

Kyminlaakson ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelma / graafinen suunnittelu

Timo Erkkilä

CD-JA LP-JULKAISUN GRAAFINEN ILME

Opinnäytetyö syksy 2009

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU
Viestinnän koulutusohjelma

ERKKILÄ TIMO
Työn ohjaaja
Opinnäytetyö
Hakusanat
Syksy 2009

CD- ja LP- julkaisun graafinen ilme
Auli Mattila-Möller
25 sivua
Pakkaussuunnittelu, Levynkannet

Opinnäytetyöni asiakas on suomalainen punk- ja hardcore-levy-yhtiö Combat Rock Industries. Toimeksiantona oli toteuttaa St.Hood-nimisen metallisen hardcore-bändin uuden julkaisun, For the Dead:n CD- sekä LP-levynkansien kansitaide sekä taitto. Lisäksi toteutin levynjulkaisuun liittyvän mainosmateriaalin (mm. julisteita, tarroja, web-leiska), sekä kolme kappaletta paitadesigneja.

Keskityn opinnäytetyöni kirjallisessa osuudessa tarkastelemaan väreihin sekä symboliikkaan liittyviä seikkoja, unohtamatta kuitenkin muun produktiivisen työn osuutta kirjoituksessa. Tarkastelen myös pakkauksen ulkoasun tuottamien mielikuvien suhdetta lopputuotteeseen.

Tutkimusmetodini ovat sekä kvalitatiivisia eli laadullista että kvantitatiivisia eli määrällisiä. Projektin alussa tein tutkimusta siitä, mikä tekee kansitaiteesta hyvän ja kiinnostavan.

Kvantitatiivista tutkimusta tein käymällä läpi tuhansia levynkansia tyyllilajiin katsomatta ja tekemällä muistiinpanoja kansista, jotka kiinnittävät huomioni välittömästi ensimmäisellä silmäyksellä. Mietin mikä niistä tekee kiinnostavan ja miksi.

Kvalitatiivista metodia käytin puolestaan keräämällä asiakkaan musiikkigenreä ja mahdollisesti myös levyn teemaa edustavia levyjä, joiden kannet mielestäni ovat onnistuneita, musiikkia hyvin kuvastavia ja tehokkaita. Näiden harvojen ja valittujen joukosta poimin mielestäni ne kantavat ominaisuudet, jotka tekevät kyseisen levyn kansitaiteesta mieleenpainuvaa. Näitä vahvuuksia käytin referensseinä aloittaessani oman suunnittelutyöni. Projektin päätteeksi tein yhteenvedon tutkimustuloksista, sekä niiden käyttökelpoisuudesta työn produktiivisessa osuudessa. Arvion myös omaa onnistumistani, asiakkaan tyytyväisyyttä, sekä sitä, mitä mahdollisesti olisin voinut tehdä toisin.

ABSTRACT

KYMENLAAKSO UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Department of Media and communication

ERKKILÄ TIMO
Supervisor
Bachelor's Thesis
Comissioned by
Key words
Fall 2009

The Graphic Identity of a Record Release
Auli Mattila-Möller
25 pages
Combat Rock Industry
Package design, Record covers

The customer of the bachelor's thesis is a Finnish punk / hardcore record label called Combat Rock Industries. The assignment was to design the cover art and layout for the CD and LP record release "For The Dead" by a band called St.Hood. I also designed the marketing material, for example posters, stickers, web-layout and t-shirt designs, for the record.

The theoretical part of my work focuses on the colours and symbolism of the cover art, examining briefly also the whole creative process. I also studied the way the cover art reflects the music.

The research methods are both qualitative and quantitative. I started my project by analysing qualities that make cover art good and interesting.

Quantitative research was executed by browsing through thousands of record covers regardless of the genre, and marking the ones that caught my eye immediately. I tried to draw conclusions of what makes them interesting and why. The study was made by searching through web galleries, books and magazines and simply just by going through the shelves of Helsinki based record stores. I even received valuable help from several record store salesmen.

The qualitative study was done by collecting record covers within the client's musical genre and theme. I only focused on the ones that were well executed, effective and reflected the style of the music. The strengths found among these collections were used as references in the beginning of my work.

In the end of my project, I made a summary of the research results as well as their usefulness in my own productive work. I also evaluated my own success and the satisfaction of the client.

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO	2
1.1 Projektin aihe	
1.2 Tutkimuksellisuus	
2 PROJEKTIN ALOITUS	5
2.1 Projektin lähtökohdat	
2.2 Ensimmäinen palaveri	
2.3 Kohderyhmän määrittely	
2.4 Käyttäjä ja kohderyhmä	
3 KANSIEN SISÄLTÖ	8
3.1 Sisällön suunnittelun lähtökohdat	
3.2 Layout	
3.3 Kuvitus	
3.4 Sommittelu	
4 LEVYNKANSIEN VISUAALINEN IDENTITEETTI	12
4.1 Monen tyylisuunnan summa	
4.2 Kansitaiteessa käytetty kirjasintyyppi	
4.3 Värit	
5 BÄNDIN LOGO JA JULKAISUN TUNNUS	17
5.1 Bändin logo	
5.2 Julkaisun tunnus	
6 TOTEUTUSTEKNIikka	18
6.1 Elementtien suunnittelu ja muokkaus Adobe Photoshop & Illustrator- ohjelmilla	
6.2 Taiton toteutus Adobe InDesign- ohjelmalla	
7 PROJEKTIN ONNISTUMISEN ARVIOINTI	20
7.1 Asiakas ja suunnittelija	
7.2 Tavoitteiden saavuttaminen	
7.3 Muita projekteja Combat Rock Industrylle	
8 LÄHDELUETTELO	24

1. JOHDANTO

1.1 Projektin aihe

Opinnäytetyöni asiakas on suomalainen punk- ja hardcore-levy-yhtiö Combat Rock Industry. Toimeksiantona on toteuttaa St.Hood-nimisen metallisen hardcore-bändin uuden julkaisun, For the Dead:n CD-sekä LP-levynkansien kansitaide sekä taitto. Lisäksi toteutan levynjulkaisuun liittyvän mainosmateriaalin sekä kolme kappaletta paitadesigneja.

Keskityn opinnäytetyöni kirjallisessa osuudessa tarkastelemaan väreihin, kompositioon sekä symboliikkaan liittyviä seikkoja, unohtamatta kuitenkin muun produktiivisen työn osuutta. Tarkastelen myös pakkauksen ulkoasun tuottamien mielikuvien suhdetta lopputuotteeseen.

Kiinnitän graafisena suunnittelijana hyvin paljon huomioita visuaalisiin seikkoihin ja kenties juuri tämän takia pystyn tarkastelemaan esim. levykauppojen hyllyjen tarjontaa hieman eri näkökulmasta kuin tuotteen sisäänostaja tai loppukäyttäjä.

Ennen projektin aloittamista tutuistuin laajasti aiheesta julkaistuun kirjallisuuteen. Vaikka koin tietäväni musiikista ja levynkansitaiteesta melko paljon, tuli vastaan paljon uutta tietoa. Suurena yllätyksenä tuli esimerkiksi se, että ensimmäiset musiikkitalenteet julkaistiin ilman minkäänlaista kansitaidetta. Ennen Alex Steinweissin tuloa amerikkalaiseen Columbia Recordsiin, vinyylilevyt myytiin litteissä pahvilaatikoissa, jotka muistuttivat valokuva-albumeita. (Vilaseca 2008, 7)

Tänä päivänä levymyynti tunnetusti kamppailee rajussa vastatulessa laittoman nettilataamisen vuoksi, ja muutenkin koko ala on muutoksen kourissa. Levy-yhtiöt kertovatkin nykyään myyvänsä musiikillista sisältöä, siinä missä ennen myytiin vain levyjä. Formaatti on muuttunut kuluttajien tarpeiden ehdoilla. Silti en usko perinteisten formaattien tuotannon

täydelliseen loppuun, ainakaan vielä moniin vuosiin. Muutoksen edessä levy-yhtiöt ja levykauppiat ovat varmasti miettineet, mikä saa kuluttajan ostamaan julkaisun konkreettisesti muodossa? Mistä saada omalle tuotteelle tämä lisäarvo?

Kansitaiteen merkitys voidaan ymmärtää tutkimalla sen luomia mielikuvia ja identiteettejä. Nämä luodaan arvojen kuvallisen kerronnan avulla, joka parhaimmassa tapauksessa yhdistetään musiikin sisältöön. Tämän taidon osaaminen vaatii vahvaa kuvataiteen historian ja symbolien kulttuurillista tuntemusta. (Hudson 15.11.2009).

1.2 Tutkimuksellisuus

Tutkimusmetodini ovat sekä kvalitatiivisia eli laadullista että kvantitatiivisia eli määrällisiä. Projektin alussa tein tutkimusta siitä, mikä tekee kansitaiteesta hyvän ja kiinnostavan.

Kvantitatiivista tutkimusta tein käymällä läpi tuhansia levynkansia tyyllilajiin katsomatta ja tekemällä muistiinpanoja kansista, jotka kiinnittävät huomioni välittömästi ensimmäisellä silmäyksellä. Mietin mikä niistä tekee kiinnostavan ja miksi. Tein tutkimusta katsomalla web-gallerioita, selaamalla aiheesta laadittuja kirjoja ja lehtiä, sekä silmäilemällä helsinkiläisten levykauppojen hyllyjä. Lisäksi pyysin kolmen eri levykaupan kauppiasta valitsemaan heidän mielestään mielenkiintoisimpia ja toimivimpia levynkansia joko ulkomuistista tai omia valikoimiaan tutkien. Etsin näistä tuloksista yhdistäviä piirteitä ja tekijöitä.

Kvalitatiivista metodia käytin puolestaan keräämällä asiakkaan musiikkigenreä ja mahdollisesti myös levyn teemaa edustavia levyjä, joiden kannet mielestäni ovat onnistuneita, musiikkia hyvin kuvastavia ja tehokkaita. Pyysin myös alalle vihkiytyneitä levynkeräilijöitä tekemään omat valintansa. Näiden harvojen ja valittujen joukosta poimin mielestäni ne kantavat ominaisuudet, jotka tekevät kyseisen levyn kansitaiteesta

mieleenpainuvaa. Näitä vahvuuksia käytin referensseinä aloittaessani oman suunnittelutyöni.

Käydessäni kvalitatiivisen tutkimuksen tuloksia läpi, tein muistiinpanoja genrelle ominaisista piirteistä levynkansien suunnittelussa.

Typografian suhteen on huomattavissa lukuisia kliseitä: Lähes kaikissa kvalitatiiviseen ryhmään valituissa levynkansissa on käytetty jotain goottilaista tai siitä muokattua kirjasintyyppiä. Tyypillisimmät niistä bändien logoissa ovat Old English ja Berliner. Levyn ja kappaleiden nimissä on todella yleisesti käytössä voimakkaita roomalaistyyppisiä versaali antiikvoja, kuten esimerkiksi Trajan. Myös leipätekstissä tämä saattaa toistua, mutta monesti esimerkiksi sanoitukset on taitettu kansivihkoon gemenoilla, tai vaihtoehtoisesti jollakin hieman helpommin luettavalla antiikvalla. Toki edellä mainituista kirjasintyypeistä poikkeavia ratkaisujakin löytyy, mutta kaikkia yhdistävä tekijä on voimakkaan kirjasintyyppin käyttö. Myös boldattuja groteskeja esiintyy jonkin verran. Kirjasintyyppiä logoissa on usein muokattu kuluneen näköisiksi erilaisin tekstuurein, sekä rikottu niiden rakennetta hieman. Todella tyypillistä on myös ornamenttimaisten koukeroiden lisääminen kirjaimiin.

Myös kuvituksista löytyi yhteneväisyyksiä. Tietysti täytyy muistaa, että osa levyistä on valittu vertailuryhmään juuri teemansa puolesta, joten sen vuoksi tietty määrä onkin itsestäänselvyys. Tyypillisiä elementtejä kuvituksissa ovat esimerkiksi enkelit, pääkallot, patsaat, myrskyisät taivaat, hautausmaat, rauniot ja veri. Myös kuvien käsittelylle on tyypistä, että jäljestä tehty korkeakontrastista, synkkää sekä kuluneen näköistä. Lähes kaikissa on käytetty jotakin tekstuuria tuomaan hieman rosoisempaa tunnelmaa kuvitukseen.

Sommittelussa ei niin selkeitä kliseitä ollut havaittavissa. Erittäin hyviä ja vaikuttavia ratkaisuja tosin löytyi useita. Itse pidän sommittelussa siitä, ettei elementtejä ole liikaa, vaan pidetään kompositio selkeänä. LP-koossa voisi elementtejä kuvitella olevan enemmänkin, mutta täytyy muistaa, että kuvan

täytyy toimia myös CD-koossa. Tutkituissa kansissa oli mielenkiintoisia perspektiivejä, tiukan symmetrisiä ratkaisuja, hyvää tyhjän tilan käyttöä, sekä mielenkiintoisia kontrasteja. Mielestäni sommittelultaan onnistuneimpia kansia voisi kuvailla parhaiten sanalla dynaaminen.

Värimaailmojen suhteen otoksestani löytyi häiritsevän samanlaisia ratkaisuja. Asettaessani tiettyjä levyjä vierekkäin ja keskittymällä huomioimaan vain värit, on vaikeaa sanoa, missä edellinen loppuu ja seuraava alkaa. Väreissä löytyy molempia ääripäitä. Erittäin lämpimiä oranssiin taittuvia keltaisia, sekä hyvin kylmiä siniharmaita sävyjä. Jos verenpunaista ei lasketa, päävärit voidaan melkein rajata keltaiseen ja siniseen. Monissa tapauksissa näitä vastavärejä onkin käytetty hienosti yhdessä. Myös yleinen ja voimakas tehokeino on pitäytyä yhtä tehosteväriä lukuunottamatta lähes mustavalkoisessa värimaailmassa. Tosin varsinkin keltaiset monissa kansissa ovat sävyiltään niin identtisiä, että on vaikea uskoa tämän olevan sattumaa. Onko se sitten plagiointia, vai onko kysessä tiedostettu tai tiedostamaton tribuutti toiselle bändille?

2 PROJEKTIN ALOITUS

2.1 Projektin lähtökohdat

Lähtökohdat työhön olivat melko haasteelliset. En ollut aiemmin suunnitellut loppuun asti toteutettua levynkansisuunnittelua, joka kuitenkin eroaa melko paljon esim. itselleni tutummasta printtimainonnan tekemisestä. Olen kuitenkin itse musiikin suurkuluttaja, ja olen aina ollut kiinnostunut myös levynkansitaiteesta. Voisi jopa sanoa, että oli korkea aika päästä suunnittelemaan sellaiset. Vinyylin ystävänä olin erittäin innoissani myös siitä, että levy julkaistaisiin myös LP-muodossa. Tässä formaatissa mielestäni levyn kansitaide pääsee oikeuksiinsa. Huomasin Entertainment weeklyn toimittajan, David Brownen jakavan mielipiteeni: "Nyt kun levynkannet ovat tuopinalusen kokoisia, mitä tapahtuu räiskyville, kehystettäviksi kelpaaville vanhan ajan kansille?" (Browne, 15.11.2009).

Mielenkiintoani lisäsi myös se, että pidän kyseisestä musiikkityylistä ja olen seurannut sitä, sekä sen alalajeja jo vuosia. Olin mielestäni saanut suuren vastuun, sekä mahdollisuuden melko vapaaseen toteutukseen, ja motivaationi oli korkealla.

Haasteellista oli myös tehdä hieman uudentyylistä designia ja käyttää uusia efektejä kuvankäsittelyssä. Olen huomannut, että kun työskentelee jollakin uudella tekniikalla, leimaa tekemistä tietyn tyyppinen epävarmuus. Niin oli myös tässä projektissa. Samat asiat voi tehdä monella eri tapaa ja kokemattomalle suunnittelijalle on usein vaikeaa löytää se itselle paras tapa. Kokeilemalla erilaisia ratkaisuja löysin nopeasti kuitenkin metodit haluamani teknisen jäljen saavuttamiseen.

2.2 Ensimmäinen palaveri

Suunnittelutyöhön lähdin pitämällä palaverin bändin, levy-yhtiön johdon sekä heidän graafikkonsa kanssa. Kävimme alustavasti yhdessä läpi, mitä toiveita asiakkaalla on tyylin ja värien suhteen. Sovimme myös muutamia suuntaviivoja layoutille. Suunnittelutyön aloittamista helpotti se, että olin tehnyt asiakkaalle jo aikaisemmin layoutin keikkajulistetta varten, joten tiesin suunnilleen, millaisesta graafisesta tyylistä asiakas pitää. Uusi ilme eroaisi kuitenkin selkeästi edellisestä layoutista, koska uuden levyn myötä tulisi bändin ulkoasuun täysin uusi teema ja värimaailma. Sovimme myös, että asiakas toimittaa minulle kaiken informatiivisen materiaalin, jota tarvittaisiin.

Kävimme myös läpi aikataulua, joka vaikutti melko tiukalta, mutta uskoin alusta asti hyvin toimivan kommunikaation mahdollistavan tehokkaan työskentelyn.

2.3 Kohderyhmän määrittely

Pakkaussuunnittelussa kohderyhmän määrittely on yhtä tärkeää kuin missä tahansa viestinnässä. Jo olemassa olevien asiakkaiden lisäksi halutaan herättää myös potentiaalisten uusien asiakkaiden mielenkiinto.

Mietimme millaisia ovat tuotteen tyyppilliset käyttäjät ja miltä heitä miellyttävä tuote näyttää? Mitä viestiä se lähettää itsestään ja käyttäjästään?

Alusta asti tavoitteet oli asetettu melko korkealle julkaisun suhteen niin musiikillisesti kuin kansitaiteensakin puolesta. Tuotetta pyrittiisiin luonnollisesti myymään mahdollisimman paljon, samalla kuitenkin säilyttämällä bändin oma imago ja tietynlainen underground-henki, joka musiikkityylille väistämättä on ominaista.

Suunnittelussa tulee ottaa huomioon sekä sisäänostajat että yksittäiset kuluttajat. Tuotteen saaminen tiettyihin medioihin sekä kunnioituksen ansaitseminen oikeissa piireissä voi olla ratkaisevaa tuotteen imagon kannalta. Tuotteen tulisi siis olla sekä ammattimaisen näköinen että helposti lähestyttävä ylikaupallista musiikkia vieroksuvalle tyyllilajin suurkuluttajalle.

2.4 Käyttäjä ja kohderyhmä

Kuten St.Hoodin musiikkikin, myös kuuntelijakunta on jakautunut melko laajasti yli genererajojen. Tulevan levyn kuulijakunta koostuisi punk- ja hardcore scenen lisäksi melko pitkälti myös metalliyleisöön ja jopa hip hopin ystäviin. Kuulostaa hieman sekavalta, mutta näistä kaikista tyyli suunnista myös bändi on eittämättä ammentanut inspiraationsa ja vaikutteensa. Tuote olisi parhaimmillaan siis myös visuaalisesti vetoava menettämättä omaa rehellisyyttään.

Tuotteen käyttämisen halu riippuu pitkälti tuotteen kiinnostavuudesta ja tarpeellisuudesta. Käyttämisen halu kasvaa, jos kohderyhmälle suunnitellaan tuote, jonka he voivat hyväksyä. Käyttäjä ei ole tyhmä.

Hänellä on vain oma kokemusmaailmansa, jonka kautta hän lähestyy tuotetta. Vanhemmilla käyttäjillä kokemusmaailma saattaa olla monien vuosikymmenien saatossa muodostunut. (Huotari, Laitakari-Särd, Koskinen 2003, 16). Tarvitsin siis muitakin kuin oman mielipiteeni kansitaiteesta. Valitsin kohderyhmään sopivia henkilöitä tuttavapiiristäni, joille projektin ollessa jo loppusuoralla esittelin kansia ja joilta kyselin mielipiteitä ja muutosehdotuksia. Sainkin muutamia todella hyviä neuvoja sekä uusia näkökulmia.

Tässä asiassa suhtautumiseni on muuttunut siitä, kun aloitin graafisen suunnittelun opinnot. Muistan kuinka vakavasti usein suhtauduin töihini ja kuinka hankalalta tuntui esitellä töitäni ja kuunnella muiden mielipiteitä. Nykyään minun on helpompi ottaa töistäni vastaan muiden antamaa kritiikkiä ja mielipiteitä.

3 KANSIEN SISÄLTÖ

3.1 Sisällön suunnittelun lähtökohdat

Lähdin miettimään kansien sisältöä tarkastelemalla muiden levyjen kansivihkoja. Ratkaisuja oli lähes yhtä paljon kuin tarkasteltavia julkaisujakin. Esimerkiksi sivumääriltään kansivihkoissa oli eroja neljästä sivusta noin kolmeenkymmeneen saakka. Tärkeimpinä lähtökohtina tämänkaltaisissa ratkaisuissa on luonnollisesti tarvittavan informaation määrä sekä käytettävissä oleva budjetti. Tässä tapauksessa yhtälö oli melko hankala informaation määrän ollessa erittäin suuri ja samalla budjetin olisi pysyttävä verrattain pienenä.

Sovimme alun perin, että CD:n kansivihkossa sivuja olisi 12. Mietimme yhdessä asiakkaan kanssa, että yhdentoista kappaleen sanoitukset sekä bändin ja nauhoitusten yksityiskohtaisempi informaatio mahtuisi kymmenelle sisäsivulle. Sanoitusten ollessa todella pitkiä ja käytetyn fontin, Trajan pro:n vaatiessa verrattain paljon tilaa ollakseen luettavaa,

päädyimme lopulta 16 sivuun. Siltikin nauhoitusten ja tekijäkredittien tiedot jäivät vielä vihon takakanteen, mikä tosin oli tietoinen ratkaisu. Tosin keskiaukeama on käytetty ainoastaan tunnelman luomiseen eikä sisällä pakollista informaatiota ja sen lisäksi myös yksi sivu vihkon loppupuolella on käytetty ainoastaan kuvitukseen. LP:n osalta päädyttiin ratkaisuun, jossa kansien sisältä löytyy blankon levypussin lisäksi sanoitukset sekä tarvittavan informaation sisältävä kaksipuolinen kortti.

Myös sisällön suunnittelun aloitin miettimällä ensin kohderyhmää ja levynkansien funktiota. Millainen on bändin tai levy-yhtiön tyypillisin kohderyhmän edustaja? Mitä tai ketä varten kannet tehdään? Mietin myös millainen suunnittelu vetoaa juuri tämän musiikillisen tyylin kuluttajaan? Olisiko mahdollista, että vaihtoehtomusiikin kuuntelijoille levyn visuaalinen toteutus on tärkeämpi kuin esimerkiksi listamusiikkia kuuntelevalle? Entä pitäisikö musiikkityylille ominainen suuri painoarvo lyriikoissa ja sanomassa näkyä erityisellä tavalla suunnittelussa? Näihin kysymyksiin on miltei mahdoton vastata tekemättä empiiristä tutkimusta, mutta nyt siihen ei ollut resursseja, joten jouduin miettimään näitä seikkoja hyvin pitkälle ainoastaan asiakkaan kanssa. Tämän tyyppisessä projektissa, jossa ei ole resursseja syvempään käyttäjätutkimukseen paneutumiseen, nousee arvoon suunnittelijan intuitiivinen käsitys käyttäjästä. Asioita joutuu miettimään hyvinkin paljon *musta tuntuu –periaatteen* mukaan. Eräänä tärkeimpänä taitona suunnittelijalle näenkin kyvyn asettua käyttäjän asemaan, jolloin voidaan löytää ne projektikohtaisesti kontekstiin osuvimmat ratkaisut. Suunnittelijan perspektiivi kansitaiteeseen jää siltikin hieman erilaiseksi kuin käyttäjän. Ikinä ei voi olla täysin varma, onko tämä nyt se kaikkein toimivin ratkaisu.

3.2 Layout

Yksinkertaisesti sanottuna hyvä layout kiinnittää huomion ja johdattaa katsojan silmän läpi koko työn, kuten orkesteria johtava kapellimestari (Carter 2006, 7.).

Layoutin suhteen mietin tutkimiani levynkansia ja erityisesti niiden joukosta löytämiäni silmäänpiistäviä ominaisuuksia, jotka usein perustuivat nimenomaan ratkaisun yksinkertaisuuteen. Niitä referenssejä käytin mielestäni hyvin ja ennen kaikkea harkitusti. Lainasin hyviä periaatteita, en valmiita ideoita.

Sivuja kertyi loppujen lopuksi huomattavasti enemmän kuin olin alunperin suunnitellut, mutta mielestäni sain layoutin pysymään yhtenäisenä ja johdonmukaisena alusta loppuun.

Olen sekoittanut useita eri tyylejä kansitaiteeseen, mutta silti harmonia layoutissa säilyi kirjasintyyppien, kuvituksen sekä värimaailman välillä.

3.3 Kuvitus

Kuvituksessakin kantava teema oli kuolema, kuolleiden muisteleminen suhteessa omaan elämään sekä omaan vapauteen. Näitä aiheita symboloimaan valitsin kuvituksessani synkkiä taivaita, enkelipatsaita, korppeja sekä tuntemattomien sotilaiden hautapaikkoja. Etukannessa korpit nousevat enkelin molemmilta puolilta lentoon vastakkaisiin suuntiin, ikään kuin rauhankyyhkyt on totuttu perinteisessä rauhaan viittaavassa symboliikassa näkemään. Sisäkansissa, levyn alta löytyvässä trayssa, sekä takakannessa korppiteema jatkuu. Sisäkansista löytyy myös itkevä enkelipatsas sekä keskiaukeamalta hautaristit.

Kuvituksen symboliikassa viittaukset kuolemaan ovat melko ilmeisiä, mutta niissä piilee myös tietty näkökulma kuolemaan, joka ei välttämättä heti avaudu. Kuten sanoituksissakin, myös kansitaiteessa lähestymistapa kuolemaan on "Memento mori", joka on latinaa ja tarkoittaa: Muista kuolevasi. Tällä tarkoitetaan sitä, että kuolema on jokaiselle väistämätöntä, ja ihmisen tulisikin pyrkiä elämään täyttää elämää pelkäämättä sitä. Kuten levyn nimikkokappaleen lyriikoissakin sanotaan, välttää vanhojen muistomerkkien kumartamista siihen pisteeseen asti, että unohdamme oman nimemme. Silloin elämme kuolleen elämää. Sitä takakannen

tuntemattomien sotilaiden haudat symboloivat. Niiden voikin ajatella olevan meidän kaikkien hautoja, jotka olemme menettäneet rohkeutemme elää omaa elämäämme. Edesmenneiden suurmiesten tekoja ei ole pakko ajatella oman elämän pienuutta korostavina, vaan muistutuksena siitä, että kaikki on mahdollista. Tähän viitataan kuvituksessa patsailla.

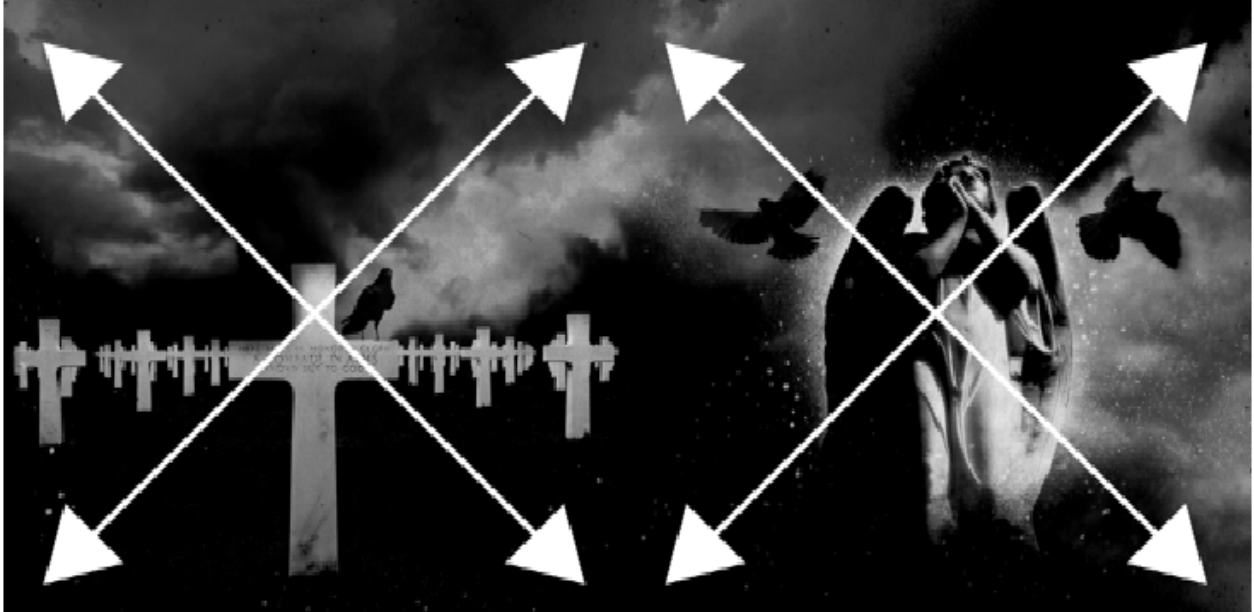
Memento mori tarkoittaa myös esinettä tai kuvallista symbolia kuolemasta. Niitä ovat muun muassa pääkallot, luut, hauta-arkut, urnat, kuoleman enkelit, hautakivet, tiimalasit, käärmeet, madot, pöllöt, korpit, sekä monet muut. Suurin osa näistä symboleista, kuten esimerkiksi nykyaikaiset hautausrituaalitkin, juontavat lähes kaikki juurensa antiikin aikaan saakka. (Lehner 1971, 116)

Tein projektia varten muutaman Photoshopin pensselimallin valokuvaamistani spraymaaliroiskeista, joita käytin lähinnä abstrakteina lisäelementteinä taustan taivaalla sekä elementtien taustalla korostaakseni niitä ja tuomaan niille hieman syvyyttä. Graffiti-taide on osa monia alakulttuureja, ja sama päteeen myöskin punkkiin ja hardcoreen. Yksi stencil-taiteen pioneereista, englantilainen Banksy toteaa Graffiti-taiteesta: Huolimatta siitä, mitä graffiti-taiteesta sanotaan, se ei ole alhaisin taiteen muoto. Siihen ei kuulu elitismia tai ylimainostusta, näyttelyt pidetään parhailla seinillä joita kaupungilla on tarjota, eikä kukaan kysy sinulta pääsymaksua. (Banksy 2005, 8).

3.4 Sommittelu

Pohdin alkuun, miten kansien elementit tulisi sommitella, mitkä olisivat tärkeimpiä elementtejä ja mitä tulisi korostaa. Huomioon tulisi ottaa myös se, että ainakin etukansi säilyisi sommittelultaan melko selkeänä eikä sisältäisi liikaa elementtejä. Sekä etu- että takakannessa on pyritty ohjaamaan katsojan huomio komposition keskelle, niin sanottuun pääelementtiin, joka etukannessa on enkeli ja takakannessa korppi. Päädyin ratkaisuun, jossa elementit ovat sommiteltu kansivihkossa sekä sanoituskortissa ikään kuin kronologiseen järjestykseen. Etukannessa

lentoon nousevista korpeista toisen lentoa seurataan takakanteen asti, jossa se on laskeutunut hautaristin päälle.



Kuva 1. Etu- ja takakannen sommittelu

Tietty johdonmukaisuus sommittelussa on tärkeää: Kuvien tulisi olla tasapainossa ei ainoastaan toisiinsa, vaan myös tekstiin nähden. (Campbell 1983, 34)

4 LEVYNKANSIEN VISUAALINEN IDENTITEETTI

4.1 Monen tyyli suunnan summa

For The Dead:n kansitaiteen tyyli suunnan on melko vaikea määrittellä. Pelkän ilmaisunsa puolesta itselleni tuli mieleen viitteitä jopa myöhäisklassisen ajan taiteeseen, jolle tyypillistä on dramaattinen ja liioitteleva esitystapa. (Miettinen 15.11.2009)

Vertaamalla sitä kansitaiteeseen yleensä, voi siitä kuitenkin helposti havaita selkeitä viitteitä esimerkiksi sekä metallimusiikkiin että hip-hopiin. Teema ja yleinen synkkä värimaailma ovat tyypillistä ensin mainitulle tyyliille, kun taas jälkimmäistä tyyliä edustaa ehdottomasti ainakin sekä bändin logo että levyn nimen kirjailu.

Logossa ja levyn nimessä käytetty tyyli on tällä hetkellä melko muodikasta latino-tatuointitaiteesta tuttua. Nimityksiä sille on monia. Kyseisestä tyylistä tunnettu latinalais-amerikkalainen tatuointitaiteilija Boog mainitsee kirjassaan sitä kutsuttavan ainakin vankila-, ghetto- tai chicano-tyyliksi, urbaaniksi taiteeksi tai katutaiteeksi. Hänen mukaansa sen kutsumanimen käyttö riippuu puhujan suhteesta taiteenlajiin, tai arvostuksesta sitä kohtaan. (Boog 2007, 129)



Kuva 2. Bändin logo



Kuva 3. Levyn nimen kirjailu

Dietmar Dath käskee olemaan välittämättä genrestä, koska nykypäivänä on entistä vaikeampi määritellä, onko joku tietty kaupallisen taiteen laji tarkoitettu hip-hoppareille vai heavy-yleisölle. (Dath 2004, 4)

4.2 Kansitaiteessa käytetty kirjasintyyppi

Valitsin sekä otsikoiden että leipätekstin kirjasinlajiksi Trajanin, joka on perinteistä Capitalis Monumentalista paljon muistuttava antiikva. Trajan on vanhan tyylin antiikva, jonka on suunnitellut Adobelle Carol Twonbly vuonna 1989. Kirjasintyyppi on lähes identtinen kopio roomalaisesta Capitalis monumentalista, kirjasintyyppistä, jota on käytetty keisari Trajanukselle vuonna 113 pystytetyn muistopylvään kirjoituksessa Roomassa. Tästä kirjasintyyppi on luonnollisesti saanut myös nimensä. (Riggs, 2009, 43)

Se muistuttaa hautakivien muistokirjoituksissa yleensä käytettäviä kirjasintyyppisiä ja on tarpeeksi arvokkaan näköinen. Lisäksi se mielestäni sopii hyvin yhteen levyn logojen kanssa. Kirjasintyyppin valinnassa olin samoilla linjoilla kuin muussakin layoutissa. Halusin, että leipäteksti sopii levyn teemaan, vaikkakin luettavuuden siitä hieman kärsiessä.

Harkitsinkin aluksi jonkin helpommin luettavan kirjasintyyppin käyttöä leipäteksteissä mahdollisesti korostamalla silti Trajanilla esimerkiksi

lyyriikoiden kertosaiteita. Asiakas oli kuitenkin tyytyväinen pelkkään Trajaniin, joten päätimme jättää sen. Tämä tosin vaati melko paljon tilaa lyyrikoille kansivihkossa ja sanoituskortissa.

Kokeilin aluksi leipätekstin värinä mustaa, jolloin tausta olisi jäänyt vaaleammaksi, mutta totesin mustanpuhuvan taustan toimivan paremmin etu- ja takakansien kanssa. Tästä johtuen jouduin käyttämään leipäteksteissä negatiivitekstiä. Useissa tutkimuksissa ei kuitenkaan ole todettu eroa negatiivisen ja positiivisen polariteetin välillä. (Laarni 2001, 143). Suurempi ongelma muodostuikin painoteknisellä puolella. Värien lisäksi negatiivisen tekstin luettavuuteen vaikuttavat kirjaintyyppi, kirjainkoko sekä se, onko tekstin pohjana kompakti vai rastereista koostuva väripinta ja mikä on mahdollisen rasterin linjatiheys ja kohdistustarkkuus. Negatiivitekstissä ongelmia tuottavat antiikvakirjainten hienopiirteiset hiusviivat ja pääteviivat, jotka eivät aina pysy avonaisina, valkoisina. Ympäröivä painoväri leviää helposti leviää helposti sen verran, että kirjainten ohuimmat kohdat tukkeutuvat. Siksi negatiivitekstissä tasavahva groteski onkin parempi vaihtoehto; Siinä tukkeutumisen vaaraa ei ole kuin kaikkein laihimmissa leikkauksissa. (Itkonen, 2003, 95). Itkonen lisää myös, että suurin epätarkkuuden vaara tummassa taustassa on silloin, jos se ei ole kompakti vaan neliväri-rasteri, joka omassa taustassani nimenomaan oli kyseessä. Nyrkkisääntönä hän pitää, että tällaisessa tapauksessa negatiivitekstin kirjasinkoon tulisi olla yli 10 pistettä. Otin siis typografisen suunnitteluni suhteen tietoisia riskejä. Tämän vuoksi ennen materiaalin lähettämistä painoon, teetin koevedoksia kansista. Tämä oli hyvä ratkaisu, sillä koevedoksista huomasin vielä melko paljon korjattavaa nimenomaan leipätekstin taustan suhteen, jotta tekstiä olisi mahdollista lukea. Kovin helposti luettavana en sitä edelleenkään pidä.

4.3 Värit

Johannes Itten piti Bauhaussissa taideluokalleen väriopintuntia, jolla hän käsitteli väriharmoniaa. Oppilaat kritisoivat Ittenin tekemiä harmonioita, koska heidän mielestään Ittenin valitsemat värit olivat ristiriidassa

keskenään. Itten päättikin antaa oppilaille tehtäväksi suunnitella omat täydelliset väriharmoniat. Opettaja hämmästytti lopputulosta: kaikkien harmoniat olivat erilaisia. (Itten 1961, 24)

Onko sitten olemassa täydellistä väriharmoniaa, vai pohjautuvatko värit aina aiempiin subjektiivisiin kokemuksiin niistä. Muodissa valtavärit vaihtuvat joka kausi. Oikeastaan ainoa väri, jota muodissa voidaan pitää hieman kestävämpänä, on musta. Päädyinkin suunnittelussani melko suppeaan väriskaalaan, yhdistettynä yhteen voimakkaaseen violettiin (C/100 M/81 Y/23 K/23) tehosteväriin. Halusin muusta väryksestä melko neutraalin, joten luonnollinen valinta oli silloin harmaan ja valkoisen eri sävyt. Harmaa saa merkityksensä yleensä vasta sen jälkeen, kun katsotaan mitä sen rinnalla käytetään. (Hintsanen, 03.11.2009). Yksi syy harmaan käyttöön oli juuri muodin nopea värien vaihtuminen. Halusin, että layout kestää aikaa. Muutenkin harmaan sävyt miellyttävät ja tuovat levyn teemaan kuuluvan melankolian tunteen. Halusin myös välttää genrelle tyypillisimmän ja ennalta-arvattavimman väriyhdistelmän, joka olisi ehdottomasti ollut punainen taivas yhdistettynä harmaan sävyihin. Halusin kokeilla uutta sävyä, joka herättää huomiota ja jollaista ei yleensä näe punk-, metalli-, tai hardcore-bändien kansitaiteiden väriskaalassa. Tehosteväriä toimiva violetti symboloi kansissa muutosta ja menetystä, mutta sisältää samalla jonkinlaista vapaudentunnetta sekä voimakasta energiaa. Värimaailma kaikenkaikkiaan mielestäni tukee mainiosti levyn kansitaiteen ja musiikin välittämää tunnetta ja sanomaa.

Violetilla valolla uskotaan olevan parantava vaikutus. Se stimuloi solujemme valoa kerääviä entsyymeitä ja parantaa viottunutta dna:ta. Leonardo da Vinci uskoi, että keskittymisvoima kymmenkertaistui purppuraisessa valossa, esimerkiksi maalatun lasin läpi (Hintsanen, 03.11.2009).

Värimaailman suhteen halusin tietoisesti ottaa välimatkaa genrelle tyypillisiin ratkaisuihin, ja uskon sen erottuvan edukseen. Ennen materiaalin lähtöä painoon mietin, olisiko väri hieman liian kaukana kontekstistaan ja

jäisikö se liian etäiseksi alakulttuurin puritaanisimmille edustajille. Valmiin levyn nähdessäni totesin kuitenkin sävyn toistuvan painettuna juuri oikein ja sopivan levyn tunnelmaan.

5 BÄNDIN LOGO JA JULKAISUN TUNNUS

5.1 Bändin logo

Hyvä logo on huomiota herättävä, aiheeseen sopiva, käytännöllinen, graafinen, selkeälinjainen ja välittää haluttua viestiä. (Cass, Jacob 15.09.2009).

Tehtäväni oli myös suunnitella bändille uusi logo ja siihen sopiva tunnus myös itse julkaisulle. Tulimme yhdessä siihen tulokseen, että olisi hyvä olla linjanmukainen ulkoasu myös muualla kuin levynkansissa, joten logotyypin tulisi olla käyttökelpoinen myös tulevilla projekteilla. Lisäksi sen tulisi muodostaa jatkumo aiemmin käytetyistä logoversioista. Toiveena logojen tekstien suhteen oli mukailla latinalaisen Amerikan tatuointitaidetta, jossa käytetään rohkeasti goottilaisia (Old English) ja skriptifontteja graffiti-tyyliin muokattuna. Logojen tulisi olla käsin tehtyjä. Päädyin käyttämään helsinkiläisen Legacy Tattoon tyylilajille vihkiytyneen tatuointitaiteilijan Tomi-Pekka Kuusiston apua.

Laadin Kuusistolle hahmotelman siitä, miten kirjainten tulisi logossa asettua ja katsoimme muutamia referenssejä, jonka jälkeen hän teki käsin piirtäen alustavat hahmotelmat logoista. Aloitin logotyypin työstämisen tekemällä muutaman vaihtoehdoisen version, joista bändin kanssa valitsimme parhaat. Jatkoin työtä tekemällä logoista tarkemmat versiot Adobe Illustrator ohjelmalla vektorimuotoon, joka mahdollistaa grafiikan skaalaamisen mihin tahansa kokoon sen laadun siitä kärsimättä. Vektorigrafiikka on tärkeä osa nykyaikaista kuvitusta ja suunnittelua. Vektoreilla voi luoda voimakkaita ja vaikuttavia töitä lähes jokaisella suunnittelun saralla. (Harris, Withrow, 2008, 10). Lopullisia kansiin päätyneitä logoja on muokattu vielä Adobe

Photoshopissa paperitekstuurilla ja spraymaalipensselillä halutun rosoisuuden saavuttamiseksi.

5.2 Julkaisun tunnus

Levyn "For The Dead"- tunnus on tehty kokonaan käsin, skannattu moninkertaiseen kokoon ja lopulta väritetty ja muokattu Photoshopissa. Tyyli on hyvin bändin logon kanssa yhteensopiva Latino-tyylinen kaunokirjoitus, joka etäisesti mukaillee tunnetuista kirjasinperheistä esimerkiksi Kuenstler scriptiä sekä Edwardian scriptiä.

6 TOTEUTUSTEKNIikka

6.1 Elementtien suunnittelu ja muokkaus Adobe Photoshop & Illustrator- ohjelmilla

Aloitin työni toteutuksen etsimällä sopivia kuvia kuvapankista. Taivas oli erittäin tärkeä osa kokonaisuutta, joten etsin ensin sopivan kuvan taivaasta. Taivaskuvaa on toistettu useampaan kertaan ja kuvia monta kappaletta päällekkäin. Taivas-layereiden saturaatiot ovat poistettu lähes kokonaan ja niiden tyyleiksi on asetettu overlay. Synkempää tunnelmaa luomaan muutin parin layerin tyyli multiplyksi. Pilvet ovat värjätty gradient overlay- efekteillä. Lisäksi niiden kontrasteja sekä kirkkauksia on muokattu. Muut kuvat on syvätty erillisiksi elementeiksi ja skaalattu sekä aseteltu kompositioon sopiviksi. Myös niiden luonnollisia värejä on vähennetty lähes mustaharmaaksi. Korpit käsittelin motion blur- efekteillä korostaakseni liikkeen tuntua. Korpit koostuvat sekä normaaleista layereistä, joiden opasiteetti on noin 50%, että multiply-layereistä. Näin taustan värit toistuvat sopivasti myös korkeissa ja näin ollen istuvat paremmin kokonaisuuteen. Takakannen valkoiset hautaristiit rakensin overlay-layereiden lisäksi soft light- layereillä, jolloin ne näyttävät hieman heijastavan valoa. Olen myös digitaalisesti maalannut kuviin ylimääräisiä valo- ja varjokohtia lisätäkseni

dramatiikkaa. Yksityiskohtia lisätäkseen olen käyttänyt melko paljon myös spraymaaliroiskeita. Rosoisen pinnan olen lopuksi lisännyt muutamalla kerroksella monin eri efektein käsitellyillä kuvilla rypistyneestä paperista. Ylimääräisellä säätö-layerillä olen lopuksi muokannut värejä ja kontrastia koko kuvaan. Sisäkansien värimaailman muutin reilusti hillitymmäksi, mutta tummemmaksi, jotta myöhemmin InDesignissa lisättävät lyriikat erottuisivat taustastaan paremmin. Bändin logo oli ainoa elementti jonka tein hahmotelman perusteella Illustratorissa ja kopioin sitten smart object-muodossa Photoshopiin.

6.2 Taiton toteutus Adobe InDesign- ohjelmalla

Kansitaiteen taiton sekä typografisen suunnittelun tein InDesignilla. LP:n ja CD:n kansien tarkat mitat sekä muodot sain painotalosta, joka oli saksalainen Eldorado. CD-levyn labelin painatus tapahtui Suomessa CD-linjalla.

Melko varhaisessa vaiheessa kuvitusten ollessa lähes valmiita ja kompositioiden alkaessa pikku hiljaa muodostua, aloin linkittää niitä InDesign-taittotiedostoon. InDesignin hieno ominaisuus on mahdollisuus muodostaa linkit kuvatiedostoihin, jolloin kyseistä Photoshop-tiedostoa muokattuasi muutos tapahtuu myös taittotiedostoon. Alkaessani muodostaa taittoa, tuli heti yllätyksiä, joita en osannut odottaa. Tietyt kuvat eivät sopineetkaan vierekkäin, lisää tilaa tarvittiin bleedejä varten ym. Suurin virheeni oli ollut jättää huomioimatta, että LP:n kannet vaatisivat etu- ja takakansien välisen jatkumon toimiakseen haluamallani tavalla. Muutinkin siis LP:n kannet yhdeksi ainoaksi kuvaksi, jolloin sama taivas jatkuu etukannesta takakanteen.

Kuvitusten ollessa melko hyvin paikoillaan, aloin tuomaan word- tiedostoina saamiani tekstitiedostoja CD:n sisäsivuille ja LP:n sanoituskorttiin. Sanoja oli erittäin paljon, joka aiheutti omia ongelmiaan taiton suhteen. Kansivihkoon tarvittiin lisää sivuja. Lopullinen sivumäärä nousi

kuuteentoista, joka on melko paljon sivujen ollessa normaalin paksuisia. Jouduin tekemään tilansäästämiseksi uusia ratkaisuja, kuten kääntämään osan kappaleiden otsikkoteksteistä 90° vastapäivään. Tämä toimi kuitenkin mielestäni myös hyvänä tyyli- ja tehokeinona ja myös asiakas piti tästä. LP:n sanoituskortissa kappaleiden nimet ovat kaikki suorassa, mutta bändiä sekä levytystä koskevaa informaatiota sisältävät leipätekstiosuudet ovat kokonaisuudessaan sijoitettu poikittain. Tämä oli asiakkaan toive ja tehtiin juuri ennen materiaalin lähettämistä painoon. Käännetty otsikko katkaisee myös hyvin välillä muuten melko monotonisen tekstin juoksutuksen. Tekstin luettavuus tai leipätekstin kappaleiden ulkonäkö ei mielestäni tässä tapauksessa ollut prioriteetti. Olen tietoisesti jaotellut esimerkiksi rivinvaihdot ensisijaisesti musiikin laulusovitusten mukaan. CD:n labelissa päädyin juoksuttamaan kappaleiden nimet ympyrän muodossa levyn reunojen mukaisesti.

Myös levyjen kansissa ja lebeleissa olevat kappaleiden nimet ja levy-yhtiön ym. logot on lisätty Indesignissa. Kuvitukseen littyvien objektien lisäksi vain etukannessa olevat bändin ja levyn nimet sisältyivät Phoshop-tiedostoihin. Logot olivat kaikki yksivärisiä, joten käsittelin ne kaikki muuttamalla ne bitmap TIFF-tiedostoiksi Photoshopissa, jolloin linkitettyäni sen taittotiedostoon se on ennen kaikkea erittäin tarkka, mutta lisäksi Indesignissa voi muuttaa sen väriä ainoastaan vetämällä väripaletista haluttu väri sen päälle. Lopullisiin tiedostoihin konvertoin kaikki tekstit grafiikaksi ja tallensin tiedostot post script- muotoon. Tämän jälkeen jälkeen siirsin ne Distilleriin, jossa muutin ne PDF- muotoon high quality print-asetuksilla.

7 PROJEKTIN ONNISTUMISEN ARVIOINTI

7.1 Asiakas ja suunnittelija

Lopputuloksesta oli molemmilla alusta asti hyvin samankaltainen visio ja asiakas tuntui luottavan näkemykseeni päästyämme yhteisymmärrykseen

lopullisesta ideasta ja toteutustekniikasta. Tämän jälkeen muutoksia layouttiin ei hirveästi tarvinnut tehdä. julkaisuajankohdan siirtyminen itse musiikin nauhoitusten venyessä toi hieman lisää aikaa viimeisten yksityiskohtien hiomiseen. levynkansisuunnittelun noviisina sain täten loppujen lopuksi tarpeeksi aikaa erilaisille kokeiluille.

Suunnittelijoita ja toteuttajia oli tässä projektissa vain yksi eli minä. Toisaalta se on kovin vapauttavaa kun saa ideoida ja tehdä kaiken itse. Toisaalta taas prosessissa saattaa tulla solmukohtia, ongelmia joihin on vaikea löytää yksin ratkaisua. Muutamien painoteknisten kysymysten kanssa käännyin levy-yhtiön oman graafikon puoleen.

7.2 Saavutettiin tavoitteet?

Asiakas oli tyytyväinen lopputulokseen. Hän piti layoutista ja värimaailmasta. Olen myös itse tyytyväinen lopputulokseen. Se on sellainen, kuin alun perin suunnittelinkin ja mielestäni kuvastaa musiikkia hyvin.

Levyn myynti lähti hyvin käyntiin: Julkaisunsa jälkeisellä viikolla levy vieraili Suomen virallisella albumilistalla sijalla 13. Seuraavankin viikon sijoitus oli vielä 31. Tämä on ensimmäinen kerta Suomessa, kun tämän musiikkityylin julkaisu noteerataan albumilistalla.

7.3 Muita projekteja Combat Rock Industrylle

Suunnittelupakettiin kuului myös levynjulkaisuun liittyvä mainosmateriaali, kuten julisteet, levyn ulkoasun mukainen layout verkkosivuille sekä kolme kappaletta paitadesigneja.

Julisteita suunnittelin kaksi versiota. Molemmat olivat A2-kokoisia, toinen pysty- ja toinen vaakasuuntainen. Niissä toistuvat sekä etu- että takakansien elementit.

Paitadesigneista yhdessä on käytetty etukannen elementtejä hieman pelkistettyinä, toisessa on CD-version levyn alta löytyvän designin muunneltu versio ja kolmannessa on printti bändin logosta 3D-versiona.

Paitadesigneissa pääsin käyttämään myös muita toteuttamiani versioita bändin logosta. Logosta tuli yhteensä kolme versiota, joista yksi valittiin levyn kanteen. Oma suosikkini jäi pois, ja oli mukava päästä käyttämään sitä paitojen suunnittelussa.

Myös verkkosivujen layout koostuu hyvin pitkälti samoista elementeistä. Sivuilla on Flash Efekti, joka käynnistyy sivujen avautuessa.

Eri logo versioiden käyttäminen kuulostaa tietysti melko sekavan viestin lähettämiseltä, mutta ne edustavat selkeästi samaa tyyliä, eikä aiheelle vihkiytymätön välttämättä edes huomaa niissä merkittävää eroa.

Muutenkaan mielestäni bändillä ei tarvitse olla kovin tiukkaa graafista ohjeistoa, eikä sitä brändinä voi verrata juurikaan mihinkään normaaliin markkinoitavaan tuotteeseen tai palveluun. Toki bändin viestinnässä tulee jokin yhdistävä tekijä ja tunnistettava momentti, mutta liikkumavaraa tyyliässä saa olla.

LÄHDELUETTELO

Banksy, 2005. Wall and piece. Century, Lontoo

Boog, 2007. From the street with love. Mediafriends Srl, Milano

Browne, Disc-Coveries viitattu 15.11.2009

Saatavissa: <http://www.ew.com/ew/article/0,,304628,00.html>

Campbell, Alastair 1983. The designer's handbook. MacDonald & Co Ltd, Lontoo

Carter, David E. 2006. The big book of layouts. Harper Collins Publishers, New York

Cass, Jacob What makes a good logo? viitattu 15.09.2009

Saatavissa: <http://justcreativedesign.com/2009/07/27/what-makes-a-good-logo/>

Dath, Dieter 2004. Sonic-Visuals of music. Die Gestalten Verlag, Berliini-Lontoo

Harris, Jack, Withrow, Steven 2008. A master class in digital image-making.

Rotovision SA

Hudson, Teppo Kansitaiteen merkitys branding-työkaluna

viitattu 15.11.2009

Saatavissa: <http://www.noise.fi/artikkelit/?id=63>

Huotari, Petteri, Laitakari-Särd, Ira, Koskinen, Ilpo 2003 Käyttäjakeskeinen tuotesuunnittelu, käyttäjätiedonkeruu, mallintaminen, arvionti. Ilmari Design Publications, Gummerus Kirjapaino Oy, Saarijärvi

Hintsanen, Päivi Coloria / Harmaa, violetti viitattu 03.11.2009

Saatavissa: <http://www.coloria.net/varit>

Itkonen, Markus 2003. Typografian käsikirja. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä

Itten, Johannes 1961. The Art of Color. Van Nostrand Reinhold Company, New York

Laarni, J 2001. Tekstin ulkoasun vaikutus lukemisen tehokkuuteen. Kirjassa Typografia, kieltä vai visuaalisuutta.(toim. Riitta Brusila), Porvoo Wsoy

Lehner, Ernst, Johanna 1971. Devils, demons and witchcraft. Dover Publications Inc, New York

Miettinen, Jukka, O Tila, kuva, aatteet viitattu 15.11.2009

Saatavissa: <http://www.xip.fi/taidehistoria>

Riggs, Tamyé 2009. Classic typefaces for contemporary graphic design. Rotovision, Sveitsi

Vilaseca, Estel 2008. 1000 supreme cd designs. Maomao Publications, Barcelona