

Minna Aalto

Cumbre Mundial del Tango

Graafinen ilme – yhteinen muoto

Opinnäytetyö

Syksy 2011

Kulttuurialan ja muotoilun yksikkö

Muotoilun koulutusohjelma

Graafinen muotoilu



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Kulttuurialan ja muotoilun yksikkö

Koulutusohjelma: Muotoilun koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Graafinen muotoilu

Tekijä: Minna Aalto

Työn nimi: Cumbre Mundial Del Tango, Graafinen ilme – yhteinen muoto

Ohjaaja: Saija Sillanpää

Vuosi: 2011

Sivumäärä: 48

Liitteiden lukumäärä: 2

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, kuinka kootaan yhtenäinen graafinen ilme Seinäjoella 2011 järjestettävälle Cumbre Mundial del Tango-tapahtumalle. Työn yhteistyökumppanina oli Seinäjoen ammattikorkeakoulu ja se oli myös osa tapahtumanjärjestäjien ja Euroopan espanjankielisten maiden verkostoitumista kulttuurivaihdon saralla. Muut järjestäjät ovat Seinäjoen ammattikorkeakoulu ja Seinäjoen Tangomarkkinat Oy.

Tutkimuskysymys, johon pyrittiin vastaamaan oli millä graafisilla elementeillä luodaan graafinen ilme suomalaisille musiikkitapahtumille. Tutkimusmenetelmä, jolla tätä selvitettiin oli viidelle erilaiselle musiikkitapahtumalle tehty ilmeanalyysi. Kaikki tutkittavat tapahtumat olivat suomessa järjestettäviä, koska tämä opinnäyte keskittyi erityisesti suomalaisiin graafisiin ilmeisiin ja kuinka tuoda mukaan suomalaisia ilmepiirteitä tähän tapahtumaan.

Tämän opinnäytetyön produktiivisena osana syntyi yhteistyönä toisen muotoilun opiskelijan, Malena Haglundin, kanssa graafinen ohjeisto Seinäjoella 2011 järjestettävälle Cumbre Mundial del Tango-tapahtumalle.

Avainsanat: graafinen ilme, ilmeanalyysi.

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Culture and Design

Degree programme: Design

Specialisation: Graphic design

Author/s: Minna Aalto

Title of thesis: Cumbre Mundial del Tango, Graphic Identity – One Form

Supervisor(s): Saija Sillanpää

Year: 2011

Number of pages: 48

Number of appendices: 2

The aim of this study was to research how to combine a harmonious graphic identity for Cumbre Mundial del Tango, an international tango event which takes place in Seinäjoki Finland in 2011. The work was commissioned by the Seinäjoki University of Applied Sciences and was also a part of the network in the field of cultural exchange between the event organizers and the European Spanish-speaking countries. Other organizers are city of Seinäjoki and the Seinäjoki Tango Festival.

The research problem was to find out which elements should be needed for the creation of a graphic identity for Finnish music events. The research method was graphic identity analysis using the graphic identities for five different music events. All of the events were organized in Finland because this study focused on Finnish graphic identities and how to bring Finnish visual characteristics to this particular event.

The productive part of this thesis consisted of a manual of a graphic guideline for the Cumbre Mundial del Tango and was carried out in co-operation with another design student Malena Haglund.

Keywords: graphic identity, analysis of graphic identity.

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ	4
1 JOHDANTO	5
2 LÄHTÖKOHDAT ILMEELLE	6
2.1 Graafisen ilmeen tavoitteet.....	6
2.2 Cumbre Mundial del Tango	15
2.3 Ilmeen kohderyhmät.....	16
3 KUINKA RAKENNAN GRAAFISEN ILMEEN	17
3.1 Tutkimusongelma	17
3.2 Suomalaisuus ilmeen rakentamisessa	18
3.3 Tutkimuksen toteutus	18
3.3.1 Kuva-analyysi.....	30
3.3.2 Tulokset ja johtopäätökset.....	30
4 YHTEINEN MUOTO	35
4.1 Ilme eri sovelluksissa	35
4.2 Graafinen ohjeisto	40
4.2.1 Käyttäjien vaikutus muotoon	40
4.2.2 Ohjeistuksen tasot.....	41
5 HYÖDYNNETTÄVYYS	44
5.1 Tulokset.....	44
5.2 Palaute	45
6 PÄÄTÄNTÖ	46
LÄHTEET	47
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aloitan enemmän kuin mielelläni Robin Landan, kirjassaan *Thinking creatively*, kirjoittamin sanoin: Vaikka loistavat ratkaisut ehkä pulpahtavat joidenkin suunnittelijoiden päähän kuin Athena Zeuksesta, useimmat hyvät suunnittelijat seuraavat samoja perustavaa laatua olevia vaiheita metsästäessään ratkaisuja. Ja nämä vaiheet, joita työtä toteuttaessani itse myös muotoilullisen ajatteluni tukena käytin, ovat:

- tavoitteiden määrittäminen ja toimintasuunnitelman kehittäminen

- suunnittelutyön kriteerien määrittäminen

- tiedonhankinnan tekeminen

- konseptin luominen

- suunnittelu.

(Landa 1998, 10.)

Opinnäytetyö koostui kahdesta osasta: produktiivisena osana toteutin toisen graafisen muotoilun opiskelijan, Malena Haglundin, kanssa yhteistyönä Seinäjoella järjestettävän Cumbre Mundial del Tango-tapahtuman graafisen yleisilmeen suunnittelun ja graafisen ohjeistuksen. Toinen ja samalla yksilöllinen osuus tässä työssä oli tutkimus sekä tutkimuksen, sen tuloksien ja koko projektin kirjallinen raportointi. Tutkimusosuudessa keskityn tutkimaan miten graafinen ilme lähinnä suomalaisille musiikkitapahtumille on rakennettu. Analysoin tapahtumien graafisia ilmeitä ja näiden analyysien tuloksia käytin tukena Cumbre Mundial del Tango-tapahtuman ilmeen suunnittelussa. Esittelen työn kokonaisuutena, menemättä liikaa yksityiskohtiin, koska graafinen ilme on yhteinen muoto ja tämän kokonaismuodon toimivuutta työssäni etsin.

2 LÄHTÖKOHDAT ILMEELLE

Tässä tämän kirjallisen työn ensimmäisessä osiossa käsitellään työn lähtökohtia alkaen toimeksiannosta ja päättyen tavoitettavaksi halutun kohderyhmän avaamiseen. Käsittelyyn sisältyy työn tilaajien ja itse tapahtuman historian sekä tavoitteiden esittely.

2.1 Graafisen ilmeen tavoitteet

Graafinen suunnittelu on visuaalista kommunikaatiota. Visuaalinen kommunikaatio yhdistää puheen, kirjoitetun kielen ja kuvakielen esteettisesti miellyttäviksi viesteiksi. Nämä viestit yhdistyvät yleisön kanssa älyllisillä ja tunteellisilla tasoilla ja antavat heille olennaista tietoa. Oikein toteutettuna graafinen suunnittelu identifioi, tiedottaa, ohjeistaa, tulkitsee ja jopa suostuttelee katsojansa johonkin. On tärkeää, että viestin lähettäjä ja sen vastaanottaja puhuvat samaa visuaalista kieltä – näin ollen suunnittelija toimii viestien tulkkina ja kääntäjänä. Visuaalisesti esitettävän tiedon määrän vähentäminen luo ytimekkäämmän ja selkeämmän suunnittelutyön – kommunikaation kaikkien muotojen päämäärän. (Hembree 2006, 14.)

Seinäjoen kaupunki, yhteistyökumppanimme, odotti meiltä tapahtuman graafista ohjeistoa. He odottivat meiltä ehdotuksia ilmeen käytöstä, tapoja ja esityspaikkoja. Ilmeen eri sovelluksille etsittiin siis omat ratkaisunsa. Konkreettisesti he siis odottavat saavansa graafisen ilmeen käyttö-oppaan, ohjeiston, jolla selvennetään tapahtuman graafisen ilmeen käyttötarkoitukset ja -tavat. (Kråknäs, 1.3. 2010.)

Ilmeen ja sen ohjeistamisen pohjaksi meille tarjottiin kaupungin jo valmiiksi muotoilija Miia Pöytälaaksolla teettämä tunnus. (KUVA 1).



KUVA 1. Alkuperäinen Cumbre Mundial del Tango Seinäjoki 2011 tunnus.
Suunnittelija: Mia Pöytälaakso.

Tämä aiheutti meissä ihmetystä, koska tunnus on graafisen ilmeen peruselementtejä ja yleensä niin liitoksissa ilmeeseen, että se ainakin oman ammatillisen mielipiteeni mukaan kannattaa sisällyttää ilmetilaukseen eli antaa saman suunnittelijan, tai tässä tapauksessa suunnittelijoiden, tehdä sekä tunnus että koko muu ilme. Tutkimussuunnitelmaani sopi tämäkin vaihtoehto eli jonkin valmiin elementin, kuten tunnuksen, pohjalta pystyisin aloittamaan tutkimuskysymykseni vastauksiin nojaavan produktiivisen työn. Ainakin näin vielä ajattelin projektin alussa. Ajattelin tunnuksen kuin tunnuksen ympärille olevan mahdollista rakentaa helposti kokonainen tapahtumailme. Muotoiluprosessista tuli kuitenkin ajateltua haastavampi.

Lähemmin tarkasteltuna tämä tunnus ei kuitenkaan ollut aivan tunnus, se ei oikein täyttänyt tunnuksen määritelmän vaatimuksia. Tunnus voi olla pala kirjoitusta, symboli, kuva, tai yhdistelmä mistä vain näistä tai kaikista (Newark 2002, 120.) Meille ilmeen pohjaksi annettu tunnus koostui liikemerkistä sekä logotyypistä ja tämä kyllä toimi siinä mielessä, että ne oli saatu näyttämään hyvältä yhdessä.

Lukuunottamatta tiettyä jämäkkyyden puutetta, jota olisi saatu mukaan esimerkiksi tasaamalla logotyyppi liikemerkin kanssa, niin että tunnus kokonaisuudessaan olisi muodostanut tasaisen nelikulmion muodon. Tästä teimmekin yhdessä Malena Haglundin kanssa muutosehdotuksia (KUVA 2).

Newarkin kirjassa *What is graphic design* suunnittelijat (Mobilille ja Chase Manhattan Bankille monien muiden joukossa tunnuksia suunnitelleet) Ivan Chermayeff, Tom Geismar ja Steff Geisbuhler kertovat, että tunnus on sekä muoto että pääsisältö, mielikuva ja idea. Tehokkaan tunnuksen muotojen tulee olla tarpeeksi tuttuja tunnistettaviksi ja tarpeeksi epätavallisia jäädäkseen mieleen. Muotoilun on oltava tarpeeksi yksinkertainen tullakseen luetuksi silmänräpäyksessä ja tarpeeksi rikas yksityiskohdissaan tai sisällössään ollakseen kiinnostava. (Newark 2002, 120.) Liikemerkki ei yksinäänkään toiminut tarvittavan pienessä koossa. Yksinkertaisen ja näin ollen myös mieleenjäävän muotoilun pitää toimia sekä isossa että pienessä koossa. Se meni pienennettäessä epäselväksi, eikä sen tunnistettavuus näin ollen säilynyt. Teimme tunnusehdotelmia myös tämän seikan parantamisesta muokkaamalla myös alkuperäisen tunnuksen liikemerkkiä (KUVA 2). Newarkin kirjassa referoitujen suunnittelijoiden mukaan tunnuksen pitää olla myös tarpeeksi nykyaikainen heijastaakseen aikaansa, ei kuitenkaan siinä määrin, että se vanhenee ennen kuin vuosikymmen on ohi. Viimeiseksi sen on oltava muistettava ja ideoihin ja tapahtumiin sopiva, joita se kuvaa (Newark 2002, 120.) Näissä viimeisissä kohdissa tunnus kyllä onnistui, mutta mielestäni muotoilijana tästäkään onnistumisesta ei ole mitään hyötyä jos tunnus on jo epäonnistunut perustavampaa laatua olevissa edellytyksissä ja vaatimuksissa, kuten selkeydessä, nopeassa luettavuudessa ja yksinkertaisessa toimivuudessa.

Logovariaatiot



Logo negatiivi

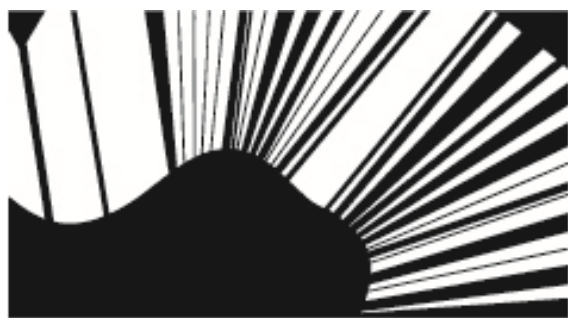


Minimi 20 mm



KUVA 2. Havainnekuvia tunnusvariaatioiden toimivuudesta.

Muotoilijoiden ominaisuudessa teimme siis tunnuksen muutosehdotuksia, joihin edellä viittasin, parantaaksemme sen toimivuutta sekä saadaksemme sen paremmin istumaan tunnuksen määritelmiin. Päätimme tarjota myös itse alkuperäisen tunnuksen pohjalta suunnittelemiamme, tunnuksen määrittelyyn käyviä tunnusehdotuksia asiakkaamme käytettäväksi (KUVA 3, KUVA 4). Lopullinen päätöshän on aina asiakkaan, mutta muotoilijan ammattiin kuuluu ohjata asiakasta oikeaan suuntaan ja yhdessä päästä mahdollisimman hyvään ja toimivaan lopputulokseen. Tämä pätee työelämässä, mutta ymmärrän ja tiedostan kyllä samalla muotoilun koulutuksellisen puolen ajattelun muotoilijan ainoasta oikeasta mielipiteestä. Eihän asiakas yleensä ole se, joka muotoilullisten ratkaisujen oikeuden ja sopivuuden kulloiseenkin tilanteeseen parhaiten tietää saati ymmärtää. Muotoilijan työhön kuuluu osata viedä muotoilullinen vastauksensa asiakkaan ongelmaan läpi sinä ainoana oikeana. Oma henkilökohtaisempi muotoilullinen ajatteluni kuitenkin tukeutuu enemmän asiakkaan ja muotoilijan väliseen kompromissiin, jolla on hyvät mahdollisuudet onnistuessaan johtaa hyvään graafisen suunnittelun työhön silläkin.



**Cumbre Mundial
del T A N G O**
SEINÄJOKI FINLAND 2011



**Cumbre Mundial del
TANGO 2011**
SEINÄJOKI FINLAND



**Cumbre Mundial
del T A N G O**
SEINÄJOKI FINLAND 2011



**Cumbre Mundial del
TANGO 2011**
SEINÄJOKI FINLAND

KUVA 3. Tunnusehdotuksia.



KUVA 4. Tunnusehdotuksia värillä.

Ehdotelmat vakuuttivat asiakkaammekin ja käyttöönotto olisi ollut edessä, mutta alkuperäinen tunnus oli jo ehditty tilaamaan ja saamaan, jopa otettu käyttöön. Edessämme oli siis ainoana vaihtoehtona edetä sen puitteissa mahdollisimman paljon. Asiakas halusi siis loppujen lopuksi säilyttää alkuperäisen liikemerkin alkuperäisessä muodossa, ja logotyypeistä valittiin alkuperäisen muunneltu versio, jossa tango-sanan kirjainten välistykset harvennettiin ja logotyypin teksti tasattiin liikemerkin kanssa, joten hieman selkeyttä saimme tuotua verrattuna alkuperäiseen tunnukseen (KUVA 5). Tästä lähdimme sitten ilmettä viemään eteenpäin kohti yhtä kokonaista ja yhtenevää muotoansa.



KUVA 5. Lopullinen CMT 2011-tunnus.

Kuten jo tilatusta tunnuksesta voi päätellä (KUVA 1), ilmeen väreiksi kaavailtiin kaupungin taholta mustaa ja keltaista liittyen nimenomaan Seinäjoen kaupungin järjestämien aikaisempien tapahtumien yhteydessä käytettyihin tapahtumaväreihin. Näin haluttiin yhdistää Seinäjoen kaupunki hyvin voimakkaasti itse tähän nyt järjestettävään Cumbre Mundial Del Tango-tapahtumaan. (Kråknäs, 1.3. 2010.) Me tämän projektin toisen muotoilijan kanssa olimme kuitenkin hieman eri mieltä näin voimakkaiden, jo muiden Seinäjoen kaupunkitapahtumien yhteydessä käytettyjen värien yhdistämisestä tähän aivan omanlaiseensa tapahtumaan, jota on järjestämässä monta muutakin tahoa. Ja Cumbre Mundial Del Tango ansaitsi mielestämme myös aivan omana tapahtumanaan aivan oman värimaailmansakin, perustuen sen sisältöön ja välittämiin viesteihin sekä arvoihin. Tähän tarkoitukseen sopivan värimaailman lähtökohdat löysimme menemällä aivan tangon juurille Buenos Airesiin. Idea värimaailmaan lähti Buenos Airesin siirtolaisaikaisesta arkkitehtuurista ja väreistä (KUVA 6), joiden keskellä tango on syntynyt.



KUVA 6. Ideakollaasi Cumbre Mundial del Tangon värimaailmasta.

Tapahtuman graafinen ilme pitää sisällään itse tunnuksen lisäksi hyvin paljon muutakin. On niin isoja kuin pieniä tapahtumajulisteita sekä käsiohjelmia ja tapahtumaesitteitä. On myös paljon tapahtumakävijältä piiloon jäävää graafista materiaalia, kuten lehdistötiedotteita eli tapahtuman sisäiseen viestintään ja tapahtuman järjestäjien ja sponsoreiden sekä muiden yhteistyökumppaneiden välisessä kommunikaatiossa käytetty graafinen materiaali. Tämä materiaali voi olla sekä painettua että digitaalista.

Kaikki tapahtumien järjestäjät haluavat kahta asiaa: paljon osallistujia ja paljon rahaa sponsoreilta. Yhä paremmin tapahtumajärjestäjät oppivat, että graafisella suunnittelulla voidaan auttaa molempien saavuttamista (Deibler Finke 1999, 13). Tämänkin graafisen ilmeen päätarkoituksena on luoda kiinnostusta mahdollisimman laajalti kohdeyleisössä ja näin ollen tuoda tapahtumalle mahdollisimman suuri osallistujamäärä. Myös mahdolliset sponsorit kiinnostuvat paremmin visuaalisestikin kiinnostavasta, oikeita mielikuvia herättävästä

tapahtumasta, koska luonnollisesti se myös kiehtoo mahdollisia osallistujia ja tuottoakin tulee tätä kautta enemmän ja suuremmalla todennäköisyydellä.

2.2 Cumbre Mundial del Tango

Cumbre Mundial del Tango on tangomusiikin, tanssin ja kulttuurin kansainvälinen tapahtuma. Sana cumbre on myös kaupunkien muodostama yhteistyöverkosto, jossa kaupungit tekevät yhteistyötä mm. kulttuurin, osaamisen ja kaupunkikehittämisen aloilla. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.3.2010].) Seinäjoella järjestettävä Cumbre Mundial del Tango on ensimmäinen latinalaisen kulttuurialueen ulkopuolinen tapahtuma. Seinäjokea edeltävät tapahtumat ovat olleet Buenos Airesissa (1992), Granadassa (1994), Montevideossa (1996), Lissabonissa (1998), Rosariossa (2000), Sevillassa (2005), Valparaisossa (2007) sekä Barilocheassa (2009). (Seinäjoelle kansainvälinen Cumbre-tangotapahtuma. 2010. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.3.2010].)

Cumbre Mundial del Tangon tavoitteet ovat: tehdä maailmanlaajuisesti tunnetuksi tangon eri tulkintoja ja niiden luovaa luonnetta; luoda maailman suurten tangotaiteilijoiden johdolla tangomusiikin ja tanssin oppimistapahtuma, kannustaa maailman kaupunkien edustajia ottamaan kantaa, keskustelemaan ja vuorovaikutukseen keskenään pohtimaan kaupungistumisen ja tangon välisiä yhteyksiä, tyydyttää tangoon liittyvää akateemista kiinnostusta sekä tapahtumaan osallistuvien juhlimisen ja huvittelun tarpeita järjestämällä tangomusiikin ja tangotanssin kursseja sekä erilaisia juhlia ja tapahtumia, edistää osallistuvien kaupunkien turismiin liittyvien tavoitteiden toteutumista sekä kannustaa tangon harrastajia kaikkialta maailmasta kokoontumaan yhteen. (Vallejo Medina, 8.3.2010.)

Cumbre Mundial del Tango on luonteeltaan kovin erilainen suomalaisiin musiikkitapahtumiin verrattaessa, koska se on kansainvälinen tapahtuma. Tämä olisi otettava huomioon unohtamatta aivan täysin suomalaisen tangon luonnetta.

Päinvastoin nämä keskenään erilaiset tangokulttuurit olisi sulautettava yhteen. (Conference Committee kokous, 1.4.2010).

2.3 Ilmeen kohderyhmät

Cumbre Mundial del Tango-tapahtuman kävijöiksi halutaan maailmanlaajuisesti saada tangon kuuntelijoita ikään, sukupuoleen ja muihin meitä jokaista yhteiskunnallisesti määrittäviin seikkoihin katsomatta. Samalla tälle tapahtumalle halutaan tavoittaa aivan uudenlainen tangonkuuntelijakunta, nuorempi polvi. Halutaan selkeä ero Tangomarkkinoihin niin visuaalisessa, graafisessa ilmeessä kuin pääkohderyhmässäkkin (Vallejo Medina, 8.3.2010). Tämä loikin seuraavan haasteen muotoilulliselle prosessillemme: kuinka miellyttää jo olemassa olevia tangon ystäviä ja tangotapahtumien kävijöitä sekä tavoittaa samalla uutta kuuntelijakuntaa tämän tapahtuman kävijöiksi pitämällä mukana myös kansainvälisyys? Ilmeestä oli siis tehtävä tarpeeksi ”neutraali”, mutta kuitenkin raikas ja nuorempaan sukupolveenkin vetoava. Omalta osaltani, ja tutkimukseni tulosten kautta, toin mukaan suomalaisuutta. Malena Haglund taas toi mukaan kansainvälisyyttä, tutkimalla lähinnä yhden suuremman kansainvälisen tapahtuman graafisia ilmeitä vuosien ajalta omaan tutkimusosiinsa soveltuen.

Kohderyhmämme otin huomioon analysoimalla tapahtumia, joiden kohderyhmät olivat yhtäläillä laajoja, kuten Cumbre Mundial del Tangonkin. Tein ilmeanalyysin myös tapahtumille, joiden kohderyhmät koostuivat vain yhdenlaisesta kävijäryhmästä. Cumbre Mundial del Tangon haluttu kohderyhmä koostuu molemmista. Yhdistelemällä näitä analyyskejä ja pohjaamalla suunnitteluratkaisuni niiden tuloksiin, sain siis tarvitsemani kohderyhmän mukaan tapahtuman ilmeen suunnitteluun.

3 KUINKA RAKENNAN GRAAFISEN ILMEEN

Tässä osiossa käsitellään työn tutkimuksellista osaa alkaen tutkimusaiheesta ja päättyen tutkimuksen toteuttamisen ja sen keinojen avaamisen kautta tutkimustuloksiin ja niiden pohjalta tehtyihin johtopäätöksiin.

3.1 Tutkimusongelma

Tutkimuksen teko aikaisessa vaiheessa on askel kohti visuaalisten ongelmien ymmärtämistä ja ratkaisua. Ongelman perusteellinen tutkiminen auttaa suunnittelijoita kehittämään kokonaisvaltaisen ymmärryksen asiakkaasta, sen tavoitteista ja, ennenkaikkea siitä, mikä sopiva designratkaisu olisi. Tämä on tärkeää erityisesti, kun työskennellään uuden asiakkaan kanssa tai ennestään tuntemattoman toimialan puitteissa. Viestiäkseen tehokkaasti asiakkaan tarkoitetun viestin suunnittelijan pitää kerätä tarvittava tieto määritelläkseen ongelman kunnolla ja luodakseen sopivat ideat. (Hembree 2006, 42.)

Kysymys: Millä graafisilla elementeillä kootaan onnistunut graafinen ilme tangotapahtumalle?

Tutkimuksen kautta selviäviin vastauksiin voisi olettaa sisältyvän voimakkaita värejä, lennokasta viivaa, juhlavia fontteja ja mahdollisesti yksi tai useampi valokuva tanssista. Tässä vaiheessa mietin myös, että millä graafisen suunnittelun keinoilla voisi tuoda mukaan jotain uutta, parantaa tapahtuman ilmettä mahdollisesti uudella tavalla lähestymistavalla ja suunnitella myös toimiva toteutus. Tällaista jotain uutta mukaan tuodakseni saattaisin rikkoa tai soveltaa joitain graafisen suunnittelun konventioita, tarkoituksena luoda jotain uudella tavalla aihetta lähestyvää graafista suunnittelua. Toisaalta mietin myös, miksi keksiä jotain uutta tai rikkoa sääntöjä? Eivätkö jo toimiviksi todetut konventiot yhtä hyvin käy? Konventioiden etuna on sekin, että ihmiset ovat niihin jo tottuneet ja ymmärtävät niitä, pitävät niitä selkeinä. Näin ollen esimerkiksi ilmeen opastavasta osuudesta saataisiin selkeä ja ymmärrettävä

3.2 Suomalaisuus ilmeen rakentamisessa

Suomalaisuus ilmeen rakentamisessa, sen esille tuominen tämän tapahtuman visuaalisessa ilmeessä, oli osa tutkimusongelmaani. Tutkimuskysymykseen lähdin vastaamaan tutkimalla millaisia graafisia yleisilmeitä suomalaisille tango- ja musiikkitapahtumille on jo olemassa? Lähdin liikkeelle tutustumalla siihen, millaisia toteutuksia on jo olemassa ja erityisesti, kuinka tangoa on kuvattu näissä suomalaisten tapahtumien graafisissa ilmeissä.

3.3 Tutkimuksen toteutus

Sopivana tutkimuskeinona toteutin seuraavaa. Otetaan selville tapahtumanjärjestäjien halut ja mieltymykset näyttämällä luonnoksia graafisen ilmeen vaihtoehtoista. Kokouksesta, jonka yhteydessä tämä tapahtuu, kirjoitetaan muistio. Muistion sisältö puretaan ja analysoidaan. Tulosten pohjalta tehtyjen johtopäätösten mukaisesti jatketaan graafisen ilmeen kehittämistä.

Teen tämän tutkimuksen osuuden siis laadullisena. Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin. Niissä pyritään mm. kuvaamaan jotain ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä toimintaa tai antamaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 87.) Informanteiksi eli tiedonantajiksi valitsin tangotapahtuman järjestäjät ja aloin heidän kautta etsimään vastauksia esittämiini kysymyksiin graafisista elementeistä. Informanttien määrä on hyvä, kun vastaukset asettamiini kysymyksiin alkavat toistamaan itseään eli siinä vaiheessa minulla on sopiva määrä johtopäätöksiin käytettävää tietoa (Tuomi & Sarajärvi 2002, 87.) Mitkä värit miellyttävät? Millainen kuvituksen toteutus iskee? Mistä fonteista pidetään? Käytännössä näytimme tapahtumailmettä esittävän konseptiplanssin asiakaspalaverissa 1.4.2010 (Liite 1). Tarkoituksenamme oli näyttää asiakkaalle kokonaiskuva muotoilullisesta suunnastamme ja havainnollistaa se heille. Palaute oli ainoastaan positiivista ja samansuuntaista työlle asettamiemme tavoitteiden kanssa. (Conference Commit-

teen kokous, 1.4.2010.) Konseptiplanssin pohjalta jatkoimme ilmeen kehittämistä, josta myöhemmin teimme lopullisen ohjeiston ja viimeistellyn konseptiplanssin (Liite 2). Seuraavaksi etsin informanttien antamasta tiedosta, heidän mielipiteistään, yhteiset tekijät eli toistuvat mieltymykset joihinkin graafisiin elementteihin. Näistä yhteisistä tekijöistä saan itselleni pohjakaavan graafiselle ilmeelle.

Yleisin kysymys, joka tutkimuksen aineistonkeruun yhteydessä esitetään, koskee aineiston kokoa: kuinka paljon aineistoa täytyy kerätä, jotta tutkimus olisi tieteellistä, edustavaa ja yleistettävissä; usein kiinnostaa ennen kaikkea opinnäytteeksi riittävän aineiston koko. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 87.)

Eskolan ja Suorannan mukaan opinnäyte on tekijänsä harjoitustyö, jonka on tarkoitus osoittaa oppineisuutta omalla alalla. Tässä mielessä opinnäytteiden aineistojen koot voidaan asettaa omaan arvoonsa, eikä aineiston kokoa tule pitää opinnäytteen merkittävimpänä kriteerinä. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö aineiston koosta olisi syytä keskustella tai etteikö siihen olisi hyvä kiinnittää huomiota myös opinnäytetöissä, vaikkakaan ”ratkaisevaa ei ole aineiston koko vaan tulkintojen kestävyys ja syvyys” (Eskola & Suoranta 1996, 39). Voidaan myös Tuomen ja Sarajärven sanojen mukaan todeta, että laadullisissa tutkimuksissa, ovat ne sitten ammattikorkeakouluissa tehtyjä opinnäytetöitä tai yliopistojen progradu -töitä, eivät aineistojen koot vaihtelee merkittävästi, vaan pääsääntöisesti aineiston koko on pieni tai vähäinen verrattuna määrälliseen tutkimukseen. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 87.)

Toisena osuutena, lähinnä täydentävänä, toteutin myös Suomessa järjestettävien tango -ja musiikkitapahtumien graafisten ilmeiden analyysin, jossa keskityin ilmeeseen kokonaisuutena. Tein tämän aineistolähtöisenä ja laadullisena kuva-analyysinä lähtökohtana se, että tutkittavasta ilmiöstä jo tiedetään jotain. Aineistonhankinta oli näin ollen vapaata ja sen analyysi ja siitä raportointi aineistolähtöinen. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 101.) Otin mukaan informanteiksi sekä varsinaisia tangotapahtumia että muita kulttuuritapahtumia, joissa kaikissa kuitenkin musiikki ja tanssikin olivat osa tapahtumaa. Mukaan päässeet

tapahtumat myös olivat lähes kaikki sisällöltään laaja-alaisia tapahtumia, joissa oli yhtä monipuolinen tarjonta erilaista tapahtumaa ja virikettä. Kuten sekä tanssia, musiikkia että opetustilaisuutta. Tärkeää oli, kuinka tangoa graafisissa ilmeissä kuvataan, mutta mielestäni on yhtä tärkeää analysoida muidenkin kulttuurialan samankaltaisten tapahtumien ilmeitä. Tapahtumailme on aina tapahtumailme riippumatta tapahtuman laadusta ja sisällöstä. Sen, kuinka tango ilmentyy osana kuvallista viestintää tangotapahtumissa Suomessa sain siis mukaan tutkimukseen, mutta sain myös tapahtumailmeen rakentumisen yleisellä tasolla ja siitähän tässä myös on kyse.

Ensimmäisenä analysoin Helsingissä järjestettävän Maailma kylässä –tapahtuman (KUVA 7). Tämä tapahtuma sai alkunsa, kun Vaasan Kehityskaupungin aktiivit keksivät 1980-luvun puolivälissä hienon tavan esitellä kansalaistoimintaa. Syntyi Mahdollisuuksien tori, jota järjestetään edelleen vuosittain ympäri Suomea. Helsingin Mahdollisuuksien torista kasvoi ensimmäinen täysimittainen Maailma kylässä -festivaali vuonna 1995. Festivaali järjestettiin vuorovuosina Helsingin Mahdollisuuksien torin kanssa vuoteen 2005 asti. Siitä lähtien tori on ollut osa jokavuotista festivaalia. (Maailma Kylässä. 2010. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.3.2010].) Maailma kylässä festivaalista löytyy samanlaista monimuotoisuutta, kuin Cumbre Mundial del Tangosta. Tarkoitan tällä tapahtuman workshoppeja, konsertteja, esityksiä, musiikkia sekä tanssia.

[sh](#) | [Svenska](#) | [Yhteystiedot](#) | [Media](#) | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [Myspace](#)
 ELMA INFO YHTEISTYÖSSÄ NÄYTTÄILEÄSETTAJAT VAPAAOHJELMAT UUTISET

maailma kylässä
 world village festival

29.-30.5.2010 la 11-20 & su 11-18
 Kaisaniemen puisto & Rautatienatori, Helsinki






A Moving Sound (TPE)
 La 29.5. klo 14.30
 Naja Sheng Lin

tuuriohjelma julkaisu
 uusi tarjoaa parhaimman
 uuden musiikkia, tanssia,
 eria ja lastenohjelmia. Tutustu
 laelivikoniopun [aikatauluun](#).

Musiikkia yli rajojen
 ChooQuibTown, Mad Juana, A Moving
 Sound ja Vainuun edustavat
 festivaalin laistokasta artistitarjontaa.
 Viikonloppuun artistit
 kokonaisuudessaan [musiikki](#)-sivulla.

Green Festival Guide
 Kokosimme festivaalikavijalle
 vinkkejä, joiden avulla jokainen voi
 olla mukana tekemässä
 ympäristöystävällisempää
 tapahtumaa. Käy katsomassa [Green](#)
[Festival](#) -sivut.







maailma kylässä
 world village festival

24.-25.5.2008
 KAISANIEMEN PUISTO &
 RAUTATIENATORI - ILMAINEN!

KUVA 7. Ilmekollaasi Maailma Kylässä-tapahtumasta.

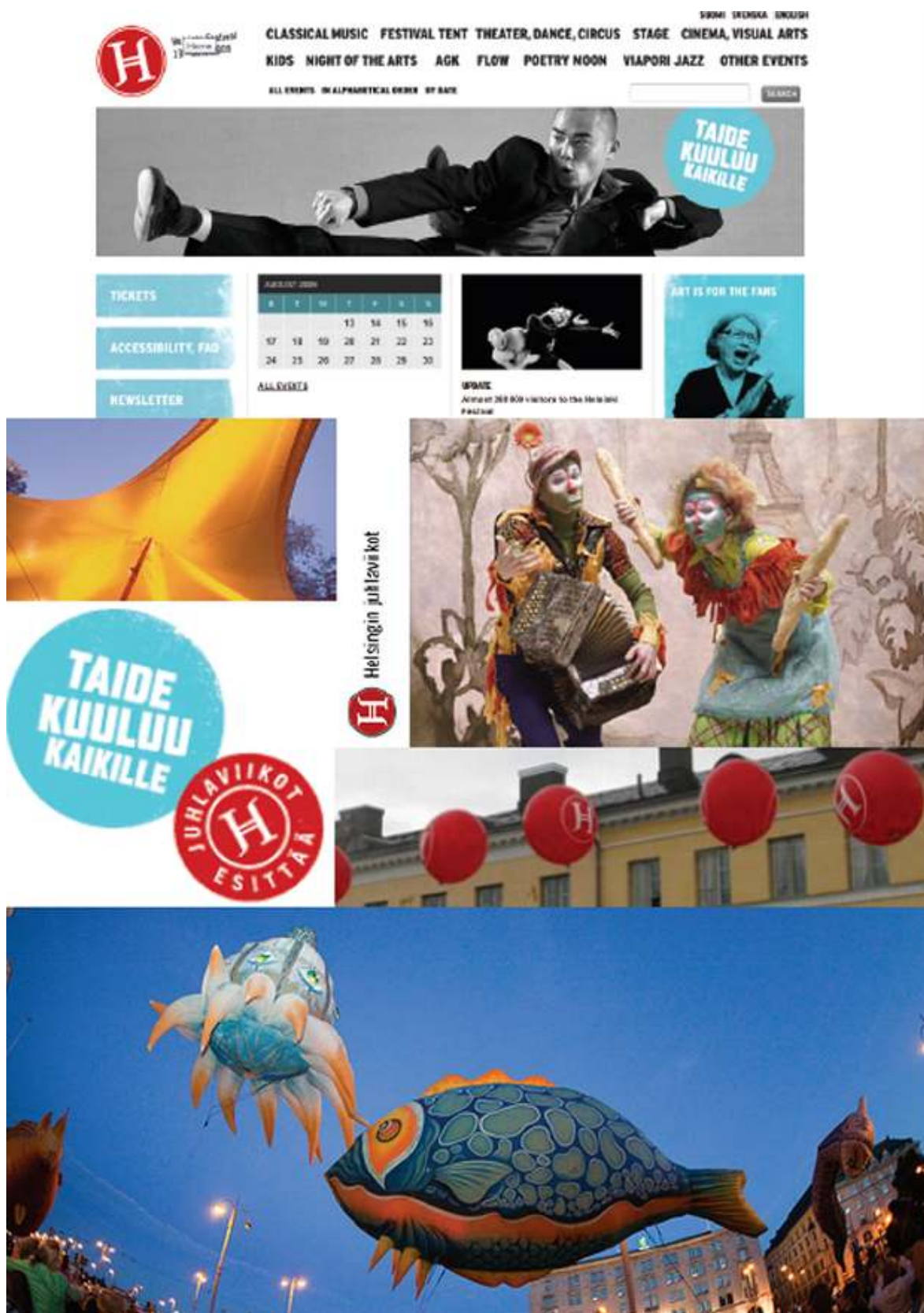
Seuraavaksi oli vuorossa Oulun Musiikkivideofestivaalit (KUVA 8), joka on musiikin ja liikkuvan kuvan kaupunkifestivaali. Elokuun viimeisinä lämpiminä iltoina Oulussa nähdään elokuvia ja videoita aamusta iltaan sekä kisataan Ilmakitaransoiton MM-kisat. Oulun Musiikkivideofestivaalit ry. perustettiin musiikkivideoita tekevien video-opiskelijoiden aloitteesta OKTO:n käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksessa (nyk. Oulun seudun ammattiopisto, Pikisaaren yksikkö) vuonna 1994. Kotimaisia musiikkivideoita esittämään perustettu festivaali on kasvanut rock-henkisillä oheistapahtumilla ja ohjelmisto laajentunut videosta elokuvaan. Nykyään kilpailutetaan myös kansainvälisiä musiikkielokuvia MusiXine-kilpailussa. OMVF ry on itsenäinen organisaatio. Oulun Musiikkivideofestivaalien kävijämäärä keikkuu 12 000 tienoilla - tapahtumasta on muodostunut kesän viimeisten lämpimien iltojen iloinen kansanjuhla, jossa kohtaavat nuoret ja nuorekkaat, niin musiikin kuin elokuvan ammattilaiset, harrastajat ja kuluttajat. (OMVF. 2010. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.3.2010].)

Tällä Oulussa järjestettävällä tapahtumalla on yhtä laaja-alainen kohdeyleisö, kuin Cumbre Mundial del Tangonkin halutun kohdeyleisön tulisi olla. Se sisältää sekä vanhempaa että nuorempaa kulttuurikävijää audiovisuaaliselta alalta. Pohjoisen sijaintinsa vuoksi tapahtuma täydentää hyvin vertailukohteideni maantieteellistä jakaumaa.



KUVA 8. Ilmekollaasi OMVF-tapahtumasta.

Helsingin juhlatiikot (KUVA 9) on Suomen suurin taidefestivaali, joka järjestetään vuosittain elo-syyskuun vaihteessa. Vuonna 2009 Helsingin juhlatiikoille osallistui 288 000 kävijää, joista maksullisiin tapahtumiin osallistui ennätyselliset 92 000 kävijää ja ilmaistapahtumiin 196 000 kävijää. Juhlatiikkojen vuoden 2009 ohjelmistossa oli musiikkia klassisesta maailmanmusiikkiin, sirkusta, tanssia, teatteria, ohjelmaa lapsille, elokuvia ja kaupunkitapahtumia. (Helsingin Juhlatiikot. 2010. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.3.2010].) Helsingin Juhlatiikot-tapahtumalla on paljon samoja tavoitteita esim. tanssin ja musiikin esille tuomisessa taidemuotona, kuin Cumbre Mundial del Tangolla. On hyvä olla analyysissä mukana Cumbre Mundial del Tangon kanssa samankaltainen tapahtuma, vaikka mittasuhteiltaan ja tarjonnaltaa hyvin paljon isompi ja laajempi tapahtuma onkin.



KUVA 9. Ilmekollaasi Helsingin Juhlaviikot-tapahtumasta.

Seinäjoen Tangomarkkinat (KUVA 10) analysoin jo senkin vuoksi, että se oli yksi Seinäjoen Cumbre Mundial del Tangon tapahtumajärjestäjätahoista ja samalla paikkakunnalla eli Seinäjoella järjestettävä. Tämä tapahtuma on aivan erilainen verrattuna tulevaan Cumbre Mundial del Tangoon, koska kohdeyleisö ei ole yhtä laaja-alaista ja on myös pääosin erilaista, kuin mitä tavoitellaan. Muutenkin tangon merkitys ja tavoitteet koko tapahtumalle ovat erilaiset. Mutta Cumbre Mundial del Tangon pitäisi tapahtumana vedota oman, aivan uuden kohdeyleisönsä lisäksi tähän tangomarkkinakansaankin.



KUVA 10. Ilmekollaasi Seinäjoen Tangomarkkinat-tapahtumasta.

Viimeisenä analysoitavana tapahtumana oleva Flow Festival (KUVA 11) on urbaani musiikki- ja kaupunkikulttuurifestivaali, joka järjestetään Helsingissä elokuussa osana Helsingin Juhlaviikkoja. Flow Festivalin ohjelma edustaa musiikkia, jota Flow'n tekijät pitävät itse tällä hetkellä kiinnostavana. Flow'n ohjelmassa yhdistyvät musiikin eri genret (mm. jazz, soul, elektroninen musiikki, indie, rock, folk) ja muu nykytaide ja kulttuuri (kuvataide, valokuva, visuaaliset sisällöt, muotoilu). Järjestäjien mukaan kiinnostavan ja ajankohtaisen ohjelman ohella Flow panostaa palveluihin ja tapahtumapaikan viihtyvyyteen, Suvilahden vanha voimalamiljö tarjoaakin loistavat puitteet hyväntuuliselle kaupunkifestivaalille. (Flow. 2010. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.3.2010].) Tämän festivaalin otin mukaan analyysiin, koska sen pääkohderyhmä osuu samaan Cumbre Mundial del Tangon halutun pääkohderyhmän kanssa. Flown pääasialliset kävijät koostuvat nuoremmista aikuisista, joihin uudemman aallon tangomusiikki myöskin vetoaisi. Uudemman aallon tango kun on hyvinkin sen kategorian musiikin sisällä, mitä Flow tarjoaa.



KUVA 11. Ilmekollaasi FLOW-tapahtumasta.

3.3.1 Kuva-analyysi

Analysoinnin kohteena tässä tutkimuksellisessa osiossa ovat tapahtumatunnus, tapahtuman värit, käytetty typografia, ilmeen toimivuus eri sovelluksissa, kuvitus sekä mahdollinen kulttuurinen konteksti. Puhun kulttuurisesta kontekstista vain mahdollisena, koska itse en näkemieni suomalaisten tapahtumailmeiden perusteella, sekä verratessani niitä ulkomaisiin tapahtumailmeisiin, huomaa mitään erityistä voimakasta suomalaista elementtiä, jolla suomalaisen tapahtuman visuaalisen ilmeen tunnistaisi juuri suomalaiseksi. Valitsin edellä mainitut seikat analysoinnin kohteiksi, koska ne ovat hyvin keskeisiä graafiselle ilmeelle ja tässä työssä myös muodostavat tapahtuman graafisen ilmeen.

Analyysirunkoni oli seuraavanlainen:

1. Tapahtumatunnus

- liikemerkki, logotyyppi vai molemmat?
- fontti
- värit
- tyyli

2. Värimaailma

- värien määrä (yhteensä koko ilmeessä)
- värien voimakkuus
- viestivätkö värit tapahtuman tunnelmaa

- värien käyttö (pienet vai suuret väripinnat? Onko muita funktioita kuin luoda tunnelmaa?)

3. Typografia:

- typografisten elementtien määrä
- fonttityyli (tunnelma)
- ilmeen tunnistettavuus eri sovelluksissa
- käyttö (onko toimiva käytötapa)

4. Kuvitus

- kuvituksen tyyli
- kuvituksen käyttö

5. Kulttuurinen konteksti

- näkykö?

3.3.2 Tulokset ja johtopäätökset

Etsiessäni suomalaisia tunnuspiirteitä analyysiin valitsemistani ilmeistä ja samalla selvittäessäni ilmeen eri osien käyttötapoja ja määriä niissä, minulle selvisi seuraavaa. Tunnuksena kaikissa tapahtumissa oli logotyyppi ja liikemerkki tai vähintäänkin liikemerkinä oli yksinkertainen väriläikkä. Kaikkien tapahtumien tunnusten liikemerkkiä ja logotyyppiä oli myös käytetty erillisinä. Kaikkien tapahtumien tunnusten fontti oli hyvin kyseisen tapahtuman tunnelmaa korostava. Tarkoitan tällä esimerkiksi fontin tanssinomaista lennokkuutta (Seinäjoen

tangomarkkinat) tai sen urbaaniutta (Flow). Käytetyimpiä värejä logotyypeissä olivat musta ja valkoinen. Liikemerkeissä puolestaan oli käytetty väreinä useimmiten punaista, mutta myös oranssia ja vihreää esiintyi. Logotyypin valkoinen tai musta oli siis neljässä tapahtumassa viidestä yhdistetty toiseen väriin.

Jokaisen ilmeen tunnus oli suunniteltu tyyliltään kuvastamaan itse tapahtumaa kuten esimerkiksi kyseisen festivaalin urbaania ja nuorta tunnelmaa (Flow). Kuvaamalla tanssiparia tangonliikkeessä esimerkiksi Seinäjoen Tangomarkkinoiden tunnuksen liikemerkissä luodaan katsojalle tapahtuman sisältöä osuvasti kuvaava mielleyhtymä. Saman tunnuksen liikemerkissä sydämen muoto kuvastaa tunnetta ja intohimoakin, joka tangoon liitetään. Tyyleistä löytyi myös hauskuutta, josta hyvä esimerkki oli Maailma Kylässä-tapahtuman tunnuksen muoto. Siinä pyöreällä muodolla kuvataan maailmaa ja muodosta mieleen tulevalla liikkeellä viestitään ”ympäri käydään, yhteen tullaan” –tyylisesti yhdistymisestä ja yhdessä olosta.

Tapahtumakohtaisesti eli yhden tapahtuman sisällä värien yhteismäärä oli vähintään neljä ja enintään kuusi. Värien voimakkuus oli yleisesti keskitasoa, mutta kuitenkin niin sanotusti pysäyttävää. Voimakkuutta oli myös haettu yhden ja saman värin käytöstä eri sävyinä. Värejä oli joko kokonaan tai osaksi murrettu. Harvemmin värien voimakkuus oli korkea, kontrastieroa löytyi ja värejä ei ollut murrettu. Värien voimakkuus löytyikin värien yhdistämisestä ja käytöstä. Värejä on murrettu ja ne ovat pehmeitä luoden lämpöä ja kutsuvuutta, joissakin tapauksissa hieman rosaa ”likaisuudellaan”: rock-asennetta.

Värit viestivät kaikissa tapahtumissa hyvin sen tunnelmasta. Värimaailma kutsuu kuuntelemaan hyvää musiikkia ja vetoaa urbaanilla tyylillään ja nuorella voimallaan (Flow). Värimaailma kutsuu kuuntelemaan, näkemään, kokemaan ja osallistumaan (Helsingin Juhlaviikot). Jos tapahtumalle on haettu hieman vanhempaakin kohderyhmää nuorten ja lasten lisäksi, värimaailma saattaa olla aika neutraali värien vähyydessä ja käytetyt värit eivät provosoi tai viesti mitenkään kohdentuen vahvemmin johonkin tiettyyn ihmisryhmään. Esimerkiksi

Oulun musiikkivideofestivaalien rosoinen värimaailma vetoaa enemmän nuorempaan kohderyhmään ja Helsingin Juhlaviikkojen osaksi viileämpi ja neutraalimpi värimaailma laajempaan kohderyhmään, johon kuuluu vanhempaakin sukupolvea. Kaikissa analyysin tapahtumissa värejä on käytetty selkeinä väripintoina ja muotoina tai sitten kuvituselementteinä. Funktiona väreillä on kaikissa ilmeissä tapahtumaa kuvaavan tunnelman ja yhtenevän ilmeen luominen.

Typografia ilmeen muissa osissa koostui yhdestä tai jopa neljästä eri fontista, kahden ollessa yleisin lukumäärä, eri leikkauksia myös esiintyi. Poikkeuksena käytettyjen fonttien määrään on Flow-tapahtuman ”artistipuu”, jossa on kirjoitettu esiintyvien artistien sekä bändien nimet jokainen eri fonteilla. Käytettyjen fonttien tyyli ja varsinkin niiden reipas sekoittelu luo joissakin tapahtumissa (Maailma kylässä) vapautunutta ja tapahtumarikasta tunnelmaa, houkuttelee. Kaikkea löytyy on viesti, joka välittyy, myös viestitään korkeatasoisesta ja sivistyneestä ilmapiiristä (Helsingin Juhlaviikot). Fonttien tyylit luovat yhdessä tapahtumassa (Seinäjoen Tangomarkkinat) hauskaa, mutta perinteisenoloista ja tunteikasta tunnelmaa ja toisessa tapahtumassa (OMVF ja Flow) fontin tyyli luo hauskaa, luovaa ja asenteellistakin rock-tunnelmaa.

Ilmeen tunnistettavuus eri sovelluksissa muodostuu pääosin jokaisessa tapahtumassa seikasta, että ilmettä on käytetty samalla tavalla jokaisessa sovelluksessa. Ilmeen toistuvalla johdonmukaisella käytöllä luodaan vahva ja yhtenäinen tapahtumatunnelma.

Muita visuaalisia elementtejä kaikissa tapahtumissa on kuvitus. Kuvitus on esimerkiksi Flow-tapahtumassa aiheeltaan metsäinen, loistava kontrasti kaupunkitapahtumalle sekä selkeä koostuen vierekkäin ja ryhmäksi asetelluista kukka-, kasvi-, ja puukuvioista. Yksiulotteinen sinällään, mutta käytetty myös moniulotteisuutta luovalla tavalla esim. tapahtuma-aitaan leikattuna kuviointina toteutettuna. Joissakin analyysikohteissa kuvitus koostui tapahtumatarjontakuvista, artisti -ja showkuvista, sekä mainoskuvista (esim. Helsingin Juhlaviikot). Näihin on sitten julisteessa liitetty tapahtumatunnus tai pelkkä liikemerkki.

Kuvitusta on käytetty yksittäisenä kuvaelementtinä tai isompana, jatkuvana pintana tai pohjakuviona. Valokuvia on käytetty sekä yksittäisinä kuvina ilman tunnusta että tunnuksen kanssa. Tapahtumavalokuvia on käytetty syvättyinä, yksittäisinä kuvina tunnuksen tai tapahtumanimen taustana. Jokaisessa tapahtumassa kuvitusten eri elementtien käytössä on oma yhtenevä tapa, joka sopii koko ilmeeseen. Useimmissa ilmeissä (esim. Maailma Kylässä) kuvituksena on tapahtumavalokuvia käytetty osana kuvamaailmaa yhdessä tapahtumavärien ja kuvioinnin kanssa.

Kulttuurinen konteksti eli tässä tapauksessa suomalaisuus ilmeissä pääosin ei näy, ainakaan näiden analyysien tuloksena. Yhtenä poikkeuksena on Seinäjoen Tangomarkkinat, joiden tapahtumavalokuvissa on suomalaista kansaa ja markkinamenoa. On sitten ihan katsojasta kiinni, kuinka hyvin hän suomalaisuuden tästä käsittää.

Edellä tekemiini johtopäätöksiin perustuen Cumbre Mundial del Tagon graafisessa ilmeessä seuraavista seikoista syntyi etsimäni yhteinen muoto. Tapahtumatunnus koostuu logotyypistä ja liikemerkistä. Logotyyppiä ja liikemerkkiä voidaan käyttää myös erikseen, jolloin liikemerkistä muodostuu koko ilmettä hallitseva kuvituselementti. Tunnus kuvastaa haitarimuodollaan ja liikkeellään hyvin ”uuden aallon” tangotapahtuman tunnelmaa, kuten tapahtuman väritkin. Typografia ilmeen muissa osissa koostuu vain yhdestä fontista. Ilmeen tunnistettavuus eri sovelluksissa muodostuu pääosin niin, että ilmettä on käytetty samalla tavalla toistuvasti jokaisessa sovelluksessa. Näin luodaan vahva ja yhtenäinen tapahtumatunnelma. Kuvituksena on käytetty mustavalkoisia tangovalokuvia osana kuvamaailmaa yhdessä osa-aluekohtaisten tapahtumavärien ja –printtien kanssa.

4 YHTEINEN MUOTO

Tässä osiossa käsitellään enemmän varsinaista työn produktiivista osaa alkaen graafisen ilmeen muotoilusta päättyen ilmeen käytön ohjeistukseen. Yleensä suunnittelijoille annetaan tietyt visuaaliset ongelmat ratkaistaviksi, joiden on kohdattava määritellyt liiketavoitteet, olla toteutettavissa budjetin rajoissa, ja toimia lukemattoman määrän muiden mahdollisten rajoitteiden kanssa. (Hembree 2006, 46.) Nämä Hembreen mainitsemat ongelmat voivat vaihdella laajalti esitteiden ja muun markkinointimateriaalin suunnittelusta laajempaan kokonaisuuteen, kuten tässä tapauksessa graafisen ilmeen suunnitteluun tapahtumalle. Produktiivisen osan toteutuksessa käytin tukena tutkimuksellisessa osuudessa selvinneiden vastausten avulla tehtyjä johtopäätöksiä. Sekä omiani että Malena Haglundin, koska teimme työn, ilmeen ja sen ohjeistamisen, yhdessä.

4.1 Ilme eri sovelluksissa

Värien valinta on olennainen osa visuaalisen ilmeen suunnittelua, sillä niillä luodaan yhdessä muotojen kanssa mielikuvamaailma. Väreillä sanotaan olevan sekä fysiologisia että psykologisia vaikutuksia, mutta kuten jo aiemmin mainittiin eivät ne kuitenkaan yksistään muodosta merkityksiä, vaan merkitykset ovat aina suhteessa asiayhteyteen ja kulttuuriympäristöön sekä hahmoon ja muotoon. (Arnkil, 2007, 146)

Koko tapahtuman yleisväriksi valikoitui okran keltainen, koska se oli kutsuvin ja lämpimin koko väripaletista (KUVA 12). Cumbre Mundial del Tango 2011 järjestetään kesällä, joten keltainen väri oli myös kesäisenä värinä aurinkoinen ja osuva tämän tapahtuman pääväriksi. Seinäjoen kaupungin yleinen tapahtumaväri on myös keltainen. Muut kuusi väripaletin värit ovat huomiotaherättävämpinä keltaista voimakkaampia ja siksi ne etoimivatkin paremmin tapahtuman sivu -ja korostusväreinä.

Asiakkaamme myös pitivät luomastamme värimaailmasta, kun sen heille esittelimme Cumbre committeen kokouksen yhteydessä. Värit olivat raikkaita ja silmää miellyttäviä. Ne viestivät myös halutulla eli lämpimällä tavalla tulevasta tapahtumasta. Mahdollisuuksia nähtiin myös halutun nuoremman tangonkuuntelijan tavoittamiseksi. (Conference Committeeen kokous, 1.4.2010.)



KUVA 12. Cumbre Mundial del Tango 2011 väripaletti.

Suunnittelimme jokaisen sivuvärin vastaamaan tiettyä tapahtuman osa-aluetta: konsertit, seminaarit, tanssiesitykset, workshopit, klubi-illat ja taidenäyttelyt (KUVA 13).



KUVA 13. Havainnekuva ilmeen osa-aluekohtaisesta käytöstä tapahtumapaikalla.

Värien lisäksi suunnittelimme ja toteutimme ilmeen opastavaa funktiota lisäämään omat piktoگرامmit eli kuvatunnisteet jokaiselle tapahtuman osa-alueelle (KUVA 14).



KUVA 14. Havainnekuva piktoگرامmien muotoutumisesta.

Opastavuuteen oli hyvä kiinnittää huomiota, koska hyvällä graafisella suunnittelulla tulee ennen kaikkea olla funktio, jokin käyttötarkoitus. Samalla ilmeen funktion

miettiminen myös pohjaa jo alussa tehtyyn asiakastyöhön eli vastaa kysymykseen, mitä asiakas haluaa. Teimme myös jokaisesta piktogrammista oman kuosin, jota voidaan ohjeistuksen mukaan käyttää kunkin osa-alueen omissa sovelluksissa kuvituselementtinä esimerkiksi yhdessä tapahtumavalkokuvien kanssa.

Pyrimme suunnittelemaan mahdollisimman selkeän ja toimivan, tunnistettavan ilmeen. Selkeys, toimivuus ja tunnistettavuus muodostuu toimivasta kokonaisuudesta. Tärkeää oli myös ilmeellä välitettävä viesti ja tunnelma tapahtumasta ja tässä hyvin mietitty värimaailma ja värien funktioon ja alkuperään perehtyminen auttoivat ja saivat kokonaisuuden toimimaan (KUVA 15).



KUVA 15. Havainnekuva yleisilmeestä painetussa materiaalissa.

Ilmeen tunnelma viestii tangon, sekä musiikkina että tanssina, ilosta ja ikäraajattomuudesta. Toisin sanoen halusimme myös välittää viestiä tangon rajattomuudesta ja muuntuvuudesta, tangon elävyydestä.

4.2 Graafinen ohjeisto

Ohjeistuksen jakelutapa ja -muoto riippuu organisaation tarpeista: laaja ja eri maissa toimiva organisaatio tarvitsee usein kattavampaa ohjeistusta kuin pieni organisaatio, jonka viestintä ja markkinointi on muutamien ihmisten vastuulla. Ohjeistus toimii myös viestintä- ja markkinointi-ihmisille työhön perehdyttämisen välineenä ja takaa jatkuvuuden viestinnän linjassa henkilöiden vaihtuessa. (Pohjola 2003, 152.)

4.2.1 Käyttäjien vaikutus muotoon

Visuaalisen ohjeistuksen kohderyhmät ovat ensisijaisesti sisäisiä kohderyhmiä tai yhteistyökumppaneita (Pohjola 2003, 152.). Graafinen ohjeisto suunniteltiin ajatellen sen käyttäjäkohderyhmää. Kenelle ohjeisto suunnataan käytettäväksi? On hyvin tärkeää miettiä graafista ohjeistoa tehdessä ohjeiston tulevien käyttäjien tarpeet ja tieto, koska mitä hyötyä on ohjeistosta jota sen käyttäjä ei ymmärrä ja näin ollen osaa edes käyttää.

Perinteinen ohjeistus on liittynyt usein konkreettisten sovellusten tuottamiseen, ja visuaalisen ilmeen ohjeistoista monet ovat teknisiä ohjeistoja tuotantoa varten. Eri tasoilla organisaatiossa tarvitaan toisen tyyppistä informaatiota. (Pohjola 2003, 154.) Tämä ohjeisto suunnattiin pääosin Seinäjoen ammattikorkeakoulun työntekijöihin kuuluville viestinnän henkilöille sekä mahdollisesti graafisen muotoilun opiskelijoille, joiden tehtävänä olisi kesäksi 2011 toteuttaa graafinen ilme. Teimme tämän mm. selventämällä sekä kuvin että tekstein ohjeistoon kunkin graafisen peruselementin. Emme käyttäneet oman alamme ammattitermejä koska näitä termejä eivät kaikki graafisen ilmeen täytäntöönpanijat saattaisi aivan heti ymmärtää. Ammattimaista graafista ohjeistoa tehdessämme tietenkin otimme huomioon myös painotalot, jotka ohjeistoa todennäköisesti tulisivat hekin käyttämään. Ohjeistoon tuli siis sisällyttää myös tälle käyttäjäkunnalle sovellettu tarpeellinen tieto, kuten käytettävien painovärien määitykset ja painotavat, joilla sovellukset tulisi toteuttaa. Koko toteutus on hyvin yksinkertainen ja selkeä silmällä

pitäen juuri käyttäjiä, joilla ei esimerkiksi ole graafisen alan koulutusta. Ohjeiston toteutimme sähköisessä muodossa, koska kuten Pohjolakin asian esittää, sähköinen ohjeistus mahdollistaa ohjeistuksen jakamisen eri käyttäjäryhmille tarkoituksenmukaisella tavalla (Pohjola 2003, 152.)

4.2.2 Ohjeistuksen tasot

Pohjolan mukaan jokaisen elementin ohjeistuksissa voidaan hyödyntää seuraavia ohjeistuksen tasoja:

- tavoitteen kuvaus, brandin määrittely

- visuaalisuuden ja tavoitteiden sekä brandin määritysten yhteys

- kuvaileva taso

- tekninen taso.

Tavoitteen kuvaus pitää sisällään tavoitemielikuvan, brandiin liittyvät määritykset sekä sovellusalueeseen liittyvät rajoitukset ja tavoitteet.

Kuvaileva taso liittyy sovelluksen visuaaliseen kuvaukseen ja sen keskeisenä tehtävänä on osoittaa, mitkä ovat kyseisessä sovelluksessa käytettävät visuaalisen identiteetin pysyvät elementit ja miten niitä käytetään eli miten visuaalista konseptia on sovellettu sovelluksen toteuttamisessa esimerkiksi käyttöön liittyvät rajoitukset huomioiden. Tekninen taso pitää sisällään yksiselitteiset toteutusohjeet sovelluksen toteuttamiseksi. (Pohjola 2003, 154.) Sähköisen materiaalin etu verrattuna painettuun ohjeistoon on se, että eri lomakkeiden variaatioiden ja lisäpainosten tuottamisessa voidaan hyödyntää valmista tiedostoa, joka pitää valmiit määritykset sisällään.

Jaoimme ohjeiston graafisiin peruselementteihin, vestintämateriaaliin, ilmeen toteutukseen tapahtumapaikalla sekä muuhun materiaaliin. Graafisten

peruselementtien osioon selvensimme kuvin ja tekstein tunnuksen, värien ja typografian oikeanlaisen sekä väärän käytön. Ilme tapahtumapaikalla-osio avaa ohjeiston käyttäjälle, kuinka ilme tapahtuman eri paikoilla toteutetaan: banderollit, liput, opastavat ja infoavat julisteet sekä roll-upit. Tämä osio ohjeistaa myös ilmeen toteuttamiseen niin, että siitä muodostuu ehjä ja toimiva kokonaisuus. Muiden sovellusten osioon liitimme esimerkkikuvia ilmeen käytöstä esimerkiksi t-paidoissa. Mistään muista oheistuotteista ei vielä tämän työn aikana päätetty, joten liitimme mukaan lisäksi joitakin esimerkkejä myös mahdollisista tuotteista, joita saatettaisiin ottaa käyttöön. Jokainen osio sai myös oman tunnisteväriinsä.

Lisäsimme ohjeistoon myös kappaleen, jossa kerrottiin materiaalivalinnoista. Tapahtuman ilmeen lähtökohtiin sopivana ajatuksena materiaalivalinnoissa on niiden ”viimeistelemättömyys”. Emme ehdottaneet ohjeistossa käyttämään esim. kiiltäväpintaisia paperilaatuja, koska ne eivät sovi suunnittelemaamme ilmeeseen. Cumbre Mundial del Tangon ilme pohjautuu tangon syntysijoille köyhään kaupunginosaan Argentiinassa, joten mielestämme painomateriaalitkin saisivat olla päällystämättömiä ja ”halvemman” näköisiä. Ohjeistosta teimme hyvin koko tapahtuman ilmeen mukaisen ja sen taitossa ja visuaalisessa muodossa toistuu Cumbre Mundial del Tangon graafinen tunnelma (KUVA 16).



KUVA 16. Cumbre Mundial del Tango 2011-ohjeiston rakenne ja taitto.

5 HYÖDYNNETTÄVYYS

5.1 Tulokset

Päällimmäisenä pyrkimyksenä tässä projektissa oli tietenkin tuottaa niin hyvä graafinen yleisilme tapahtumalle, että se toimii tapahtuman visuaalisena kielenä ja funktionaan täyttää sekä tapahtuman järjestäjien että kävijöiden tarpeet. Nämä tarpeet ovat järjestäjillä tapahtuman kiinnostavuudessa ja vetoavuudessa visuaalisen ilmeen kautta sekä graafisessa ohjeistamisen toimivuudessa ilmeen toistettavuuden ja käytettävyyden suhteen. Tapahtuman kävijöille ilmeen tulisi tuoda kiinnostuksen lisäksi myös viihtyvyyttä ja opastavuutta. Itselleni aloittelevana muotoilijana hyödynnettävyys on nähdäkseni itse prosessissa ja sen kautta oppimisessa sekä muotoilijana kehittymisessä.

Jatkotutkimuksen mahdollisuus on olemassa. Analyysieni perusteella graafisissa ilmeissä suomalaisuus ei näy, joten tutkia voisi miksi näin on. Miksei suomalaisissa tangotapahtumissa näy erityisesti suomalaisuus. Sillä ei myöskään näyttäisi olevan merkitystä tapahtumien markkinoinnissa ja sen tuomassa menestyksessä, vai onko? Ja miksi näin sitten on.

Juha Pohjolan sanoin voimakkaan ja eheän yrityskuvan luominen vaatii jatkuvaa suunnitelmallista etenemistä. Linjan muuttamiseen tai uudistamiseen liittyvien päätösten taustalla pitää olla perusteellinen pohjatyö. (Pohjola 2003, 14.) Näenkin tässä tärkeimmän hyödyn, joka suunnittelutyöllämme on tulevaisuudessa. Tulevan Cumbre Mundiale del Tango 2011-tapahtuman ilmeen kanssa työskenteleville, sitä jatkaville ja kehittäville, tulee olemaan helppo jatkaa luomamme graafisen ohjeistuksen pohjalta. Ohjeisto on selkeä, yksinkertainen ja sisältää tarvittavat perustiedot ja vaatimukset tapahtuman visuaaliselle ilmeelle ja sen eteenpäin viemiselle sekä kehittämiselle.

5.2 Palaute

Varsinaisen tapahtumailmeen konkreettisesta toteutuksesta ja sen vaikutuksesta ja tehosta, kuten myöskään ohjeiston toimivuudesta emme ole vielä tässä vaiheessa täysin selvillä. Tapahtuma järjestetään Seinäjoella kesällä 2011, joten tämän opinnäytteen palauteosioon en vielä osaa paljoa kirjoittaa. Prosessista ja asiakkaiden tyytyväisyydestä saimme asiakkaan antamasta loppupalautteesta tietää, että tähänastinen työmme muotoilijoina on miellyttänyt ja lopputulokseen eli graafiseen ohjeistoon on myös oltu erittäin tyytyväisiä.

Graafisen materiaalin toteutusmahdollisuudet jäivät budjetin vuoksi valitettavan pieniksi. Markkinointiin oli budjetoitu n. 10 000 euroa (Cumbre Mundial del Tango Seinäjoki 2011, muistio. 28.5.2010). Se kuinka hyvin ohjeisto ajaa asiansa ja sen käyttö käyttäjältään sujuu, selviää yleensä vasta käytössä. Käytön myötä ilmenee myös mahdolliset puutteet. Laatimamme ohjeisto on ollut nyt muutaman kuukauden käytössä, eikä vielä ole ilmennyt tarvetta korjailuun. Ajan kuluessa ohjeistoja kuitenkin yleensä täydennetään.

6 PÄÄTÄNTÖ

Ajattelin projektin alussa, olettaen tunnuksen kuin tunnuksen ympärille olevan mahdollista rakentaa kokonainen tapahtumailme, meidänkin täysin onnistuvan tässä työssä. Kaikki tekijät huomioon ottaen muotoilullinen työ onnistuikin. Ilmeestä tuli yhtenevä, tunnistettava ja tapahtuman luonnetta esille tuova sekä sen viestejä välittävä kokonaisuus. Tapahtumailmeen konkreettinen toteutus ei enään kuulunut meille. Ilmaisimme kyllä halumme senkin tekemiseen, mutta budjetin pienuuden vuoksi meitä ei sen tekemiseen palkattu ja ilmaiseksi ajan puutteen vuoksi emme siihen venyneet. Olimme kuitenkin jälkikäteen parhaamme mukaan neuvomassa ja auttamassa esimerkiksi sähköpostin välityksellä ilmeen käytännön toteuttajia. Koimme tämän muotoilulliseksi vastuuksemme.

Muotoilijana olen sellainen, joka rakastaa haasteita. Saan hyvin paljon siitä, että joudun tilanteisiin, joissa joudun soveltamaan opittuja taitoja omien kykyjeni rajoissa. Koin tämän opinnäyteprojektini juuri sellaiseksi. Hyvin selkeänä pidetystä tapahtuman graafisen ilmeen suunnittelusta muodostuikin hieman hankalampi ja haastavampi kokonaisuus, jossa piti välillä jopa asettaa kyseenalaiseksi omat taitonsa ja tietonsa muotoilijana.

Graafinen ilme on yksi iso kokonaisuus. Se koostuu monista hyvin tärkeistä pienemmistä osista, mutta loppuen lopuksi toimiva ja tunnistettava kokonaisuus ratkaisee.

LÄHTEET

- Arnkil, H. 2007. Värit havaintojen maailmassa. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu. Taideteollisen korkeakoulun julkaisuja B85.
- Conference Committee kokous. Cumbre Mundial del Tango Seinäjoki 2011 muistio 1.4.2010.
- Fawcett-Tang, R. & Jury, D. 2007. New Typographic Design. Lontoo: Laurence King Publishing.
- Flow. 2010. Festari-info. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.3.2010]. Saatavana: <http://www.flowfestival.com/2009/fi.info.html>
- Deibler Finke, G. 1999. Festival graphics. New York: Madison Square Press.
- Helsingin Juhlaviikot. 2010. Juhlaviikot lyhyesti. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.3.2010]. Saatavana: <http://www.helsinginjuhlaviikot.fi/tietoa-juhlaviikoista>
- Hembree, R. 2006. The Complete Graphic Designer. Massachusetts: RockPort Publishers.
- Kråknäs, L. 2010. Seinäjoen kaupungin kulttuuritoimenjohtaja. Kokous. 1.3.2010.
- Landa, R. 1998. Thinking creatively. Ohio: F&W Publications.
- Maailma kylässä. 2010. Historia. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.3.2010]. Saatavana: <http://www.maailmakylassa.fi/info/historia>
- Newark, Q. 2007. What is graphic design? Mies: RotoVision.
- OMVF. 2010. Historia. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.3.2010]. Saatavana: <http://www.omvf.net/fi/info/historia>
- Pohjola, J. 2003. Ilme. Visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Seinäjoen kaupunki. 2010. Seinäjoelle kansainvälinen Cumbretangotapahtuma. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.3.2010]. Saatavana: http://www.seinajoki.fi/ajankohtaista/tiedotteet/seinajoelle_kansainvalinen_cumbre-tangotapahtuma_.html
- Seppänen, J. 2005. Visuaalinen kulttuuri. Keuruu: Otava.
- Tuomi, J & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Helsinki: Tammi.

Vallejo Medina, J. 2010. Cumbre Mundial del Tango-tapahtuman
Seinäjoen projektipäällikkö. Kokous. 8.3.2010.

Zelanski, P. & Pat Fisher, M. 1989. Colour. Lontoo: The Herbert Pres

LIITTEET

Liite 1. Cumbre Mundial del Tango-planssi alustavasta graafisesta ilmeestä



Liite 2. Cumbre Mundial del Tango-planssi graafisesta ilmeestä

