

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu / Tuotemuotoilu ja -viestintä

Katja Lumme

KINO IIRIKSEN UUSI VISUAALINEN ILME

Opinnäytetyö 2011

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Tuotemuotoilu ja -viestintä

LUMME, KATJA

Kino Iriksen uusi visuaalinen ilme

Opinnäytetyö

52 sivua + 16 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Tarja Brola

Toimeksiantaja

Kino Iris

Maaliskuu 2011

Avainsanat

Markkinointiviestintä, elokuvateatteri, graafinen suunnittelu, yritys ilme

Tämä opinnäytetyö käsittelee uuden visuaalisen ilmeen luomista lahtelaiselle elokuvateatterille Kino Irikselle. Työn tavoite oli uudistaa ja päivittää elokuvateatterin visuaalinen identiteetti. Työn tuloksena syntyi uusi yritystunnus ja muut sovellukset.

Työn tutkimuskysymys on ”Millainen visuaalinen ilme tukisi paremmin elokuvateatteri Kino Iriksen arvoja, palvelisi paremmin nykyistä käyttäjäryhmää ja houkuttelisi myös uusia asiakkaita?”. Markkinointiviestinnän teorioita käytettiin apuna etsiessä vastausta tähän kysymykseen. Kino Iriksellä ei ollut selkeää yritysilmettä, joten visuaalinen ilme tuli uudistaa ja yhdistää paremman yrityskuvan luomiseksi yrityksestä.

Suunnittelun tuloksena syntyi uusi visuaalinen ilme Kino Irikselle. Visuaalinen ilme on yhtenäinen kokonaisuus, joka toistuu yhdenmukaisena kaikissa yrityksen sovelluksissa, kuten käyntikorteissa, elokuvalipuissa sekä elokuvapassissa.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Product Design and Communication

LUMME, KATJA

Kino Iris' new visual identity

Bachelor's Thesis

52 pages + 16 pages of appendices

Supervisor

Tarja Brola, lecturer

Commissioned by

Kino Iris

March 2011

Keywords

Marketing communication, cinema, graphic design, corporate identity

The topic of this thesis was to design a new visual identity for the movie theater Kino Iris, located in Lahti, southern Finland. The goal was to renew movie theater's visual identity and by doing so, bring it up to date. The aim was to design a logo and necessary application.

The research question was "What kind of visual identity would support better movie theater Kino Iris' values, to serve better the current user group and would attract also new customers?". Marketing communication theories were used to answer this question. Kino Iris did not have a clear visual identity, so it needed its visual identity renewed and unified to give a better image of them as a company.

The result of this design process was a new visual identity for movie theater Kino Iris. The image of the company has been renewed and brought up to date. The visual identity is uniform throughout the company's applications: business cards, movie tickets, customer loyalty cards, membership cards, envelopes and other company material.

SISÄLLYS

KÄSITTEET

1	JOHDANTO	8
1.1	Aiheena Kino Iris	8
1.2	Työn lähtökohdat	8
2	TUTKIMUS	9
2.1	Tutkimuskysymys	9
2.2	Viitekehys	9
2.3	Markkinointiviestintä ja visuaalinen markkinointi	10
3	ELOKUVATEATTERITOIMINNAN HISTORIASTA LAHDESSA	11
4	KINO IIRIS	14
4.1	Kino Iiriksen erityispiirteet	14
4.2	Päijät-Hämeen elokuvakeskus ry	15
4.3	Kohderyhmän määrittelyn tukena Camomilla Penttisen opinnäytetyö	16
4.4	Kino Iiriksen nykyinen visuaalinen ilme	18
5	LAHDEN NYKYISET ELOKUVATEATTERIT	23
5.1	Kuvapalatsi ja Kino Iris	23
5.2	Muut lähialueen elokuvateatterit	26
6	VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU	27
6.1	Inspiraatiota – logoja ja liikemerkkejä meiltä ja maailmalta	28
6.2	Tunnuksen luonnostelu	29
6.3	Typografia	34
6.4	Värit	34

6.5	Jatkokehittely	35
7	KINO IIRIKSEN UUSI VISUAALINEN ILME	36
7.1	Graafinen ohjeisto	36
7.2	Yritystunnus	36
7.3	Typografia	36
7.4	Värit	37
7.5	Sovellukset	38
	7.5.1 Käyntikortti	38
	7.5.2 Elokuvaliput	39
	7.5.3 Sarjalippu-paketti	39
	7.5.4 Elokuvapassi	40
	7.5.5 Kassi ja paita	41
	7.5.6 Kirjekuoret ja lomakkeet	41
	7.5.7 Julistepohja	42
	7.5.8 Sisäänkäynti	43
	7.5.9 Luonnos www-sivujen layoutista	43
8	POHDINTA	45
	LÄHTEET	47
	KUVALUETTELO	50
	LIITTEET	
	Liite 1. Aikataulu	
	Liite 2. Kino Iiriksen julisteita ja pääsylippuja	
	Liite 3. Graafinen ohjeisto	

KÄSITTEET

Gemena = pienaakkonen (Itkonen 2003, 62).

Graafinen ohjeisto = Yrityksen viestinnässä käyttämä logo ja merkkien muodot, kirjaintyypit, värit ja eri elementtien sijoittelu sekä eri asettelumallit (Nieminen 2004, 58).

Liikemerkki = graafinen symboli logon ohessa tai sijasta (Nieminen 2004, 59).

Logo = yrityksen nimen vakiintunut kirjoitustapa (Loiri & Juholin 1998, 130).

SEOL ry = Suomen elokuvateatteriliitto, elokuvateatteritoimintaa harjoittavien yritysten, yhteisöjen ja yksityisten ammatinharjoittajien yhdistys (Filmikamari 2011).

Versaali = suuraakkonen (Itkonen 2003, 62).

Visuaalinen markkinointi = Visuaalinen markkinointi on osa yrityksen markkinointiviestintää (Nieminen 2004, 8–9).

Verta, suunnittelua ja Pantonen Color Bridge.

Kiitos Tarja, Markus, Leena, Ulla, Maarten, Helena, Jarmo, Johanna, Jonna & Jussi.

1 JOHDANTO

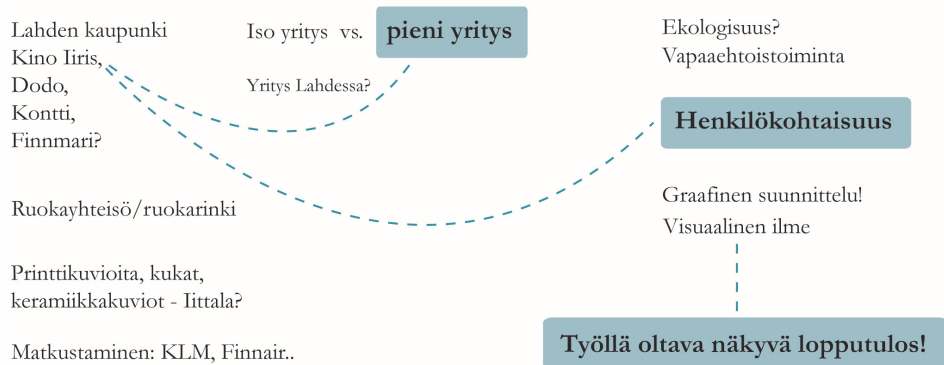
1.1 Aiheena Kino Iris

Opinnäytetyöni aiheena on visuaalisen ilmeen suunnittelu lahtelaiselle elokuvateatterille, Kino Irikselle. Elokuvateatterin ilme on ollut samanlainen sen perustamisesta lähtien. Ilmeen käytössä ei ole kuitenkaan ollut selkeitä linjoja, jotta siitä olisi muodostunut yhtenäinen mielikuva yrityksestä. Elokuvateatterin 25-vuotisjuhla on ensi vuonna, joten on varsin sopiva hetki suunnitella juhluvuoden kunniaksi uusi visuaalinen ilme.

Tutkimusongelmani on ”Millainen visuaalinen ilme tukisi paremmin elokuvateatteri Kino Iriksen arvoja, palvelisi paremmin nykyistä käyttäjäryhmää ja houkuttelisi myös uusia asiakkaita?”. Ongelmanratkaisuun käytän apunani markkinointiviestinnän teorioita.

1.2 Työn lähtökohdat

Kun aloin pohtia opinnäytetyöni aihetta, tein ajatuksieni jäsentelyä avuksi mielikuvakartan (kuva 1). Mielikuvakartassa mietin erilaisia aiheita sekä määrittelin arvoja ja päämääriä, jotka halusin saavuttaa opinnäytetyössäni. Tärkeiksi asioiksi nousivat aiheen henkilökohtaisuus eli tärkeys minulle, pienen yrityksen auttaminen sekä työn näkyvä lopputulos.



Kuva 1. Mielikuvakartta.

Määriteltyäni omat päämääräni, ehdotin yhteistyötä lahtelaiselle elokuvateatterille, Kino Irikselle. Elokuvateatteri on perustettu vuonna 1987. Ensi vuonna elokuvateatteri täyttää 25 vuotta, joten on ajankohtaista yhtenäistää ja uudistaa yrityksen ilme juhluvuoden kun-

niaksi. Kino Iirisläisille sopi varsin hyvin, että suunnittelisin opinnäytetyönäni elokuvateatterin uuden visuaalisen ilmeen. Produktiivisen opinnäytetyöni edistymisen tueksi laadin viikkoaikataulun (liite 1).

Mitä tulee minuun ja Kino Iirikseen: olen ollut itse mukana Kino Iiriksen elämässä jo noin 10 vuoden ajan, sillä ensimmäiset Kino Iiris -kokemukseni sain, kun yläasteen kuvaamataidon opettaja vei luokkamme katsomaan elokuvaa Kino Iirikseen. Siitä lähtien olen vierailut säännöllisesti tässä tunnelmallisessa lahtelaisessa elokuvateatterissa.

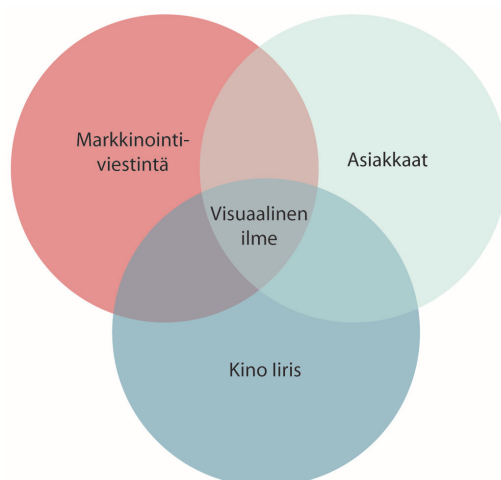
2 TUTKIMUS

2.1 Tutkimuskysymys

Tutkimuskysymykseni on ”Millainen visuaalinen ilme tukisi paremmin elokuvateatteri Kino Iiriksen arvoja, palvelisi paremmin nykyistä käyttäjäryhmää ja houkuttelisi myös uusia asiakkaita?”. Tulen käsittelemään aihetta tästä näkökulmasta opinnäytetyössäni ja vastaan tutkimuskysymykseen opinnäytetyön viimeisessä kappaleessa.

2.2 Viitekehys

Viitekehys on yleinen asetelma ilmiötä yhdistävistä tekijöistä eli auttaa siis hahmottamaan asioiden yhteyttä toisiinsa ja selkeyttää työn teoreettisia lähtökohtia (Anttila 2000, 97.) Alla on kuva omasta viitekehuksestäni liittyen Kino Iiriksen ilmeuudistukseen.



Kuva 2. Viitekehys.

Viitekehyksestä (kuva 2) käy ilmi työni teoreettiset lähtökohdat. Visuaaliseen ilmeeseen liittyvät kiinteästi asiakkaat, elokuvateatteri Kino Iris sekä markkinointiviestintä.

2.3 Markkinointiviestintä ja visuaalinen markkinointi

Viestinnän, erityisesti markkinointiviestinnän avulla tiedotetaan yrityksen tuotteista ja palveluista. Markkinointiviestintä on mainontaa, myynninedistämistä ja henkilökohtaista myyntityötä. Visuaalinen markkinointi on osa yrityksen markkinointiviestintää ja kuuluu mainonnan ja myynninedistämisen kategoriaan. (Nieminen 2004, 8–9.)

Visuaalinen markkinointi herättää huomion. Visuaalisen markkinointi on siis kuin huutomerkki, joka havainnollistaa yrityksen identiteettiä ja sen tuotteita (Nieminen 2004, 9).

Markkinointiviestintä on tärkeä käsite ja näkökulma miettiessäni Kino Iiriksen tulevaisuutta. Tällä hetkellä Kino Iiriksen näkyvyys ei ole koordinoitua, kuitenkin, tuotteiden ja palveluiden visuaalinen esillepano eri medioissa tulisi olla koordinoitua; silloin voidaan puhua visuaalisen markkinoinnin strategiasta. Tällöin yritys erottuu ja sen tunnistetaan yrityksen ja tuotekuvan välityksellä kilpailijoistaan. (Nieminen 2004, 12.)

Erottuminen kilpailijoista on nykypäivänä elintärkeää. Jotta voi erottua toisista, on yrityksen visuaalisen ilmeen löytäminen toiminnan perusta (Nieminen 2004, 21). Lahden alueella on Kino Iiriksen lisäksi vain Finnkinon Kuvapalatsi (lisää kappaleessa 5). Elokuvateattereina ne ovat hyvin erilaisia ja niiden välinen kilpailu on vähäistä. Kino Iiriksen oman, selkeän visuaalisen identiteetin löytäminen on kuitenkin tärkeää, jotta yritys tunnistettaisiin selkeästi omaksi, itsenäiseksi elokuvateatteriksi.

Markkinoinnillinen liikeidea koostuu tuotteesta (mitä?), imagosta (millä mielikuvalla?), asiakaskohderyhmistä (kenelle?) sekä tavasta toimia (miten?) (Nieminen 2004, 14). Visuaalisen ilmeen luomisessa keskityn yrityksen imagon luomiseen.

Kuten Nieminen myös (2004, 15) sanoo, yrityksen visuaalisen markkinoinnin konseptin lähtökohta tulisi aina olla tuotteet sekä asiakassegmentit. Asiakasryhmien määrittelyn tukena käytän Camomilla Penttisen tekemää asiakastutkimusta (kappale 4.3). Kun tiedän millaisia asiakkaat ovat, osaan luoda visuaalisen ilmeen heitä ajatellen. Yrityksen viestin tulee olla yrityksen näköisiä ja niiden sanoman tulee samaa kulttuurista kieltä, jota asiakas puhuu ja ymmärtää (Nieminen 2004, 22).

3 ELOKUVATEATTERITOIMINNAN HISTORIASTA LAHDESSA

Ensimmäiset elokuvateatterit

Lahteen avattiin ensimmäinen elokuvateatteri vuonna 1907, Lahden Elävien kuvien teatteri, Rautatienkatu 12:ssa. Musiikista vastasi herra Baldan. (Halila 1958, 470–471; Parmela 1990, 4.) Toinen elokuvateatteri, Helios, perustettiin vuonna 1911 Aleksanterinkatu 5:een ja vuonna 1919 tuli Kullervo (Rautatienkatu 26).

1920-luvun alussa Lahdessa oli kolme elokuvateatteria, Lahden Näyttämö, Kino ja Kullervo ja pian niiden jälkeen tulivat Kuvapalatsi, Kuva-Pirtti ja Ilves. (Halila 1958, 471.)

Kuvapalatsi

Nelikerroksinen tiilitalo nousi vuonna 1926 Rautatienkatu 13:een, jonka alimpaan kerrokseen elokuvateatteri Kuvapalatsi perustettiin. 1920-luvulla elokuvat olivat mykkäelokuvia, joita säestettiin elävällä musiikilla. Alkuperäinen sisustus oli hienostunut; runsaita seinä- ja kattomaalauksia, mustaa ja punaista samettia sekä mustaa nahkaa oli käytetty. Kuvapalatsi ehti olla toiminnassa yli 80 vuotta, pisimpään Lahden elokuvateattereista. (Kallio et al. 2007, 30.)

Elokuvateatteritoiminta Kansantalossa ja Lahden muut elokuvateatterit

Kino Iris sijaitsee Kansantalossa (kuva 3). Rakennus on Aleksanterinkatu 26:n ja Saimaankatu 12:sta kulmassa. Tietoa Kansantalon historiasta on saatavilla varsin hyvin.

Lahden sosialidemokraattinen työväenyhdistys rakennutti Kansantalon Nastolankadulla sijaitsevan työväentalon korvaajaksi. Rakennus valmistui vuonna 1957 ja sen on suunnitellut Sirkka Tarumaa. Aleksanterinkadun puolella on kaksikerroksinen toimistosiiپی ja Saimaankadun puolella juhlasaliosa. Tarumaa on suunnitellut myös Saimaankadun puoleisessa julkisivussa olevan reliefin. Vuonna 1964 Kansantaloon tehtiin laajennus Paul G. Rothin piirustusten mukaisesti. Kansantalo on kulttuurihistoriallisesti arvokas, koska se on Lahden ainoa työväentalo. (Niskanen 2000, 68.)



Kuva 3. Kansantalon Saimaankadun julkisivu sekä Kino Iiriksen sisäänkäynti.

Vuonna 1978 työväenyhdistyksen piti keksiä uusia keinoja varojenhankintaan. Perusedellytykset elokuvien esittämistoimintaan oli luotu jo Kansantaloa rakennettaessa 1950-luvulla. Elokuvien esittämisestä käytiin neuvotteluja Oy Kamras Film Agency Ab:n kanssa. Kyse oli juhla- ja alalin vuokraamisesta elokuvien esittämistoimintaan ja joulukuussa sopimus solmittiin. (Huovila 2000, 23–24.)

Etelä-Suomen Sanomien lehtiartikkelissa, ”Kansantalon uusi pornoelokuvateatteri”, vuodelta 1979 kerrotaan (Sipiläinen 1979), että Lahdessa esitettävissä elokuvissa nähdään entistä enemmän paljasta pintaa ja raakoja veritekoja uuden Kansantalon valmistuvan elokuvateatterin myötä. Artikkelissa Kaj Kamras toteaa, että taide-elokuvia ei kannata viedä Helsingin ulkopuolelle ja että lahtelaisia ei kiinnosta muunlaiset elokuvat (viitaten aikuisviihde-elokuviin). Eläkeläisjärjestöt eivät olleet mielissään tilan muuttamisesta elokuvateatteriksi, mutta se oli rahallisesti ainoa järkevä vaihtoehto.

Kuitenkin, vuoden 1982 lopulla Kamras Oy ajautui konkurssiin. Tilat eivät kuitenkin olleet pitkään tyhjillään, sillä tilojen vuokraajaksi ryhtyi Adams Filmi Oy. (Huovila 2000, 41.)

Vuonna 1984 Lahdessa oli kuusi elokuvateatteria (kuva 4): Apollo 1 & 2 (tunnettiin 70-luvulla nimellä Royal), Ilves, Juko, Kare, Kinema ja Kuvapalatsi (Rautatienkatu 13). Aiemmin elokuvia olivat näyttäneet myös Ritz, Bio7Veljestä sekä Häme. (Rauhanlaakso 2007, 4–5.)



Kuva 4. Lahden entiset ja nykyiset elokuvateatterit (nykyiset punaisissa laatikoissa).

Valitettavasti myöskään Adams Filmi Oy (Apollo-teatteri) ei pystynyt pyörittämään elokuvatoimintaa, joten vuonna 1987 Lahden sosialidemokraattinen työväenyhdistys päätti itse jatkaa elokuvateatteritoimintaa. Samalla teatteritila ristittiin Iirissaliksi. (Huovila 2000, 61–64.)

Vuoden 1988 vuosikokouksessa työväenyhdistys keskusteli elokuvateatteritoiminnan tulevaisuudesta. Elokuvatteatteri Kino Iris ei ollut tuottanut ensimmäisen vuoden aikana

voittoa, mutta toimintaa päätettiin kuitenkin vielä jatkaa toinen vuosi. Kannattavuus ei kuitenkaan vastannut toisenkaan vuoden jälkeen työväenyhdistyksen odotuksia, joten vuoden 1990 syyskuussa teatterisali vuokrattiin edellisenä vuonna perustetulle Päijät-Hämeen elokuvakeskus ry:lle. (Huovila 2000, 80.)

Historiasta nykyyhetkeen

Nykyisin Lahdessa toimii kaksi elokuvateatteria, Kino Iris Saimaankadulla sekä Finnkinon omistama Kuvapalatsi Vapaudenkadulla (kuva 4, merkitty punaisilla laatikoilla). Perheiden omistuksessa olevat elokuvateatterit ovat harvinaistuneet ja elokuvatarjonta on keskittynyt Finnkinolle. (Rauhanlaakso 2007, 4–5.)

4 KINO IIRIS

4.1 Kino Iirixen erityispiirteet

Kino Iris on lahtelainen elokuvateatteri (kuva 5), joka näyttää monipuolisesti monenlaisia elokuvia tuntemattomimmistakin elokuvamaista. Elokuvateatterin toiminta ei perustu voiton tavoitteluun, vaan yksi tärkeimmistä päämääristä on ylläpitää elokuvakulttuuria ja rikastuttaa sitä Päijät-Hämeen alueella. (Lehtinen 2011a.)



Kuva 5. Kino Iirixen sisäänkäynti.

Erilaiset erikoistapahtumat rytmittävät Kino Iiriksen toimintaa, esimerkiksi ilmaisanäytökset, elokuvien ympärille rakennetut luentotapahtumat, ohjaajan vierailu elokuvateatterissa elokuvan esittämisen yhteydessä, teemaviikot sekä päiväkotij- ja koululaisryhmänäytökset.

Kino Iris on myös saanut kansainvälistä tunnustusta: vuonna 2009 se valittiin neljäntenä suomalaisena elokuvateatterina osaksi Europa Cinemas -yhteistyöverkostoa, jonka tavoitteena on lisätä eurooppalaisen elokuvan osuutta ohjelmistoissa ja tukea jäseniensä toimintaa (Yle Lahti 2011a). Europa Cinemas perustettiin vuonna 1992 ja sen yhteistyöverkoston kuuluu 68 maata, 566 kaupunkia sekä 1005 elokuvateatteria (Europa Cinemas 2011).

4.2 Päijät-Hämeen elokuvakeskus ry

Elokuvateatteri Kino Iiriksen omistaa Päijät-Hämeen elokuvakeskus ry (PHEK), joka on perustettu 19.10.1989. Elokuvakeskuksen toiminnan tarkoituksena on nostaa elokuvan ja elokuvakulttuurin arvostusta sekä huolehtia osaltaan mediakasvatuksen kehittämisestä Päijät-Hämeen alueella. PHEK on mukana elokuvakerhotoiminnassa Kansallisen audiovisuaalisen arkiston myötä. Vuonna 2010 elokuvakeskuksella oli 171 jäsentä ja 1 yhteisöjäsen. (Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen hallitus 2010.)

Elokuvakeskuksella on kaksi kokoaikaista elokuvatyöntekijää, Markus Lehtinen ja Leena Perälä sekä yksi kokoaikainen elokuvakoneenkäyttäjä Pekka Lind. Vuonna 2010 toiminnassa oli mukana myös 7 työharjoittelijaa. PHEK:n puheenjohtajana toimii Ulla Koskinen-Laine. (Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen hallitus 2010.)

PHEK saa avustusta opetus- ja kulttuuriministeriöltä sekä Lahden kaupungilta. Vuonna 2010 PHEK sai avustuksia yhteensä 101 933 euroa, mutta tilinpäätös oli silti 6523,10 euroa alijäämää. (Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen hallitus 2010.)

Kino Iiriksen lipunmyynti ja tapahtumien järjestämisessä auttaminen tapahtuu vapaaehtoisvoimin. Ilman vapaaehtoisia elokuvateatterissa tapahtuisi paljon vähemmän tai tapahtumien järjestäminen olisi jopa mahdotonta. Vuoden 2010 aikana vapaaehtoistyötä tehtiin yhteensä noin 7000 tuntia (Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen hallitus 2010).

Hämeen taidetoimikunta antoi vuonna 2009 taidepalkinnon Päijät-Hämeen elokuvakeskukselle, koska se on esittänyt valtavirrasta poikkeavia elokuvia ja täten tehnyt tinkimättöntyä työtä elokuvataiteen hyväksi jo kahden vuosikymmenen ajan (Yle Lahti 2011b).

4.3 Kohderyhmän määrittelyn tukena Camomilla Penttisen opinnäytetyö

Suunnitellessani opinnäytetyötäni ajattelin toteuttaa asiakaskyselyn, jotta voisin määrittellä elokuvateatterin kohderyhmän paremmin. Asiakastapaamisen yhteydessä (Lehtinen ja Perälä 2011b) kysyessäni kohderyhmästä, nousi esille, että Camomilla Penttinen on jo tehnyt Kino Iiriksen asiakkaille asiakastutkimuksen opinnäytetyötään vuonna 2010.

Penttinen selvitti tutkimuksessaan, millaisia asiakkaita Kino Iiriksessä käy, mistä he ovat hankkineet tietonsa Kino Iiriksestä, kuinka usein he käyvät elokuvissa ja mistä he ovat saaneet tietoa ohjelmistosta.

Asiakastutkimuksessa haluttiin myös tutkia asiakkaiden tyytyväisyyttä Kino Iiriksen toimintaan liittyen sekä saada kehitysideoita toimintaan liittyen. (Penttinen 2010, 8–9.)

Tässä tutkimuksessa oli monia minulle tärkeitä kohderyhmän määrittelyyn liittyviä asioita.

Ikä ja sukupuoli

Enemmistö asiakkaista oli naisia, 103 kpl, ja miehiä oli 38 kappaletta, kolme vastaajaa ei kertonut sukupuoltaan. (Penttinen 2010, 15.)

Asiakkaista suurin ikäluokka on 18–29 vuoden välillä (45 % vastaajista). Seuraavaksi suurin on 30–44 ikävuoden välillä (26 %), mutta kovin kaukana ei ole myöskään 45–60 ikäisten ryhmä (21 %). (Penttinen 2010, 16.)

Perälä (Lehtinen & Perälä 2011b) toivoi nuorison käyvän enemmän elokuvissa. Alle 18-vuotiaita ei ole kovin montaa kyselyyn vastanneista (3 %). Tosin, voi myös olla, että he ovat olleet vähiten innokkaita kyselyyn vastaajia. Visuaalisella ilmeellä voi vaikuttaa myös esimerkiksi nuorison käymiseen elokuvissa: jos visuaalinen ilme on houkutteleva, nuoriso saattaisi olla kiinnostuneempi Kino Iiriksestä.

Mielikuvat Kino Iiriksestä ja Kuvapalatsista

”Labdessa ollessani valitsen Kino Iiriksen epäilemättä sen tunnelman, hyvien elokuvien ja sopivan kokonsa tähden.” Kino Iiriksen asiakas (Penttinen 2010, 7).

”Mukavaa, että Labdesta löytyy ”vanhan ajan elokuvateatteri”, jossa on aivan oma tunnelmansa. Idyllinen ja erilainen.” Kyselyyn vastannut (Penttinen 2010, 27).

Erityisen mielenkiintoinen asiakastutkimuksessa (Penttinen 2010, 18) on kysymys, jossa vastaajia pyydettiin kuvailemaan elokuvateattereita. Kyselyyn oli valittu Kino Iris, Finninon Kuvapalatsi sekä myös vapaavalintainen jonkin muun elokuvateatterin kuvaileminen. Ihmisten kuvailuista sain arvokkaita mielikuvia kyseisistä elokuvateattereista enkä vaan mielikuvia, joita mainosten tai www-sivujen perusteella voisi päätellä.

Penttisen (2010, 18) tutkimuksessa kävi ilmi, että Kino Iiristä pidettiin tunnelmallisena (18 kpl), pienenä (17 kpl), viihtyisänä (8 kpl), kodikkaana (14 kpl), idyllisenä (5 kpl) ja rauhallisena (4 kpl). Näiden lisäksi asiakkaat arvostivat erilaista ja kiinnostavaa ohjelmistoa. Kino Iiriksen tulevassa visuaalisessa ilmeessä tulee tukea näitä mielikuvia.

Kuvapalatsia (Penttinen 2010, 18–19) vastaajat kuvasivat suureksi (17 kpl), kaupalliseksi (14 kpl) ja moderniksi (12 kpl) sekä massoille suunnatuksi (8 kpl). Kuvapalatsia pidettiin myös hienona ja tyylikkäänä.

Tiedonsaanti

107:stä vastaajasta 90 kertoi olevansa lahtelaisia (Penttinen 2010, 16). Koska asiakkaat ovat pääsääntöisesti lahtelaisia, ei mainontaan ulkopaikkakunnilla ole järkevää panostaa. Kino Iiriksen kotisivut kuitenkin palvelevat ulkopaikkakuntalaisia yhtälailla etäisyydestä huolimatta.

On tärkeää, että yrityksen viestit tavoittavat kohderyhmän eli viestien on oltava medioissa, joita asiakkaat lukevat (Nieminen 2004, 22). Kyselyssä kysyttiinkin tiedon löytämisestä eli mistä he ovat saaneet viimeksi tietoa Kino Iiriksen ohjelmistosta. Yleisin tiedonlähde oli Kino Iiriksen internetsivut (41 %:ia vastaajista). 22 prosenttia vastaajista ilmoitti sanomalehdet tiedonlähteekseen. (Penttinen 2010, 20.) Penttisen kyselyssä tarjolla ollut kohta ”jokin muu” sai myös vastauksia, ja Kino Iiriksen Facebook-sivun on varmasti ollut yksi tärkeimmistä. Facebookissa Kino Iris kutsuu fanejaan osallistumaan elokuvateatterissa

järjestettäviin tapahtumiin tai erikoisnäytöksiin. Facebook on tärkeä kanava Kino Iirixsen tunnettavuuden lisäämisessä.

Lisäpalvelut

Penttisen (2010, 25) tutkimuksen lisäpalveluihin liittyvissä kysymyksissä moni oli toivonut mahdollisuutta ostaa sarjalippuja elokuvateatteriin (26 kpl), osaksi ehkä siitä syystä, että Kino Iirixsessä voi maksaa vain käteisellä. Sarjaliput kerran ostettuaan, voisi huoletta mennä elokuviin, eikä matkalla tarvitsisi pysähtyä automaatilla nostamassa rahaa. Myös lahjakorttien mahdollisuutta (30 kpl) toivottiin kovasti.

Jatkotoimenpiteet

Penttinen (2010, 37) suosittelee kyselyssään Kino Iiristä jatkotoimenpiteenä teettämään imagotutkimuksen lahtelaisille, joille Kino Iiris ei ole tuttu. Millaisena lahtelaiset Kino Iirixsen kokevat ja minkälainen maine sillä on? Olin ajatellut toteuttaa asiakashaastattelun osana omaa työtäni, mutta kiinnostuin myös imagotutkimuksen toteuttamisesta Kino Iirixselle. Ymmärsin kuitenkin työni edetessä, että Penttisen tutkimus tarjoaa minulle hyvät välineet visuaalisen ilmeen luomiseen, ja että minulla ei ole resursseja alkaa toteuttaa mitävää imagotutkimusta.

Kyselyn arviointi

Kysely ei ollut vastattavissa kovin pitkää aikaa ja suurempi otos olisi taannut luotettavimmat tulokset. Lisäksi, kyselyn toteuttaminen Kino Iirixsen tiloissa on saattanut edistää puolueellisia kommentteja (vakiokävijät kehuvat Kino Iiristä eivät niinkään Finnkinoo). Myös Penttisen (2010, 37) mielestä ei voida saada puolueetonta tietoa Kino Iirixsistä kysymällä mielipidettä Kino Iirixsen kanta-asiakkailta. Kuitenkin, vakiokävijöiden mielipide ja näkemys teatterista on hyvin arvokas visuaalisen ilmeen luomisessa.

4.4 Kino Iirixsen nykyinen visuaalinen ilme

Kysyin Lehtiseltä visuaalisen ilmeen synnystä, mutta hän ei osannut tarkalleen vastata kysymykseeni (Lehtinen 2011a). Lähetin sähköpostiviestin Kino Iirixsen alkuperäisessä toiminnassa mukana olleille muutamalla jäsenelle ja sain ilmeen synnystä jonkin verran risti-riittäisiä vastauksia. Jatkotiedustelin asiaa PHEK:n puheenjohtajalta, Ulla Koskinen-

Laineelta, ja logon (kuva 6) tekijäksi selvisi Eila Sundelin. Mitään tarkempaa ideologiaa ei logon idean takana ollut, mutta yksi alkuperäisjäsenistä, Jorma Ahonen, kertoi sähköpostiviestissään elokuvateatterin nimen viittaavan silmään ja myös elokuvakameran linssin sisäiseen sulkijaan – iirikseen.

Vaikkakin alkuperäisen visuaalisen ilmeen syntytarina ei ole enää kenenkään muistissa, niin Kino Iiriksellä on taltioitu julisteita ja muuta materiaalia kiitettävästi. Sain lainaan materiaalia alkaen vuodelta 2002, joten pääsin kurkistamaan Kino Iiriksen visuaalisen ilmeen lähihistoriaan (liite 2).

Julisteet, joita nykyisin käytetään ovat pääasiassa enemmänkin tiedotteita (liite 2). Ne on helppo tehdä tekstinkäsittelyohjelmalla, tulostaa ja kiinnittää elokuvateatterin ulkopuolella olevaan valokaappiin. Jotta ne huomattaisiin katukuvassa, tulisi niiden olla huomiota herättävämpiä. Joissain julisteissa on käytetty yksinkertaista grafiikkaa tai käsinpiirrettyjä kuvituskuvia. Tällä hetkellä julisteiden ilme ei ole yhtenäinen, joten niitä ei välttämättä edes osaisi yhdistää Kino Iirikseen, jos ei lukisi julisteessa olevaa tekstiä.

Logo

Kino Iiriksen logossa (kuva 6) elokuvateatterin nimi on kirjoitettu pienellä ja yhteen. Logon vuoksi elokuvateatterin nimen kirjoitusasusta on ollut epäselvyyttä eli toisinaan Kino Iiriksen nimi on kirjoitettu Kinoiiris tai kinoiiris.



Kuva 6. Kino Iiriksen nykyinen logo.

Kirjasintyyppi eli fontti logossa on Mistral, jonka on suunnitellut ranskalainen muotoilija, Roger Excoffon vuonna 1953. Kirjasintyyppin erottuva ulkonäkö tekee siitä erittäin suosittun. (Mistral-fontti 2011.)

Fontti on erikoinen, mutta ei kovin helppolukuinen. Kino Iiriksen logossa varsinkin r-kirjaimen voi sekoittaa n-kirjaimen. Uudessa tunnuksessa on oltava parempi luettavuus, jolloin se toimii myös pienemmässä koossa. Myös fontin ulkoasu saattaa antaa liian taiteellisen vaikutelman elokuvateatterista, mikä voi tehdä siitä vaikeasti lähestyttävän.

Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen tunnus ja jäsenkortti

Koska Kino Iris toimii Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen alaisuudessa, alla kuva myös PHEK:n tunnuksesta. Tunnuksessa on naishahmo, jonka silmien edessä kulkee filminauha.



Kuva 7. Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen tunnus.

Työssäni en tule uudistamaan PHEK:n ilmettä, mutta esimerkiksi PHEK:n jäsenkortti, jolla saa alennushintaisia lippuja Kino Iriksen, olisi hyvä uudistaa ensi vuoden juhluvuotta ajatellen. Jäsenkortti (kuva 8) on pysynyt samannäköisiä jo jonkin aikaa, pohjaväriä on vain vaihdettu vuosittain.



Kuva 8. PHEK:n jäsenkortti.

Koska Kino Iris toimii Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen alaisuudessa, ilmeiden on toimittava yhdessä. Kino Iriksen ilme ei voi siis olla liian erilainen PHEK:n ilmeestä, tai ainakaan sellainen, että ne riitelisivät keskenään.

Www-sivut

Kino Iirixsen www-sivut (kuva 9) ovat selkeät perussivut. Sivuihissa on kuitenkin jonkin verran parannettavaa.

PÄIJÄT-HÄMEEN ELOKUVAKESKUS
ELOKUVATEATTERI *kinoiiris*
Saimaankatu 12, 15140 Lahti | kinoiiris@kinoiiris.com

MIKÄ ON PHEK | **TILAUSNÄYTÖKSET** | **PALAUTE** | **LINKIT** | **YHTEYSTIEDOT**

EUROPA CINEMAS

LIITY ELOKUVAKESKUKSEN JÄSENEKSI JA SÄÄSTÄ RAHAA!

EKSTAASI JA TOTUUS -
Werner Herzogin dokumenttien sarja
9.1. - 17.4.2011

KATJA KUKKOLA | KRISTA KOSONEN | SAMULI EDELMANN | PETER FRANZÉN | PIRKKA-PEKKA PETELIUS

ARTO HALOSEN ELOKUVA
PERUSTUU TOSITAPAHTUMIIN

PRINSESSA

Miesten vuoro
SUOMEN OSCAR-EHDOKAS!
LIPUT VAIN 6€!

KULTTUURTI 2010-2011

metka
mediakasvatustakeskus

LIPPUJEN HINNAT:
MIESTEN VUORO 5€
PRINSESSA 6€
SUOMEN OSCAR-EHDOKAS 8,5€

LIITYMÄLLÄ PÄIJÄT-HÄMEEN ELOKUVAKESKUKSEN JÄSENEKSI TUET ELOKUVAKULTTUURIA JA KINO IIRIXSEN TOIMINTAA. PHEK:N JÄSENENÄ SAAT PAITSI HYVÄN MIELIEN, MYÖS mm. alennusta lipunhinnnoista.
[Liity jäseneksi >>](#)

Kuva 9. Kino Iirixsen www-sivut.

Ylälinkkejä (Mikä on PHEK, Tilausnäytökset, Palaute, Linkit, Yhteystiedot) voisi miettiä paremmin sisältöä kuvaavimmiksi ja myös itse kategorioita voisi miettiä uudelleen. To-dennäköistä kuitenkin on, että kävijä tulee sivuille etsimään tietoa elokuvista, jolloin mo-nelle tiedot tilausnäytöksistä ovat toisarvoisia.

Yläpalkki, jossa tällä hetkellä on Kino Iirixsen logo ja PHEK:n tunnus, tulisi jäsentää sel-keämmäksi ja paremmin hahmotettavammaksi. Olisi myös tärkeää, että Kino Iirixsen -tunnus olisi tärkeämmässä roolissa.

Etusivun vasemmasta laidasta näkee tällä hetkellä esitettävät elokuvat, eikä niitä tarvitse hakea monen valikon takaa. Elokuvien aikataulu laaditaan viikoittain. Jatkossa olisi hyvä, että mahdolliset viimeiset päivämäärät elokuvien näytösajankohdista olisivat esillä.

Pääsyliput ja käyntikortit

Kino Iiriksessä käytetään SEOL ry:n eli Suomen elokuvateatteriliiton hyväksymiä pääsylippuja sekä oma- ja seuralaislippuja, joissa kahdessa jälkimmäisessä on PHEK:n sekä Kino Iirixen tunnukset (liite 2). Omaliput ovat henkilökohtaisia vapaalippuja ja niihin lipun käyttäjä kirjoittaa nimensä, päivämäärän, allekirjoituksensa sekä nimen selvennyksen. Omalipun käyttäjän kanssa voi elokuviin tulla ilmaiseksi seuralaislipulla.

Elokuvateatterilla ei ole ollut käyntikortteja, mutta niitä toivottiin, kuin myös elokuvapas- sia sitä ehdottaessani.

Sisäänkäynti

Iso valomainos (kuva 10, oikealla) näkyy kauaksi Saimaankadulla, mutta itse teatterin kohdalla sitä ei huomaa, jos ei satu katsomaan ylöspäin. Etuovien vieressä on valokaappi, jossa on elokuvateatterin tämän hetkinen ohjelma sekä elokuvajulisteita. Valokaapin ulko- asua voitaisiin kohentaa ja yläosaan voisi teipata Kino Iirixen nimen, jolloin kadulla kul- kija huomaisi paremmin elokuvateatterin olemassaolon.



Kuva 10. Kino Iirixen valokaappi ja -mainos.

5 LAHDEN NYKYISET ELOKUVATEATTERIT

5.1 Kuvapalatsi ja Kino Iris

Lahdessa on kaksi elokuvateatteria, Finnkinon Kuvapalatsi ja Kino Iris.

Kuvapalatsi

Kuvapalatsi sijaitsee Lahden ydinkeskustassa, Vapaudenkadulla (kuva 11). Tässä uudessa elokuvateatterikompleksissa on yhteensä 6 salia ja niiden istumapaikkamäärät vaihtelevat 354 ja 88 välillä, yhteensä Kuvapalatsista löytyy 900 istumapaikkaa. (Finnkino 2011.)



Kuva 11. Kuvapalatsin julkisivu.

Marraskuussa 2007 avatussa Kuvapalatsissa on kaarevat penkkirivit (kuva 12) sekä kaikki istuimet on porrastettu niin, että näkyvyys on kaikkialta yhtä hyvä. Suurimman salin valkokangas on 110 m². (Finnkino 2011.)

Viikolla 14 (vuonna 2011) Finnkinolla oli ohjelmistossaan Justin Bieber: Never say Never, Hella W, Red Riding Hood – Punahilkka, Kaksin karkuteillä 3D (dubattu versio), Arthur ja kaksi maailmaa (dubattu), Rango (dubattu & originaali), Sovinto, Black Swan, Gnomeo & Juliet 3D (dubattu), Oceans, Kuninkaan puhe, World Invasion: Battle Los Angeles, Elokuu, Rajaton sekä Ooppera: Veijarikreivi. (Finnkino 2011.) Valtaosa elokuvista on yhdysvaltalaisia ja muutamat eurooppalaiset elokuvat on puhuttu suomeksi, todennäköisesti lapsiperheitä varten.



Kuva 12. Kuvapalatsin sali.

Kuten Perälä sanoi (Lehtinen & Perälä 2011b), Finnkino on enemmänkin viihdekeskus. Elokuviin esittämisen lisäksi voi nauttia samoissa tiloissa olevista ravintolapalveluista ja elokuvaan saa mukaan monenlaista syötävää ja juotavaa. Myös alan parhaat kuva- ja ääniratkaisut tehostavat katselukokemusta (Finnkino 2011).

Kino Iris

”Rauhallinen, ajaton tunnelma, ei popcornin hajua ja liikaa naposteltavien rapistelua, yleensä ei myöskään häiritsevää puhetta elokuvien aikana - voi luottaa siihen, että voi katsoa elokuvan rauhassa.”

Kino Iriksen asiakas (Penttinen 2010, 22).



Kuva 13. Kino Iriksen aulatila.

Kuvassa 13 (edellinen sivu) on Kino Iiriksen aulatilat. Vuonna 2005 Kino Iiriksessä toteutettiin remontti, jossa aulatilat saivat vaalean maalipinnan ja lattia päällystettiin ruudullisella muovimatolla. Samassa remontissa uusittiin myös salin lattia- ja seinäpinnat ja ilmastointi, hankittiin uusi valkokangas sekä uudistettiin wc-tilat. (Mantere 2005.)

Kino Iiriksessä on yksi sali (Iirissali, kuva 14), johon mahtuu 101 katsojaa. Vapaaehtoiset myyvät lippuja elokuviin (kuva 15) ja tunnelmallinen elokuvateatteri näyttää eurooppalaisia ja vähemmän tunnettuja elokuvia.



Kuva 14. Iirissali.



Kuva 15. Lipunmyyntikoppi.

Viikolla 14 (vuonna 2011) Kino Iiriksessä näytettiin Beautiful, Hana-Bi – Tulikukkia, Juokse Lola! sekä Muotoiluinstituutin elokuva- ja tv-ilmaisun osaston töitä. Viikonloppuna (viikko 14) oli erikoistapahtumat ”Kobrakino” (Finisterrae, Violent Naples, The Colour Out of Space, Day of the Cobra) sekä ”Ranskalaisen elokuvan viikonloppu” (L’esquive, Dans La Vie, Khamsa). Lisäksi viikonloppuna oli ohjelmistossa Mä oon mikä oon sekä The Ecstatic Word of the Filmmaker Werner Herzog.

Muutama elokuva oli Meksikosta ja yksi Japanista. Muut elokuvat olivat eurooppalaisia ja toki paikallisväriä tarjontaan toi lahtelaisen Muotoiluinstituutin näytössarja.

Erot ja yhtäläisyydet

Vaikka molempien elokuvateatterien (Kuvapalatsi ja Kino Iris) päätarkoitus on näyttää elokuvia, ovat elokuvateattereiden puitteet sekä tarjonta varsin erilaiset. Uskon, että elokuvateattereiden asiakaskunta on myös erilaista tai ainakin, lähtiessään elokuvaan, kävijät ajattelevat millaisen kokemuksen haluaisivat. Mielestäni Finnkino tarjoaa mahtavat puitteet esimerkiksi uusille 3D-elokuville, mutta jos haluaisi rauhoittua elokuvan ääreen, Kino Iris on varma paikka rauhalliselle elokuvakokemukselle.

5.2 Muut lähialueen elokuvateatterit

Heinolassa on elokuvateatteri Elo, Kouvolassa Kino-Kouvo sekä Kuva-Portti ja Järvelän Kino Järvelässä. En kuitenkaan usko, että mikään näistä teattereista varsinaisesti kilpailee Kino Iiriksen kanssa suhteellisen pitkien etäisyyksien vuoksi eli en usko, että kukaan lahtelainen lähtisi vierailemaan näihin elokuvateattereihin varta vasten tai ainakaan säännöllisesti.

Vaikka kilpailijoiden määrittely on tärkeää, mielestäni visuaalisen ilmeen tulee kuvastaa mahdollisimman hyvin Kino Iiriksen arvoja ja näkemyksiä, jotta nykyiset asiakkaat tuntevat elokuvateatterin ilmemuutoksen jälkeen vielä omakseen ja että tulevat asiakkaat saavat mahdollisimman totuudenmukaisen kuvan elokuvateatterista.

6 VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU

Koska elokuvateatterin alkuperäisen visuaalisen ilmeen takana ei ollut mitään suurempaa ideologiaa, päätin lähteä avoimin mielin määrittelemään nykyistä Kino Iiristä ja pohtimaan, millainen uusi ilme parhaiten palvelisi elokuvateatteria ja sen asiakkaita.

Työn tarkoituksena on toteuttaa uusi visuaalinen ilme Kino Iirikselle. Konkreettisia uudistuksen kohteita tulevat olemaan liikemerkki ja logo sekä visuaalisen ilmeen käytön avuksi tarkoitettu graafinen ohjeisto, tarvittavat lomakkeet ja kirjekuoret, käyntikortit, elokuvapassi, pääsyliput ja layout www-sivuihin ja mahdolliset muut sovellukset.

Kino Iiriksen kantava voima ovat sen toiminnassa mukana olevat aktiiviset työntekijät sekä vapaaehtoiset. Ilman vapaaehtoisten sitoutumista toimintaan monet tapahtumista jäisivät toteuttamatta. Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen 20-vuotisjuhlapuheessaan (Uusi Lahti 2009) Ulla Koskinen-Laine korostaa myös vapaaehtoisten tärkeyttä: ”Kino Iris on Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen sydän ja ilman Lahden seudun elokuvan ystäviä tästä touhusta ei tulisi yhtään mitään.”

Visuaalisen ilmeen yksi suunnittelukriteeri on yhteisöllisyys ja yhdessä tekemisen korostaminen sekä positiivisuus. Myös, jotta elokuvateatterista muodostuisi henkilökohtaisempi kuva, on myös tärkeää tuoda esille työntekijöiden ja vapaaehtoisten persoonat.

Visuaalisen ilmeen suunnittelussa oli myös otettava huomioon helposti lähestyttävyyys, jotta elokuvateatterista ei saisi väärää kuvaa, kuten alla oleva Penttisen kyselyyn vastaaja oli saanut:

”Välillä Kino Iris tuntuu hieman sisäänpäin lämpenevältä paikalta, ja kynnys mennä sinne ensimmäisen kerran oli aika suuri. Odotusaula on hieman synkähkö. Kino Iris kuitenkin esittää sellaisia elokuvia mitä ei muualla näe ja on edullinen joten käyn siellä nykyään mielelläni.” Kyselyyn vastaaja (Penttinen 2010, 36.)

On tehtävä selväksi, että Kino Iiriksessä voi käydä kuka vaan ja että se on elokuvateatteri, joka toivottaa kaikki kävijät tasapuolisesti tervetulleiksi. Myös Kino Iirikselle tärkeitä arvoja (koulutuksellisuus, ihmisten tasavertaisuus sekä iloisuus) olisi hyvä tuoda esiin visuaalisessa ilmeessä. Myös Kino Iiriksen asiakkailta teatterista olevia positiivisia mielikuvia tulisi vahvistaa ja korostaa, kuten teatterin tunnelmallisuus, idyllisyys, kodikkuus, viihtyi-

syys sekä rauhallisuus. Tärkeää on muistaa, että imago muodostuu asiakkaiden mielissä. Aito ja todellinen mielikuva yrityksestä on se, mitä he kuulevat, näkevät ja kokevat. (Nieminen 2004, 27.)

6.1 Inspiraatiota – logoja ja liikemerkkejä meiltä ja maailmalta

Erilaiset tunnukset ja värit auttavat yritystä erottumaan muista yrityksistä. Erityisesti markkinointiviestinnässä ja sen suunnittelussa tämä korostuu. (Nieminen 2004, 27.)

Keräsin erilaisia minua inspiroivia elokuvateattereiden yritystunnuksia internetistä ja Lahden seudun yrityksistä (kuva 16). Ajattelin, että on myös tärkeää ja mielenkiintoista katsella Lahden alueen yritysten tunnuksia, vaikka ne eivät olekaan elokuvateattereita.

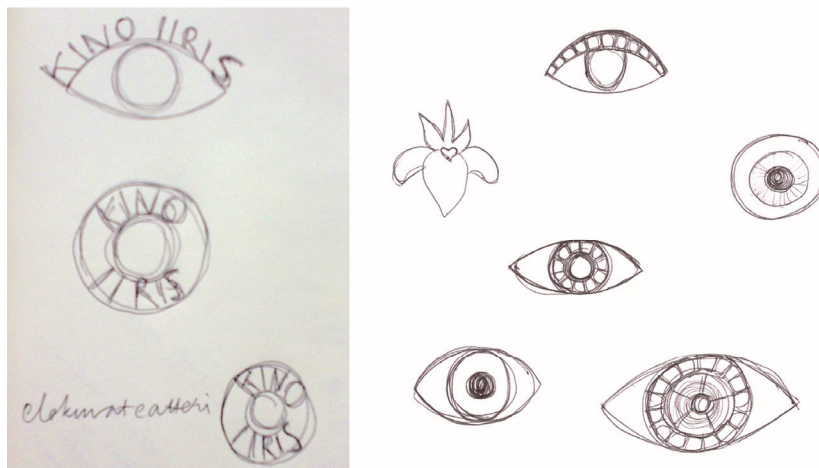


Kuva 16. Yritystunnuksia.

Monissa kollaasissa yritystunnuksissa on vanhanaikaisuutta ja lämpöä, esimerkiksi Café Heilassa sekä Oskarin Pihassa. Halusin luoda Kino Iiriksen uuteen ilmeeseen myös jotain samankaltaista nostalgiaa. Myös tyylikkyyttä ja taiteellisuutta halusin ilmeessä olevan, kuten yllä olevassa kollaasissa on ravintola Taivaanrannan ja Teerenrannan yritystunnuksissa.

6.2 Tunnuksen luonnostelu

Tässä ensimmäisiä alustavia luonnoksia (kuva 17).



Kuva 17. Luonnoksia.

Ensimmäisissä luonnoksissani (kuva 17) mietin silmän muotoa, koska elokuvateatterin nimessä on sana iiris. Luonnostelin myös ympyrän mallista silmää, joka voisi myös kuvata maapalloa, Kino Irishän näyttää elokuvia ympäri maailmaa. Toisaalta, iris symboloi myös kurjenmiekkää. Luonnostelin muutaman kukkaa kuvaavan idean, mutta en jatkanut niitä pidemmälle, sillä en usko, että olisi järkevää liittää kukka-aihetta elokuvateatterin ilmeeseen pelkästään nimen vuoksi.

Jatkoin luonnostelemalla lisää silmäaiheisia liikemerkkejä sekä yhdistelemällä niihin filminauhaa silmäripsiksi (kuva 18). PHEK:n tunnuksessahan on myös filminauha-teema.



Kuva 18. Erilaisia silmäaiheisia luonnoksia.

Kehittelin myös filmikela-ajatusta tunnukseksi. Kuvassa 19 on luonnostelun eri vaiheita. Luonnoksista tuli ehkä liikaa simpukkamaisia ja filmikelamaisuus hävisi.



Kuva 19. Filmikelan kehitystä.

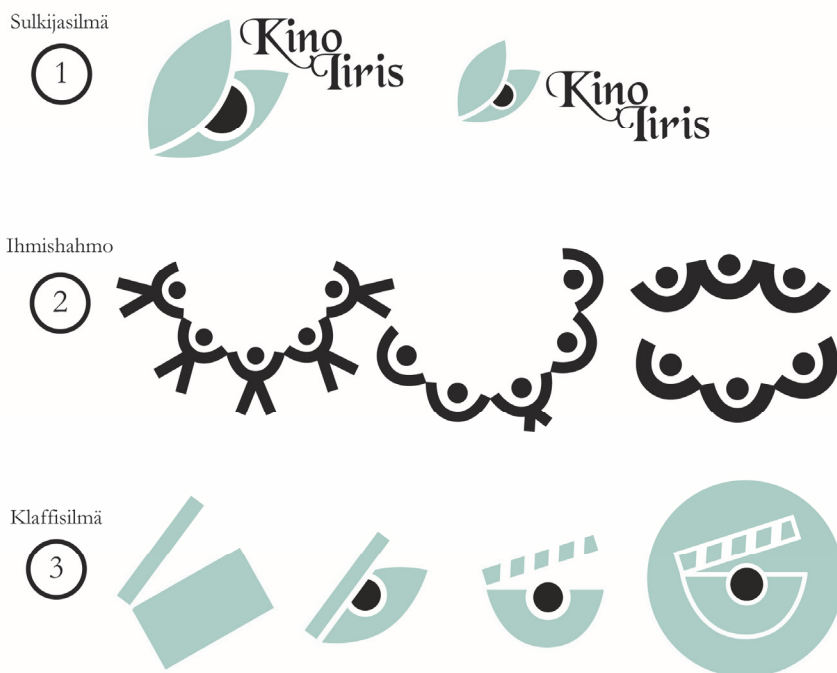
Poimin (kuva 19, toinen oikealta) filmikelamaisimman luonnoksen ja jatkokehittelin sitä (kuva 20) filmikelamaisemmaksi.



Kuva 20. Filmikela-idea.

Mietin (kuva 20) myös mahdollista fonttia ja sen toimivuutta yhdessä liikemerkin kanssa, jotka yhdessä kertoisivat yrityksen toiminnasta. Huomasin kuitenkin, että filmikelan ja silmän yhdistäminen tällä tavalla ei toiminut vaan tunnuksesta tuli liian monitulkintainen.

Lähdin kehittelemään muunlaisia ideoita tunnukseksi, sillä filmikela-idea ei tuntunut luonnistuvan eikä tuntunut istuvan Kino Iirikselle hakemaani ilmeeseen. Luonnostelin kolmea erilaista ideaa: Sulkijasilmä-, ihmishahmo- ja klaffisilmä. (kuva 21).

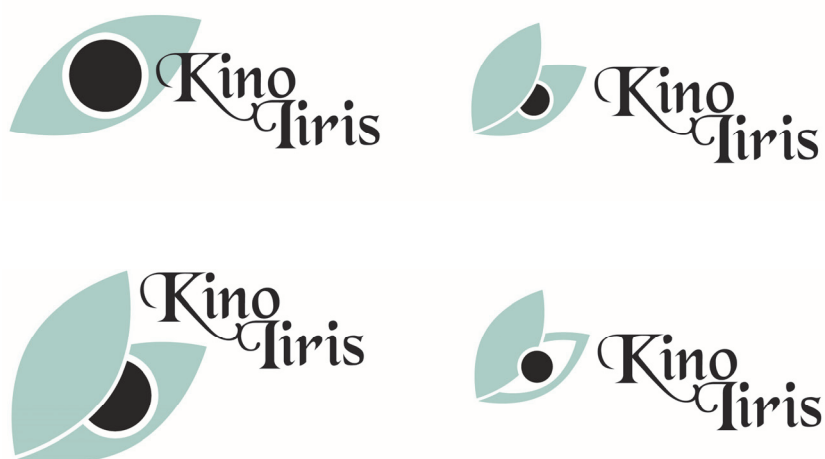


Kuva 21. Sulkijasilmä-, ihmishahmo- ja klaffisilmä-ideat.

Näistä ideoista jatkokehittelin hiotummat ideat asiakkaalle näytettäväksi.

Sulkijasilmä-idea

Sulkijasilmä-ideassa (kuva 22) yhdistin kaikki kolme iirikseen liittyvää asiaa: kameran sulki- ja, silmän iiris sekä kurjenmieikka-kukka (kurjenmiekköjen suku on *iris*).

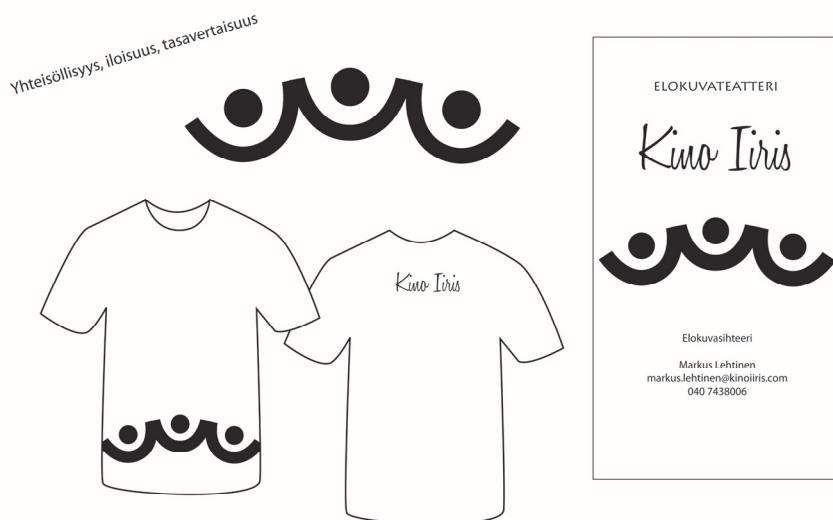


Kuva 22. Sulkijasilmä -idea.

Kameran sulki- ja, silmän iiris sekä kurjenmieikka-kukka (kurjenmiekköjen suku on *iris*). Kameran sulki- ja, silmän iiris on tässä ideassa hyvin pelkistetty, ikään kuin kukan terälehti, mutta idea kuitenkin välittyy, jos sitä osaa etsiä. Fonttina on Chancery.

Ihmishahmo-idea

Tässä ideassa (kuva 23) mietin elokuvateatterin vapaaehtoisia ja sitä, kuinka Kino Iris on yhteisöllinen elokuvateatteri.



Kuva 23. Ihmishahmo-idean luonnoksia.

Halusin tuoda liikemerkissä esille yhdessä tekemisen, iloisuuden sekä tasavertaisuuden kädestä toisiaan pitävien ihmishahmojen avulla.

Klaffisilmä -idea

Klaffisilmä -idea (kuva 24) lähti elokuvaklaffista, joka tunnetaan myös nimellä synkroni- tai tahdistuslauta.



Kuva 24. Klaffisilmä-idean luonnoksia.

Klaffi on kaksiosainen saranoitu liitutaulu, jonka ylemmällä osalla lyödään ääni kuvan ja äänen synkronointia varten. Klaffi auttaa siis ääni- ja kuvamateriaalin yhteensovittamisen leikkausvaiheessa. (Elokuvantaju 2011.)

Kävin esittelemässä Kino Iiriksen elokuvaasihteereille, Lehtiselle ja Perälälle, luonnoksiani ja he olivat tyytyväisiä siihen astiseen työhöni. Pääasiallisina ehdotuksina esittelin *sulkijasilmä-idean*, *klaffisilmän* sekä *ihmishahmoidean*. Sulkijasilmä-ideasta (kuva 22) he pitivät ja varsinkin siinä käyttämästäni fontista. Liikemerkki oli kuitenkin liian lehtimäinen heidän mielestään. Lehtinen huomasi myös, että idean ensimmäinen luonnos vasemmalta (kuva 22) muistutti MTV3-kanavan liikemerkkiä. (Lehtinen ja Perälä 2011c.) Näiden asioiden perusteella päätin, että tätä ideaa ei tulisi jatkaa eteenpäin.

Ihmishahmoideassa (kuva 23) kummatkin pitivät tunnuksen ajatuksesta, mutta se ei välitynyt ilman idean selittämistä. Liikemerkistä tuli mieleen myös urheiluseura. (Lehtinen ja Perälä 2011c.)

Klaffisilmästä (kuva 24) Lehtinen sekä Perälä pitivät kovasti, se oli heidän mielestään rauhallinen ja moderni, mutta samalla hyvällä tavalla vanhanaikainen. Myös tässä ideassa he pitivät myös käyttämästäni Honey Script sekä Lithos Pro-fonteista. (Lehtinen ja Perälä 2011c.)

Klaffisilmä oli kehityskelpoisin näistä ideoista sen välittämän viestin vuoksi: se kertoi parhaiten, mikä Kino Iris on ja tuki asiakkaiden mielikuvia tunnelmallisuudesta, idyllisyydestä sekä rauhallisuudesta. Näiden seikkojen perusteella lähdin viemään klaffisilmä-idea eteenpäin.

Kävin esittelemässä edistymistäni myös Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen puheenjohtajalle, Ulla Koskinen-Laineelle. Hänenkin suosikkinsa oli klaffisilmä-idea. Koskinen-Laine piti myös siitä, että käyttämäni fontti ei eroa liiaksi nykyisen logon fontista. (Lehtinen, Perälä & Koskinen-Laine 2011d.)

Koskinen-Laine esitteli ehdotukseni myös PHEK:n hallitukselle, ja heistä enemmistö oli myös klaffisilmä-idean kannalla.

6.3 Typografia

Koska Kino Iiriksen nykyinen logo on vaikeasti luettava, oli tulevassa logossa kiinnitettävä erityisesti huomiota typografiaan ja sen luettavuuteen. Myös pienaakkosia ja suuraakkosien eroja tuli miettiä. Itkonen (2003, 62) kertoo pienaakkosten olevan helppolukuisempia, koska niissä esiintyy enemmän vaihtelua verrattaessa kirjaimia toisiinsa.

Selvää oli myös, että sanat ”kino” ja ”iiris” tulee erottaa uudessa ilmeessä toisistaan, jotta teatterin nimen kirjoitusasusta ei tule epäselvyyttä.

Ihastuin Chancery-fonttiin (kuva 22). Ajattelin, että kaunokirjoitusmainen fontti sopisi hyvin tyyllillisesti Kino Iirikselle.

Klaffisilmä-ideassa käytin Honey Script -fonttia (Kino Iris) ja Lithos Pro -fonttia sanassa elokuvateatteri (kuva 24). Honey Script on kaunokirjoitusta jäljittelevä fontti (Itkonen 2003, 53).

6.4 Värit

Värit vaikuttavat ihmisen mieleen. Sairaalan vihreä väri on rauhoittava, sininen viilentää kun taas punainen lämmittää. (Loiri & Juholin 1998, 111.)

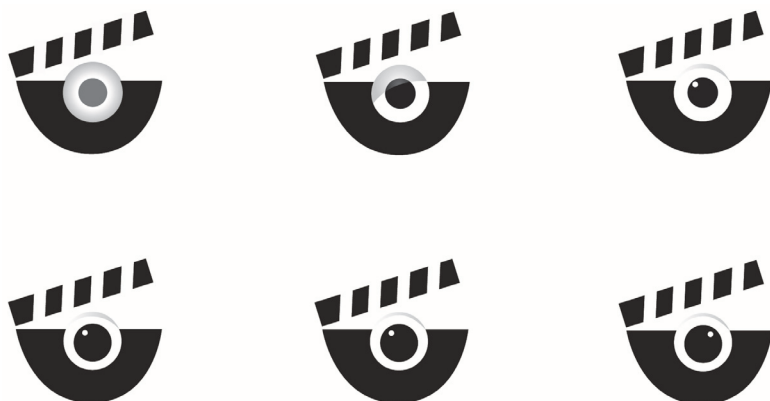
Väri on vahva ja erittäin provosoiva suunnittelun osa-alue (Landa 1996, 15). Siksi värin valitseminen ei ole yhdentekevää, vaan siihen tulee paneutua ja eri vaihtoehtoja on verrattava keskenään. Väriä käytetään herättämään tunteita ja ilmaisemaan personallisuutta (Wheeler 2009, 128). Landa (1996, 16) kehottaa myös miettimään kenelle suunnittelee, jotkut värivalinnat ovat parempia kuin toiset tietylle yritykselle.

Sininen liitetään lempeään ja rauhalliseen elämänsenteeseen. Väriin liitetään myös puhtaus ja keveys ja sen katsotaan viittaavan henkisyteen. (Coloria 2011.) Ensimmäisissä luonnoksissani käytin vaaleansinistä väriä, koska ajattelin sen sopivan hyvin Kino Iirikselle.

Mietin myös keltaista Kino Iirikselle. Keltainen symboloi lämpöä ja läheisyyttä. Väri viittaa myös korkeaan tasoon ja älylliseen ponnisteluun. Keskieurooppalaisessa kulttuurissa keltainen kertoo hienostuneisuudesta ja älykkyydestä. (Loiri & Juholin 1998, 111.)

6.5 Jatkokehittely

Lähdin muokkaamaan klaffisilmää ilmeikkäämmäksi (kuva 25), koska edellisissä luonnoksissani (kuva 24) silmässä ei vielä ollut kaipaamaani eloa. Hain silmään ilmettä kokeilemalla erilaisia heijastuksia ja varjoja. Testailin myös erilaista pupillin kokoa. Pupillin kokoa lisäämällä silmästä tuli rauhallisempi ja tarkkaavaisempi eikä niin tuijottava.



Kuva 25. Liikemerkin jatkokehittely.

Testailin jatkokehiteltyä liikemerkkiä myös logon yhteyteen (kuva 26). Mielestäni uusi liikemerkki toimi varsin hyvin yhdessä logon ja siihen valitsemani fontin kanssa.



Kuva 26. Liikemerkki ja logo yhdessä.

Värillisellä taustalla silmän yläpuolella olevaa heijastuskaarta oli vaikea tai lähes mahdoton huomata. Tämän huomion seurauksena päädyin yksinkertaistamaan liikemerkkiä poistamalla kaaren kokonaan (kuva 27).



Kuva 27. Liikemerkki ilman kaarta & tekstin sijoittelu.

Yritystunnuksesta (kuva 27) tuli myös huomattavasti tasapainoisempi ja hengittävämpi, kun sijoitin elokuvateatteri-sanankino Iiriksen alapuolelle.

7 KINO IIRIKSEN UUSI VISUAALINEN ILME

7.1 Graafinen ohjeisto

Kino Iiriksen uuden visuaalisen ilmeen käyttöä helpottamaan tein graafisen ohjeiston (liite 3). Siitä löytyy ohjeet visuaalisen ilmeen käyttöön, kuten yritystunnuksen koko ja asettelu, yrityksen värit, typografia sekä erilaiset visuaalisen ilmeeseen liittyvät sovellukset.

7.2 Yritystunnus

Elokuvateatteri Kino Iiriksen yritystunnus koostuu mustasta klaffisilmä-liikemerkistä sekä Kino Iiriksen -logotyypin Honey Script sekä Lithos Pro-fonteista (kuva 28).



Kuva 28. Kino Iiriksen yritystunnus.

Liikemerkissä yhdistyvät klaffi sekä silmä, joista klaffi viittaa elokuvan tekemiseen ja silmä elokuvateatterin nimeen sekä elokuvakameran objektiiviin. Logotyypin Honey Script -fontti on kaunokirjoitusta jäljittelevä fontti, jonka kontrastina toimii jämäkkyyttä antava Lithos Pro -fontti.

7.3 Typografia

Elokuvateatteri Kino Iiriksen fonttina käytetään Palatino Linotype-fonttia (kuva 29). Fontin on suunnitellut 1950-luvulla Hermann Zapf. Fontti on nimetty kalligraphian mestarin Giambattista Palatinon mukaan. (Linotype 2011.)

Palatino Linotype

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö
 ABCDEFGHIJKLMNOP
 PQRSTUVWXYZÄÖ
 1234567890
 (Palatino Linotype, Regular, 12pt)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÄÖ
1234567890
 (Palatino Linotype, Bold, 12pt)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÄÖ
1234567890
 (Palatino Linotype, Italic, 12pt)

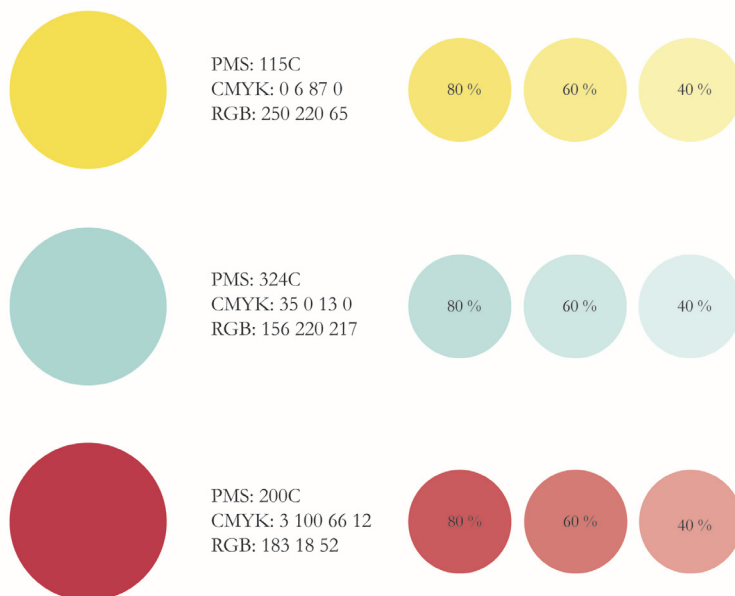
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÄÖ
1234567890
 (Palatino Linotype, Bold Italic, 12pt)

Kuva 29. Palatino Linotype -fontin leikkaukset.

Palatinosta on tullut moderni klassikko ja se toimii hyvin painettuna kuin myös tietokoneen näytöllä (Linotype 2011).

7.4 Värit

Elokuvateatterin tunnusvärit ovat iloisia ja huomiota herättäviä. Punainen on väreistä tummin (kuva 30). Punainen on eniten Kino Iirikseen liittyvä; elokuvateatterin aulatilassa on käytetty samansävyistä punaista.



Kuva 30. Kino Iiriksen tunnusvärit.

Jo aiemmin miettimäni (kappale 6.4) keltainen ja sininen ovat myös Kino Iiriksen uusia tunnusvärejä. Sininen symboloi puhtautta ja henkisyyttä. Keltainen ja punainen ovat molemmat lämpimiä ja helposti lähestyttäviä värejä.

7.5 Sovellukset

Alun perin oli tarkoitus, että en puutu Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen visuaaliseen ilmeeseen osana työtäni, vaan keskityn Kino Iirikseen. Työni edetessä kävi kuitenkin varsin selväksi, että monissa asioissa on helpompaa, jos yhdistelen ilmeitä. Esimerkkinä tästä käyntikortit, jotka ovat kaksipuoleisia.

Toisena esimerkkinä ovat kirjekuoret. Pienellä elokuvateatterilla ja sen toiminnasta vastaavalla yhdistyksellä ei ole kannattavaa olla erilaisia kuoria, vaan on varsin luontevaa, että kuorissa on molempien tunnukset.

Vain ne sovellukset, jotka selvästi liittyvät vain Kino Iirikseen, toteutin pelkästään Kino Iiriksen tunnuksen kanssa.

7.5.1 Käyntikortti

Kino Iiriksen käyntikortti on kooltaan 90 x 50 mm (kuva 31). Käyntikortin toisella puolella on Kino Iiriksen tiedot ja toisella Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen tiedot. Samat henkilöt usein edustavat kumpaakin tahoja, joten kaksipuoleinen käyntikortti on käytännöllinen. Korttia ojentaessa voi valita, kumpi puoli on päällepäin.



Kuva 31. Käyntikortteja.

7.5.2 Elokuvaliput

Tavallisen, repäisykulmallisen pääsylipun rinnalla Kino Iiriksellä on käytössä omalippu, seuralaislippu ja vapaalippu (kuva 32). Omaliput ovat henkilökohtaisia vapaalippuja ja niihin lipun käyttäjä kirjoittaa nimensä, päivämäärän, allekirjoituksensa sekä nimen selvennyksen. Omalipun käyttäjän kanssa voi elokuvaan tulla ilmaiseksi seuralaislipulla, johon myös merkitään omalipun käyttäjän henkilötiedot. Lipun koko on 90 x 50 mm.



Kuva 32. Kino Iiriksen elokuvaliput.

Omalipussa ja seuralaislipussa on sekä Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen että Kino Iiriksen yritystunnukset. Tavallisessa elokuvalipussa sekä vapaalipussa on vain Kino Iiriksen yritystunnus. Lippuja voidaan painaa kaikissa elokuvateatterin tunnusväreissä.

7.5.3 Sarjalippu-paketti

Sarjalippu-pakettiin (kuva 33) kuuluu viisi tavallista Kino Iiriksen elokuvalippua, jotka saa hieman edullisempaan hintaan kuin erikseen ostettuna. Koska Kino Iiriksessä käy vain käteinen, sarjalippu-paketti on kätevä tapa ostaa useampi lippu kerralla, jolloin niitä on valmiina seuraavaksikin elokuvakerraksi. Sarjalippu-pakettia tulee mainostaa ja myös sen soveltuvuudesta lahjaksi tulee kertoa; lahjakorttimahdollisuutta oli toivottu Penttisen kyse-lyssä (Penttinen 2010, 25).



Kuva 33. Sarjalippu-paketti.

Liput on pakattu kartonkiseen suojakoteloon, jota on helppo kuljettaa mukana lompakossa.

7.5.4 Elokuvapassi

Elokuvapassilla (kuva 34) halutaan palkita Kino Iirixen kanta-asiakkaita. Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen jäsenet saavat Kino Iirixen elokuvalipuista alennuksen PHEK:n jäsenkortilla, mutta tämä olisi myös tapa palkita niitä asiakkaita, jotka eivät ole PHEK:n jäseniä. Passissa on popcornmaisia kuvioita erivärisillä pohjilla. Elokuvapasseja voidaan painaa kaikissa Kino Iirixen tunnusväreissä.



Kuva 34. Elokuvapasseja eri tunnusväreissä.

Elokuvapassiin kerätään kuusi leimaa ja kuudennen elokuvakäynnin tarjoaa Kino Iris.

7.5.5 Kassi ja paita

Suunnittelin Kino Iirikselle myös T-paitaprinttauksen sekä kassimallin (kuva 35).



Kuva 35. Kassimalli ja printtipaita.

Oheistuotteet lisäävät elokuvateatterin näkyvyyttä elokuvateatterin ulkopuolella.

7.5.6 Kirjekuoret ja lomakkeet

Elokuvateatteri Kino Iiriksessä käytetään ikkunattomia C4- ja C5-kokoisia kirjekuoria. Osoitetiedot tulostetaan osoitetarroille. Kirjekuorissa ei ole aikaisemmin ollut yritystunnusta, mutta tulevilla kuorilla Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen sekä Kino Iirisen yritystunnukset ovat kuorien vasemmassa yläreunassa (kuva 36).



Kuva 36. C4- ja C5-kirjekuoret.

Suunnittelin myös laskupohjan sekä kirjelomakepohjan (liite 3, s.9-10), jossa perustiedot on koottuna ja johon on helppo lisätä kulloinkin tarvittavat tiedot.

7.5.7 Julistepohja

Julistepohjan avulla (kuva 37) elokuvateatterin tiedotteista valokaapissa teatterin ulkopuolella tulee yhtenäisen näköisiä ja ne kiinnittävät paremmin huomion.



Kuva 37. Julistepohja.

Julistepohjien avulla on helppo tiedottaa Kino Iirixen tapahtumista ja niitä voidaan painaa kaikissa Kino Iirixen tunnusväreissä.

7.5.8 Sisäänkäynti

Elokuvateatterin sisäänkäynnin piristämiseksi uusi visuaalinen ilme näkyy myös elokuva-teatterin valokaapissa sekä valomainoksessa (kuva 38).



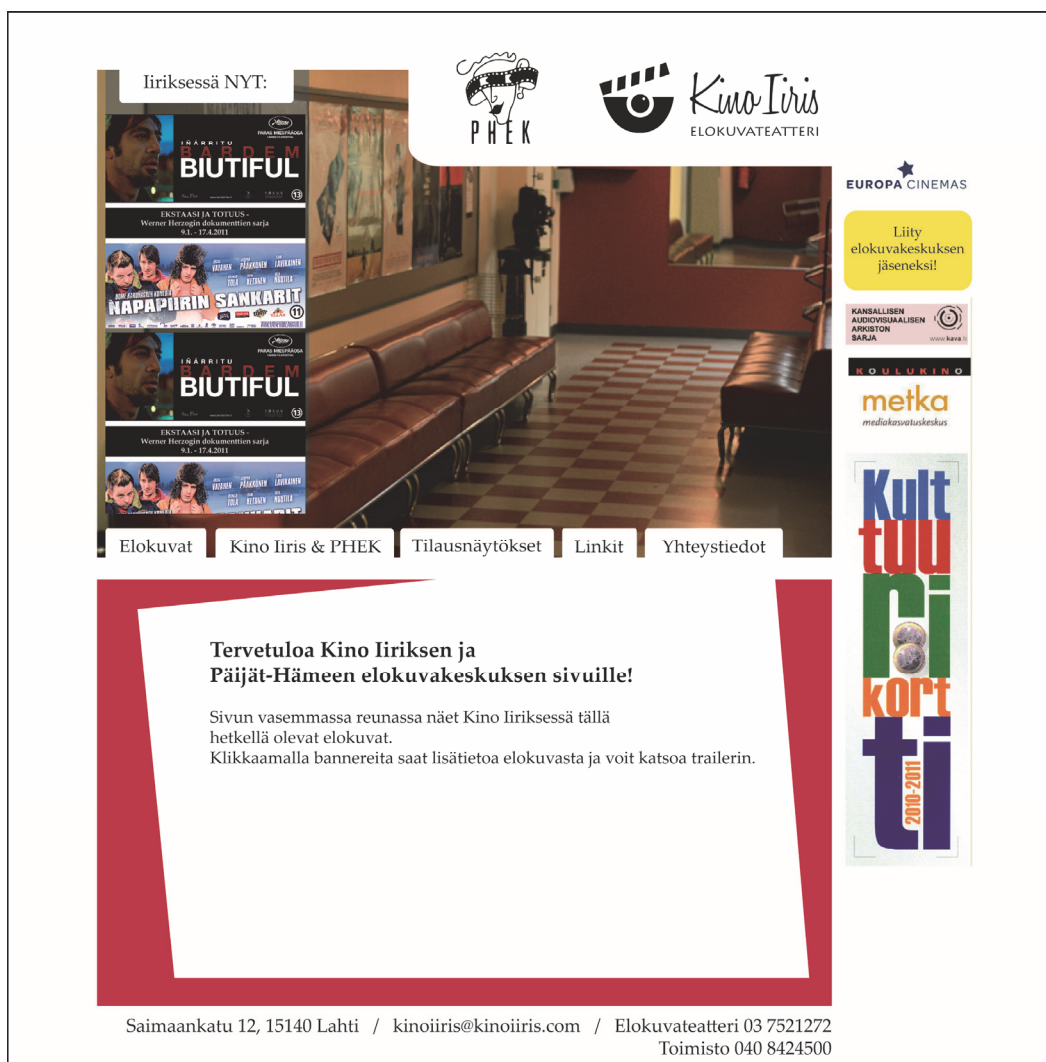
Kuva 38. Uudistettu valokaappi ja -mainos.

Valokaapista voitaisiin tehdä nykyistä isompi. Uuden visuaalisen ilmeen avulla siitä tulisi ilmeikkäämpi ja kadulla kulkija huomaisi sen paremmin kuin ennen. Varsinaisten elokuvajulisteiden kanssa valokaapissa voidaan käyttää Kino Iirixsen omia julistepohjia tiedottamaan tulevista elokuvista ja tapahtumista.

7.5.9 Luonnos www-sivujen layoutista

Kino Iirixsen uudet www-sivut (kuva 39) ovat uuden visuaalisen ilmeen mukaiset, väri-maailma on kirkastunut ja sivut selkeytyneet. Sivun yläosassa on PHEK:n ja Kino Iirixsen yritystunnukset edustettuna. Sivun oikeassa laidassa on yhteistyötahojen yritystunnuksia: Europe Cinemas, Kansallisen audiovisuaalisen arkiston sarja, Koulukino, Metka sekä Lahden kulttuurikortti.

Sivun vasemmassa laidassa on Kino Iirixsessä tällä hetkellä näytettävien elokuvien bannerit. Heti sivulle tullessaan on siis helppo nähdä mitä elokuvia on menossa. Bannereita klikkaamalla saa lisätietoa elokuvasta ja voi katsoa elokuvan esittelyfilmin.



Kuva 39. Www-sivujen luonnos.

Päälinkit ovat vaihtuneet hieman (Elokuvat, Kino Iris & PHEK, Tilausnäytökset, Linkit, Yhteystiedot) ja niiden järjestystä on muutettu sopivammaksi.

Elokuvat-sivulta näkee tällä hetkellä näytettävät elokuvat sekä tulevat elokuvat sekä saa lisätietoa elokuvista.

Kino Iris & PHEK-sivulta saa lisätietoa elokuvateatterista sekä Päijät-Hämeen elokuvakeskuksesta, tällä sivulla esitellään myös elokuvateatterin ja -keskuksen työntekijöitä sekä toiminnassa mukana olevia vapaachtoisia kuvien kera.

Tilausnäytös-sivulta löytyy tietoa tilausnäytöksistä sekä elokuvateatterin vuokraamisesta esimerkiksi luentotilaisuutta varten.

Linkit-sivulta löytyy elokuva-aiheisia linkkejä, tietoa festivaaleista, järjestöistä sekä verkkojulkaisuista.

Yhteystieto-sivulta saa selville sekä Kino Iiriksen että Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen yhteystiedot. Kino Iiriksen yhteystiedot ovat myös jokaisen sivun alareunassa, jolloin niitä ei tarvitse etsiä, jos haluaa nopeasti soittaa elokuvateatteriin esimerkiksi lippuja varatesaan.

Internetsivuihin tulee jatkossakin panostaa ja ne tulee pitää ajan tasalla sillä suurin osa kävijöistä hakee tietonsa tätä kautta. Myös lehti-ilmoittelua tulee jatkaa tulevaisuudessakin. Facebook tulee varmasti jatkossakin olemaan tärkeä kanava asiakkaiden aktivoinnissa elokuvien käynnin suhteen, myös sitä tulee kehittää eteenpäin.

8 POHDINTA

Työssäni suunnittelin ja toteutin uuden visuaalinen ilmeen elokuvateatteri Kino Iiriksellemme tutkimuskysymyksen mukaisesti: ”Millainen visuaalinen ilme tukisi paremmin elokuvateatteri Kino Iiriksen arvoja, palvelisi paremmin nykyistä käyttäjäryhmää ja houkuttelisi myös uusia asiakkaita?”. Tietoa nykyisistä asiakkaista sekä heidän mielipiteistään ja toiveistaan sain Camomilla Penttisen tutkimuksessa ja Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen työntekijöiltä.

Käytin runsaasti aikaa perehtyen elokuvateatterin historiaan sekä yrityksen ideologiaan ja tarpeisiin. Tämä oli tärkeää, jotta sain pohjan suunnittelulleni ja varmuuden, että ilmeuudistuksesta tulee elokuvateatterin näköinen. Suunnittelun pohjana olivat myös asiakkaat. Kuten visuaalisen markkinoinnin lähtökohtana on, määrittelin asiakasryhmät Camomilla Penttisen tutkimuksen pohjalta ja suunnittelin visuaalisen ilmeen, joka on iloisempi ja avoimempi, puhuttelee nykyisiä kävijöitä ja on houkutteleva myös uusille asiakkaille. Uusi ilme tukee asiakkailta jo olemassa olevia mielikuvia Kino Iiriksestä: Kino Iris on tunnelmallinen, idyllinen, kodikas, viihtyisä ja rauhallinen.

Suunnittelin uuden yritystunnuksen, käyntikortin, elokuvaaliput, elokuvapassin, kirjekuo-ret, lomakepohjat, sisäänkäynnin teippaukset sekä www-sivujen layoutin. Sarjalippupaketin myötä Kino Iris pystyy entistä enemmän vastaamaan kävijöiden tarpeisiin, sarja-

lippu-paketin voi antaa myös lahjaksi. Www-sivuista tulee helppokäyttöisemmät, Kino Iiriksen julkisivu kohentuu ja lomakkeiden mallipohjat helpottavat työntekijöiden arkea.

Työni projektin parissa tulee vielä jatkumaan, koska lopullista päätöstä uudesta visuaalisesta ilmeestä ei ole tehty Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen puolesta. Töitä riittää myös erilaisten sovellusten parissa liittyen elokuvateatteri Kino Iiriksen toimintaan, kuten uuden esitteen tekemisessä ja www-sivujen tarkemmassa suunnittelussa ja toteuttamisessa.

Opinnäytetyölle annettu aika ei ollut riittävä näiden kahden isomman kokonaisuuden tekemiseen. Kino Iiriksen uusi visuaalinen ilme tullaan lanseeraamaan joko tänä vuonna tai ensi vuoden aikana juhluvuoden kunniaksi.

Työni jatkuu mahdollisesti myös Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen ilmeen uudistamisen parissa, tästä esimerkkinä PHEK:n jäsenkorttiuudistus. Elokuvakeskuksen ilmeen uudistamisesta tulee vielä neuvotella PHEK:n hallituksessa ja päästä yhteisymmärrykseen mahdollisista toimenpiteistä.

Opinnäytetyön aikataulu oli tiukka, mutta pitäydyin alkuperäisessä suunnitelmassani varsin hyvin. Työ oli opettavainen ja toimin itsenäisenä suunnittelijana koko työn ajan. Mielestäni onnistuin suunnittelutyössä hyvin, saavutin itselleni asettamani tavoitteet ja elokuvateatteri Kino Iiriksen kanssa työskentely oli mieluista. Toivon, että uusi visuaalinen ilme miellyttää jatkossakin niin Kino Iiriksen työntekijöitä kuin vanhoja että uusia asiakkaita.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Anttila, Pirkko 2000: Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Taito-, taide- ja muotoilualojen tutkimuksen työvälineet. Helsinki: Akatemi.

Halila, Aimo 1985: Lahden historia. Lahti: Lahden kirjapaino- ja sanomalehtiosakeyhtiö.

Huovila, Marja 2000: Vakaalla linjalla. Lahden Sos.-dem. Työväenyhdistys r.y. 100 vuotta, vuodet 1976-2000. Helsinki: Gummerus.

Itkonen, Markus 2003: Typografian käsikirja. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Kallio, Maija-Riitta, Niskanen, Riitta, Rautjoki, Ville-Matti, Savolainen, Kari, Siikaniemi, Päivi, Moisio, Heini, Lahden kaupunginmuseo 2007: Bongaa Lahti!, Aarnen ja Tenhon kaupunkiopas. Lahden taidemuseo. Lahden taidemuseon julkaisuja: Uusi sarja, nro 3, 2007.

Landa, Robin 1996: Graphic design solutions. New York: Delmar Publishers.

Loiri, Pekka. & Juholin, Elisa 1998: Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Informiestintä.

Mantere, Heikki 2005: Remontoitu Kino Iris odottaa taas elokuvayleisöä. Etelä-Suomen Sanomat. 14.10.

Nieminen, Tuula 2004: Visuaalinen markkinointi. Helsinki: WSOY.

Niskanen, Riitta 2000: Selvitys Lahden kulttuurihistoriallisesti arvokkaista kohteista. Julkaisija: Lahden kaupunginmuseo.

Parmela, Heikki 1990: Lahden vanhat elokuvateatterit. Hollolan Lahti, numero 1, 4–6.

Penttinen, Camomilla 2010: Pieni ja tunnelmallinen elokuvateatteri. – Asiakastutkimus elokuvateatteri Kino Irikselle. AMK-opinnäytetyö. Mikkelin ammattikorkeakoulu, kulttuurituotannon koulutusohjelma.

Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen hallitus 2010: PHEK:n vuosikertomus 2010

Rauhanlaakso, Esa 2007: The Blues Brothers eli 133 minuuttia Lahden elokuvateattereiden historiaa. Katuliite, julkaistu Etelä-Suomen Sanomissa 26.10.2007.

Sipiläinen, Petri 1979: Kansantalon uusi pornoelokuvateatteri. Etelä-Suomen Sanomat, 9.9.1979, 7.

Uusi Lahti, 2000: Malja 20-vuotiaalle Päijät-Hämeen elokuvakeskukselle. 21.10, 15.

Wheeler, Alina 2009: Designing Brand Identity. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Suulliset lähteet

Lehtinen, Markus 2011a. Asiakastapaaminen 7.1.2011, Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen toimisto.

Lehtinen, Markus & Perälä, Leena 2011b. Asiakastapaaminen 18.1.2011, Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen toimisto.

Lehtinen, Markus & Perälä, Leena 2011c. Asiakastapaaminen, 24.2.2011, Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen toimisto.

Lehtinen, Markus & Perälä, Leena & Koskinen-Laine, Ulla 2011d. Asiakastapaaminen, 1.3.2011, Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen toimisto.

Internet-lähteet

Coloria, 2011. Saatavissa: <http://coloria.net/varit/sininen.htm> [viitattu 13.3.2011]

Elokuvantaju, 2011. Saatavissa:

<http://www.taik.fi/elokuvantaju/oppimateriaali/tuotanto/klaffi.jsp> [viitattu 8.3.2011]

Europa Cinemas, 2011. Saatavissa: [http://www.europa-](http://www.europa-cinemas.org/en/infos_europa/index.php)

[cinemas.org/en/infos_europa/index.php](http://www.europa-cinemas.org/en/infos_europa/index.php) [viitattu 17.3.2011]

Filmikamari, 2011. Saatavissa: <http://www.filmikamari.fi/page.php?id=4> [viitattu 9.4.2011]

Finnkino, 2011, Saatavissa: http://www.finnkino.fi/cinemas/lahti_kuvapalatsi [viitattu 21.1.2011]

Linotype, 2011, Saatavissa: <http://www.linotype.com/57056/palatinolinotype-family.html#> [viitattu 9.4.2011]

Mistral-fontti, 2011, Saatavissa: <http://www.ascenderfonts.com/font/mistral.aspx> [viitattu 27.1.2011]

Yle Lahti, 2011a, Kino Iris on näyttänyt laatuelokuvaa jo 20 vuotta. Saatavissa:

http://yle.fi/alueet/lahti/2009/10/kino_iiris_on_nayttanyt_laatu elokuvaa_jo_20_vuotta_1085400.htm [viitattu 17.1.2011]

Yle Lahti, 2011b, Kino Irikselle ja teatteri Vanhalle Jukolle kunniaa. Saatavissa:

http://yle.fi/alueet/lahti/2009/12/kino_iirikselle_ja_teatteri_vanhalle_jukolle_kunniaa_1289146.html;jsessionid=608D9BA38CBDE3553846E68362A6E609?name=useFontSize&path=%2F&value=biggest&redirectUrl=%2Falueet%2Flahti%2F2009%2F12%2Fkino_iirikselle_ja_teatteri_vanhalle_jukolle_kunniaa_1289146.html&refresh=null [viitattu 17.1.2011]

KUVALUETTELO

Kuva 1. Mielikuvakartta. Katja Lumme 2011.

Kuva 2. Viitekehys. Katja Lumme 2011.

Kuva 3. Kansantalon Saimaankadun julkisivu sekä Kino Iiriksen sisäänkäynti. Katja Lumme 2011.

Kuva 4. Lahden entiset ja nykyiset elokuvateatterit. (nykyiset punaisissa laatikoissa). Anssi Hietamaan grafiikkaa mukailen, Katu 26.10.2007. Katja Lumme 2011.

Kuva 5. Kino Iiriksen sisäänkäynti. Katja Lumme 2011.

Kuva 6. Kino Iiriksen nykyinen logo. Katja Lumme 2011.

Kuva 7. Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen tunnus. Eila Sundelin 1987.

Kuva 8. PHEK:n jäsenkortti. Katja Lumme 2011.

Kuva 9. Kino Iiriksen www-sivut. Saatavissa: www.kinoiiris.com [viitattu 27.1.2011]

Kuva 10. Kino Iiriksen valokaappi ja -mainos. Katja Lumme 2011.

Kuva 11. Kuvapalatsin julkisivu. Saatavissa:
http://media.finnkino.fi/Files/images_670/kuvapalatsi_ulko_670.jpg [viitattu 5.4.2011]

Kuva 12. Kuvapalatsin sali. Saatavissa: <http://www.eurorscg.fi/finnkino-kuvapalatsin-avajaiset/> [viitattu 17.1.2011]

Kuva 13. Kino Iiriksen aulatila. Sami Kuusivirta 2009.

Kuva 14. Iirissali. Markus Lehtinen 2011.

Kuva 15. Lipunmyyntikoppi. Markus Lehtinen 2011.

Kuva 16. Yritystunnuksia.

Cafe Heila. Saatavissa: <http://www.lahtiguide.fi/fi/ruokaa-juomaa/kahvila-kariranta> [viitattu 23.1.2011]

Little Film Academy. Saatavissa:
<http://www.littlefilmacademy.com/movietheater.html> [viitattu 23.1.2011]

Taivaanranta. Saatavissa: <http://www.taivaanranta.com/> [viitattu 23.1.2011]

Kino Tapiola. Saatavissa:
<http://www.tapiolatoimii.fi/UserFiles/Image/KinoTapiola%20%20logo.png> [viitattu 23.1.2011]

Kahvila Kariranta. Saatavissa: <http://www.lahdensatama.fi/yritykset/kahvila-kariranta-oy> [viitattu 23.1.2011]

Teerenranta. Saatavissa: <http://www.lahdensatama.fi/yritykset/laivaravintola-teerenranta> [viitattu 23.1.2011]

Vizcinema. Saatavissa: <http://www.isugoi.com/wp-content/uploads/2010/11/vizcinema.jpg> [viitattu 23.1.2011]

Oskarin Piha. Saatavissa: <http://www.yogarocksturnaus.info/otteluohjelma.html> [viitattu 23.1.2011]

Kuva 17. Luonnoksia. Katja Lumme 2011.

Kuva 18. Erilaisia silmäaiheisia luonnoksia. Katja Lumme 2011.

Kuva 19. Filmikelan kehitystä. Katja Lumme 2011.

Kuva 20. Filmikela-idea. Katja Lumme 2011.

Kuva 21. Sulkijasilmä-, ihmishahmo- ja klaffisilmä-ideat. Katja Lumme 2011.

Kuva 22. Sulkiyasilmä -idea. Katja Lumme 2011.

Kuva 23. Ihmishahmo-idean luonnoksia. Katja Lumme 2011.

Kuva 24. Klaffisilmä-idean luonnoksia. Katja Lumme 2011.

Kuva 25. Liikemerkin jatkokehittely. Katja Lumme 2011.

Kuva 26. Liikemerkki ja logo yhdessä. Katja Lumme 2011.

Kuva 27. Liikemerkki ilman kaarta & tekstin sijoittelu. Katja Lumme 2011.

Kuva 28. Kino Iiriksen yritystunnus. Katja Lumme 2011.

Kuva 29. Palatino Linotype -fontin leikkaukset. Katja Lumme 2011.

Kuva 30. Kino Iiriksen tunnusvärit. Katja Lumme 2011.

Kuva 31. Käyntikortteja. Katja Lumme 2011.

Kuva 32. Kino Iiriksen elokuvacliput. Katja Lumme 2011.

Kuva 33. Sarjalippu-paketti. Katja Lumme 2011.

Kuva 34. Elokuvapasseja eri tunnusväreissä. Katja Lumme 2011.

Kuva 35. Kassimalli ja printtipaita. Katja Lumme 2011.

Kuva 36. C4- ja C5-kirjekuoret. Katja Lumme 2011.

Kuva 37. Julistepohja. Katja Lumme 2011.

Kuva 38. Uudistettu valokaappi ja -mainos. Katja Lumme 2011.

Kuva 39. Www-sivujen luonnos. Katja Lumme 2011.

Vk 1	Suunnitelman tekeminen Aineiston keruu Asiakastapaaminen 7.1 (haastattelu & jutteleminen mind mappini pohjalta)	Vk 8	Väliseminaari 16.2.2011 alustava sisällysluettelo produktiivisen osan suunnittelu menossa Asiakastapaaminen
Vk 2	Opinnäytetyön kirjoittamisen ohjaus 12.1 klo 10-17 + ohjaajan tapaaminen Tutkimussuunnitelman viimeistely Tiedonhankinta, lähdeaineiston hankinta ja siihen tutustuminen Kino Iiriksen historia ja alkuperäisen ilmeen tekijän selvittäminen & Iiriksen nykyisen visuaalisen ilmeen tutkiminen Kirjallisen kirjoittamista	Vk 9	SYYSLOMAVIKKO Asiakastapaaminen
		Vk 10	Ohjaajan kanssa yhteydenpito suunnittelun etenemisestä + palaute Visuaalisen ilmeen suunnittelua Teksin hiominen, välitarkastukseen valmistaminen ensi viikoksi
Vk 3	Suunnitteluseminaari 19.1, klo 14.30 Täsmennetty opinnäytetyön tutkimussuunnitelma Moodleen Hankkeistetun opinnäytetyön sopimus yhteistyötahon allekirjoittamana Lähdeaineistoon tutustuminen Kino Iiriksen tarpeiden määrittely ja Iiriksen nykyinen visuaalisen ilmeen tutkiminen Kirjallisen kirjoittamista Alustavaa luonnostelua Asiakastapaaminen, yritykseen tutustuminen, kohderyhmäanalyysi	Vk 11	Tekstin välitarkastus 14.3 (pääohjaaja ja äidinkielenopettaja) Tunnus valmis Asiakastapaaminen Ohjaajan tapaaminen + palaute tunnuksesta
		Vk 12	Raportin ja graafisen ohjeiston viimeistelyä
		Vk 13	Englannin kielen abstraktin tarkastus Raportin ja graafisen ohjeiston viimeistelyä
Vk 4	Kirjallisen kirjoittamista Opponenttien nimeäminen Asiakastutkimuksen analysointi Nykyisen visuaalisen ilmeen tutkiminen Luonnostelua	Vk 14	Raportti sekä graafinen ohjeisto valmis
		Vk 15	Työn luovutus 14.4 Esityksen tekeminen opinnäytetyöseminaariin
Vk 5	Kirjallisen kirjoittamista Visuaalisen ilmeen suunnittelua	Vk 16	Esityksen tekeminen opinnäytetyöseminaariin
Vk 6	Kirjallisen kirjoittamista Visuaalisen ilmeen suunnittelua Luonnosten (tunnusideoita) lähettämistä ohjaajalle arvioitavaksi + palautteen saaminen		
Vk 7	Visuaalisen ilmeen suunnittelua Väliseminaariin valmistautumista	Vk 17	Opinnäytetyöseminaarit 29.4 ja 2.5

Oma Pörrönalle –työpajat päiväkot- ja alakouluikäisille

9.11. klo 9.30 ja 10.30
12.-13.11. klo 9.30 ja 10.30

Nallepäivät laajenee ensimmäistä kertaa elokuvien lisäksi myös työpajoihin. Kino Iiriksen XII Nallepäivien yhteydessä järjestetään työpajoja, joissa tehdään viehättäviä Pörrönalleja. Työ tehdään valmiille pohjalle mosaiikkitekniikalla urkispaloista liimaamalla.

Tunnin verran kestävä työpajat on suunnattu päiväkot- ja alakouluikäisille. Mukaan mahtuu 15 lasta/paja. Työpajat järjestää yhteistyössä Taito Häme ry, EFEKTI – Lasten ja nuorten seudullinen kulttuurikeskushanke sekä Päijät-Hämeen Elokuvakeskus.

Pajailu tapahtuu Kansantalon Tammisalissa, Aleksanterinkatu 26 b.

Pajat ovat avoimia vain tilauksesta!
Paikkavaraukset Lahden kulttuuritoimelta, p. (03) 814 4775.

Liput 3€/lapsi, ohjaajat/aikuiset veloitusetta.



PUOLAN ELOKUVAVIIKKO KINO IIRIKSESSÄ



Jan Jakub Kolski
Jasminum
film pachnący miłością

Janusz Gajos Adam Ferency Krzysztof Pieczyński
Grażyna Błęcka-Kolska Bogusław Linda

Ti 23.10. klo 15.30 Jasminum
Ke 24.10. klo 15.30 Kaaos
To 25.10. klo 15.30 Avustajat

Tekstitykset vain englanniksi!

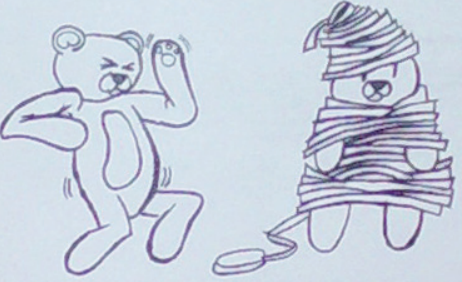
VAPAA PÄÄSY!


Järjestäjät: Lahden Suomi-Puola -yhdistys, Suomi-Puola Yhdistysten Liitto ry
Päijät-Hämeen elokuvakeskus/Elokuvateatteri Kino Iiris, Puolan suuriähtestyö

KINO IIRIKSEN NALLEPÄIVÄT 14.-24. 4. 2009

Arkisin klo 900 ja 1000
Liput 2 euroa/lapsi

Varaukset: 040-8424500
Kino Iiris, Saimaankatu 12



 **OMALIPPU**

kinoiris


Pvm: ___/___/___

Elokuva: _____

Allekirjoitus: _____

Nimen selvennys: _____

Vain yksi seuralaislippu / elokuva

 **SEURALAISLIPPU**

kinoiris

Pvm: ___/___/___

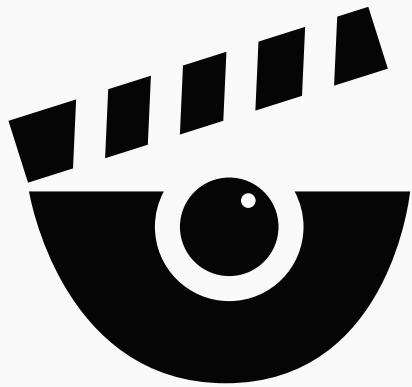
Elokuva: _____

Allekirjoitus: _____

Nimen selvennys: _____

Vain yksi seuralaislippu / elokuva





Kino Iris
ELOKUVATEATTERI

Graafinen ohjeisto

Tekijä: Katja Lumme

Tunnus

Elokuvateatteri Kino Iriksen yritystunnus koostuu mustasta klaffisilmäliikemerkestä sekä Kino Iriksen -logotyypin Honey Script sekä Lithos Pro-fonteista. Alla kuvassa tunnuksen musta versio sekä negatiivi.

(Huom: negatiivi-tunnuksessa ei ole mustassa tunnuksessa olevaa valkoista pistettä, pelkistäminen tehty tarkoituksella.)



Tunnuksen suoja-alue

Tunnuksen suoja-alue on merkitty alla olevaan kuvaan ja se määrittää aina liikemerkin keskiympyrän koon mukaan.



Tunnuksen minimikoko

Tunnuksen pienin sallittu koko suoja-alueineen on 30 mm.



30 mm

Tunnuksen käyttö

1. Tunnusta ei saa venyttää.



2. Logoa ei saa käyttää ilman liikemerkkiä, paitsi:

Tunnusta ei saa käyttää pienempänä kuin 30 mm koossa, mutta jos se on **välttämätöntä**, tulee käyttää pelkkää logoa.



3. Tunnusta ei saa käyttää muussa kuin tunnukselle määritellyssä värissä.



4. Tunnusta ei saa käyttää liian tummalla pohjalla.

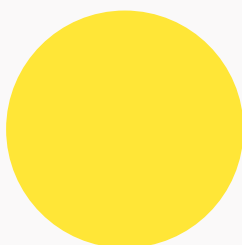


5. Tunnuksen suoja-alueita tulee kunnioittaa, sillä ei saa olla tekstiä tai muita tunnuksia.

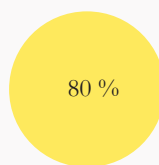


Värit

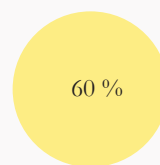
Kino Iriksellä on kolme tunnusväriä, joiden värimääritelmät näet alla. Värejä voi käyttää myös vaaleammissa sävyissä tarvittaessa.



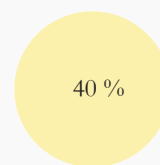
PMS: 115C
CMYK: 0 6 87 0
RGB: 250 220 65



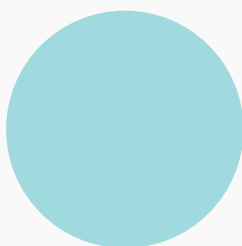
80 %



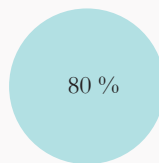
60 %



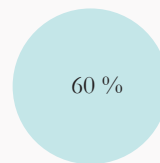
40 %



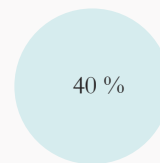
PMS: 324C
CMYK: 35 0 13 0
RGB: 156 220 217



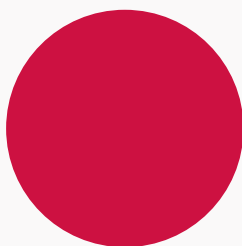
80 %



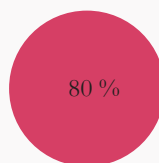
60 %



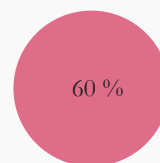
40 %



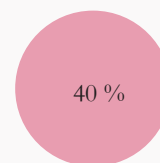
PMS: 200C
CMYK: 3 100 66 12
RGB: 183 18 52



80 %



60 %



40 %

Typografia

Kino Iiriksen talofonttina käytetään Palatino Linotype -fonttia. Palatino Linotype toimii hyvin painettuna kuin myös tietokoneen näytöllä.

Palatino Linotype

abcdefghijklmnopqrstuvwxyääö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890
(Palatino Linotype, Regular, 12pt)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyääö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890
(Palatino Linotype, Italic, 12pt)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyääö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890
(Palatino Linotype, Bold, 12pt)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyääö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890
(Palatino Linotype, Bold Italic, 12pt)

SOVELLUKSET

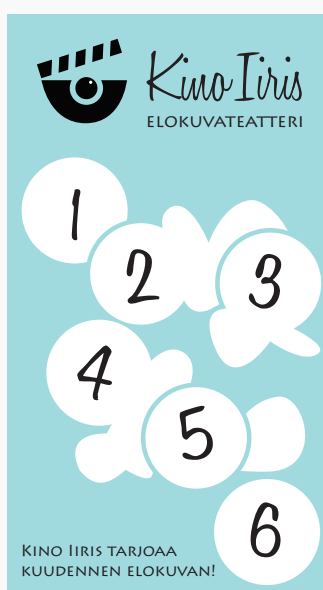
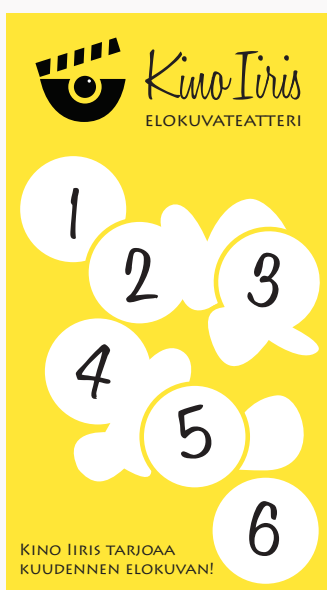
Käyntikortit

Kino Iirixen käyntikortti on kaksipuoleinen. Käyntikortin toisella puolella on Kino Iirixen tiedot ja toisella Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen tiedot.



Koko 90 x 55 mm

Elokuvapassit



Elokuvapassiin kerätään kuusi leimaa ja kuudennen elokuvakäynnin tarjoaa Kino Iiris (koko 90 x 55 mm).

Pääsyliput

Tavallisen, repäisykulmallisen pääsylipun rinnalla Kino Iriksellä on käytössä omalippu, seuralaislippu ja vapaalippu sekä sarjalippu-paketti.



Julistepohja

Julistepohjien avulla on helppo tiedottaa Kino Iirixen tapahtumista ja niitä voidaan painaa kaikissa Kino Iirixen tunnusväreissä.



Kirjelomakepohja

Kirjelomakepohja on MS Word -mallipohja, jota on helppo käyttää ja asiakirjoista tulee yhdenmukaiset.



ASIAKIRJAN TYYPPI

18.3.2011

Vastaanottajan nimi (Palatino Linotype, 10 pt)
Jakeluosoite
00000 Postitoimipaikka

Asiakirjan otsikko (Palatino Linotype, bold, 12 pt)

Tähän tulee tiivistä asiakirjan sisältö.

Kappaleotsikko (Palatino Linotype, 12 pt)

Tähän kirjoitetaan asiakirjan varsinainen sisältö.

Lopputervehdys

(allekirjoitus tulee tähän kohtaan, poista tämä rivi ennen tulostusta)

Lähtäjän nimi
Tehtävänimike

Elokuvateatteri Kino Iris
Saimaankatu 12
15140 Lahti
puh. 040 8424500
kinoiiris@kinoiiris.com

Laskupohja

Laskupohja on MS Word -mallipohja, jota on helppo käyttää ja asiakirjoista tulee yhdenmukaiset.



LASKU

Vastaanottajan nimi
Jakeluosoite
00000 Postitoimipaikka

Laskun päiväys: 14.4.2011
Eräpäivä: 21.4.2011
Laskunumero: 2345

Laskuerittely

Tähän tulee laskun erittely kirjoitettuna esim. Kino Iirixen salivuokra 300 euroa.

Yhteensä	300 €
Veroton	243,90 €
Alv. 23 %	56,10 €

Elokuvateatteri Kino Iris
Saimaankatu 12
15140 Lahti
puh. 040 8424500
kinoiris@kinoiris.com

Saajan tilinumero	FI60 5542 7120 0112 09	Tilisiirto		
Saaja	Elokuvateatteri Kino Iris	Käytähän laskua maksaessasi vain laskussa mainittua tiliä ja viitenumeroa.		
Maksaja	Malli Maksaja			
Allekirjoitus	_____	Viitenro	123 456	
Tililta nro		Eräpäivä	14.4.2011	EUR 20,11

Kirjekuoret

Kuorissa on Päijät-Hämeen elokuvakeskuksen sekä Kino Iirixen yritystunnukset kuorien vasemmassa yläreunassa (10 mm vasemmasta reunasta, 5 mm yläreunasta).

Kirjekuorina käytetään ikkunattomia C4- ja C5-kokoisia kirjekuoria. Osoitetiedot tulostetaan osoitetarroille.



Sisäänkäynti

Elokuvateatterin sisäänkäynnin piristämiseksi uusi visuaalinen ilme näkyy myös elokuvateatterin valokaapissa sekä -mainoksessa.



Lehtimainokset

Lehtimainospohjat Etelä-Suomen sanomiin sekä Uusi Lahti -lehteen.



Etelä-Suomen
Sanomat,
koko 45 x 90mm



Uusi Lahti,
koko 87 x 135 mm

Kassi ja paita

Alla ehdotukset kassi- ja paitamalleista.
Väritys: Kino Iriksen tunnuskäsit.

