

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU
Viestinnän koulutusohjelma / Graafinen suunnittelu

Marianna Maaninka

URHEILUSEURAN VISUAALISEN ILMEEN PÄIVITTÄMINEN

Opinnäytetyö 2014

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

VIESTINTÄ

MAANINKA, MARIANNA

Urheiluseuran visuaalisen ilmeen päivittäminen

Opinnäytetyö

43 sivua + 4 liitesivua

Työn ohjaaja

Studio-ohjaaja Teuvo Liikkanen

Toimeksiantaja

Kouvolan Jenkkipallo Ry.

Maaliskuu 2014

Avainsanat

graafinen suunnittelu, typografia, tunnus, visuaalinen ilme

Opinnäytetyön aiheena on amerikkalaista jalkapalloa pelaavan Kouvola Indiansin visuaalisen ilmeen uudistaminen. Urheiluseura joukkueen takana on Kouvolan Jenkkipallo ry. Työhön kuuluu seuran tunnuksien uudistaminen, joukkueen tunnusvärien määrittäminen sekä muut visuaaliset valinnat graafisen ohjeiston suunnittelun myötä. Lisäksi työ sisältää seuran kausijulkaisun suunnittelun ja taiton.

Työn tavoitteena on ollut luoda visuaalisesti yhtenäinen ilme, joka päivittää graafisen materiaalin vanhan pohjalta täysin uudeksi kokonaisuudeksi. Keskeisimpiä kantavia teemoja on ollut asiakaslähtöisyys, joka otetaan huomioon suunnittelun jokaisessa vaiheessa. Pohjana suunnittelulle on juuri kyseiselle urheilulajille ominaiset visuaaliset valinnat, samoin kuin asiakkaalle itselleen mieluinen tyyli. Tutkimus etenee vahvasti käytäntöä ja teoriaa sekoittaen, samalla pohtien suunnittelijan roolia ilmeen päivityksen tekijänä.

Lopuksi tutkimuksessa kuvaillaan, kuinka suunnitteluprojekti kartutti graafisen suunnittelijan kokemusta. Lisäksi pohditaan työn onnistumista ja sen etenemistä tulevaisuudessa. Työssä päädytään tulokseen, että visuaalisen ilmeen päivittäminen on ennen kaikkea asiakkaan toiveisiin vastaamista, taiteellisten valintojen muodostuessa vasta tämän myötä.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Media Communications

MAANINKA, MARIANNA

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

March 2014

Keywords

Redesigning the Visual Identity for a Sports Club

43 pages + 4 pages of appendices

Teuvo Liikkanen, Lecturer, Studio Instructor

Kouvolan Jenkkipallo Ry.

graphic design, typography, logo, visual identity

The subject of this thesis deals with redesigning the visual identity for the American football team Kouvola Indians. The sports club behind the team is Kouvolan Jenkkipallo Ry. The work consists of redesigning the logos for the club, determining the colours for the team, and making general visual choices by designing a graphic manual. The work also includes designing a seasonal publication for the club.

The goal of the work has been to create a solid visual identity by updating the existing graphic material to a completely new one. The central theme for this study has been a client-oriented way of working which has been taken into account in each stage. The starting point for the design, has been visual choices based on typical images of the sport, and that the style also is appealing to the client. The study bases strongly on combining theory with practice, in addition the designer's role in the updating of an image has been examined.

Lastly, this study illustrates how the graphic designer has gained experience during the project. It also contemplates on the success of the work and how it will continue in the future. The results show that redesigning an image mostly fulfills the hopes of a client while the artistic choices are a minor point in the whole process.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	TYÖN LÄHTÖKOHDAT	7
	2.1 Toimeksianto	7
	2.2 Tarkoitus ja tavoitteet	7
	2.3 Kohti suunnittelua	8
3	VISUAALISEN ILMEEN PÄIVITTÄMINEN GRAAFISEN OHJEISTON KAUTTA	9
	3.1 Graafinen suunnittelu urheilussa	9
	3.1.1 Nykypäivän joukkueiden ilmeet	10
	3.2 Joukkueen alkuperäinen visuaalinen ilme	11
	3.3 Graafinen ohjeisto	11
	3.3.1 Sisältö	12
	3.3.2 Taitto	12
	3.4 Tunnusten uudistaminen	13
	3.4.1 Vanhat tunnukset	13
	3.4.2 Uudistetut tunnukset	15
	3.4.3 Päätunnuksen suunnittelu ja typografia	15
	3.4.4 Indians Ladies tunnus	18
	3.4.5 Typografinen tunnus	20
	3.5 Visuaaliset elementit	20
	3.5.1 Kaarielementin kehitys	21
	3.5.2 Taittopohjat	22
	3.6 Värit	23
	3.6.1 Joukkueen tunnusvärit	24

3.6.2	Päävärit	25
3.6.3	Lisävärit	26
3.7	Typografia	27
3.7.1	Aikaisemmat fonttivalinnat	27
3.7.2	Leipätekstin typografia	29
3.7.3	Leipätekstin otsikot	31
3.7.4	Slogan	31
4	GRAAFISEN OHJEISTON SOVELTAMINEN KÄYTÄNTÖÖN	32
4.1	Nettisivu	32
4.1.1	Nettisivujen typografia	33
4.2	Pääsylippu	34
4.3	Sosiaalinen media	34
5	KAUSIJULKAISU	35
5.1	Taiton suunnittelu	35
5.2	Kansi	37
5.3	Julkaisun suunnitleminen jatkossa	38
6	POHDINTAA VALMIISTA ILMEESTÄ	39
	LÄHTEET	41
	LIITTEET	
	Liite 1. Asiakkaalle esitetyt versiot nettisivun ulkoasuista	
	Liite 2. Pääsylippu	
	Liite 3. Sosiaalisen median ulkoasut	
	Liite 4. Kausijulkaisun kannen luonnosvedos	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Kouvolan Jenkkipallo ry., joka on urheiluseura amerikkalaista jalkapalloa pelaavan Indians-joukkueen takana. Indiansiin kuuluu Vaahteraliigassa toimiva edustusjoukkue, Naisten I-divisioona ja juniorit. Indiansiin kuuluu myös lippupallojoukkue ja cheerleading -showryhmät 7-10 vuotiaille ja yli 16-vuotiaille. Kouvolan Jenkkipallo on perustettu vuonna 1986, jolloin se voitti ensimmäisen hopeamitalinsa cheerleadingin parissa. Seuran jäsenmäärä on tällä hetkellä 193. Indiansin kotikenttänä toimii Kuusankosken urheilupuisto.

Työn tarkoituksena on uudistaa Indians-joukkueen visuaalinen ilme ja kehittää siitä yhtenäinen graafinen kokonaisuus. Tavoitteena on tehdä ilme, joka määrittää nettisivun, sosiaalisen median ja printatun materiaalin graafisen suunnittelun. Tämän perustana toimii graafinen ohjeisto, joka sisällyttää kaiken tarvittavan informaation visuaalisista valinnoista. Keskeisimpiä uudistuksen kohteita ovat joukkueen virallinen tunnus ja naisten joukkueen tunnus. Tämän lisäksi joukkueen tunnusvärejä päivitetään pienimuotoisesti. Ilmeeseen lisätään myös pysyviä graafisia elementtejä, jotka ovat mukana esimerkiksi internet- ja printtimateriaalien ulkoasuissa. Työhön kuuluu lisäksi joukkueen kausijulkaisun taitto, joka toteutetaan uuden ilmeen mukaisesti ja sitä soveltaen.

Visuaalisen ilmeen päivittämisen tavoitteena on antaa joukkueelle yhtenäisempi ulkoasu, tehdä siitä miellyttävämpi silmälle ja ennen kaikkea pyrkiä graafisesti ammattimaiseen jälkeen. Alkuperäinen ilme on tyyllisesti jokseenkin vanhentunut, eikä se vastaa nykypäivän urheilumaailman visuaalisia standardeja. Ilmeestä on asiakkaan toiveiden mukaan tullava raikas, energinen ja joukkueen hengen mukaisesti rohkea ja näyttävä.

Graafinen ohjeisto toteutetaan asiakkaan itsensä tarpeisiin ja käyttöä varten. Suunnittelun tärkeimpiä lähtökohtia on tällöin muun muassa materiaalien helppo käytettävyys. Ohjeiston tarkoitus on tuoda uusi ilme helposti tarkasteltavaan muotoon ja koota sen osa-alueet yhdeksi selkeäksi kokonaisuudeksi.

2 TYÖN LÄHTÖKOHDAT

2.1 Toimeksianto

Aloitin opinnäytetyöni aiheen etsimisen joulukuussa 2013. Halusin tehdä itsenäisesti laajan asiakastyön, koska esimerkiksi seminaarityössäni varsinaista asiakasta ei ollut. Aihe löytyi hyvin pian KymiDesign&Business -yksikön yritys yhteistyösuunnittelijalta Heta Viléniltä, joka ehdotti muutamaa avoinna olevaa projektia. Kouvolan Jenkkipallo ry. oli ottanut aiemmin yhteyttä KymiDesign&Businessiin, ja toivonut Kymenlaakson Ammattikorkeakoulusta opiskelijaa kehittämään seuran markkinointia ja viestintää. Myös graafisen suunnittelijan osaamista kaivattiin, sillä suunnitteilla oli päivittää seuran visuaalista ilmettä ammattimaisempaan muotoon.

Työn suunnittelu alkoi pikaisesti aiheen löydyttyä. Otin yhteyttä asiakkaaseen ja keskustelimme puhelimitse tulevan työn sisällöstä. Koska halusin ehdottomasti projektikseni visuaalisen ilmeen päivittämisen, kerroin asiakkaalle lähestyväni työtä graafisen ohjeiston suunnittelun kautta. Graafinen ohjeisto on graafisen suunnittelijan tekemä ohjekirja visuaalisen ilmeen käytöstä joko muille suunnittelijoille tai henkilöille asiakkaana toimivan organisaation sisällä (Henry). Ohjeisto tulisi sisältämään kaiken uudistetun visuaalisen materiaalin, muun muassa tunnukset, värit ja tekstin ja kirjainten asettelun eli typografian. Tämän lisäksi asiakas kertoi kaipaavansa taittajaa kevään aikana julkaistavaan seurasta informoivaan lehtiseen. Otin tämän myös osaksi visuaalisen ilmeen uudistamista, sillä varsinainen taitettu materiaali toisi päivitetyn ilmeen esiin erittäin näkyvällä tavalla. Tällöin uusi ilme tulisi julkistetuksi seuran jäsenille ja joukkueiden kannattajille sekä antaisi hyvän esimerkin sen käytöstä myös tulevaisuutta varten.

2.2 Tarkoitus ja tavoitteet

Työn tarkoituksena oli ennen kaikkea tuoda Indiansin visuaalinen ilme nykypäivän standardien mukaiseksi. Visuaalisella ilmeellä tarkoitetaan tässä yhteydessä yrityksen tai yhdistyksen ulkoasun kokonaisuutta. Yhtenä huomionarvoisena asiana on myös ilmeen selkeyttäminen, joka lisää Koivusen (2013, 33) mukaan sen uskottavuusvaikutelmaa. Indiansilla ei ole tähän mennessä ollut valmista visuaalista ilmettä. Graafisia materiaaleja ja elementtejä on suunniteltu runsaasti, mutta yhtenäisyys on näiltä osin ollut jokseenkin vaihtelevaa. Värimaailmat ovat olleet kohtalaisen samanlaisia, mutta graafinen tyyli ei ole saavuttanut ammattimaista tasoa. Graafisen suunnittelijan palve-

luita on asiakkaan toimesta käytetty harvemmin ja näin tapahtuessa työn toimittaneet tahot ovat usein vaihdelleet. Useimmiten ulkopuolista graafista vastuuta on annettu muun muassa painotaloille, joissa tunnuksista ja visuaalisista elementeistä on hiottu toivotunlaisia asiakkaan ohjeiden mukaan. Ilman graafista ohjeistoa töiden jälki on vaihdellut itse kunkin suunnittelijan näkemysten kautta. Suurimman osan ajasta asiakas on tehnyt suunnittelutyön itse. Näin ollen graafisen alan ammattilaisen astuminen kuvaan tuo joukkueen ulkoasuun uutta otetta, ja ilmeestä saadaan uskottava sekä visuaalisesti kantava kokonaisuus. Tätä voidaankin pitää koko opinnäytetyön oleellisimpana tavoitteena.

2.3 Kohti suunnittelua

Graafinen suunnittelu on ensisijaisesti asiakaslähtöinen taiteenlaji (Berger, Dougher & Plazm 2003, 36). Tässä projektissa työtä vastaanottavan osapuolen läsnäolo korostui erityisesti, sillä vanhan ilmeen uudistamisen takia oli hyvä tutustua asiakkaan olemassa oleviin näkemyksiin erityisen huolellisesti. Perehtyminen asiakkaaseen ja projektin lähtökohtiin onkin tärkeä osa onnistunutta graafista suunnittelua (Airey 2010, 42). Tähän faktaan nojaten suunnittelua ei tapahtunut ennen ensimmäistä asiakastapaamista. Pidän tärkeänä, että molemmat osapuolet saavat tehokkaan alun projektille vasta tapaamisen myötä.

Tapaaminen asiakkaan ja suunnittelijan välillä oli tärkeä osa projektia, sillä kasvokkain kohdattaessa tehtävä työ konkretisoitui ja motivoi molempia osapuolia luomaan jotain yhteistä. Tärkeä osa-alue kyseisen aiheen suhteen oli myös asiakkaan ja suunnittelijan välinen keskusteluyhteys. En ole aiemmin tehnyt urheiluun liittyvää graafista suunnittelua, joten toiminen täysin itsenäisesti olisi ollut alkuvaiheessa hyvin riskialtista. Tämän takia oli tärkeää saada avoin kontakti asiakkaaseen, jotta suunnittelu ottaisi oikean suunnan. Tämä vaati osaltani aluksi hieman taustatyötä: perehdyin Indianisiin joukkueena ja tutustuin amerikkalaiseen jalkapalloon pintapuolisesti. Näin ollen ensimmäisen asiakastapaamisen tilanne oli luonteva, eikä asiakkaan tarvinnut selittää perusasioita alusta asti.

Asiakastapaaminen lähti liikkeelle tutustumisesta aiheeseen: kyselin asiakkaalta taustatietoa joukkueesta ja pyrin tämän perusteella muodostamaan suuntaa-antavan kokonaiskuvan halutusta visuaalisesta tyylistä. Lisäksi pohdimme millaista suunniteltua materiaalia he haluavat joukkueelle ja keskustelimme nykyisestä ilmeestä osana joukkueen visuaalista viestintää. Lisäksi teimme alustavaa aikataulua työn etenemisestä.

Asiakastapaamisessa kaikista keskeisimmäksi elementiksi muodostui kuitenkin yhteisymmärryksen löytäminen: kysymys siitä, mitä halutaan ja miten halutaan. Eniten toivottiin ammattimaista otetta, joka toisi visuaaliseen ilmeeseen selkeät linjat ja taidolla toteutetun kokonaisuuden. Tärkein suunnittelijan mukana tuleva asia olisi tällöin niin sanottu visuaalinen silmä, jonka avulla asiakas saisi haluamansa asiat miellyttävällä tavalla esiin.

Asiakastapaamisesta oli suurta hyötyä työn aloittamisen kannalta. Tämä tuli esiin muun muassa nopeatahtisessa kommunikoinnissa: esimerkiksi sähköpostein tapahtuva mielipiteiden ja näkemysten vaihto olisi ollut aloitusvaiheessa huomattavasti hitaampaa. Asiakastapaamisia ei kuitenkaan ollut mielekästä järjestää turhan usein: kasvokkain kohtaaminen tuli ajankohtaiseksi lähinnä jonkun projektiin kuuluvan osa-alueen aloituspisteessä. Tällöin oli hyvä saada lähtökohdat suunnittelulle ja koota selkeä kuva projektin seuraavasta vaiheesta.

3 VISUAALISEN ILMEEN PÄIVITTÄMINEN GRAAFISEN OHJEISTON KAUTTA

Aloittaessani visuaalisen ilmeen uudistusta halusin ensiksi tutustua urheilulle ominaiseen graafiseen suunnitteluun. Tämä tarkoitti esimerkiksi pintapuolista tutustumista siihen, mistä amerikkalaisessa jalkapallossa on kyse. Aiheen ollessa vieras referenssimateriaaleista ja aiheeseen tutustumisesta oli suurta hyötyä. Taustatutkimuksen sekä asiakastapaamisen myötä käsitys amerikkalaisesta jalkapallosta ja sitä pelaavasta joukkueesta oli huomattavasti laajempi, joten suunnittelu voitiin aloittaa. Lähtökohdat suunnittelussa nojasivat lajille ominaiseen visuaaliseen kieleen, pitäen silti mukana oman tyylini graafisena suunnittelijana.

3.1 Graafinen suunnittelu urheilussa

Graafinen suunnittelu on oleellinen osa urheilua: oli kyse sitten joukkuepaidoista, niihin kirjailluista nimistä, numeroista tai pelkästään pelikenttää rajaavista geometrisista muodoista. Visuaalisuus on aina mukana. Se määrittää omalta osaltaan ne keskeiset asiat joista kukin laji on tunnistettavissa. Lajeilla ja joukkueilla on ikään kuin omat personoidut graafiset kielensä, jotka edustavat yhteenkuuluvuutta sekä pelaajien että seuraajien välillä. Periaate on loppujen lopuksi täysin sama kuin esimerkiksi yritysmaailmassa: pyritään saavuttamaan yleisön kannatus. (Burgoyne 1998, 47.)

Kannatuksen saamisen lisäksi tärkeää on myös houkuttelevuus. Niin urheilussa, kuin muussakin graafisessa suunnittelussa olisi pyrittävä visuaalisesti puoleensavetävää kokonaisuutta kohti. Urheilussa tämä tarkoittaa aina vain uusien fanien houkuttelemista peleihin, tapahtumiin ja jopa joukkueiden jäseniksi. Visuaalisuuden on oltava originellia, mieleen jäävää ja lajille ominaista. Lisäksi on tärkeää tulla tunnistetuksi ja tunnetuksi, ja esimerkiksi paikallisella tasolla ”kotijoukkueen” olisi oltava kaikille tuttu ilmiö. Maineen on kannettava myös kotikaupungin ulkopuolelle, vastustajajoukkueiden ja niiden kannattajien on hyvä tietää keistä on kysymys. Tällöin vältytään myös identtisiltä ulkoasuilta: vastustajajoukkueet tuskin tahtovat tunnustaa samaa väriä.

Omaleimaisuuden suhteen tärkein elementti on useimmiten joukkueen oma tunnus. Joukkueen nimen ohella se on useimmiten esillä oleva koko joukkueen yhteinen elementti. Joukkueen tunnusta kannetaan mukana fanipaidoissa, ja se on mukana kaikessa printattavassa materiaalissa lehtimainoksista tienvarsimainoksiin. Usein myös pelikenttien laidoilla on suuren pinta-alan mainoksia, joissa tunnus on pääosassa. Urheiluseuran tunnuksen on oltava aina näkyvillä siellä, missä sen seuraajatkin ovat. Hyvä urheiluseuran tunnus vaikuttaa automaattisesti fanikantaansa. Sen tulisi herättää huomiota jo tiedostamattomalla tasolla. Tunnuksen tulisi herättää innostusta ja saada katsojansa tuntemaan yhteenkuuluvuutta kyseessä olevan joukkueen kanssa. Kaikkein tärkeintä tunnuksessa on kuitenkin ajattomuus, sen tulisi kestää vuosikymmeniä ilman suurempia muutoksia ulkoasun suhteen (Cannon 2012).

3.1.1 Nykypäivän joukkueiden ilmeet

Amerikkalainen jalkapallo nojaa edelleen vahvasti perinteiseen, jo vuosikymmeniä sitten muodostuneeseen ilmaisuun. Modernistumista on toki tapahtunut, mutta yhteinen muotokieli on kulkeutunut mukana alusta saakka. Burgoynen (1998, 67) mukaan amerikkalaiselle urheilulle on yleisesti ottaen olemassa täysin oma visuaalinen tyylinä: joukkueiden identiteetit nojaavat voimakkaaseen ja dynaamiseen ulkoasuun, jotka ovat täynnä paikallisia viittauksia. Burgoynen (1998, 73) sanoin kyseessä tietynlainen leikkisyys, joka on tietoisesti myyntivaltti ja vetoaa muun muassa lapsiin. Usein tunnuksissa on mukana jonkinlainen maskotti: tunnistettava hahmo tai -eläin, joka edustaa joukkuetta myös kentän laidalla. Tämä tuo joukkueen identiteettiin humoristisuutta ja helposti lähestyttävyyttä. Kaiken kaikkiaan identiteetit pyritään luomaan äärimmäisen puoleensavetäviksi ja houkutteleviksi, jolloin lähestymistapa on lähestulkoon kau-

pallinen (Burgoyne 1998, 73). Osana Indiansin ilmeen luomista tutustuin myös muiden vastaavien joukkueiden tunnuksiin ja visuaalisiin ilmeisiin.

3.2 Joukkueen alkuperäinen visuaalinen ilme

Visuaalisen ilmeen uudistajan on pohdittava muutamia kysymyksiä ennen suunnittelutyön alkamista. Onko vanhassa identiteetissä jotain säilyttämisen arvoista pääomaa? Miten yhteistyökumppanit ja asiakkaat suhtautuvat muutokseen? Miten paljon asiakas on valmis ottamaan riskejä uudistamisen suhteen? (Fishel 2000, 9.) Indiansin tapauksessa on selkeää, että säilyttämisen arvoisia asioita eivät ole niinkään visuaaliset valinnat vaan enemmänkin niiden luoma dynaaminen ja erottuva tunnelma. Tämän tunnelman toistaminen oli tärkeää myös uudessa ilmeessä, sillä asiakkaan itsensä luoma visuaalinen maailma kertoi eniten myös asiakkaan visuaalisista mieltymyksistä yleisellä tasolla. Liikkeelle lähtö oli helppoa, sillä suunnittelijana olen saanut selkeän käsityksen siitä, mikä todella on Indiansille ominaista visuaalisuutta. Fishel (2000, 11) lainaakin teoksessaan designkonsultti Kan Tai-Keungia joka toteaa, että onnistunut visuaalinen identiteetti saavutetaan tuomalla esiin yrityksen sielu. Jokaisella firmalla, yhdistyksellä ja taholla on omat tärkeänä pitämänsä asiat, ja niiden on tultava esille visuaalisessa ilmeessä (Fishel 2000, 11).

3.3 Graafinen ohjeisto

Visuaalisen ilmeen uudistaminen tapahtui luonnollisimmin graafisen ohjeiston suunnittelun kautta. Ohjeisto toimi aineistoa ja suunnittelutyötä yhteen kokoavana elementtinä. Ohjeisto kehittyi ja eli ilmeen suunnittelun mukana, joten en toimittanut valmista ohjeistoa asiakkaalle kuin vasta projektin loppuvaiheessa. Tein ohjeistosta kuitenkin niin sanotun raakaversioon, johon olin laittanut karkeat määritteet visuaalisen ilmeen päälinjoista. Toimitin tämän asiakkaalle mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, jotta työn molemmat osapuolet olisivat perillä ilmeen suunnittelun keskeisimmistä linjoista. Ohjeiston olemassaolo oli erityisen tärkeää juuri tämän projektin kannalta, sillä asiakas saa ohjeiston myötä selkeät ohjeet tehdyistä visuaalisista valinnoista. Tämä on oleellista ilmeen uudistamisen onnistumisen myötä, sillä asiakkaalla on oltava selkeä käsitys siitä kuinka suunnittelemani materiaaleja kuuluu käyttää. Ohjeiston tekeminen on hyödyllistä myös suunnittelijalle, sillä se kokoaa yhteen kaiken graafisen materiaalin. Samaan ohjeistoon pakatut ohjeet ovat myös etu toisille suunnittelijoille, jotka tulevaisuudessa tekevät Indiansin kanssa yhteistyötä. Tällöin heidän on helpompi toimia

omassa graafisessa projektissaan annettujen sääntöjen mukaisesti. Graafisen ohjeiston olemassaolo on myös viesti suunnittelijan kyvystä seistä tekemänsä työn takana suunnittelun jälkeen, sillä huolenpito graafisen materiaalin oikeanlaisesta käytöstä kuuluu hyvän työn periaatteisiin (Henry 2014).

3.3.1 Sisältö

Indiansin graafisen ohjeiston suunnittelu lähti liikkeelle jo varhaisessa vaiheessa projektia. Tästä oli etua kokonaisen ilmeen uudistamisen idean kannalta, sillä esimerkiksi pelkän seuran tunnuksen suunnittelulla kokonaiskuvaa ei olisi saatu vielä vähään aikaan aikaiseksi. Ohjeistosta oli siis pidemmän aikaa olemassa luonnosmainen versio, joka täydentyi samaan tahtiin suunniteltavan materiaalin lisääntyessä. Myös muutokset oli otettava huomioon: esimerkiksi ohjeistoon liitetyt typografiset ohjeet hioutuivat lopulliseen muotoonsa vasta projektin loppuvaiheessa. Tästä syystä graafisen ohjeiston olikin annettava elää ilmeen suunnittelun mukana, sillä tiukkojen ohjeistuksien etukäteen tekeminen olisi saattanut johtaa epäonnistumisiin käytännön suunnittelussa.

Indiansin graafinen ohjeisto rakentuu muutaman keskeisen osa-alueen varaan. Näitä ovat esimerkiksi tunnusten käyttöohjeet, typografiset suositukset ja värien tarkat määritelmät. Ohjeistossa neuvotaan lisäksi myös graafisten elementtien käyttöä ja annetaan esimerkkejä nettisivujen layoutin käytöstä ohjeiston mukaisesti. Yhteenvetona ohjeistossa kerrotaan kuvin ja tekstein, miten kunkin graafisen elementin suhteen on toimittava. En kuitenkaan halunnut tehdä ohjeistosta liian tiukkaa, sillä silloin sen noudattaminen olisi saattanut osoittautua asiakkaan näkökulmasta hankalaksi materiaalien tullessa hyvin vaihteleviin tarkoituksiin. Tämän takia asetin joustoa muutamiin kohtiin, jotta asiakas ei päätyisi umpikujaan ohjeiston ollessa liian tiukka esimerkiksi kokomäärittelysuhteen.

3.3.2 Taitto

Graafisen ohjeiston oli luonnollisesti oltava yhtenäinen kokonaisuus muun suunnittelun materiaalin kanssa. Tässä tapauksessa ohjeiston taitto tehtiin samojen visuaalisten periaatteiden pohjalta kuin muissakin materiaaleissa. Ohjeistossa ei ollut tarvetta lähteä leikittelemään graafisesti, vaan se tehtiin yksinkertaistaen jotta itse asia ei jäisi tyytymättömyyden varjoon. Graafisen ohjeiston sisältäessä paljon erilaisia elementtejä ja tekstiä, olisi liika kuvittaminen tai värikäs suunnittelu tehnyt kokonaisuudesta epäselvän.

Niinpä paras vaihtoehto oli suunnitella ohjeistolle yksinkertainen kehys, joka voisi toimia jatkossakin graafisena elementtinä eri julkaisuissa.

Indiansin tunnuksen lisääminen kehysten alareunaan ei olisi ollut pakollista, mutta toi mielestäni kehyslementtiin enemmän graafista mielenkiintoisuutta. Ongelmaksi tämä valinta muodostui oikeastaan vain logon käyttöä ohjeistavilla sivuilla, joissa tunnus oli esillä useammassa kohtaa. En kuitenkaan antanut tämän häiritä kokonaisuutta, sillä kehyslementti ja ohjeistossa oleva sisältö olivat joka tapauksessa saman kaavan mukaisia.

3.4 Tunnusten uudistaminen

Logolla tarkoitetaan yrityksen nimen vakiintunutta kirjoitustyyliä. Tunnuksella tarkoitetaan kuvallista elementtiä, jota käytetään yhdessä tai erikseen logon kanssa. Yritysmailman yhteydessä näihin molempiin viitataan yleensä nimellä liikemerkki. (Loiri 1998, 130.) Indiansin kohdalla liikemerkistä puhuminen olisi kuitenkin ollut harhaanjohtavaa, sillä kyse ei ole varsinaisesti yritysilmeen uudistamisesta. Näin ollen tässä opinnäytetyössä käytänkin aina termiä tunnus.

Indiansin uudet tunnukset suunniteltiin vanhojen, jo olemassa olevien tunnusten pohjalta. Työn tarkoituksena oli päivittää tunnukset yhtenäisen linjan mukaiseksi.

3.4.1 Vanhat tunnukset

Seuralla on alun perin olemassa useampia eri tunnuksia, joita on käytetty eri tarkoituksiin. Keskeisin elementti on alusta alkaen ollut Indians-joukkueen vanha, sulkakuvituksen koristeltu tunnus (kuva 1). Tätä on käytetty laajimmin sekä printti- että internetmateriaaleissa. Tunnuksen kuvalliset elementit tukevat joukkueen nimestä tulkittavaa amerikkalaisiin alkuperäiskansoihin liittyvää mielikuvaa. Tämänkaltainen nimi-johdannainen symbolismi onkin Lassilan (2010, 8) mukaan ominaista urheiluseurojen tunnuksille.

Tunnus on suunniteltu joukkueen alkuvuosina graafisen suunnittelijan toimesta, mutta se on nykystandardien mukaan jo teknisesti hieman vanhentunut. Vanha tunnus kaipasi hienovaraista päivitystä, joten sen suunnittelu uudelleen tuli tarpeeseen. Asiakastaapaamisen myötä uudistamisen kohteiksi toivottiin erityisesti tunnuksen väritystä, sillä sen ulkoasu oli asiakkaan mielestä silmännähdessä tunkkainen. Ilmeen uudistajan näkökulmasta päivitystä kaipasi myös tunnuksessa olevan tekstimuotoisen logon typogra-

fia: kirjaimet asettuivat logoon hieman kankeasti, ja tunnuksesta näytti näin ollen puuttuvan kaikki linjakuus. Myös viivajälki kaipasi siistimistä, sillä viivan paksuus vaihteli tunnuksen eri elementeissä. Kaiken kaikkiaan tunnus kaipasi yksinkertaistamista, sulavuutta ja tyylikkyyttä.



Kuva 1. Joukkueen vanha tunnus

Indians käyttää sulkatunnuksen lisäksi myös pelkkää tekstimuodossa olevaa logoa (kuva 2), joka on käytössä muun muassa fanituotteissa. Tämä tunnus eroaa visuaalisesti päälogosta, mutta on asiakkaan mukaan toimivampi vaatetuksessa. Typografinen, dynaamisempi logo on asiakkaan mukaan fania miellyttävämpi vaihtoehto, joka yksinkertaisesti myy paremmin. Samalla se istuu paremmin urheiluvaatteen tyyliin, olematta liian huomiota herättävä ja värikäs elementti vaatteessa. Paitalogo visuaalinen maailma integroidaan värimaailmansa puolesta päällekkäiseen, mutta typografiaa ei muuteta. Logon ilme on näin ollen oma kokonaisuutensa joukkueen graafisen ilmeen alaosiona. Tämä asettaa suunnitteluun omat haasteensa, sillä kyseinen logo on visuaalisesti hyvin erilainen päätunnuksen kanssa. Etuna kuitenkin on, että visuaalinen identiteetti on määritelty nimenomaan sisältämään omat poikkeuksensa, joita käytetään tiukasti vain niille määrätyissä kohteissa.

INDIANS
F O O T B A L L

Kuva 2. Paitadesignissä ja fanituotteissa käytettävä tekstilogo

Indiansin naisjoukkueella ei ole virallista tunnusta, mutta käytössä on ollut pelaajan tekemä pin-up -piirustus, joka on useimmiten yhdistetty esimerkiksi joukkueen ilmoituksiin ja julisteisiin. Asiakkaan mielestä tämä kuvaelementti ei kuitenkaan ole sopiva joukkueen muuhun ilmeeseen, ja onkin teknisesti hankala käyttää sen ollessa vain digikameralla otettu kuva lyijykynäpiirroksesta. Lisäksi työn jälki on selkeästi harrastelijan tekemää, asiakkaan toivoessa huomattavasti ammattimaisempaa jälkeä. Indians Ladiesille suunniteltava tunnus tulee olemaan graafisen ohjeiston mukainen vektorilogo, joka noudattaa päätunnuksen tyyliä sekä visuaalisesti että värimaailmaltaan. Vektorimuodolla tarkoitetaan tässä muodossa lyhyesti sanottuna tietokonegrafiikkaa.

3.4.2 Uudistetut tunnukset

Asiakkaan kanssa oli sovittu, että ilmeen uudistus lähtisi ensimmäisenä liikkeelle tunnuksista. Päätunnuksen päivittämistä suunniteltiin jo ensimmäisessä palaverissa. Täysin uuden tunnuksen suunnittelemisesta keskusteltiin, mutta asiakkaan mukaan olemassa oleva tunnus on yksi keskeisimmistä Indiansin identiteettiä määrittävistä osasista. Suunnittelijan näkökulmasta tämä oli realistinen lähtökohta, sillä alusta asti suunnitteleminen olisi asettanut työhön täysin uudenlaisia haasteita. Olemassa olevaa tunnusta päivittämällä ilmeen uudistus sai hyvän pohjan, jolloin muiden visuaalisten valintojen tekeminen oli huomattavasti helpompaa. Valmiin päivittämisessä oli kuitenkin myös haasteita, sillä taiteelliset vapaudet esimerkiksi muotokielen suhteen olivat huomattavasti rajallisemmat. Tämä onkin yleisesti yksi ilmeen päivittämisen suurimmista haasteista, sillä ilmeen uudistamisessa epäonnistumisen riskit ovat huomattavasti suuremmat (Airey 2010, 62). Tunnuksesta asiakkaan kanssa keskustellessa keskeisin sanoma oli, että ilme lähtisi etenemään olemassa olevan tunnuksen ulkoasun ympärille. Asiakas ei varsinaisesti ehdottanut vanhan tunnuksen linjojen ja muotojen päivittämistä, mutta mielestäni tämä tuli kovasti tarpeeseen. Ilman tunnuksen korjailua ilme olisi jäänyt puolitiehen, eikä työn taso olisi vastannut omaa osaamistani.

3.4.3 Päätunnuksen suunnittelu ja typografia

Tunnuksen suunnittelu lähti liikkeelle korjattavien asioiden tiedostamisesta. Jo ensisilmäyksellä oli selkeää, että vanhan tunnuksen kuvituselementti kaipasi päivitystä. Tunnusta uudelleen muotoillessa päätinkin ensimmäisenä yksinkertaistaa sulkakuviuksen ulkoasua. Useita kulmia ja yksityiskohtia poistamalla sulkiin saatiin enemmän pelkistettyjä muotoja, jotka paransivat tunnuksen käytettävyyttä myös pienessä koos-

sa. Liiallinen määrä yksityiskohtia ei useinkaan ole hyvä asia tunnuksen suunnittelun kannalta. Airey (2010, 34) ohjeistaa teoksessaan ottamaan kokovaihtelun aina huomioon, sillä tämä on ennen kaikkea asiakkaan etu sen säästäessä huomattavasti vaivaa tunnuksen jatkokäyttöä varten.

Toinen erittäin oleellinen uudistusta kaipaava kuvituselementti oli vanhassa tunnuk- sessa suuressa roolissa oleva punainen amerikkalainen jalkapallo (kuva 1). Sen muoto ei istunut mielestäni tunnukseen, ja oli keltaisine ääriviivoineen jokseenkin lattean näköinen. Näin ollen tein itsenäisen päätöksen, että suunnittelen pallon uudelleen. Emme olleet keskustelleet asiakkaan kanssa perinpohjaisesti siitä, kuinka tunnusta tulisi käytännössä uudistaa. Mielestäni pallon uudelleen suunnittelu oli kuitenkin ilmeen uudis- tamisen kannalta tärkeää. Heti pallon luonnostelun jälkeen lähetin asiakkaalle sähkö- postilla esimerkkejä siitä miltä tunnus voisi näyttää (kuva 3). Tässä vaiheessa toin esiin ajatuksen pallon uudistamisesta, jonka kannalla myös asiakas oli heti suunnitte- lemani luonnokset nähtyään. Suunnittelemani tunnus sai jo tässä vaiheessa paljon kii- tosta asiakkaalta.



Kuva 3. Kaksi asiakkaalle lähetettyä luonnosta

Pallon suunnittelu oli elementin yksinkertaisuudesta huolimatta oma pitkälinen pro- sessinsa. Tässä vaiheessa käytin referenssimateriaalina runsaasti oikeita amerikkalais- ten jalkapallojen kuvia, joiden pohjalta tein erilaisia luonnoksia tunnusta varten. Alus- sa pallon kuvituksessa oli mukana useampikin linja ja viiva, mutta asiakkaan toiveesta osa niistä karsittiin pois. Syynä tähän oli joukkueen käyttämien pallojen ulkomuoto: Indiansin käyttämät pallot olivat kaikki vailla ensimmäisessä luonnoksessa (kuva 3) näkyviä pallon ympäri kaartuvia valkoisia viivoja. Yksinkertaistettu kuvitus olisi täl- löin myös totuudenmukainen, mikä oli luonnollisesti hyvin oleellista urheiluseuran vi- suaalisen ilmeen uskottavuuden kannalta.

Asiakas oli toivonut päivitystä myös erityisesti tunnuksen väreihin. Tämä olikin heti seuraava muutoskohde. Kuvituselementtiä suunnitellessa tuli nopeasti ilmi, että pallon alkuperäinen väri olisi liian räikeä uuden tunnuksen kokonaisuuteen nähden. Näin ollen muutinkin sen punaisen sävyä heti tummemmaksi, jotta lopputulos olisi visuaalisesti miellyttävämmän näköinen. Toinen päivittämistä kaipaava asia oli tunnusta reunustavan punaisen pohjaväriin sävy. Tätä muutettiin hienovaraisesti kylläisemmäksi, joka tarkoittaa Wetzlerin (2000, 25) mukaan värin pigmentin lisäämistä. Näin punaisesta pohjaväristä saatiin erottuvampi ja vanhasta valjasta värimaailmasta päästiin lopullisesti eroon.

Tunnuksessa sisällä olevan kirjainlogon typografiaa päivitettiin visuaalisesti miellyttävämmäksi pysyen silti uskollisena alkuperäiselle typografialle. Uudistus on toteutettu pitkälti optisin korjauksin. Optisilla korjauksilla tarkoitetaan kirjainten muodon säätämistä hienovaraisesti väärin, jotta ihmissilmä näkisi kirjainten kokonaisuuden asetuvan oikein (Itkonen 2007, 113). Ensimmäisenä huomiota herättikin juuri logotyypin linjojen kankeus, sillä kirjaimet olivat millimetrin tarkkuudella hyvin tasapaksuja. Toinen huomionarvoinen asia oli logon kaltevuus. Koska kirjaimet oli tehty oikealle nojaavalla script-kirjaintyyppillä, tavoitteena oli yhtenäisen kaltevuuden kulma. Script-kirjaintyyppillä tarkoitetaan käsialakirjoitukseen perustuvaa typografiaa, missä kirjaimet liittyvät toisiinsa (Itkonen 2007, 12). Yhtenäinen kaltevuus ei kuitenkaan toteutunut ja logotyyppi näytti sekalaiselta jatkumolta eri suuntiin aseteltuja kirjaimia. Näin ollen muutin kirjainten kulman ja nojaavuuden yhtenäisen linjan mukaiseksi. Lisäsin joukkoon myös muutaman suunnasta poikkeavan linjan, jotta kokonaisuus näyttäisi silmää miellyttävältä.

Tunnuksen typografiaa uudistaessa muutosten kohteeksi pääsivät myös kirjainten muodot. Kirjaimet eivät olleet joka kohdasta erityisen miellyttävän näköisiä, joten muotoilin niitä uudelleen. Suurimmat muutoskohdat olivat logotyypin I ja s- kirjaimet. I-kirjaimessa painotus siirrettiin ylhäältä alas, jotta se noudattaisi alla olevien sulkien muotoa ja nojaisi paremmin kursiivissa. S-kirjain kaipasi taas pienempää kontrastia viivojensa paksuusasteisiin, jolloin esimerkiksi sen n-kirjaimen yhdistävää päätettä levennettiin.

Logossa oli myös muita teknisiä korjauksen kohteita. Esimerkiksi Itkonen (2007, 18) havainnollistamaa typografista viivastoa noudattaen oli huomattavissa useita silmiinpistäviä virheitä. Kirjainten peruslinja eli rivi mille ne asettuvat ei ollut suora, vaan ennemminkin mutkikas. Tästä johtuen kirjaimet näyttivät liikkuvan edestakaisin verti-

kaalisesti. Muutin peruslinjan selkeäksi kaareksi, joka laskeutui hieman vinossa kulmassa kuvituksellisen sulkaelementin päälle. Näin Indiansin tunnus sai huomattavasti enemmän sulavuutta, ja logon ja kuvituselementin suhde saavutti visuaalisen tasapainon.

Indiansin uudistettu tunnus (kuva 4.) edustaa pitkälti sitä, mitä päivitetyllä ilmeellä on pyritty tuomaan esiin. Tarkoitus piristää, elävöittää ja tehdä ilme dynaamisemmaksi korostuu mielestäni erityisesti juuri uudelleen suunnitellussa tunnuksessa. Tunnus istuu hyvin muodoltaan amerikkalaisen jalkapallon teemaan, ja on yhtenäisessä linjassa myös muiden nykypäivän joukkueiden tunnusten kanssa. Tehokkuus ja urheiluhenkisyys välittyy tunnuksesta onnistuneesti, ja se onnistuu iskevyydellään herättämään katsojan huomion. Yksi pyrkimyksistäni tunnuksen suhteen olikin juuri katseenkiinnittäjän rooli. Joukkueen tunnus erottuu jo kaukaa ja lisää näin ollen sen näkyvyyttä ja tunnistettavuutta työn tavoitteen mukaisesti.



Kuva 4. Indiansin virallinen, uudistettu tunnus

3.4.4 Indians Ladies tunnus

Asiakkaan kanssa käytyjen keskustelujen myötä tuli ilmi, että Ladiesin tunnuksen (kuva 5) olisi parasta olla tyylillisesti yhtenäinen päätunnuksen kanssa. Uusien kuvallisten elementtien mukaan liittämistä puhuttiin, mutta mielestäni yhtenäisyys ja toistuvuus oli paras vaihtoehto lopputuloksen kannalta. Ladies-joukkue toimii kuitenkin Indiansin alla ja on näin ollen osa samaa urheiluseuraa. Visuaalinen erilaisuus olisi toki tuonut vaihtelua ilmeeseen, mutta urheilun konteksti huomioon ottaen värien ja visuaalisten elementtien yhtenäisenä pitäminen oli mielestäni oleellisempaa. Asiakas oli tästä loppupeleissä samaa mieltä, joten aloimme pohtia valmiin tunnuksen muokkamista naisjoukkueen nimelle sopivaan muotoon. Selkeää oli, että Ladies-teksti liitettäisiin visuaalisesti yhtenäisellä tavalla mukaan päätunnukseen.

Tunnuksen suunnittelu alkoi Ladies-tekstin typografisesta suunnittelusta. Jo alun alkaen tuntui loogiselta, että kirjaimet noudattaisivat samaa linjaa Indiansin tekstilogon kanssa. Näin ollen viisain valinta oli muokata olemassa olevista vektorikirjaimista uusi järjestys ja lisätä joukkoon muutama itse suunniteltu kirjain. Suunnittelu tapahtui alun luonnosteluvaiheessa käsin, mutta pian Adobe Illustratoriin siirtyessä käsin luonnostellut kirjaimet jäivät hieman epätavallisesti vektoroitujen versioiden sivuun. Haasteena vektorikirjainten suunnittelussa oli hyvän typografian luominen, sillä kirjainten tekeminen on harvemmin kuulunut suunnittelemini asioiden joukkoon. Hankaluutta oli erityisesti typografiaan istuvan L-kirjaimen muotoilussa, sillä se oli hallitsevin visuaalinen elementti koko logotyypissä. Useamman kokeilun jälkeen sopiva L-kirjain kuitenkin muodostui kokonaisuuteen sopivaksi, joskin sen muokkaaminen jatkui vielä pitkälle tunnuksen suunnittelun loppuvaiheisiin.



Kuva 5. Ladiesin virallinen tunnus

Ladies-tunnuksen suunnittelu osoittautui kokonaisuudessaan yllättävän pitkäksi prosessiksi. Tunnuksesta oli tehtävä useampi eri versio, ennen kuin asiakkaan toiveet ulkoasusta kohtasivat omien näkemysten kanssa. Tämä oli erittäin opettavainen osio koko suunnitteluprosessissa, sillä se realisoitiin positiivisella tavalla myös asiakastyön haasteellisempaa puolta. Haluttuun lopputulokseen päästään harvoin ensi yrittämällä, ja suunnittelu onkin usein sarja yrityksiä ja erehdyksiä. Airey (2010, 136) suosittelee aina ottamaan huomioon asiakkaan mielipiteet, vaikka suunnittelija olisikin näistä eri mieltä. Lopullinen tunnus oli kuitenkin onnistunut kompromissi sekä suunnittelijan että asiakkaan näkemyksiä ja istui kokonaisuuteen toivotulla tavalla. Asiakkaan toiveiden mukaan Ladies-teksti asetettiin päätunnuksen sulkaelementin eteen, jolloin se peitti osan kuvaelementistä. Tällöin viisain valinta oli muuttaa keltainen Ladies-teksti ohjeiston pääväreistä löytyvään tumman punaiseen sävyyn, jotta kokonaisuus ei olisi

muuttunut liian kaottiseksi. Ladies-tekstin oli hyvä olla mahdollisimman helppolu-
kuinen pienessäkin koossa ja tummempi väri edesauttoi asiaa huomattavasti.

3.4.5 Typografinen tunnus

Asiakkaan toiveen mukaisesti ilmeeseen liitettiin myös fanituotteissa käytettävä typo-
grafinen logo (kuva 6). Suunnittelijan näkökulmasta ylimääräinen logo tuntui hieman
harhaanjohtavalta elementiltä osana ilmettä, mutta asiakkaan toiveesta tämä pidettiin
mukana myös päivityksen myötä. Kyseinen logo on mukana Indiansin olemassa ole-
vissa fanituotteissa, joten luonnollisesti niiden uudistaminen olisi vaatinut liikaa re-
sursseja. Ongelmana vanhan logon uudistamisessa oli edellisen version tiedostomuoto.
Sen ollessa suhteellisen pienikokoinen png-tiedosto, oli uudelleen vektorointi kohta-
laisen haasteellista. Png on lyhenne sanoista Portable Network Graphics, ja tarkoittaa
näin ollen useimmilla alustoilla toimivaa tiedostomuotoa, joka ymmärtää esimerkiksi
läpinäkyvän taustan. Png:tä ei kuitenkaan voi muokata, sillä se toimii pitkälti tavalli-
sen kuvan tavoin.

Logon keskeisimmät uudistuskohteet olivat lähinnä värit, jotka yhtenäistettiin uuden
graafisen ohjeistuksen mukaiseksi. Tämän lisäksi logoa yksinkertaistettiin hieman, sil-
lä esimerkiksi alaosan Football-teksti oli suunniteltu turhan yksityiskohtaiseen muo-
toon käytön kannalta. Tekstilogo on osa graafista ohjeistoa, mutta ei varsinaisesti ole
osa uudistettua ilmettä. Tekstilogo voidaankin käsittää omana kokonaisuutenaan uu-
distetun ilmeen sisällä.



Kuva 6. Indiansin fanituotteissa käytettävä uuteen ilmeeseen integroitu tunnus

3.5 Visuaaliset elementit

Tunnusten suunnittelun ohella oli ajankohtaista aloittaa muun visuaalisen ilmeen poh-
timinen. Jo ennen suunnittelun alkamista olin ajatellut, että ilme tulisi kaipaamaan

tunnuksen, värien ja typografian lisäksi jonkinlaisia visuaalisia elementtejä. Varsinaista kuvitusta en pitänyt ajankohtaisena, mutta esimerkiksi vektoroiduilla tausta- tai kehyselementeillä printtimateriaaleihin saataisiin haluttua mielenkiintoisuutta ja liikkeen tuntua. Tässä vaiheessa suunnitteluun tuli mukaan sommittelu. Loiri ja Juholin (1998, 62-63) kertovat teoksessaan, että sommittelu on komposition laadintaa eli eri osasten asettelua tiettyyn järjestykseen. Visuaalisten elementtien lisääntyessä, oli hyvä alkaa miettiä niiden paikkaa julkaistavassa graafisessa materiaalissa. Oli tiedossa, että Indiansin suunniteltava materiaali tulee olemaan hyvin pitkälle kuvapainotteista. Tällöin pelkkä värillinen tausta ja logon läsnäolo olisi ollut graafisesti ennalta arvattavaa, joten päätin lisätä ilmeeseen eräänlaisesta kaaresta muodostuvan kehyksen.

3.5.1 Kaarielementin kehitys

Kaarielementti muodostui joukkueen tunnuksessa olevista väreistä. Aluksi tarkoituksena oli käyttää punaista ja keltaista, mutta asiakkaan toiveiden mukaan keltainen sai jäädä pois joukkueen virallisten tunnusvärien tieltä. Nämä ovat punainen ja musta. Alun keltapunainen kaarielementti (kuva 7) olisi toki ollut dynaaminen ja eloisa ulkoasultaan, mutta olisi ehkä tehnyt ilmeestä liian värikkään ja johdatellut katsojaa pois joukkueelle tunnusomaisesta värimaailmasta. Idea keltaiseen reunukseen tuli asiakkaan itsensä tekemistä materiaaleista, joissa oli käytetty runsaasti liekkiaiheista kuvitusta. Keltainen raita olisi tällöin ollut jäännös asiakkaalle ominaisesta visuaalisesta tyylistä, tuoden ilmeeseen samaa vauhdikasta tunnelmaa.



Kuva 7. Kaarielementin ensimmäinen ja lopullinen versio

Lopullinen kaarielementin väri (kuva 7) valittiin varsinaisesti vasta asiakkaalle esitellyn internetsivun ulkoasun jälkeen. Tein kaksi erilaista ulkoasua, joista toinen perustui punakeltaiseen ja toinen mustapunaiseen värimaailmaan. Asiakas valitsi mustapunaisen, joten elementin väritys määräytyi vasta tätä kautta. Tämä antoi pohjaa myös graafisessa ohjeistossa oleviin värivalintoihin. Punamusta elementti vakiinnutti näin ollen myös uudistetun visuaalisen ilmeen värit jotka tulisivat näkymään myös kaikissa muissa materiaaleissa. Kaarielementissä pääroolissa oli musta reunus jota korosti punainen raita. Raidan muoto pysyi edelleen suunnilleen samana keltaiseen versioon verrattuna, ainut ero oli pieni ohennus keskivaiheilla. Jo keltaisessa raitaelementissä käytössä ollut liukuvärjäys toistui myös punaisessa versiossa. Tämä näytti yksinkertaisesti visuaalisesti valmiimmalta ja toi elementtiin mukaan kaivattua kolmiulotteisuutta. Toistin saman myös elementin mustassa reunuksessa, sillä tasainen musta olisi näyttänyt liian tummalta kokonaisuuteen nähden. Halusin myös elementissä mukana olevan tunnuksen istuvan kolmiulotteiseen tunnelmaan, joten lisäsin sen alle Adobe Illustratorissa digitaalisen varjon luovan drop shadow -efektin. Näin ollen saatiin vaikutelma eräänlaisesta päälle liimatusta tarrasta elementin päällä.

3.5.2 Taittopohjat

Yksi keskeisin kaarielementin käyttökohde oli asiakkaalle valmiiksi suunnitellut taittopohjat. Ilmettä päivittäessä pohdin, että asiakkaan näkökulmasta pelkät suunnitelmat ulkoasusta eivät riittäisi täyttämään valmiin työn vaatimuksia. Siirtymä uuteen ulkoasuun tapahtuisi asiakkaalle paljon helpommin, jos varsinaista sommittelutyötä uusien elementtien kanssa tarvitsisi tehdä mahdollisimman vähän. Tästä syystä tein asiakkaalle kaksi yksinkertaistettua taittopohjaa (kuva 8), joita voisi käyttää joukkueen eri julkaisujen ja materiaalien taustana. Pääosin käyttö olisi lomakepohjina ja erilaisissa tekstiä sisältävissä tiedotteissa tai julisteissa. Taittopohjat perustuivat ulkoasultaan vahvasti jo olemassa oleviin kaarielementteihin. Lisäyksenä näihin tuli vain punainen liukuvärjätty tausta, jotta tarjolla olisi myös väritaustainen taittopohja esimerkiksi esitteitä varten. Taittopohjat ovat olemassa kuitenkin vain asiakkaan itsensä käyttöä varten. Laajempaa ammattilaisen suunnittelua esimerkiksi julkaistavaa mainosmateriaalia varten tarvitaan myös tulevaisuudessa.



Kuva 8. Taittopohjat

3.6 Värit

Cullenin ja Triedmanin (2002) mukaan väri on kommunikaattori, se kiinnittää katsojan huomion ja välittää heti tietyn tyyppisen mielikuvan. Olipa väri sitten kirkas, räikeä tai neutraali, sen luoma visuaalinen maailma on yhteydessä tuotteen mainonnalliseen arvoon. Erilaiset assosiaatiot, kuten esimerkiksi ruokaan liitetyt punainen ja vihreä, lisäävät usein positiivisia mielikuvia ja näin ollen edistävät tuotteen vetovoimaa ja houkuttelevuutta. Indiansin visuaalisen ilmeen kannalta värit (kuva 9) olivat yksi suurimman huomioarvon saavia asioita. Ne tulevat olemaan mukana kaikissa materiaaleissa, ja niitä käytetään sommittelussa laajoina pinta-aloina. Lisäksi huomionarvoista on värien merkitys juuri urheilun kontekstissa: joukkueen tunnusvärien on oltava huomattavissa visuaalisesta ilmeestä jo ensimmäisellä vilkaisulla.

PÄÄVÄRIT



CMYK: 13, 100, 90, 0
 RGB: 205, 22, 47
 PMS 186 C



CMYK: 26, 100, 77, 21
 RGB: 157, 23, 52
 PMS 7427 C



CMYK: 0, 0, 0, 100
 RGB: 0, 0, 0
 PANTONE Black 6 C



CMYK: 58, 50, 49, 17
 RGB: 108, 108, 108
 PMS 424 C

LISÄVÄRIT



CMYK: 0, 37, 96, 0
 RGB: 251, 172, 35
 PMS 7409 C



CMYK: 39, 32, 32, 0
 RGB: 162, 161, 161
 PMS 422 C

Kuva 9. Indiansin uudistetut värit graafisessa ohjeistossa

3.6.1 Joukkueen tunnusvärit

Seuran värit ovat punainen ja musta. Vaikka esimerkiksi tunnuksessa on käytetty laajalti myös keltaista, se ei ole osa esimerkiksi virallisten pelipaitojen väritystä. Suunnittelijan näkökulmasta rajallisempi värien määrä on helpompi hallita, ja ulkoasu on näin ollen todennäköisemmin visuaalisesti miellyttävä. Lisäksi rajoitetumpi väripaletti tuo muuten niin dynaamiseen kokonaisuuteen kaivattua värien harmoniaa. Väriharmonia muodostuu Wetzlerin (2000, 69) mukaan yhdistämällä toisiinsa sopivia sävyjä ja eri tummuuksia sekä kylläisyyksiä.

Sutherland ja Karg (2003, 24) neuvovat teoksessaan, että asiakastyössä värien on oltava aina asiakkaan toiveiden mukaisia. Koska Indiansin tunnusvärit olivat olleet olemassa jo pitkään, niitä ei muutettu radikaalisti uutta kokonaisuutta varten. Ainut asiakkaan toivoma muutos oli lähinnä värien kylläisyysasteissa. Kylläisyyttä voi säädellä murtamalla väriä pois puhtaista, kirkkaista sävyistä. Lisäksi kylläisyyttä voi säätää väriä taittamalla. Esimerkiksi tunnuksessa värit olivat todennäköisesti teknisistä syistä suhteellisen haaleat. Tunnuksen suunnitteluvaiheessa käytössä ei ole todennäköisesti ollut juurikaan nykyaikaista teknologiaa, joten värien toistuminen nykystandardien mukaan on huomattavan hankalaa. Uutta tunnusta varten väreihin lisättiin huomatta-

vasti enemmän pigmenttiä, jotta ilmeestä saataisiin visuaalisesti vetovoimaisempi kokonaisuus.

Joukkueen tunnusvärien ollessa voimakkaita ja kylläisiä, niiden yhdistäminen toisiinsa on keskimääräistä haasteellisempaa. Tämä pätee erityisesti tunnuksessa, jossa hallitsemimmat värit ovat punainen ja keltainen. Nämä värit asettuvat tunnuksen hyvin silmiinpistäväällä tavalla, joka on urheiluteemaan sopien täysin tarkoituksenmukaista. Kaksi väriympyrän vierekkäistä väriä ovat voimakkaita ja kylläisiä, ja reunuksen väriksi valittu valkoinen vain korostaa tätä vaikutelmaa. Tunnuksen värit muodostavatkin näin ollen Wetzlerin (2000, 72) esittelemän disharmonian. Disharmonia ärsyttää ja herättää levottomuutta, mutta oikein käytettynä myös piristää. Jos katsojassa halutaan herättää jännitystä ja kaaosmaisia elämyksiä, on monien eriarvoisten värien yhdistely hyvä valinta. Disharmonia eli riitasointu saavutetaan yhdistelemällä värejä väriympyrän vastakkaisista neljänsistä, tai vaihtoehtoisesti liittämällä yhteen vierekkäisten neljänsien värejä. Päätaavoite on tietynlainen värien parittomuus, jolloin kokonaisuus herättää katsojan huomion. (Wetzer 2000, 72.)

3.6.2 Päävärit

Indiansin ilmeeseen on valittu neljä pääväriä joita käytetään vaihtelevasti ilmeen eri osa-alueissa. Hallitsemimmiksi väreiksi muodostuvat joukkueen tunnusvärit musta ja punainen, joista loput kaksi lisäväriä eroavat lähinnä valöörin määrässä. Väriin valööri tarkoittaa Wetzlerin (2000, 24) kuvauksen mukaan väriin vaaleus- ja tummuusastetta. Toinen pääväri on tummempi punainen, toinen taas kohtalaisen vaalea harmaa. Pääväriin oli hyvä valita valööreiltään eriasteisia sävyjä, jotta kokonaisuus näyttäisi mahdollisimman harmoniselta. Tällöin sain ilmeeseen varieteettia, ja lopputulos on mielenkiintoisempi.

Keskeisin ja huomiota herättävin Indiansin pääväreistä on punainen. Joukkue käyttää sitä laajalti eri osa-alueilla, ja se on hallitsevin väri sekä fanituotteissa, että virallisissa pelipaidoissa. Karg ja Sutherland (2003, 19) listaavat punaisen väriin edustavan muun muassa intohimoa, vaaraa ja voimaa. Punainen on voimakas huomioväri, ja näin ollen ollut alusta alkaen hyvä valinta urheilun kontekstiin liittyen ja erityisesti Indiansin tunnusväriksi. Tätä väitettä tukee myös olemassa oleva tutkimus (Farrelly 2013), jonka mukaan punainen väri edesauttaa muun muassa urheilujoukkueen menestystä. Tutkimuksen mukaan miespuoliset henkilöt, jotka valitsivat kilpailutilanteessa väriksen punaisen väriin kokivat testosteronitasojen nousun. Tämä teki voitosta todennäköisem-

pää. Tutkimus tekee näin ollen johtopäätöksen, että punainen väri on menestyksen avain erityisesti urheilussa. Tämä tekee väristä suosittua monien joukkueiden ja urheilijoiden pelivaatetuksessa. Värien vaikutukset eivät siis ole pelkästään psykologisia vaan myös todistetusti fyysisiä.

Värien tarkoitus ja niiden käyttö projektissa vaikuttaa vahvasti lopputulokseen. Värien kanssa työskentely muuttaa suunnittelijan väripsykologian amatööriksi, ja mitä enemmän asiakkaan reaktioista jää käteen, sitä enemmän se auttaa suunnittelijaa myös tulevaisuudessa haasteissa. (Karg & Sutherland 2003, 19.) Pääväreissä tärkeintä olikin juuri asiakkaan mielikuvien kanssa toimiminen. Oli selkeää, että mustan ja punaisen käyttö oli toivottavaa. Haasteena olikin, että värit olisivat miellyttävät myös asiakkaan silmään. Liian tummat sävyt olisivat todennäköisesti menneet liian kauas toivotusta ilmeestä, joten pyrin lisäämään joukkoon muutaman kylläisen ja valööriltään kirkkaan sävyn pitämään kiinni asiakkaan toivomasta tyylistä. Värien kanssa onnistuminen toi itsevarmuutta myös muun suunnittelun jatkumiseen, sillä tämä todisti sekä asiakkaan että suunnittelijan olevan samalla aaltopituudella lopullisen ilmeen tyylistä.

3.6.3 Lisävärit

Uusien lisävärien liittäminen mukaan Indiansin visuaaliseen ilmeeseen ei olisi ollut perusteltua. Ne oli hyvä ottaa jo valmiiksi elementeissä mukana olevista väreistä. Näistä ensimmäisenä vaihtoehtona tuli esille jo tunnuksessakin suuressa roolissa esiintynyt keltainen. Toisena lisävärinä oli tunnuksesta niin ikään löytyvä vaaleampi harmaa. Keltaista oli hyvä käyttää lisävärinä sen ollessa mukana vain tunnuksessa. Sutherlandin ja Kargin (2003, 95) teoksessa mainitaan että keltainen on hyvin haasteellinen väri käyttää sen ollessa valööriltään hyvin vaalea, joten se toistaa yksityiskohtia huonosti. Tämä olisi ollut ongelma esimerkiksi ison pinta-alan graafisissa elementeissä, jotka olisivat saattaneet printattuna näyttää hyvin erilaiselta kuin näytöllä suunniteltaessa. Toinen kirjoittajien mukaan huomionarvoinen asia on, että liiallinen keltaisen käyttö voi tehdä lopputuloksesta liian räikeän. Tämä olisi varmasti pätenyt myös Indiansin ilmeessä: liika keltainen olisi tehnyt ulkoasusta lähestulkoon silmälle ärsyttävän. Tämän kaiken lisäksi keskeisin keltaisen lisäväreihin jättämisen syy oli kuitenkin asiakkaan mielipide siitä, että ilmeessä pidettäisiin mukana mahdollisimman pitkälle vain joukkueen tunnusvärejä. Alun alkaen keltainen oli mukana myös pääväreissä, koska asiakkaan käyttämissä aikaisemmissa materiaaleissa se oli ollut kohtalaisen suuressa roolissa. Lopputuloksen kannalta sen pois jättäminen oli kuitenkin perusteltu

vaihtoehto. Kylläinen keltainen olisi tuonut jo valmiiksi kylläiseen kokonaisuuteen liian monta eri väriä, jolloin lopputulos olisi ollut visuaalisesti kaoottinen.

Keltaisen rinnalla lisäväreissä oli myös valooriltään vaalea harmaa, joka löytyi tunnuksen sulkakuvituksesta. Lisäsin harmaan mukaan kokonaisuuteen lähinnä kokonaisuutta rauhoittavaksi lisäväriseksi, jota voidaan käyttää esimerkiksi erilaisissa taustaelementeissä. Tämän lisäksi syy harmaan mukanaoloon on tulevissa kuvituksissa: esimerkiksi suunniteltavassa kausijulkaisussa on todennäköisesti tarvetta kuvituksellisiin elementteihin, joten ohjeistossa mukana oleva harmaan sävy yhtenäistää elementit toisiinsa myös tältä osin.

3.7 Typografia

Typografia on automaattisesti yksi graafisen suunnittelun keskeisimpiä osioita. Muista suunnittelussa huomioon otettavista asioista se eroaa siinä, että se on yhteydessä kielelliseen kommunikointiin. Hyvä typografia viestii asioita vaivihkaa, silmälle näkyvästi mutta mielelle näkymättömästi. (Brusila 2002, 83.) Indiansin visuaalisen ilmeen kohdalla tämä tarkoittaa lähinnä samojen, joukkueen henkeä viestivien valintojen tekemistä myös kirjaimilla ilmaisun suhteen. Pyrkimyksenä oli saavuttaa typografisesti houkutteleva ja innostava tapa esittää asioita. Fonttivalintojen tulisi henkiä selkeästi urheilullisuutta, välttämättä kuitenkin kliseisimmät valinnat, joita on havaittavissa monien muiden joukkueiden ilmeissä. Amerikkalaisessa jalkapallossa typografia on monesti hyvin high school -tyyppistä, eli käytössä on päätteellinen egyptienne -fontti versaalikirjaimin kirjoitettuna. Versaalikirjaimilla tarkoitetaan niin sanottuja ”isoja kirjaimia”. Egyptiennellä taas tarkoitetaan fonttia, jonka päätteet ovat voimakkaan tasaiset ja toimivat ikään kuin kirjaimia tukevinä palkkeina (Loiri 2004, 48). Tämä istuu toki aiheeseen ja visuaaliseen maailmaan, mutta ei todennäköisesti jätä katsojan mieleen mitään erityistä mielikuvaa juuri tästä joukkueesta. Typografian, kuten koko ilmeen pyrkimyksenä olikin tätä kautta olla tasapainossa sekä tarkoituksenmukaisuuden että erottuvuuden kanssa.

3.7.1 Aikaisemmat fonttivalinnat

Indiansilla ei ole tähän mennessä ollut niin sanottua ”omaa fonttia”. Asiakas on käyttänyt typografiassa omia valintojaan, eikä määrityksiä ole tässä suhteessa koskaan tehty. Fonttivalinnat ovat rajautuneet muutamaankin asiakkaalle mieleiseen kirjainperheeseen. Näistä suosituimpana on ollut Falcons -niminen ilmaisfontti, jota on käytetty

esimerkiksi printtijulkaisuissa ja fanituotteiden teksteissä. Fontti on luonnollisesti amerikkalaisen jalkapallon teemaan sopiva, koska se on suora kopio Atlanta Falconsin logotyypin typografiasta (kuva 10). Ammatillisesta näkökulmasta katsottuna fontti ei kuitenkaan ollut paras mahdollinen vaihtoehto suhteessa Indiansin tunnuksen visuaaliin muotoihin. Kävimme asiakkaan kanssa keskusteluja fontin valinnasta, mutta koska asiakas osoitti selkeän toiveensa Falconsin mukana pitämisestä, oli se kuitenkin liitettävä kokonaisuuteen. Tällöin muutoksia oli tehtävä muissa typografisissa valinnoissa, jotta visuaalisen ilmeen yhtenäisyys ei jäisi puolitiehen.

FALCONS
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Kuva 10. Falcons-fontti

Kyseisen fontin käyttö on kuitenkin osoittautunut haasteelliseksi myös virallisessa Falconsin ilmeessä (kuva 11), sillä sitä on materiaalin perusteella varioitu useampaan otteeseen (Sportslogos.net 2014). Tätä on toteutettu muun muassa fontin ehkä suurimman heikkouden, x-korkeuden suhteen. X-korkeudella tarkoitetaan kirjaimen pienen aakkosen korkeutta, johon ei lasketa mukaan kirjainten alapidennyksiä. Falcons-fontin kirjaimen x-korkeus on harvinaisen matala, jolloin sen asettuminen luettavaan muotoon on hankalaa. Brusilan (2002, 91) mukaan visuaalinen luettavuus on lukijan työn helpottamista, mutta useasti typografia palvelee myös muita tarkoituksia. Tämä on varmasti ollut lähtökohta kyseisen fontin suunnittelun kohdalla, sillä sitä on tuskin alunperinkään tarkoitettu käytettäväksi esimerkiksi leipätekstin fonttina. Koska kirjainten skaalaaminen ei tule kysymykseen, oli sen uudelleen suunnittelu Indiansin ilmettä varten turhan työläs ja tehoton vaihtoehto. Falconsissa ei ole tarjolla eri leikkauksia, vaan käytössä on pelkästään Regular-muodossa oleva tekstityyppi. Eroja ei ole edes kirjaimen koossa: versaalia ja kapiteeliä kirjainleikkausta ei ole olemassa. Tämä asettaa omat haasteensa fontin käyttöön, ja näin ollen luonnollisin vaihtoehto Falconsille on toimia pelkästään lisäfonttina.



Kuva 11. Atlanta Falconsin tunnus ja logo (Sportslogos.net 2014)

Falconsin ollessa lisäfontti sen käytölle voidaan asettaa tietyt rajat. Indiansin graafisessa ohjeistossa on oma osuutensa typografiasta, jossa annetaan määritteet kunkin fontin käytölle. Falconsin käyttöohjeet ovat tiukemmat, jotta fontti ei olisi liian suurissa roolissa kokonaisuuteen nähden. Oleellisin ohje kyseiselle fontille on, että sen on aina oltava huomattavasti suuremmissa pistekoossa leipätekstiin nähden. Tällöin visuaalinen yhtenäisyys säilyy, eivätkä kirjainten muodot muodosta ristiriitaa keskenään. Lisäksi suuren kokonakontrastin etuna on Falconsin luettavuus: pienemmässä pistekoossa kirjaimet olisivat huomattavasti epäselvempiä. Itkosen (2007, 66) mukaan Falconsin tyyppinen kokeileva kirjaintyyppi soveltuukin pääosin otsikoihin. Tällöin leipätekstiin valitun fontin on keskityttävä ennen kaikkea luettavuuteen.

3.7.2 Leipätekstin typografia

Julkaisujen tekstimateriaali jakaantuu eri tekstityyppeihin. Näistä oleellisimpia ovat otsikot, ingressit, leipätekstit ja kuvatekstit. Kyseiset osiot on tärkeä erottaa toisistaan jotta informaation sekoittumiselta vältyttäisiin. On kuitenkin suositeltavaa pitää tekstityylit edes jossain määrin yhtenäisinä, jotta graafinen yhtenäisyys saavutetaan. (Lukkarila 2001, 80.)

Leipätekstissä typografian suunnittelu aloitettiin kokonaan alusta. Asiakkaalla oli ollut käytössä leipätekstiä varten valittu antiikvafontti, mutta se ei istunut uuteen ilmeeseen halutulla tavalla. Typografiassa antiikvalla tarkoitetaan päätteellisiä kirjaintyyliä joissa kirjainten viivat ovat eri vahvuisia. Kirjainten runko rakentuu paksujen pystysuorien viivojen ympärille. Yleisesti ottaen antiikva on suora mukaelma käsin kirjoitetusta tekstityypistä, jossa viivan paksuus vaihtelee kynän asennon mukaan. (Itkonen 2007, 11.) Antiikva oli kirjaintyylinä aivan liian yksityiskohtainen ja monimutkainen Indiansin ilmeeseen, joten oli perusteltua suunnitella typografia kokonaan groteskin kirjain-

tyylin sisälle. Lukkarila (2001, 75) mainitseekin, että päätteetön teksti on usein raik-
kaampaa eikä se perustu antiikvalle ominaiseen virallisuuteen.

Groteskilla tarkoitetaan tasavahvaa, päätteetöntä kirjaintyyppiä, jossa kirjainten kes-
kiakselissa ei ole lähestulkoon ollenkaan kaltevuutta. Groteski- sanan alkuperä on läh-
töisin ranskan kielen sanasta grotesque, joka tarkoittaa suomen kielessä luonnotonta.
(Itkonen 2007, 50–60). Groteski kirjain on lähtökohtaisesti pelkistetty ja suora, eikä se
sisällä mitään ylimääräisiä viivoja tai muotoja. Indiansin visuaalisessa ilmeessä tämä
oli toivottavaa, sillä muiden graafisten elementtien muoto on hyvin hallitseva. Tällöin
leipätekstin typografian on oltava selkeää, helppolukuista ja sen on toimittava lähinnä
vain taustatekijänä muun visuaalisuuden ottaessa näkyvämpää roolia.

Kirjaintyyppin valintaan vaikuttavat useimmiten tekstin pituus, sen tärkeysjärjestys eli
hierarkkinen asema, vaadittava tila sekä tekstin tyyli. (Lukkarila 2001, 74.) Leipätekstin
fontiksi valittiin useiden vaihtoehtojen joukosta Open Sans (kuva 12). Kyseinen fontti
oli vahva ehdokas jo suunnittelun alkuvaiheilla, sillä olin todennut sen hyväksi vaihto-
ehdoksi jo muissa groteskifonttiin nojaavissa graafisissa projekteissa.

OPEN SANS

abcdefghijklmnopqrssteuvvxyzääö
1234567890

abcdefghijklmnopqrssteuvvxyzääö
1234567890

abcdefghijklmnopqrssteuvvxyzääö
1234567890

Kuva 12. Open Sansin kolme eri leikkausta: Regular, Extrabold ja Extrabold Italic

Open Sans on Steve Mattesonin suunnittelema 10 eri kirjainleikkausta sisältävä fontti.
Fonttia kuvaillaan hyvin yksinkertaiseksi, ammattimaiseksi ja siistiksi. Siinä on muu-
tamia hienovaraisia tunnuspiirteitä, kuten kirjainten peruslinjan alapuolelle asettuva
J:n koukku. (Bacic 2014.) Open Sansin visuaalinen kieli on helppolukuista ja selkeää,
ja sen tarjoama varieteetti eri leikkausten suhteen lisäsi fontin helppokäyttöisyyttä
huomattavasti. Lisäksi koko kirjainperhe oli ladattavissa ilmaiseksi Google Fonts -
sivustolta. Tämä oli selkeä etu asiakkaan näkökulmasta, sillä maksullisten fonttien

hankkiminen olisi ollut huomattavasti hankalampaa. Open Sans on myös yksinkertainen vaihtoehto asiakkaan käytettäväksi, sillä sen ohjeiston mukainen käyttö ei vaadi tekstin asetusten radikaalia muuttamista.

3.7.3 Leipätekstin otsikot

Oleellinen osa leipätekstiä on myös sen otsikko. Jo heti fonttivalintaa tehdessä oli selvää, että Open Sans palvelee tarkoitusta myös tässä suhteessa. Sen eri leikkausvaihtoehdoista sopivin oli extrabold, sen ollessa hyvin vahva ja kirjainleveydeltään sopiva toiseen hyvin näkyvään elementtiin eli seuran tunnuksen typografiaan nähden. Lisäksi otsikon ja leipätekstin välille luodaan tällä tavoin Itkosen (2007, 78) mainitsemaa vahvuuskontrastia.

Leipätekstiin verrattuna otsikkotypografian luettavuudelta vaaditaan vähemmän. Tällöin voidaan keskittyä enemmän tyylillisiin ja visuaalisesti miellyttäviin fonttivalintoihin. Otsikon typografiassa on kyse enemmän makukysymyksistä, ei niinkään tekstin helppolukuisuuden maksimoinnista. Otsikko on aina visuaalinen elementti, joten sen esteettisyyteen tulisi kiinnittää paljon huomiota. (Loiri 2004, 117-118.) Otsikkoihin valittu kirjainleikkaus ei varsinaisesti perustunut visuaaliseen näyttävyyteen vaan enemmänkin kokonaisuuden yhtenäisenä pitämiseen. Vahva ja tukeva extrabold tuo ryhtiä muuten niin dynaamiseen ilmeeseen kuitenkin tasoittamatta sen elekieltä liikaa. Lisäksi Open Sansin extrabold -leikkaus on erinomainen valinta myös iskevyytensä takia: selkeä, vahva groteski sopii hyvin urheilun teemaan. Esimerkiksi light- tai regular-leikkauksissa jämäkkä ulkomuoto olisi jäänyt saavuttamatta. Indiansin otsikkosisältöjen ollessa usein tiedottavia, lyhyitä ja selkeitä liiallinen typografinen koristeellisuus olisi ohjannut tyyliä väärään suuntaan. Loirin (2004, 33) teoksessa viitataan kiinnittämään huomiota juuri tekstin sanomaan. Sisältö on osa typografiaa, ja typografian suunnittelu alkaakin nimenomaan siihen tutustumisesta (Loiri 2004, 29).

3.7.4 Slogan

Open Sansista oli tarjolla myös kursiiviversio (kuva 12), jonka halusin liittää myös mukaan kokonaisuuteen. Kursiivi on kapea, oikealle kallistuva kirjainmuoto, joka jäljittelee erityisesti antiikvoissa käsialakirjoitusta. Monissa groteskeissa kursiivi on harvoin oikean kursiivin periaatteiden mukainen, sillä sen kirjaimet on kallistettu vinoon muotoon keinotekoisesti. (Itkonen 2007, 11.) Open Sansissa ei kuitenkaan mielestäni ollut tätä ongelmaa, sillä sen kursivoitu muoto ei näyttänyt väkisin kallistettuun muo-

toon pakotetulta. Kursiivi istui hyvin seuran tunnukseen, ja oli muutenkin sopivaa vaihtelua muuten niin pystysuoralle groteskitypografialle. Kursiiville ei kuitenkaan kannattanut antaa liikaa tilaa, sillä se on vinoine muotoineen visuaalisesti hyvin hallitseva. Suora ja tasainen gemena istui kokonaisuuteen paremmin, kursiivin lähinnä vain korostaessa tiettyjä erikoisempaa kirjainleikkausta vaativia asioita. Indiansin visuaalissa ilmeessä kursiivia kirjainleikkausta käytetään useimmiten muun muassa sloganissa: ”Where ever you are, the Indians have been!”. Toinen käyttökohde ovat mahdolliset nostot ja ingressit tulevan kausijulkaisun tekstissä.

4 GRAAFISEN OHJEISTON SOVELTAMINEN KÄYTÄNTÖÖN

4.1 Nettisivu

Graafisen ohjeiston keskeisimpien määreiden valmistuttua oli niitä soveltavan suunnittelun aika. Olin luvannut toimittaa asiakkaalle valmista suunniteltua materiaalia yhtä matkaa ilmeen päivittymisen myötä. Ensimmäinen ohjeistoa soveltava ulkoasun suunnitelma oli Kouvolan Jenkipallo ry:n nettisivu (Liite 1). Tämä sivusto pitää sisällään kaikki tiedot joukkueista, päivittää ahkerasti seuran uutisia, kertoo ajankohtaisista tapahtumista ja toimii esimerkiksi fanituotteiden verkkokauppana. Olin tehnyt nettisivun ulkoasusta suunnitelmia jo ennen lopullisten värien päättämistä, joten kahdessa ensimmäisessä asiakkaalle lähetetyssä esimerkkisuunnitelmassa (Liite 1) oli mukana myös alussa hallitsevasti ilmeessä mukana ollut keltainen. Keltainen osoittautui kuitenkin epäoleelliseksi Indiansin ilmettä ajatellen, väriin nojaava ehdotelma hylättiin. Tämä ei kuitenkaan ollut ongelmallista, sillä ulkoasusta oli olemassa myös toinen esimerkki, joka vastasi välittömästi asiakkaan toiveita.

Nettisivujen ulkoasu muodostui hyvin selkeästi graafisen ohjeiston visuaalisten elementtien pohjalta. Ulkoasun suunnittelussa pidin ohjenuorana yksinkertaisuutta, ja annoin sen nojata vahvasti pelkistettyyn muotokieleeseen. Käytin keskeisimpänä elementtinä pelitilanteesta otettua valokuvaa, joka antoi energisyyttä muuten niin yksinkertaiseen ulkoasuun. Ainut ohjeistosta poikkeava uusi elementti oli nettisivun taustakuva. Limittäin asettuvista harmaista elementeistä muodostuva kuosi toi lisää elävyyttä muuten niin tasaisiin pintoihin, ja se suunniteltiin erityisesti vain nettisivua varten, joten se ei näin ollen ole mukana ohjeiston graafisten elementtien joukossa.

Värivalintojen suhteen pysyin tiukasti linjassa ohjeiston kanssa. Koska Indiansin värit ovat punainen ja musta, olivat ne luonnollinen valinta hallitsemaan myös nettisivun

ulkoasua. Punamustassa ulkoasun suunnitelmassa oli mukana myös lisävärit, joita käytin. Nettisivujen ulkoasussa käytettävä typografia vastaa täysin graafista ohjeistoa, ja onkin tältä osin täydellinen esimerkki ohjeiston soveltamisesta käytännön suunnitteluun.

4.1.1 Nettisivujen typografia

Nettisivu sisältää usein paljon kuvallista materiaalia ja eri värejä. Tekstisisällön lisäksi mukana on navigointilinkkejä, joiden avulla liikutaan sivustolla. Mukana voi olla myös erilaisia kirjautumispalkkeja. Lisäksi sivustolle on usein liitetty mainoksia, jotka saattavat tehdä sisällön hahmottamisesta epäselvää. Tällöin tekstin luettava esittäminen on haasteellisempaa. (Korpela 2010, 7-25.) Osasy Open Sansin valitsemiseen oli juuri sen erinomainen toimivuus nettisivuilla. Fontti on pienemmässäkin koossa helpolukuinen, eikä vie huomiota muilta sivuston elementeiltä. Lisäksi Open Sans on suunniteltu toimivaksi hyvin internetsivuilla, joten korvaavaa fonttia ei tähän tarkoitukseen tarvinnut valita. Etuna Open Sansissa on myös luettavuus pienessäkin tekstikoossa, jolloin pistekokoa ei ollut syytä suurentaa tarpeettoman isoon kokoon. Tämä oli helppo todeta Korpelan (2010, 48) suosittelemalla zoomaustoiminnon käyttämisellä. Teksti on luettavaa vielä 40 prosentin kokoisena versiona nettisivulla käytetystä pistekeosta.

Nettisivujen suunnittelu etenee usein kompromissien kautta. Perussääntö typografisten valintojen kanssa on, että vähemmän on enemmän. Eri palstojen ja navigointipalkkien määrä on pidettävä minimissä, ja niiden on erotuttava kokonaisuudesta. (Korpela 2010, 46-47.) Tämä oli tärkeä ohjeistus myös Indiansin nettisivun typografian kanssa. Suunnittelin tästä johtuen vain yhden navigointipalkin, jonka otsikot oli aseteltu riittävän väljään tilaan. Ahdas navigaatio olisi aiheuttanut harhaklikkauksia, ja otsikoiden tekstit olisivat sotkeutuneet keskenään.

Suurimmaksi osaksi tekstin järjestäminen tapahtui lähinnä pistekoon ja eri kirjainleikausten avulla. Käytin myös versaali- ja gemenatekstiä tarpeen mukaan eri kohdissa. Versaaliteksti oli loogisin valinta erityisesti juuri navigointipalkkiin, jotta luettavuus ja selkeys saavutettaisiin helppokäyttöistä lopputulosta varten. Sisällössä luontevin vaihtoehto oli käyttää versaalia vain otsikoissa. Poikkeuksena näistä oli Sajl.fi:n otsikko, joka oli parempi pitää gemenana sen ollessa nettisivun linkkiin perustuva otsikko.

4.2 Pääsylippu

Toinen graafista ohjeistoa soveltava kohde oli Indiansin peleihin myytävä pääsylippu (liite 2). Asiakas esitti toiveen suunnittelemansa pääsylipun muuttamisesta ilmeen mukaiseksi, ja tämä tapahtuikin nopealla aikataululla muun ilmeen suunnittelun ohessa. Pääsylippu suunniteltiin valmiin taittopohjan mukaan, ja siinä käytettiin ohjeistossa olevaa typografiaa. Pääsylipussa käytettiin asiakkaan toiveiden mukaisesti Falcons-lisäfonttia. Haasteena pääsylipun suunnittelussa oli sen pieni koko, ja tämä aiheutti muutamia ongelmia typografian ja fontin pistekoon kanssa. Tässä vaiheessa ohjeiston typografian ohjeistuksia oli muutettava joustavammaksi, sillä samat pistekoot eivät sopineet jokaiseen taitettavaan materiaaliin. Jatkossa pääsylipuissa onkin suositeltavaa käyttää ohjeistossa olevaa 9 pisteen kokoa.

4.3 Sosiaalinen media

Joukkue toimii paljon sosiaalisen median kautta ja päivittää ahkerasti tilejään Facebookissa ja Twitterissä. Tässä yhteydessä on ollut käytössä oma graafinen materiaalinensa, johon sisältyy muun muassa kansikuvat ja kuvagalleriat molemmille sivustoille. Sivujen päivityksestä ja kuvamateriaalin tuottamisesta on vastannut asiakas itse. Koska sosiaalinen media on suuressa roolissa Indiansin viestinnän kannalta, oli tärkeää että graafisen ilmeen uudistaminen ulottui myös tälle alueelle.

Tärkein elementti sosiaalisen median kontekstissa on kuva: tekstillä ilmaisu rajoittuu usein pieneen merkkimäärään, joten helpoin ja tehokkain ilmaisutapa on mahdollisimman visuaalinen (Moritz & Seltzner 2014). Esimerkiksi Facebookin suhteen tärkeintä olikin hyvän ja visuaalisesti miellyttävän kansikuvan luominen (liite 3). Koska Facebook-sivun yläreunassa oleva kansikuva vie eniten tilaa ulkoasusta, sen täytyi toimia katseen kiinnittäjänä. Näin ollen paras vaihtoehto olikin käyttää kuvallista elementtiä, joka kertoisi välittömästi mahdollisimman paljon joukkueesta. Tähän tarkoitukseen paras vaihtoehto oli valmis pelitilanteesta otettu valokuva. Asiakkaan kuvavaliokimista löytyikin juuri sopiva kuva tähän tarkoitukseen, jossa oli vaadittua liikkeen tuntua ja dynamiikkaa joukkueelle ominaisen tyylin mukaisesti.

Koska pelkkä kuva ei itsessään olisi ollut vielä uuden visuaalisen ilmeen mukainen, lisäksi sen alareunaan visuaalisista elementeistä tutun kehyksen. Mustapunainen kehys joukkueen tunnuksineen toi selkeän kuvan sekä joukkueesta että uudesta ilmeestä. Il-

meen päivityksen esiin tuominen olikin erittäin oleellista myös sosiaalisessa mediassa, sillä tällä tavalla joukkueen jäsenet ja kannattajat näkivät päivityksen reaaliajassa. Lisäksi Facebookiin myös profiilikuvan, joka toimi kansikuvan yhteydessä (liite 3). Tässä oli hyvä käyttää pelkästään Indiansin tunnusta. Profiilikuva on ensimmäinen näkyvä kuvallinen elementti joka puolella Facebookia, joten sen oli oltava mahdollisimman informatiivinen.

Indiansilla on käytössä myös Twitter-tili, jonka ulkoasu asetti hieman toisenlaiset vaatimukset (liite 3). Koska Twitterissä käytetään suurta taustakuvaa ja pienemmän ”kansikuvan” päällä on tekstiä, ei pelaajakuva tullut kysymykseen. Niinpä käytin tähän taittopohjista tuttua punamustaa kaarielementin ja pohjavärin yhdistelmää. Twitterin profiilikuvana toimi sama tunnuskuva kuin Facebookissakin, sillä halusin säilyttää yhtenäisyyden näiden kahden sivun välillä. Lisäksi tunnuskuva sopi näyttävällä tavalla yhteen mustapunaisen taustan kanssa.

5 KAUSIJULKAISU

Yksi keskeisimmistä uutta visuaalista ilmettä hyödyntävä käyttökohte oli Indiansin kausijulkaisu. Kitti (2013, 6) kertoo opinnäytetyössään kausijulkaisun olevan urheilu-seuran toimintaa esittelevä lehtinen, joka lisää sen tunnettavuutta ja sitouttaa nykyisiä seuran jäseniä, sekä tarjoaa tietoa esimerkiksi yhteistyökumppaneille. Indiansin kausijulkaisu tulee sisältämään esipuheen valmentajalta, esittelyt eri joukkueista, pelaajien haastatteluja sekä sponsoreiden mainoksia. Kausijulkaisu ei tule olemaan painatettuna samaan aikaan opinnäytetyön valmistuttua, joten produktiivinen osio jatkuu työn esittämisen jälkeen. Indiansin visuaalinen ilme on laaja projekti, ja kausijulkaisun suunnittelun aikataulutus tulee riippumaan useasta tekijästä. Tärkein näistä tekijöistä on myytyjen mainospaikkojen määrä. Valitettavasti mainospaikkoja ei ole saatu myytyä toistaiseksi tarpeeksi nopeaan tahtiin, joten julkaisun painattaminen siirtyy ajallisesti jonkin verran eteenpäin. Tämä ei kuitenkaan estä suunnitteluprosessin aloittamista, ja esimerkiksi taittoon liittyviä ratkaisuja voidaan tehdä jo tätä ennen.

5.1 Taiton suunnittelu

Taitto tarkoittaa toimitetun tekstin ja visuaalisuuden yhteen sulattamista. Lopputuloksen toivotaan olevan mahdollisimman informatiivinen, mielenkiintoinen ja ennen kaikkea luettava. Taiton tarkoitus on saada painotuote erottumaan edukseen ympäris-

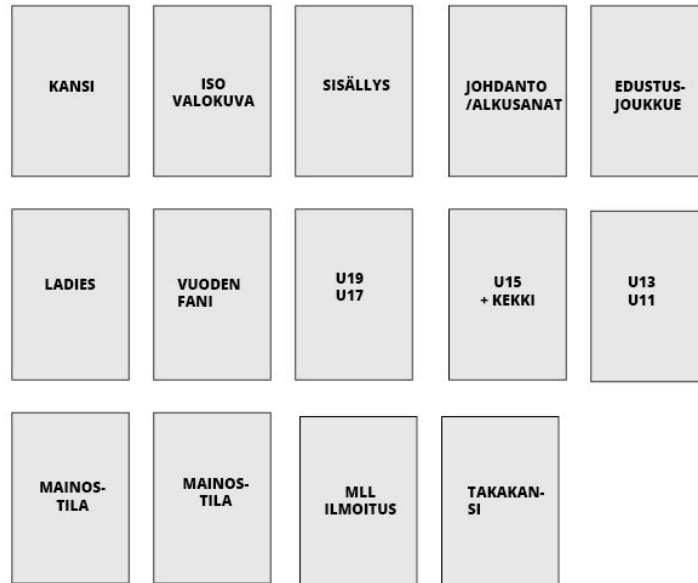
töstään ja kilpailevista julkaisuista. Taitto ei ole koskaan pelkästään tyhjän tilan täyttämistä tekstillä ja kuvilla. (Loiri & Juholin 1998, 70.) Kausijulkaisun taiton suunnittelu alkoi jo toisessa asiakastapaamisessa. Olimme sopineet asiakkaan kanssa, että julkaisun tullessa ajankohtaiseksi olisi suotavaa järjestää toinen asiakastapaaminen. Näin olisi helpompi kartoittaa sivumäärää, suunnitella sisältöä ja näyttää asiakkaalle konkreettisia suunnitelmia esimerkiksi yksittäisten sivujen taitosta ja sisällön rakenteesta.

Asiakastapaamisessa tehtiin pintapuolisia suunnitelmia, jotka vastasivat usealta osin Lyytikäisen ja Riikosen (1995, 10) kuvailemaa järjestystä perusrakenteen suunnittelusta kohti kuvituksellisia ja värinkäyttöä koskevia valintoja. Pysin suunnittelijana muodostamaan myös asiakkaan mieleen selkeän kuvan tulevasta kausijulkaisusta, joten käsitelimme siihen liittyviä asioita mahdollisimman johdonmukaisesti. Ensin keskustelimme painotuotteen muodosta yleisellä tasolla. Tähän kuului muun muassa painotuotteen koko, joka oli asiakkaan toiveiden mukaan perinteinen A4-arkki. Tämän jälkeen pohdimme myös painotuotteen sisältöä: mitä lehtisellä halutaan kertoa, mitä asioita sen teksti sisältää ja kuinka Indiansin joukkuetta esitellään. Oleellisimpana kysymyksenä oli julkaisun tarkoitus, joka Loirin ja Juholinin (1998, 71) mukaan on sisällön ohella yksi keskeisimmistä ulkoasua määrittävistä tekijöistä. Asiakkaan kanssa keskustelemisen kautta tulimme lopputulokseen, että yksi tärkeimmistä julkaisun taiton tarkoituksista on ennen kaikkea mielenkiinnon herättäminen. Toinen huomionarvoinen asia oli erottuvuus. Asiakas toivoi kausijulkaisun ulkoasun herättävän huomiota muiden vastaavien julkaisujen joukosta.

Teimme konkreettisen sivu sivulta -suunnitelman, joka muodostettiin fyysisesti paperille luonnostellen. Loiri ja Juholin (1998,77) puhuvat tässä yhteydessä termistä nimeltä ruutuskenaario, joka kuvaakin sanana hyvin tehtyä suunnitelmaa. Paperille luonnostellaan julkaisun sivumäärän mukainen määrä ruutuja, jotka kuvaavat julkaisun jokaisesta sivusta. Näihin ruutuihin voidaan lisätä informaatiota sivujen sisällöstä ja luoda ennen kaikkea selkeä kuva julkaisun sisällön asettumisesta taittoon.

Ruutuskenaarion suunnitelman myötä selvisi julkaisun sisältö ja rakenne: ensimmäisenä avatulla sivulla tulisi olemaan sisällys, heti toisena esipuhe, ja tämän jälkeen esittely Indiansin eri joukkueista. Lisäksi asiakas toivoi mukaan pelaajahaastatteluja, joita ehdotin lisättäväksi nostojen lailla joukkue-esittelyiden väliin. Lisäksi ruutuskenaarion suunnittelun kautta tuli ilmi, että mainostila tulisi ottamaan julkaisusta useamman sivun osan. Tästä syystä olikin loogista, että mainoksille varatut sivut asetetaan taiton loppuosaan omaksi kokonaisuudekseen. Näin ollen julkaisun visuaalinen ulkoasu ei

rikkoonnu sekalaisten mainoselementtien ja yritysten tunnusten myötä. Lisäksi informatiivinen tiedotus-osio on helpommin luettavissa, jos sivuja ei tarvitse selata mainosten takia edestakaisin.



Kuva 13. Julkaisun ruutuskenaariosta Adobe Illustratorissa tehty versio

Asiakastapaamisessa tehty luonnosmainen ruutuskenaario oli hyvä suunnitella uudelleen tekstimateriaalien toimittamisen jälkeen (kuva 13). Materiaalien tarkastelulla tuli ilmi, kuinka paljon mikäkin tekstiosio veisi tilaa. Tein uuden suunnitelman Adobe Illustratorissa ja toimitin sen hyväksyttäväksi asiakkaalle. Taiton lopullisessa rakenteessa on vielä jouston varaa, ja sivumäärää saatetaan vielä muuttaa. Suuntaa antava runko auttaa kuitenkin jäsentelemään tekstiä sekä suunnittelemaan taitosta yhtenäistä kokonaisuutta.

5.2 Kansi

Yksi oleellisimmista asiakastapaamisessa pohdituista julkaisun osa-alueista oli kannen kuvitus (liite 4). Kannen kuvituksen ulkoasun pohtiminen alkoi verrattain varhaisessa vaiheessa, sillä keskustelimme asiakkaan kanssa aiheesta jo ensimmäisessä asiakastapaamisessa. Asiakkaan toive oli, että kansi olisi mahdollisimman iskevä ja erottuva. Ehdotin heti kanteen yksittäistä kuvituselementtiä, joka olisi yksinkertaisuudessaan hyvin tehokas. Pohdimme asiakkaan kanssa Indiansiin sopivaa kuvituselementin ai-
hetta, ja hyvin nopeasti sain idean amerikkalaisen jalkapalloilijan perusvarusteesta:

kypärästä. Pelkkä kypärä asetettuna keskelle kantta olisi vahva ja selkeä informatiivinen sekä visuaalinen elementti.

Kuvituksen suunnittelu lähti liikkeelle tutustumisesta Indiansin omiin pelikypäriin. Lisäksi etsin referenssimateriaalia muista kypäristä. Tärkeintä kypärän kuvituksessa oli sen asento ja kulma. Ensiksi pohdin, että kypärä esitettäisiin suoraan edestä päin. Tämä ei kuitenkaan tuonut sen muotoa esiin halutulla tavalla, koska kypärä ei ollut edestä päin katsottuna kovinkaan kolmiulotteisen näköinen. Näin ollen päätin, että kypärä olisi parasta esittää sivusuunnassa.

Asiakastapaamisessa oli puhetta siitä, että kanteen sijoitettava Indiansin tunnus voisi olla osa kuvituselementtiä. Tällöin se toimisi ikään kuin tarrana pelikypärässä. Myös kannen muut tekstit ja niiden typografiset valinnat oli tarkoitus sijoittaa kypärän sisään, jotta kannen informatiivinen ja kuvituksellinen puoli sulautuisi yhdeksi mielenkiintoiseksi kokonaisuudeksi.

Koska kuvituksen ja kannen suunnittelu on vielä keskeneräinen, ei sen ulkoasun lopullisesta muodosta ole varmuutta. Korjauksia on suunniteltu tehtävän ainakin metallisen kasvosuojuksen väriytykseen, jotta siitä saataisiin enemmän kiiltävän ja yksityiskohtaisemman näköinen. Myös tekstien asettelussa on vielä korjattavaa. Kaiken kaikkiaan tehtävistä muutoksista on vielä keskusteltava asiakkaan kanssa, mutta toistaiseksi kuvitus on kuitenkin hyvin lähellä lopullista muotoaan.

5.3 Julkaisun suunnitteleminen jatkossa

Koska julkaisun suunnitteluprosessi on vasta täysin alkuvaiheessa, monet taitolliset asiat ovat vielä päättämättä. Jatkossa julkaisun suunnittelu etenee sitä mukaa kun asiakas toimittaa teksti- ja kuva-aineistoa taittoa varten. Selkeää kuitenkin on, että julkaisun suunnittelu tulee tapahtumaan tarkasti hyvän graafisen suunnittelun periaatteiden mukaisesti. Keskeisimpänä ohjenuorana julkaisun suunnitteluun on olemassa oleva graafinen ohjeisto, jonka pohjalta pyrin tekemään mahdollisimman selkeän ja hyvän taitollisen kokonaisuuden. Julkaisun ulkoasu tulee näyttämään tarkasti ohjeiston mukaiselta. Lisäksi aion ottaa huomioon lähdeteoksien ohjeet hyvän julkaisutuotteen suunnittelusta.

Indiansin visuaalisen ilmeen suunnittelijan rooli saa taiton myötä viimeisimmän silauksen, sillä käytännön työ saattaa projektin loppuun ja määrittää koko suunnitellun materiaalin yhdeksi visuaaliseksi kokonaisuudeksi. Projekti on hyvä lopettaa taitto-

työn tekemiseen, sillä suunnittelijana on etu päästä työskentelemään itse suunnittelemansa visuaalisen ilmeen pohjalta.

6 POHDINTAA VALMIISTA ILMEESTÄ

Indiansin visuaalisen ilmeen päivittäminen on ollut haastava ja laaja projekti. Se on vaatinut monipuolista osaamista ja useampien opittujen asioiden hyödyntämistä soveltavalla tavalla. Erittäin keskeinen työtä vaatinut asia on ollut projektin yhtenäisyyden hallinta. Koska visuaalisen ilmeen päivittäminen on koostunut monesta elementistä, on niiden samankaltaisena pitäminen vaatinut keskittymistä. Tässä auttoi kuitenkin jatkuvasti työn mukana elävä graafinen ohjeisto, joka piti ilmeen koossa myös suunnittelijan näkökulmasta.

Lisäksi oman aspektinsa työn tekemiseen toi urheilun konteksti. En ole aiemmin tehnyt graafista suunnittelua urheiluseuroille, joten näihin liittyvä oma visuaalinen kielenä vaati hieman opettelua. Lisäksi haasteena oli amerikkalaisen jalkapallon laji, joka oli minulle täysin vieras. Tässä auttoi kuitenkin tehty taustatutkimus, joka auttoi välttämään pahimmat graafisen suunnittelijan tietämättömyydestä johtuvat sudenkuopat. Lisäksi etuna oli asiakkaan yksinkertaistava lähestymistapa, joten esimerkiksi asiakastapaamisissa käsitelimme joukkueeseen liittyviä asioita mahdollisimman ymmärrettävin termein. Pyrin samaan myös graafisena suunnittelijana, sillä tiesin että ammatillinen termistö ja suunnittelun työkalut eivät olleet tuttuja asiakkaalle.

Suurin henkilökohtainen haaste oli kuitenkin projektin luonne itsenäisesti toteutettuna asiakastyönä. Vaikka olinkin tehnyt useampia vastaavanlaisia projekteja aiemmin, oli Indiansin visuaalisen ilmeen päivittäminen näistä vaativin. Osasyynä tähän oli asiakkaan toiveiden mukaan toimiminen. Koska kyse oli ilmeen päivittämisestä, asiakkaalla oli jo olemassa oleva käsitys siitä miltä Indians näyttää. Suunnittelijan rooli olikin tässä enemmänkin vastata asiakkaan toiveisiin mahdollisimman pitkälle, unohtamatta silti omia ammatillisia näkemyksiä. Tämä on osa graafisen suunnittelijan työtä myös muissa projekteissa, sillä kyse on ennen kaikkea asiakaslähtöisestä taiteenlajista. Pyrinkin työssä jatkuvasti asiakaslähtöisyyden ja omien taiteellisten valintojen tasapainoon. Asiakkaan kanssa yhteistyössä toimiminen kartutti kokemustani suunnittelijana, ja lisäsi huomattavasti valmiuksia tulevaisuuden työelämässä toimimiseen.

Haasteena oli myös työn luonne ilmeen päivittäjänä. Koska suuri osa projektin sisällöstä perustui pelkästään olemassa olevan päivittämiseen, valmista graafista materiaalia ei ilmestynyt kuin vasta verrattain myöhäisessä vaiheessa. Tämä aiheutti epävar-

muutta työn laadusta ja siitä kuinka ilmeen päivitys toimii käytännössä. Tässä kohtaa pyrin kuitenkin pitämään keskusteluyhteyden auki asiakkaaseen, joten kaikki valmistuva materiaali meni asiakkaan hyväksytyksen läpi. Näin ollen työn jälki vastasi sen perinpohjaista tavoitetta asiakaslähtöisyydestä.

Etuna tämän asian suhteen oli kuitenkin asiakkaan erittäin hyvä suhtautuminen suunniteltuun materiaaliin, ja sainkin paljon kiitosta tehdystä työstä. Myös joukkueen jäseniltä ja kannattajilta oli tullut hyvää palautetta, joka kannusti ennestään jatkamaan suunnittelua jo valitulla linjalla. Suunnittelijan näkökulmasta olen erittäin tyytyväinen asiakkaan kanssa tehtyyn yhteistyöhön, ja ongelmaton kommunikointi ansaitsee erityiskiitokset. Projekti on ollut täydellinen esimerkki suunnittelijan ja asiakkaan yhteistyöstä, ja tämän yhteistyön jatkaminen tuntuu mielekkäältä myös tulevaisuudessa.

Valmis ilme on omasta näkökulmastani lähinnä sekoitus omaa ja asiakkaan toiveisiin vastaavaa suunnittelua. Taiteellisesti valmiuteni olisivat varmasti riittäneet enempäänkin, mutta tämän projektin rajoissa se ei valitettavasti toteutunut. Mielestäni valmis visuaalinen ilme on kuitenkin yhtenäinen ja siisti kokonaisuus, joka ennen kaikkea vastaa työlle annettuihin tavoitteisiin. Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen tehtyyn työhön ja koin sen äärimmäisen opettavaisena osana opiskelua. Indiansin visuaalisen ilmeen päivittäminen oli erinomainen aihe opinnäytetyöksi, ja mielestäni projekti istui hyvin valmistuvan opiskelijan viimeiseksi suunnittelutehtäväksi.

LÄHTEET

Airey, D. 2010. Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities. Kalifornia: New Riders.

Sportslogos.net. 2014. Atlanta Falcons Logos. Saatavissa: http://www.sportslogos.net/logos/list_by_team/173/Atlanta_Falcons/ [viitattu: 14.3.2014].

Bacic, H. 2014. 10 Best Sans-Serif Web Fonts From Google Fonts Library. Forbes. Saatavissa: <http://www.forbes.com/sites/allbusiness/2014/03/06/10-best-sans-serif-web-fonts-from-google-fonts-library/> [viitattu: 13.2.2014].

Berger, J., Dougher, S., & Plazm. 2003. 100 Habits of Successful Graphic Designers, Insider Secrets from Top Designers on Working Smart and Staying Creative. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.

Burgoyne, P. 1998. Winning – The Design of Sports. Lontoo: Laurence King Publishing.

Brusila, R. 2002. Typografia, kieltä vai visuaalisuutta. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Cannon, M. 2012. Top 10 Sports Logos of All Time. Graphicdesign.com. Saatavissa: <http://www.graphicdesign.com/article/top-10-sports-logos-of-all-time/> [viitattu: 3.2.2014].

Cullen, C. D. & Triedman, K. 2002. Color graphics, the power of color in graphic design. Massachusetts: Rockport publishers, Inc.

Farrelly, D. 2013. High-Testosterone Competitors More Likely to Choose Red. Psychological Science. Saatavissa: <http://www.psychologicalscience.org/index.php/news/releases/high-testosterone-competitors-more-likely-to-choose-red.html> [viitattu: 19.1.2014].

Fishel, C. 2000. Redesigning Identity. Graphic design strategies for success. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.

- Henry, C. 2014. What Is a Style Guide? Howcast. Saatavissa: <http://www.howcast.com/videos/509224-What-Is-a-Style-Guide-Graphic-Design> [viitattu: 7.3.2014].
- Itkonen, M. 2007. Typografian käsikirja. 3., tarkistettu ja laajennettu painos. Helsinki: RPS-yhtiöt.
- Kitti, H. 2013. Opinnäytetyö. Kausijulkaisun tuottaminen. Liiketalouden koulutusohjelma. Oulun seudun Ammattikorkeakoulu. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/60742/Kitti_Heli.pdf?sequence=1 [viitattu: 17.3.2014].
- Koivunen, T. 2012. Opinnäytetyö. Aacon Oy:n yritysilmmeen kehittäminen. Viestinnän koulutusohjelma. Kymenlaakson Ammattikorkeakoulu. Saatavissa: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/42355/Koivunen_Tommi.pdf?sequence=1 [viitattu: 25.3.2014].
- Korpela, J. K. 2010. Verkkojulkaisun typografia. Helsinki: RPS-yhtiöt.
- Lassila, A. 2010. Opinnäytetyö. Jääkiekkoseuran visuaalisen ilmeen uudistaminen. Mediatekniikka. Jyväskylän Ammattikorkeakoulu. Saatavissa: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/12901/Lassila_Antti.pdf?sequence=1 [viitattu: 3.2.2014].
- Loiri, P. 2004. Typo. Pieni käytösopas typografian laatijalle. Infoviestintä Oy.
- Loiri, P. & Juholin, E. 1998. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. 2. painos. Infoviestintä Oy.
- Lyytikäinen, K. & Riikonen, H. 1995. Painotuotteen suunnittelu. Opetushallitus.
- Moritz, D. & Seltzner, M. 2014. Visual Social Media: How Images Improve Your Social Media Marketing. Social Media Examiner. Saatavissa: <http://www.socialmediaexaminer.com/visual-social-media-with-donna-moritz/> [viitattu: 16.2.2014].

Wetzer, H. 2000. Värivaaka. 12. painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.



TERVETULOA **KUMPPANIT** **EDUSTUSJOUKKUE** **NAISET** **JUNIORIT** **KUVAT** **SEURA** **JÄSENPAIVELUT**

TAPAHTUMIA
Sisältö


KOUVOLAN JENKKIPALLO RY.
Where ever you are, the Indians have been!
Liity mukaan: otamme junioripelaajia non-stop. Varusteet (Kypärä/Hartiasuojat) vuokraa Indians.

Kouvola®
RadioCity
ajamaan.fi
ISKELMÄ
KOUVOLA – 100,1 MHz
KSS ENERGIA

Saji.fi
Sisältö

INDIANS UUTISIA
U13/U11 treenit kalliosuojasta Sarkolan koululle
Aika pysyy samana, paikka vaihtuu
Peruutus Areenalla 8.3.
Vuoro vaihdettu kahteen maanantaipäivän vuoroon
Joulupukin toivelahjat
Indians College paita 29€ Indians College housut 39€ (tilaustuote)
Indians U13 hioi lippupallo kuvioita Kotkassa
Indians ja Eagles pelasivat lippupallon harjoitusottelun
Tammikuussa alkaa sisävuorot
Hyypiäareenalla perjantaisin Edustusjoukkue, lauantaisin U17, U15 ja naiset.

© 2014 KOUVOLAN JENKKIPALLO RY.



Where ever you are, the Indians have been!

[TERVETULOA](#)
[KUMPPANIT](#)
[EDUSTUSJOUKKUE](#)
[NAISET](#)
[JUNIORIT](#)
[KUVAT](#)
[SEURA](#)
[JÄSENPALVELUT](#)

<p>TAPAHTUMIA</p> <p>Sisältö</p>	<p>KOUVOLAN JENKKIPALLO RY.</p> <p>Liity mukaan: otamme junioripelaajia non-stop. Varusteet (Kypärä/Hartiasuojat) vuokraa Indians.</p>	<p>Kouvola</p> <p>RadioCity</p> <p>ajamaan.fi</p> <p>ISKELMÄ KOUVOLA – 100,1 MHz</p> <p>KSS ENERGIA</p>
<p>Sajl.fi</p> <p>Sisältö</p>	<p>INDIANS UUTISIA</p> <p>U13/U11 treenit kalliosuojasta Sarkolan koululle Aika pysyy samana, paikka vaihtuu</p> <p>Peruutus Areenalla 8.3. Vuoro vaihdettu kahteen maanantaipäivän vuoroon</p> <p>Joulupukin toivelahjat Indians College paita 29€ Indians College housut 39€ (tilaustuote)</p> <p>Indians U13 hioi lippupallo kuvioita Kotkassa Indians ja Eagles peläsivät lippupallon harjoitusottelun</p> <p>Tammikuussa alkaa sisävuorot Hyypiäareenalla perjantaisin Edustusjoukkue, lauantaisin U17, U15 ja naiset.</p>	<p>© 2014 KOUVOLAN JENKKIPALLO RY.</p>



PRE SEASON GAME
LEHTOMÄKI KLO 17.00
17.5 TAFT

KUUSANKOSKI KLO 17.00
15.6. 69RS

KUUSANKOSKI KLO 17.00
29.6. WOLVERINES

KOTKA MERIPÄIVÄT ARTO
TOLSA AREENA KLO 16.00
26.7. TAFT

KUUSANKOSKI KLO 18.30
8.8. TROJANS

KUUSANKOSKI KLO 16.00
31.8. CROCODILES



Kouvola Indians
1 389 tykkäystä · 126 puhuu tästä

Ammattilaisurheilujoukkue
Joukkueet 201

Edustusjoukkue (Vaahteraliiga)
Tietoja - Ehdota muokkausta

Kuvat Tykkäämiset Videot Tapahtumat

Kohokohdat ▾



Twitter logo

Search Have an account? Sign in

Kouvola Indians
@Kouvolaindians
Football team #Kouvola #Finland #KvIInd. Mens, Ladies, Flag, U19, U17, U15, U13, U11
Kouvola, Finland · kouvolaindians.com

TWEETS 953 FOLLOWING 25 FOLLOWERS 176 Follow

Tweets

Kouvola Indians @Kouvolaindians · Mar 27
#Indians yhtenäinen ilme näkyy Facebookissa, Twitterissä ja Tumblr blogissa
#kvIInd #tuuppakuusaale #Kouvola #kyamk
Expand Reply Retweet Favorite More

