirjoittajalle konsepti merkitsi elokuvan tarinallista ydintä yhdellä lauseella ilmaistuna, oli se teolliselle muotoilijalle kokoelma luonnoksia ja tutkielmia.

Kun digitaalisen viestinnän suunnittelija ryhtyi suunnittelemaan verkkopalvelun konseptia, syntyi palvelun tavoitteita, sisältöjä ja rakenteita määritteleviä useiden liuskojen pituisia dokumentteja. Mutta kun käyttäjälähtöisyyden suunnittelija ryhtyi samaan puuhaan, syntyi käyttäjäanalyysjä ja käyttötillanneskenaarioita, joihin tilaajan tarpeiden huomiointi ei kuulunut.

Lopputyöni tavoitteena oli *identifioida* termi konseptisuunnittelu. Kartoituksen perusteella päätelmänäni on, että konseptisuunnittelu on käsitteenä liian monimuotoinen yksiselitteisesti ja yleispätevästi määriteltäväksi. Viitekehuksesta riippuen konseptisuunnittelu voi viitata metodiin, prosessiin tai suunnittelun lopputulokseen (tuotteeseen). Joillekin se on abstrakti, toiset mieltävät sen hyvin konkreettisenä toiminnan otsakkeena.

Mitä sitten voidaan tehdä väärinkäsitysten välttämiseksi? Ainakin lisätä tietoa eri suunnittelualojen toimintakulttuureista. Alojen erojen huomiointi mahdollistaa väärinymmärrystilanteiden tunnistamisen, ehkäisee niiden syntymistä ja auttaa korjaamaan ne. Samalla myös asianosaisten ymmärrys eri suunnittelualoista kasvaa.

Laajemmilla foorumeilla, joiden osanottajakunta tiedetään eri suunnittelualojen näkökulmasta heterogeeniseksi, on paikallaan tarkentaa kulloinenkin viitekehys konseptisuunnittelusta puhuttaessa ja siihen liittyviä termejä käytettäessä.

Entä tulisiko oppilaitosten huomioida konseptisuunnittelu tarjoamassaan – ja jos, miten? Kysymyksen ratkaisu ei kuulu opinnäytteeseni. Näkisin kuitenkin tärkeänä, että koulutusyksiköt tarjoamiaan suunnitellessaan myös huomioisivat aloihin liittyvien

käsitteiden ja merkitysten monimuotoisuuden. Opiskelijoilta tätä tietoa ja ymmärrystä ei mielestäni voida lähtökohtaisesti odottaa.

4.4.1 Konseptisuunnittelu digitaalisessa viestinnässä, henkilökohtainen näkemys

Tutkielmani lähtökohtana oli konseptisuunnittelun tarkastelu nimenomaan digitaalisen viestinnän näkökulmasta. Kuten alojen välillä, on myös digitaalisen suunnittelun sisällä kartoituksen perusteella hankalaa nimetä tarkkaa ja yleispätevää digitaalisen suunnittelun konseptisuunnitteluprosessia dokumentaatioineen ja toimintatapoineen.

Kartoituksen perusteella digitaalisen viestinnän konseptisuunnittelussa nousi kuitenkin esiin tiettyjä näkökulmia, osa-alueita ja tapoja (luku 3.1.). Näiden elementtien pohjalta päädyin kokoamaan henkilökohtainen näkemykseni onnistuneesta konseptisuunnitteluprosessista, joka muodostuu kolmesta perusedellytyksestä:

- **Edellytys 1:**
Konseptisuunnittelija tuntee eri suunnittelumetodit ja osaa siten valita tapauskohtaisesti toimivimmat suunnittelun työkalut ja -apuvälineet.

Näitä työkaluja voivat olla esimerkiksi:

- konseptisuunnitelma
(projektin tavoitteet, määritelmät, rajaukset ja tarkennukset)
- rakennekaavio, sivukartta
- toiminnallisuuskuvaus
- käyttöliittymäsuunnitelma, rautalankamallit
(yksinkertaistetut viivapiirrokset sivunäkymistä)
- idea-paperi, synopsis, käsikirjoitus
- navigaation kuvaus
- käyttäjäskenaariot ja -profiilit
- käyttötapaukset ja käyttötilanteiden kuvaukset
- käytettävyyssanalyysi ja -testaus
- kilpailijakartoitukset (*benchmarkit*)
- paperiprototyypit
- käyttäjäkyselyt
- kohderyhmäkyselyt ja -kartoitukset
- tilaaja/asiakaskyselyt ja -haastattelut
- seurantatyökalut (esimerkiksi "WebTrends")
- tutkimukset (markkina-alue, kulutuskäyttäytyminen)
- löydettävyyssuutkimuksia ja -suunnitelmia
- saavutettavuuden määrittely
- lanseeraussuunnitelma

Näihin konseptisuunnittelun keinoihin palaan lyhyesti jatkotutkimusmahdotusten yhteydessä.

- **Edellytys 2:**
Toimintatavat tuotettavine dokumentaatioineen

päätetään tapauskohtaisesti.

Projektista toiseen samoissa toimintatavoissa pitäytyminen ei voi taata lopputulosten jatkuvaa onnistumista, koska projektien luonne digitaalisen viestinnän alueella yleensä vaihtelee. Samasta syystä en kiirehtisi lanseeraamaan tarkasti kuvattua konseptisuunnittelun prosessimallia, koska pahimmillaan se voisi jäykistää toimintatapoja. Kaavamaiset toimintatavat saattaisivat puolestaan ilmentyä kaavamaisina toteutusratkaisuina, mistä voisi muodostua alan kehittymisen ja sillä menestymisen este.

Osassa digitaalisen viestinnän projekteja korostuu toiminnallisuuksien määrittely ja *infodesign*. Tämän kaltaiset projektit voivat sisältää konseptisuunnittelun osalta melko mekaanista tekstidokumentointia, missä rutiinit varmasti nopeuttavat työskentelyä. Näitäkin toimintatapoja tulee kuitenkin tarkastella aika-ajoin kriittisesti, koska käyttäjien päätelaitteet, käyttötilanteet ja –tavat, teknologisista ratkaisuista ja markkina-alueista puhumattakaan, muuttuvat jatkuvasti. Konseptisuunnittelun on kehityttävä näiden muutosten rinnalla – ja oltava mieluiten askel edellä.

Tuotettavan materiaalin ja hyödynnettävien keinojen on siis kyettävä tarvittaessa mukautumaan projektin ehdoilla. Nämä ehdot määräytyvät paitsi edellä kuvattujen projektin sisällöllisten tavoitteiden perusteella, myös suunnittelijaorganisaation rakenteesta riippuen ja asiakkaan toimintatavat huomioiden. Muuttuvia elementtejä voivat itse projektin lisäksi olla suunnittelijatiimin koko ja roolitus. Myös suunnittelijaorganisaation kulttuuri ja toimintaprosessit, yrityksen toimintalue ja –strategia, toteutuksen markkina-alue, kilpailutilanne sekä asiakkaan liiketoiminta voivat vaihdella. Tietty toimintatapa toimii yhdessä projektissa, tiimissä tai organisaatiossa, toinen toisessa.

Edellä mainitut seikat tosin edellyttävät paitsi ammattitaitoa tekijöiltä, myös joustavuutta suunnittelijaorganisaatiolta. Tänä päivänä paljolti korostettu innovatiivisuuden edellyttäminen työntekijöiltä ohjaa kuitenkin toivottavasti myös organisaatioita luovuuden kannustamiseen.

- **Edellytys 3:**
Konseptisuunnittelija kykenee tarvittaessa uudistamaan omat toimintatapansa ja löytämään uusia suunnittelumalleja.

Suunnittelijan henkilökohtaiset ominaisuudet korostuvat tässä, mutta kuten edellisen edellytyksen kohdalla, organisaation mahdollistava rooli on tärkeä uudistumisen näkökulmasta.

Konseptisuunnittelun luonteesta

Muiden alojen konseptisuunnittelusta mahdollisesti lainattavia ja digitaaliseen viestintään hyödynnettäviä piirteitä käsittelin kohdassa 4.4.1. Konseptisuunnittelun luonne sinänsä näyttäytyy kartoituksen jälkeenkin mystisenä:

Onko kyse metodista, prosessin osasta, osaamisalueesta vai ohimenevästä muotisanasta?

Kaikkia mainittuja lähestymistapoja näytti esiintyvän. Henkilökohtaisesti miellän konseptisuunnittelun kuitenkin ennen kaikkea metodina, tapana hahmottaa digitaalisen toteutuksen suunnitteluprosessi. Konseptisuunnittelu on minulle suunnittelijana punainen lanka, väline, jonka avulla puran abstraktin tahtotilan toteutuksen mahdollistaviksi suunnitteludokumenteiksi. Arkisemmin sanottuna konseptisuunnittelu on otsikko tietyille etenemistavalle ja kokoelmalle toimintatapoja.

4.4.2 Jatkoselvitysten aihioita

I Asiakaskartoitus

Olen kartoittanut opinnäytteessäni konseptisuunnittelua ensisijaisesti suunnittelijaorganisaatioiden näkökulmista niiden keskinäisiä toimintatapoja vertaillen. Mainitsin asiakaskunnan näkökulman lyhyesti digitaalista viestintää käsitelleessä luvussa.

Suunnittelijan ja asiakkaan näkökulmista olisi hedelmällistä kartoittaa syvällisemmin, miten konseptisuunnittelu ymmärretään ja miten siihen liittyvää terminologiaa käytetään nimenomaan niiden toimijoiden kesken, jotka työllistävät suunnittelijaorganisaatioita. Mitä esimerkiksi julkishallinnon organisaatioissa konseptisuunnittelulla käytännössä tarkoitetaan?

II Konseptisuunnittelijan työkalupakki

Mainitsin edellä, että konseptisuunnittelijoiden olisi hyödyllistä tuntea eri suunnittelumetodit ja –apuvälineet. Näiden työkalujen kartoitus, kuvaus ja esimerkein konkretisoitu dokumentointi saattaisi olla hyödyllinen apuväline paitsi konseptisuunnittelijoille, myös alan opiskelijoille, asiakkaille ja muille suunnittelijoille. Lopputulos olisi eräänlainen konseptisuunnittelun välineistö, opas, josta suunnittelija voisi projektikohtaisesti hyödyntää sopivia elementtejä osana suunnittelua.

Samassa yhteydessä olisi hyödyllistä tarkastella tarkemmin myös muiden kuin taideteollisten alojen työskentelymetodeja ja työkaluja.

Esimerkiksi markkinoinnin tai liiketoiminnan strategisen suunnittelun alueilta saattaa hyvinkin löytyä apuväline, josta olisi hyötyä myös digitaalisen viestinnän konseptisuunnittelun alueella.

III Konseptisuunnittelun *semanttinen* ja *semioottinen* purku

Viittasin lopputyössäni konseptisuunnittelu-termin käsittelyyn *semanttisesta* ja *semioottisesta* näkökulmasta. Paikoin aiheen tarkastelutapani sivuaa kevyesti ensin mainittua. Tehdyn kartoituksen perusteella selventyi, että termin sisältömerkitykset vaihtelevat paljon. Tarkasteluni pitäytyi kuitenkin ensisijaisesti käytännön havainnoissa. Termin historiallinen tausta ja rakentuminen jäivät kuitenkin selvittämättä tarkemmin kielitieteen ja merkkiopin näkökulmista. Selvitys saattaisi valottaa lisää myös syitä termin moninasiin ilmenemismuotoihin.

4.5 Jälkikommentti

Konseptisuunnittelulle näytti alasta riippumatta olevan yhteistä suunnitteluun liittyvän viitekehysten, yleisen idean ja kokonaisuuden hahmottaminen. Liekö syynä taustani kyseisessä toimenkuvassa, mutta samaan olen pyrkinyt myös opinnäytteessäni: halusin hahmottaa ilmiötä kokonaisuudessaan – jäsentää sitä maailmaa, jossa toimin digitaalisen viestinnän suunnittelijana.

Yksi opinnäytteeni tavoitteista oli herättää konseptisuunnittelun parissa työskenteleviä miettimään, mistä konseptisuunnittelussa oikeastaan on kyse. Monen haastatellun ja vastanneen antaman palautteen perusteella näin kävikin, minkä motivoi myös itseäni lopputyön teossani.

Mainitsin lopputyöni alussa hankaluuksistani vastata konseptisuunnittelijan työnkuvaa koskeneihin kysymyksiin. Ensi kerralla yritän muotoilla jotakin tämän kaltaista:

”Konseptisuunnittelun sisältö ja merkitys riippuvat alueesta, jolla kulloinkin toimimme. Minun kohdallani kyse on digitaalisen viestinnän palveluiden suunnittelusta, jolloin konseptisuunnittelu rajautuu suunniteltavan palvelun kokonaisvaltaiseen suunnitteluun kulloisenkin digitaalisen välineen viitekehyksessä. Se taas tarkoittaa minun työnkuvani ja edustamani organisaation toimintatapojen kannalta toteutuksen perussuunnittelua tavoitteiden (verkkoliiketoiminta, viestintä) määrittelystä kohderyhmiin ja se ottaa kantaa sekä sisältöön, rakenteeseen, käyttöliittymään että ulkoasuun.”

Toistaiseksi kukaan ei ole kysynyt.

5 LÄHTEET

- Aaker David A. (1996), *Building Strong Brands* (The Free Press)
- Alasuutari Pentti (1995), *Laadullinen tutkimus* (Vastapaino)
- Battarbee Katja (1998), *Methods and prototypes in product concept development and evaluation case Maypol at HUT* (Taideteollinen korkeakoulu Muotoilu, opinnäyte)
- Baxter Mike (2002), *Product design* (Nelson Thornes)
- Benyon David (2005), *Designing interactive systems* (Pearson Education Limited)
- Bethke Erik (2003), *Game Development and Production* (Wordware Publishing)
- Collins co-build (2001), *English dictionary for advanced learners* (HarperCollins)
- Crystal David (1997), *The Cambridge Encyclopedia of Language* (Cambridge University Press)
- Diekman Norman (1985), *Sketching Interior architecture* (Whitney Library of Design)
- Erälinna Hannu (toim.) (1998), *Multimediasanasto* (Tekniikan osaamiskeskus)
- Fiske John (1990), *Merkkien kieli* (Routledge)
- Furneaux Jordan R. (1988), *Western Architecture* (Thames and Hudson)
- Hackos JoAnn (1998), *User and task analysis for interface design* (John Wiley & Sons Inc.)
- Hanelius Pekka (2003), *Tietoyhteiskunta kaikille* (Taideteollinen korkeakoulu Medialaboratorio, opinnäyte)
- Hansen Brad (1997), *The dictionary of Multimedia* (Fitzroy Dearborn Publishers)
- Hasu Mervi (2004), *Muotoilun muutos* (Teknologiateollisuus)
- Henriksson Sara & Kettunen Ritva (2003), *Suomen Tasavallan Presidentin verkkopalvelun suunnittelu* (Taideteollinen korkeakoulu Medialaboratorio)
- Hillman Curtis (2002), *MTIV: Process, inspiration, and practice for the new media designer* (New Riders Publishing)
- Hurlburt Allen (1981), *Design concept* (Watson-Guptill)
- Hurme Raija (toim.), *Uusi suomi – englantia suursanakirja* (WSOY)
- Hurme Raija (toim.) (2000), *Suomi – Englanti – Suomi* (WSOY)
- Husgafvel Iikka (1996), *Teleste Open Kielikeskuksen konseptisuunnittelu* (Taideteollinen korkeakoulu Muotoilu, opinnäyte)
- Hämäläinen Perttu (2002) *Kukakumma Muumaassa keholla ja äänellä käytettävän lasten tietokonepelin konsepti- ja vuorovaikutussuunnittelu* (Taideteollinen korkeakoulu Medialaboratorio, opinnäyte)

- Junttila Kirsi (1995) *Kaupunkiympäristön suunnittelu* (Rakennustieto)
- Jussila Markku & Leino Antti (toim.) (1999), *Net. verkkoviestinnän käsikirja* (Inforviestintä)
- Järvinen Sanna (2002) *Matkoja Suomen kuvataiteen historiassa taiteen kokemista painottavan verkkonäyttelyn konsepti* (Taideteollinen korkeakoulu Medialaboratorio, opinnäyte)
- Karjalainen Toni-Matti (2004), *Semantic Transformation in Design* (University of Art and Design Helsinki)
- Keinonen Turkka (toim.) (2000) *Miten käytettävyys muotoillaan* (Taideteollinen korkeakoulu)
- Keinonen Turkka (toim.) (2004) *Tuotekonseptointi* (Teknologiateollisuus)
- Kettunen Ilkka (2000), *Muodon palapeli* (WSOY)
- Kivistö Torsti (1996), *Tulevaisuuden kirjastorakennus* (BTJ Kirjastopalvelu)
- Kolu Siri (toim.) (2003) *Käyttöliittymä elämään, ikkunoita draaman ja teknologian kohtaamiseen* (Helsingin Ammattikorkeakoulu Stadia)
- Korkman Petter (1998), *Filosofian historian kehityslinjoja* (Gaudeamus)
- Koskinen Ilpo (2003), *Emphatic design – User Experience in Product Design* (Edita)
- Koskinen Jari (2000), *Visuaalinen viestintä* (WSOY)
- Kuokkanen Nina (1999), *Uusmediatoimiala Suomessa* (LTT)
- Luukkonen Jussi (2000), *Digitaalisen median käsikirjoitusopas* (Edita)
- Luukkonen Jussi (1996), *Viestinnäntekijän multimediaopas* (Inforviestintä)
- Mattila Eero (2004), *Tv-tuottajasta monimediatauottajaksi?* (Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia, opinnäyte)
- Metsämäki Markku (1996), *Elektronisen julkaisun suunnittelu* (Edita)
- Metsämäki Markku (2000), *Verkkopalvelun suunnittelu* (Edita)
- Mäkelä Asko, toim. (1990), *Mitä on käsitetaide?* (Helsingin taidehalli)
- Mäkelä Marjukka (2004), *Visualisointi osana konseptisuunnittelua* (Taideteollinen korkeakoulu Muotoilu, opinnäyte)
- Mäkäläinen Jarmo (toim.) (2001), *Abc-Digi, sisällöntuottajan käsikirja* (Edita)
- Nadler Gerald (1981), *Planning and design approach* (A Wiley-Interscience Publication)
- Norman Donald A. (1989), *Miten avata Mahdottomia ovia?* (Weilin+Göös)
- Orr Bonnie (2002), *High concept* (<http://www.screentalk.biz>)
- Osborne Peter (2002), *Conceptual art* (Phaidon)

- Pelkonen Tommi (1999), *Uusmediatoimialan toimenkuvat ja osaamistarpeet 1999* (Edita)
- Pelkonen Tommi (2003) *Digimedia 2003 – Nykytila ja kasvunäkymiä* (Kauppa- ja teollisuusministeriö)
- Rantala Helena Aino (1996), *Matkapuhelimia vuoden 2001 naiselle konseptitutkielma Nokia matkapuhelimille* (Taideteollinen korkeakoulu Muotoilu, opinnäyte)
- Rekiaho Ilkka (1998), *Gummeruksen suomi - englantia - suomi sanakirja* (Gummerus)
- Saarinen Esa (1994), *Filosofia* (WSOY)
- Salminen Pekka (1996), *EMMA – ei-mekaanisen matalaenergisien pientalon konsepti* (TKK Arkkitehtiosasto)
- Samela Juha (2002), *Verkkosisällön hallinta* (Edita IT Press)
- Schmittel Wolfgang (1975) *Design concept realisation : Braun, Citroen, Miller, Olivetti, Sony, Swissair* (ABC-Verlag)
- Siikonen, Mari (1998) *Matalalattiabussin konseptin kehittäminen* (Taideteollinen korkeakoulu Muotoilu, opinnäyte)
- Sorsa Annika (toim.) (1997), *Nykysuomen käyttötieto* (Otava)
- Suomalaisen Kirjallisuuden Seura (1989), *Nykysuomen sanakirja* (WSOY)
- Tarasti Eero (1990), *Johdatusta semiotiikkaan* (Gaudeamus)
- Tarkka Minna (toim.) (2002), *Uusi mediakulttuuri innovaatioympäristönä* (m-cult)
- Tietoalojen liitto ry (2002), *IT-alan tehtävänimikkeistö* (Tietoalojen liitto ry)
- Ulrich, Karl & Eppinger, Steven (2004), *Product design and development* (McGraw-Hill/Irwin)
- Vieno Jukka (1998, 2004) *Muistiinpanot seminaarista: Concept As Common Language Between Producer, Director, and Screenwriter Lecture Notes For The Cilect Meeting In Terni, Italy, September 1998*
- Williams Meri (2004) *Informaation ylläpidon hallinta konseptisuunnittelun keinoin* (Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia, opinnäyte)
- Wyatt Justin (1994) *High concept movies and marketing in Hollywood* (University of Texas Press)

WWW-lähteet

- BoxesAndArrows (www.boxesandarrows.com)
- Encyclopaedia Britannica Online (www.britannica.com)
- Google (www.google.com)
- Markkinointi-instituutin verkkosivusto

(<https://www.markinst.fi/product.aspx?SectionId=4618>)

Merriam-Webster Online Dictionary (www.m-w.com)

Satama Interactive (www.satama.fi)

2ndhead Oy (www.2ndhead.fi)

Tietoalojen liitto ry (www.tietoalat.fi)

TietoEnator (www.tietoenator.fi)

TKK:n käyttäjäkeskeisen konseptisuunnittelukurssin verkkosivusto
(<http://www.soberit.hut.fi/T-121/T-121.700/>)

Web-Facta (WSOY, 2005) (www.webfacta.com)