

VISUAALINEN ILME TAPAHTUMALLE PUONTIN PELTOPÄIVÄ



Ammattikorkeakouluntutkinto opinnäytetyö

Visamäki, Muotoilun koulutus

Kevät, 2022

Marika Äijälä

Tässä opinnäytetyössä oli tavoitteena luoda Puontin Peltopäivä -tapahtumalle oma visuaalinen ilme ja logo. Näiden tulee kuvastaa kyseisen tapahtuman tunnelmaa ja saada aikaan tietynlainen mielikuva tapahtumasta. Tapahtumalla ei ole ollut käytössä vakiintunutta visuaalista ilmettä, joten toimeksiantajan kanssa sovittiin tarvittavien visuaalisten elementtien tekemisestä. Näihin kuuluvat esimerkiksi logo, typografia ja värit. Näistä kootaan lopuksi graafinen ohjeisto. Tapahtumalle suunnitellaan myös muita graafisia materiaaleja. Näitä graafisia materiaaleja on tarkoitus käyttää tapahtuman markkinoinnissa, mahdollisimman laajasti itse tapahtumapaikalla sekä oheistuotteissa.

Tiedonhankintamenetelminä käytettiin laadullisen tutkimuksen menetelmiä eli haastatteluja sekä vertaisarviointia. Toimeksiantajan näkemyksiä tapahtuman tavoitteista, arvoista sekä visuaalisesta ilmeestä selvitettiin haastattelussa. Kolmen mahdollisen vierailijan haastatteluissa kysyttiin heidän mielikuvaa tapahtumasta. Vertaisarvioinnissa vertailtiin kolmen samaan kohderyhmään kuuluvan tapahtuman visuaalisia ilmeitä sekä niiden käyttöä.

Lopputuloksena luotiin Puontin Peltopäivälle oma aikaa kestävä logo, yhtenäinen visuaalinen ilme sekä graafinen ohjeisto. Graafinen ohjeisto sisältää logon ja sen käytön, typografian, ja värit. Visuaalisen ilmeen sekä graafisten materiaalien käyttö tapahtumassa ja mainonnassa suunniteltiin mahdollisimman helpoksi ja monipuolisiksi.

Avainsanat Graafinen suunnittelu, visuaalinen ilme, graafinen ohjeisto, logo

Sivut 36 sivua ja liitteitä 5 sivua

Degree programme in design

Hämeenlinna University Centre

Author Marika Äijälä

Subject Visual design for Puontin Peltopäivä event

Supervisors Pirjo Seddiki, Helena Leppänen

Abstract

Year 2022

The aim of this thesis was to create visual design and a logo for Puontin Peltopäivä event. These should reflect the ambiance of the event in question and create a certain image of the event. Previously, the event has not had an established visual identity. It was agreed with commissioner to make the necessary visual elements. These include the logo, typography and colors which are compiled into graphic instructions in the end. Other graphic materials are also designed for the event. These graphic materials are intended to be used in the marketing of the event, and, as widely as possible, at the venue and in supplementary products.

Qualitative research methods such as interviews and a peer review, were used as data acquisition methods. The commissioner's views on the goals, values and visual design of the event were clarified in the interview. The three potential visitors were asked about their visualizations of the event. The peer review compared the visual expressions of three other events in the same target group and how they used visual design.

In conclusion, a time-lasting logo, a unified visual design and graphic instructions were created for Puontin Peltopäivä event. The graphic instructions include the logo and how it is used, typography and colors. The use of a visual design and graphic materials in the event and in advertising were designed to be as easy and versatile as possible.

Keywords Graphic design, visual appearance, graphic instructions, logo

Pages 36 pages and appendices 5 pages

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Aiheen valinta	1
1.2	Kysymysasettelu ja aineiston hankinta	2
1.3	Viitekehys	2
1.4	Prosessikaavio	3
2	Työn lähtökohta	4
2.1	Toimeksiantaja ja tapahtuma	5
2.2	Tavoitteet	6
3	Tutkimusmenetelmät	6
3.1	Haastattelu	7
3.1.1	Toimeksiantajan haastattelu	7
3.1.2	Vierailijoiden haastattelut	8
3.1.3	Vastausten analysointi	10
3.2	Benchmarking	10
3.2.1	KoneAgria	11
3.2.2	BorgebyFäldDagar	12
3.2.3	Pohjanmaan Peltopäivä	13
3.2.4	Koonti	14
4	Visuaalisen ilmeen rakentuminen	15
4.1	Inspiraatio ja moodboard	16
4.2	Luonnostelu Illustrator-ohjelmalla	17
4.3	Logo	20
4.4	Värit	21
4.5	Fontit	23
5	Graafiset materiaalit	24
5.1	Mainonta	25
5.2	Tapahtumassa käytettävä materiaali	29
6	Yhteenveto	33
	Lähteet	35

Liitteet

Liite 1 Puontin Peltopäivän graafinen ohjeisto

1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössä on keskeistä se, miten tapahtumalle luodaan visuaalinen ilme, jonka keskiössä on logo, ja miten visuaalista ilmettä voidaan soveltaa erilaisissa ympäristöissä. Opinnäytetyön lopullisena tavoitteena on luoda visuaalinen ilme, joka kuvastaa toimeksiantajan järjestämää tapahtumaa sekä omaa tyyliäni muotoilijana.

Opinnäytetyön tarkoituksena on luoda Puontin Peltopäivä -tapahtumalle visuaalinen ilme. Tapahtuma on sadonkorjuu- ja maanmuokkausnäytös, jonka muodostavat monipuoliset työ- ja puintinäytökset. Tapahtuman järjestäjä on salolainen maanviljelijä Mika Äijälä, ja hän tarjosi mahdollisuutta tehdä tulevalle tapahtumalle logon. Tapahtumalla ei ole ollut kuitenkaan aiemmin käytössä minkäänlaista ilmettä tai ohjeistoa, joten sovimme toimeksiantajan kanssa, että tapahtumalle tehdään tarvittavat visuaaliset elementit ja ohjeisto. Graafista materiaalia on tarkoitus käyttää tapahtuman markkinoinnissa, mahdollisimman laajasti itse tapahtumapaikalla sekä oheistuotteissa. Tapahtuma järjestetään elokuussa 2022, ja logo sekä muut visuaaliset elementit tulevat käyttöön heti työn valmistuessa, joten aihe on hyödyllinen ja ajankohtainen.

Tapahtuman visuaalisella ilmeellä halutaan välittää tiettyä mielikuvaa tapahtumasta graafisilla materiaaleilla, kuten logolla, väreillä ja muodoilla. Nämä elementit kootaan lopuksi graafiseksi ohjeistoksi. Graafinen ohjeisto kertoo, millainen on tapahtuman elementtien muodostama kokonaisuus ja visuaalinen ilme tarkoittaa kaikkia näkyviä elementtejä. Lopputuloksena opinnäytetyölle syntyy Puontin Peltopäivä -tapahtuman visuaalinen ilme sekä graafinen ohjeisto, joka sisältää valitun logon, typografian, värit sekä logon käytön.

1.1 Aiheen valinta

Muotoilun opintojen aikana kiinnostus Adobe-ohjelmien käyttämisestä vaikutti paljon aiheen valintaan. Tavoitteena oli saada mahdollisimman työelämälähtöinen aihe, josta on konkreettista hyötyä. Sopivaan aikaan sain mahdollisuuden päästä suunnittelemaan monipuolista graafisten materiaalien kokonaisuutta itselle merkitykselliseen ja tuttuun tapahtumaan.

1.2 Kysymysasettelu ja aineiston hankinta

Opinnäytetyön ydinkysymyksenä on: Millainen on Puontin Peltopäivä -tapahtumaa kuvaava visuaalinen ilme?

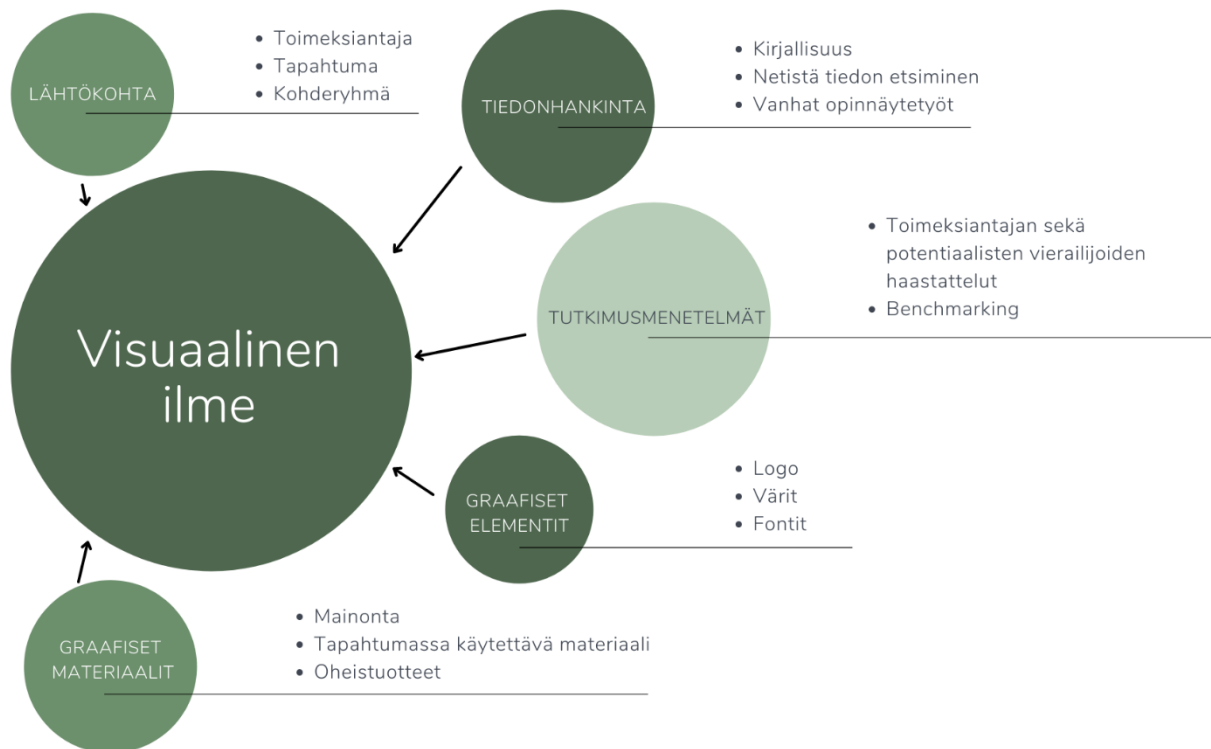
Alakysymyksiä ovat: Millainen on tapahtuman henkeen sopiva logo? Mitä erilaisia graafisia materiaaleja tapahtumassa voidaan hyödyntää?

Näihin kysymyksiin saadaan vastaus erilaisilla aineistonhankintamenetelmillä. Tässä opinnäytetyössä käytetään kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen tutkimusmenetelmiä. (Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja n.d.) Laadullisen tutkimuksen menetelmiä käytetään muun muassa haastattelemalla toimeksiantajaa sekä kolmea potentiaalista vierailijaa. Lisäksi luetaan aihetta käsittelevää kirjallisuutta ja internetistä löytynyttä tietoa. Visuaalisten ilmeiden tutkimiseen käytetään vertaisarviointia eli benchmarkingia. Tämä toteutuu vertailemalla samaan kohderyhmään kuuluvien tapahtumien välisiä yhtäläisyyksiä ja eroja. Raportoinnissa käytetään apuna taulukkoa ja tekstiä.

1.3 Viitekehys

Viitekehyksessä on kuvattu osat, jotka muodostavat tapahtuman visuaalisen ilmeen.

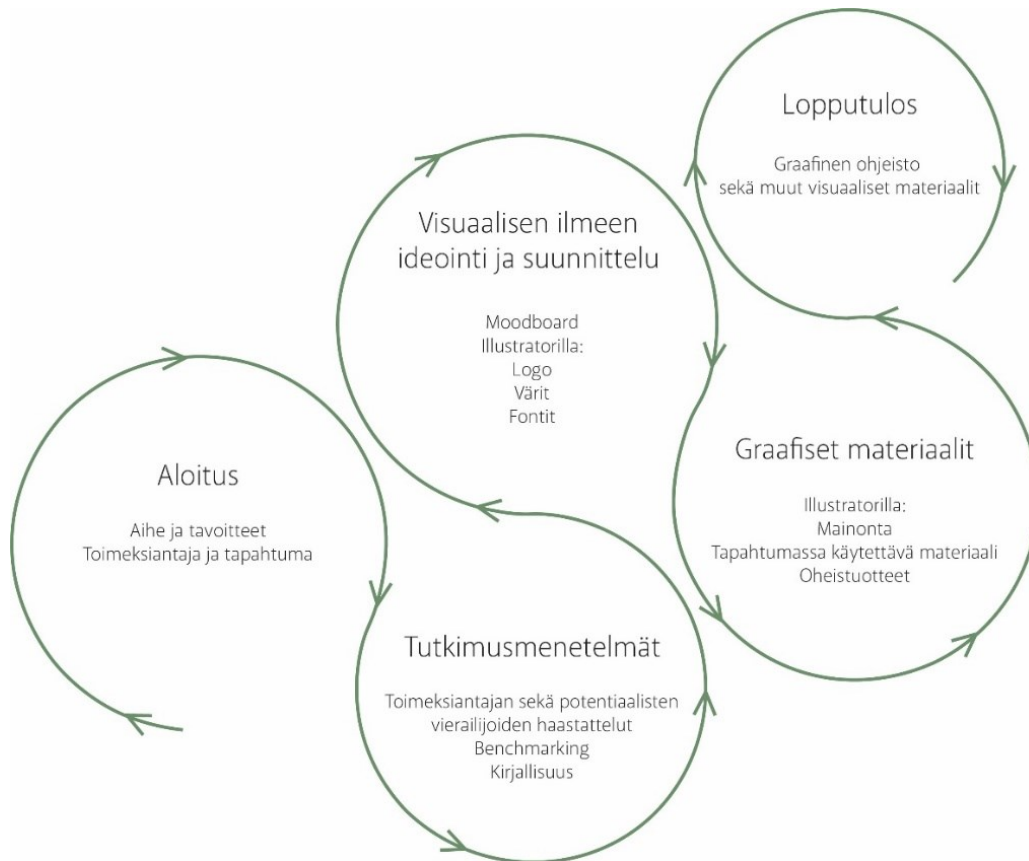
Viitekehysten keskiössä on tapahtuman visuaalinen ilme ja keskiön ympärillä on tekijät, jotka vaikuttavat visuaaliseen ilmeeseen. Tärkeimmät vaikuttavat asiat ovat toimeksiantaja, tutkimusmenetelmät sekä graafiset elementit ja materiaalit.



Kuva 1: Viitekehys.

1.4 Prosessikaavio

Prosessikaaviossa kuvataan opinnäytetyön kulkua. Työskentely alkaa aiheen ja tavoitteiden kartoituksella. Tutkimusmenetelminä toimivat toimeksiantajan sekä mahdollisten vierailijoiden haastattelut sekä vertaisarviointi. Pohjatyon jälkeen aloitetaan visuaalisen ilmeen suunnittelu ja sen kokeilu eri elementeissä. Lopputuloksena työstä syntyy tapahtumaa kuvaava visuaalinen ilme sekä graafinen ohjeisto.



Kuva 2: Prosessikaavio.

2 Työn lähtökohta

Koska tapahtumalla ei ole ollut vakiintunutta visuaalista ilmettä, toimeksiantaja koki sellaisen tarpeelliseksi. Tapahtumalla on tarve uudelle logolle, joka jäisi ihmisten mieleen, ja toiveena on, että nyt suunniteltavaa logoa voitaisiin käyttää tulevissakin tapahtumissa. Lisäksi halutaan luoda tasapainoinen visuaalinen ilme, josta muodostuu yhtenäinen kokonaisuus. Logosta ja mainoksista halutaan, että niistä tulee mieleen ensisijaisesti kasvinviljelytapahtuma, tällä tavalla halutaan myös tuoda ilmi tapahtuman henkeä.

2.1 Toimeksiantaja ja tapahtuma

Puontin Peltopäivä on sadonkorjuu- ja maanmuokkausnäytös, joka järjestetään Salossa elokuussa 2022. Järjestäjänä toimii tänä vuonna Salolainen viljelijä Mika Äijälä. Äijälä viljelee noin 100 vuotta vanhaa Kylä-Isotalon tilaa jo neljännessä sukupolvessa. Alue, jossa tapahtuma järjestetään, kuuluu Äijälän viljelemiin peltoihin. Nimi Puontin Peltopäivä tulee kyseisen tilan nimestä, joiden pelloilla tapahtuma järjestetään. Tapahtumapaikka on hyvien kulkuyhteyksien varrella, Turku-Helsinki moottoritien läheisyydessä. Äijälä on ollut järjestämässä tapahtumaa jo vuodesta 2010 asti yhdessä SSO Maatalouden kanssa.

Aiemmin tapahtuman on siis järjestänyt SuurSeudun Osuuskauppa, ja tapahtuma on koonnut aiempina vuosina paikalle parhaimmillaan noin 2500 kävijää. Koronatilanteen vuoksi vastaavia tilaisuuksia on järjestetty vähemmän, joten kävijöitä odotetaan tänä vuonna paikalle enemmän, kuin aikaisempina vuosina. Tapahtuma paikalla on Suomessa toimivia maatalousalan eri yrityksiä, ja heillä on omat osastonsa tapahtumapaikalla, jossa kävijät pääsevät paremmin tutustumaan koneisiin sekä keskustelemaan alan asiantuntijoiden kanssa. Koneiden työnjälkeä pääsee myös heti vertaamaan keskenään, työnäytöksen jälkeen.

Tapahtumaan ei kerätä pääsymaksua, joten sen toivotaan houkuttelevan runsaasti yleisöä paikalle. Tapahtumapäiväksi on valittu lauantai, jotta myös työssäkäyvät asiasta kiinnostuneet sekä lapsiperheet pääsevät katsomaan nykyaikaisia maatalouskoneita. Varsinainen kohderyhmä tapahtumalle on kuitenkin maatalouteen investoivat maatilat. Kohderyhmän ikä on nuoret sekä keski-ikäiset viljelijät, jotka ovat suunnittelemassa esimerkiksi konekaupan tekemistä. Tässä tapahtumassa keskitytään kasvinviljelykoneisiin sekä niitä myyviin yrityksiin.

Kahvio ja ruokapalvelut ovat kävijöiden käytössä koko tapahtuman ajan, jota pitää hyväntekeväisyys järjestöt Kuusjoen ja Perttelin Lions Club. Kulujen jälkeen jäävä tuotto, menee Lions Clubin kautta hyväntekeväisyyteen.



Kuva 3: Tapahtumasta kuva vuodelta 2015.

2.2 Tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda Puontin Peltopäivä -tapahtumalle oman näköinen visuaalinen ilme, joka välittää tapahtumaa kuvaavaa mielikuvaa. Elementteinä visuaalisessa ilmeessä käytetään logoa, typografiaa sekä värejä. Lopuksi näistä kootaan graafinen ohjeisto. Halutaan myös selvittää muiden graafisten materiaalien käyttömahdollisuuksia.

3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelminä on käytetty kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen menetelmiä. Kvalitatiivinen tutkimusote soveltuu hyvin tutkimukseen, kun ollaan kiinnostuneita tapahtuman yksityiskohtaisesta rakenteesta. Keskeiset tutkimusmenetelmät ovat havainnoiminen, tekstianalyysi sekä haastattelu. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastattelu on enemmän tai vähemmän avoimien kysymysten esittämistä valituille yksilöille. (Metsämuuronen, 2006; s. 87-88)

Tutkimuksessa aineiston kerääminen sekä analysointi tapahtuvat ainakin osittain samanaikaisesti. Johtopäätökset voidaan irrottaa yksittäisistä henkilöistä yleiselle tasolle. (Metsämuuronen, 2006; s. 122)

Tässä opinnäytetyössä tutkimusmenetelminä käytetään haastattelua ja vertaisarviointia. Haastattelun kohteina ovat toimeksiantaja sekä kolme eri ikäryhmään kuuluvaa potentiaalista vierailijaa. Samaan kohderyhmään kuuluvien tapahtuminen visuaalisten ilmeiden välisiä yhtäläisyyksiä ja eroja tutkittiin vertailun avulla.

3.1 Haastattelu

Haastattelun onnistumisen kannalta haastattelevan ja haastattelijan välille tulisi syntyä yhteys, jotta haastateltava saa tilanteessa kerrottua olennaiset tosiasiat mahdollisimman tehokkaasti. Tarkoituksena tilanteen ei tule olla yksitoikkoinen mekaaninen suoritus, jotta kiinnostus ei katoa. Pelkkien rutiininomaisten kysymysten esittämistä tulisi välttää. Vastausten muistiin merkitsemisen lisäksi olisi hyvä ottaa haastettutilanteeseen lisäksi esimerkiksi nauhuri, jotta haastattelija pystyy paremmin keskittymään haastateltavaan. (Garret, 1964; s. 4-6; Hirsjärvi & Hurme, 1995; s. 26-27)

Haastatteluun kuuluu haastattelurungon laatiminen, haastattelemine, tulosten analysointi sekä tulosten yhteenveto. Hyvän haastattelun luonteenpiirteitä ovat haastattelun ennalta suunnittelu sekä se, että haastattelija on tutustunut aiheeseen. Haastateltavan on voitava luottaa siihen, että hänen antamia tietoja käsitellään luottamuksellisesti. (Hirsjärvi & Hurme, 1995; s. 26-27)

Käytetyin haastattelulaji on lomakehaastattelu, tässä opinnäytetyössä käytettiin avointa haastattelua. Avoin haastattelu on haastattelunmuodoista lähimpänä keskustelua. Tutkittavana saattaa olla yksi henkilö tai perhe, jossa haastattelijan asema on keskeinen. Se sopii hyvin silloin, kun eri henkilöiden kokemukset vaihtelevat. Tutkimuksessa on määrällisesti vähän haastateltavia, jotta haastatteluihin voidaan käyttää enemmän aikaa ja haastattelu tapahtuu haastateltavan ehdoilla. (Hirsjärvi & Hurme, 1995; s. 29-34)

Haastateltavina toimi toimeksiantaja sekä kolme mahdollista vierailijaa tapahtumassa, jotka kuuluvat eri ikäryhmiin. Eri ikäryhmät takaavat sen, että saadaan monipuolinen otanta sekä eri näkökulmia tapahtuman mahdollisesta visuaalisesta ilmeestä.

3.1.1 Toimeksiantajan haastattelu

Toimeksiantajan, Mika Äijälän, haastattelu toteutettiin avoimen haastattelun muodossa. Lisäksi haastattelusta otettiin nauhoite, jotta pystyisin itse keskittymään paremmin haastattelutilanteeseen. Kysymyksillä haluttiin kartoittaa toimeksiantajan näkemyksiä

tapahtuman tavoitteista, arvoista, kohderyhmästä, luonteesta sekä visuaalisesta ilmeestä. Toimeksiantaja vastasi kysymyksiin seuraavasti:

”Tavoitteisiin kuuluu uusien kasvinviljelyyn liittyvien koneiden, laitteiden sekä työtapojen esittely yleisölle. Tavoitteina on myös luoda mahdollisimman sosiaalinen tapahtuma, jossa kaikki pystyvät verkostoitumaan. Tärkeää on saada tavata toisia viljelijöitä, vaihtaa kuulumisia sekä käyttö- ja viljelykokemuksia. Tapahtumalla halutaan saada myös tuottoa hyväntekeväisyyteen Lions Clubin kautta. Lisäksi oma henkilökohtainen tavoitteeni on kehittää omaa viljelytoimintaani.

Arvoihin kuuluu maataloustuotannon turvaaminen sekä kotimaisen tuotannon ylläpitäminen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että pystytään tuottamaan esimerkiksi kotimaista ruokaa. Pääkohderyhmä on aktiiviviljelijät, jotka ovat kiinnostuneita investoimaan maatalouteen. Lisäksi kohderyhmänä ovat kaupunkilaiset, joilla on kytköksiä maaseudulle tai ovat halukkaita tutustumaan nykymaatalouteen.

Puontin Peltopäivässä esillä on monen eri valmistajan koneita. Tapahtuma on työnäytöskeskeinen, eli esimerkiksi puimurit ovat näytillä samalla kertaa, ja niiden työnjälkeä pääsee heti vertaamaan keskenään. Yhdellä vierailukerralla voi tutustua monipuolisesti moneen eri tuotteeseen sekä keskustella suoraan myyjien kanssa koneiden ominaisuuksista. Kyseessä ei ole markkinatapahtuma, vaan pelkistetty asiatapahtuma.

Koska tapahtuma keskittyy kasvinviljelyyn, tapahtuman visuaalisessa ilmeessä vilja voisi olla keskeinen asia. Logosta halutaan, että siitä tulee heti esille tapahtuman liittyminen viljan sekä muiden puitavien kasvien viljelyyn. Itse suosisin vihreää ja keltaista, koska niistä tulee luonto sekä kasvit mieleen. Halutaan, että värit sopivat maatalouteen sekä tapahtuman ajankohtaan.”

3.1.2 Vierailijoiden haastattelut

Haastattelut toteutettiin myös avoimina haastatteluina, joista haastattelutilanteista otettiin nauhoite omaan käyttöön. Haastateltavilta kysyttiin etukäteen suostumukset, ja vastaukset

koottiin tiivistelmäksi. Haastateltavina toimivat Jaakko Nieminen 74 vuotta, Alekski Tuukkanen 24 vuotta sekä Luukas Nieminen 4 vuotta. Kysymyksillä haluttiin selvittää mahdollisten vierailijoiden näkemyksiä Puontin Peltopäivästä sekä siihen liittyvästä visuaalisesta ilmeestä.

Haastateltavista haluttiin mahdollisimman monipuolinen otanta, ja koska haastateltavissa oli eri ikäryhmien edustajia, haastattelutilannetta tuli muokata haastateltavan mukaan. Haastattelut toteutettiin haastateltavien kotona, jotta ympäristö olisi heille tuttu ja tilanne mahdollisimman miellyttävä. Tutkimus esiteltiin niin, että haastatteluun osallistuvat ymmärsivät tavoitteen sekä toteuttamistavan. (Hyvärinen, Nikander & Ruusuvaori, 2017; s. 306).

Jaakko Nieminen valittiin haastateltavaksi, koska hän kuuluu vanhempaan ikäryhmään. Hänellä on pitkä maataloustausta, mutta hän ei ole enää aktiiviviljelijä. Haastattelulla haluttiin kartoittaa iäkkäämmän henkilön näkemyksiä tapahtumasta. Niemisen vastaukset kysymyksiin koottiin tiivistelmäksi:

” Vaikka en ole aktiiviviljelijä enää, odotan innolla muiden viljelijöiden tapaamista. Verkostoituminen on tärkeintä tapahtumassa, koneet sekä laitteet tulevat seuraavana tärkeysjärjestyksessä. Nykypäivänä ryhmäytymisen tärkeys on korostunut. Ensimmäisenä tapahtumasta tulee mieleen ihmisten määrä sekä uutuus koneet. Uutuudet ovat asia, jonka perusteella ihmiset haluavat tulla paikalle. Maatalouden kehitys ja edistyskellisyys olisi hyvä saada näkymään logossa, mutta se voi olla käytännössä aika hankalaa.

Olen kiinnittänyt logoihin huomiota, perusteena siihen se, että olen käynyt Turussa kauppaopiston markkinointilinjan, jossa käsiteltiin logojen käyttöä mainonnassa. Joskus on sanottu, että kaikki tapahtuman tekstit olisi hyvä saada logoon, mutta mielestäni on parempi, että on tyhjää tilaa, jotta olennainen pomppaa paremmin esille. Luonnonvärit ovat hyviä, mutta ne eivät saa hukkaa taustaan, niiden on erotuttava.”

Alekski Tuukkanen valittiin haastateltavaksi, koska hän on aktiiviviljelijä ja voisi olla kiinnostunut investoimaan maatalouteen.

”Tapahtumassa näkee koneuutuudet, pääsee näkemään ja keskustelemaan muiden viljelijöiden kanssa. Tapahtuma kiinnostaa, koska koneet ja teknologia kehittyvät, ja haluan pysyä ajan hermoilla. Väreinä tapahtumassa näkisin esimerkiksi vihreän ja keltaisen, koska puimurit puivivat kellertävää viljaa. En ole ikinä kiinnittänyt huomiota muiden tapahtumien logoihin. Mielestäni selkeä, tapahtumasta kertova logo, olisi hyvä.”

Nuorimman haastateltavan kohdalla kysymyksiä yksinkertaistettiin sekä näytettiin video vuoden 2015 tapahtumasta, jotta hän kiinnostuisi aiheesta sekä saisi käsityksen millainen tapahtuma on. Tämä myös auttoi häntä vastaamaan kysymyksiin.

”Voisin tulla, koska siellä on paljon koneita. Onko ne oikeita? Vihreä, punainen ja keltainen näkyy hyvin.”

3.1.3 Vastausten analysointi

Kaikkien vastauksissa toistui kiinnostus uusien koneita kohtaan. Verkostoituminen ja uusien kontaktien luominen nähtiin myös tärkeänä. Toimeksiantajan korostamat asiat olivat samassa linjassa haastateltavien vastausten kanssa. Väreistä esille nousivat luonnonvärit, kuten keltainen ja vihreä. Haastateltavat kokivat, että visuaalisessa ilmeessä olisi hyvä näkyä se, että tapahtuma keskittyy kasvinviljelyyn. Logosta haluttiin selkeä sekä yksinkertainen, jotta se jäisi paremmin mieleen.

3.2 Benchmarking

Visuaalisten ilmeiden tutkimiseen käytettiin vertaisarviointia eli benchmarkingia.

Vertailevalla tutkimuksella hahmotellaan valittujen tapauksien välisiä yhtäläisyyksiä ja eroja. Vertailun kohteeksi valitaan tapaukset, jotka on todettu jollain tavoin yhteismitallisiksi ja sen vuoksi analyysimenetelmien käyttöön. (Koppa, 2015)

Vertailu kannattaa aloittaa kohteen määrittelemisellä eli tässä tapauksessa tapahtuman visuaalisen ilmeen keskeisempien ominaisuuksien tunnistamisella. Toiseksi valitaan vertailtavat kohteet ja mitä asioita halutaan tarkastella. Vertailtaviin asioihin kannattaa valita

sekä menestymistä edesauttavia mutta myös haittaavia tekijöitä. Tämä auttaa huomaamaan varhaisessa vaiheessa asiat, joita ei kannata toteuttaa. (Benchmarking-käsikirja, 2021)

Vertailun kohteeksi tässä tutkielmassa asettuivat KoneAgria, Borgeby Fältdagar (Borgebyn peltopäivät) sekä Pohjanmaan Peltopäivä. Tarkoitus on selvittää ja vertailla näiden tapahtumien eroja ja yhdenmukaisuuksia eli eri tapahtumien tapoja käyttää visuaalista ilmettään.

3.2.1 KoneAgria

KoneAgria on maatalouskoneiden, teknologian, tiedon sekä vuorovaikutuksen näyttely. KoneAgria messut järjestetään joka toinen vuosi eri kaupungeissa, jotta yleisön tavoitettavuus olisi mahdollisimman kattava. Messupäivät on teemoitettu ja jokaisena päivänä on teemaan liittyvä keskustelu. Ohjelmat on rakennettu niin, että viljelijät löytävät sieltä paljon kannattavaa ja osaamista vahvistavaa sisältöä ja kollegoiden käytännön kokemuksia, kertoo Suvi Anttila ProAgrian sivuilla.



Kuva 4: KoneAgrian logot.

KoneAgrian logossa on liikemerkkinä käytetty nautaeläimen ja traktorin mustavalkoista siluettia, jotka viittaavat tapahtuman liittyvän maatalouteen. Liikemerkki on aina mustavalkoinen, on mikä versio vain käytössä. Väreinä tekstissä (KoneAgria) on käytetty mustaa sekä vihreää. Logosta on olemassa persusversio ilman päivämäärää ja paikkaa, mutta löytyy myös versio, jossa on kyseisen messun tapahtuma aika ja paikka. Päivämäärän ja paikan erottaa muusta logosta vihreä viiva. Logo on myös saatavana mustavalkoisena. Logo on tehty suorakaiteen muotoiseksi, jossa elementit noudattavat sitä muotoa.

Typografia logossa on hyvin yksinkertainen ja selkeä. Kirjainten välit ovat ilmavia ja sanojen välissä ja ympärillä on valkoista tilaa runsaasti, joka luo selkeyttä.

KoneAgrian logossa on käytetty vain kahta väriä, eli mustaa ja vihreää. Nämä kaksi väriä tulevat esille myös tapahtuman nettisivuilla, mainoksissa, messukartoissa sekä näyttelyoppaissa. Tapahtuman näyttelyoppaassa esimerkiksi vihreää käytetään kaikissa otsikoissa ja vihreän sekä keltaisen sävyjä korostuksissa. Oppaasta löytyy myös näytteilleasettajat ja messukartat, joissa toistuvat samat värit ja ulkonäkö, kuin muissakin oppaan elementeissä.

3.2.2 Borgeby FältDagar

Borgeby FältDagar eli Borgebyn Peltopäivät ovat jokavuotinen peltokasvien viljelyn erikoisnäyttely Etelä-Ruotsissa. Tapahtuma on ulkoilmanäyttely ja siellä on muun muassa havaintoesityksiä, koeruutujen esittelyä sekä työ- ja konenäytöksiä. Tapahtumalla on vaihtuva teema joka vuosi. (borgebyfalt dagar n.d.)



Kuva 5: Borgebyn logo.

Borgebyn Peltopäivien logo on hyvin yksinkertainen ja pelkistetty. Siinä on tapahtuman nimi sekä kaksi visuaalista elementtiä. Logosta ei käy ilmi mikä tapahtuma on kyseessä, jos siinä ei lukisi tapahtuman nimeä. Esimerkiksi KoneAgrian logossa traktori sekä nautaeläin voidaan yhdistää liittyvän maatalouteen. Logossa on käytetty sinistä ja vihreää väriä valkoisella pohjalla. Värit voisivat kuvastaa maata ja taivasta.

Typografiana logossa on käytetty isoja sekä pieniä kirjaimia. Sana Borgeby on sinisellä ja FältDagar on vihreällä kirjoitettu. Kirjainten välit eivät ole kovin ilmavia ja sanojen välissä ja ympärillä ei ole tarpeeksi valkoista tilaa, joka toisi selkeyttä. Tekstiä on jopa hankala lukea, ainakin kaukaa katsottuna.

Logon värit, sininen sekä vihreä näkyvät selkeästi tapahtuman nettisivuilla. Tekstit, jotka ovat sinisellä pohjalla on kirjoitettu valkoisella, jotta ne erottuvat. Nettisivuilta löytyy myös messukarttoja, mutta niissä on käytetty paljon eri värejä, jotka eivät ole niin raikkaita kuin logon sininen ja vihreä väri.

Nettisivuilla on kuvia aikaisempien vuosien messuilta ja niissä näkyvä missä logoa on käytetty. Logon käyttö näkyi esimerkiksi henkilökunnan paidoissa, alueelle tultaessa portissa sekä viireissä ja kartoissa. Myös pääsylipuissa oli logo.

Tärkein huomio on se, ettei logo aiheuta mielikuvaa kyseisestä tapahtumasta. Jos tapahtuma ei ole tuttu katsojalle, sitä ei osaa oikein yhdistää mihinkään.

3.2.3 Pohjanmaan Peltopäivä

Pohjanmaan Peltopäivä on kasvinviljelyn johtava valtakunnallinen ammatti- ja erikoisnäyttely. Peltopäivä järjestetään Ylistarossa toista kertaa. Tapahtuma keskittyy muista vastaavista tapahtumista poiketen kasveihin, eikä koneiden työnäytöksiin. Tapahtumassa on siis esillä kattavasti esimerkiksi viljan, öljy- ja erikoiskasvien lajikkeita, lannoitus ja kasvinsuojeluaineita sekä alan ajankohtaista asiaa. Ohjelmanumeroissa pureudutaan ajankohtaisiin teemoihin. (pohjanmaanpeltopaiva n.d.)



Kuva 6: Pohjanmaan Peltopäivän logo.

Pohjanmaan Peltopäivän logossa on käytetty montaa eri väriä. Tässäkin logossa päävärinä toimii vihreä, mutta lisäksi on myös keltaista ja oranssia. Väreillä on haluttu korostaa maanläheisyyttä, koska logossa olevien neliöiden voidaan ajatella kuvastavan koeruutuja. Jos ei tiedä, että tapahtumassa on näytillä koeruutuja, ei logoa osaa niihin yhdistää. Logon voisi ensisilmäyksellä ajatella liehuvaksi lipuksi, sen muodon takia.

Typografian osalta fontti on hyvin tavanomainen, ja tapahtuman nimi on rivitetty kahdelle riville. Sana Peltopäivä on lihavoitu, muita sanoja ei ole lihavoitu. Päivämäärä on ainoa, jossa on käytetty väriä, ja muut sanat ovat mustalla kirjoitettu.

Tapahtuman nettisivuilla on käytetty vain samaa vihreää väriä, kuin logon päivämäärässä. Nettisivuilta ei löydy mitään graafisia materiaaleja esimerkiksi karttoja tai ohjelmia, joissa olisi hyödynnetty logoa. Logoa on käytetty vain tapahtuman bannereissa.




3.2.4 Koonti

Tapahtumien visuaalisten ilmeiden vertailutuloksista koottiin taulukko. Taulukossa on vertailtu esimerkiksi logojen värejä, fontteja, elementtejä sekä visuaalisten ilmeiden hyödyntämistä. Taulukkoon on laitettu jokaisen vertailtavan tapahtuman logo, jonka alle on koottu kohta kohdalta, onko vertailtava asia toteutunut vai ei.

Jokaisessa logossa on hyödynnetty luonnonvärejä, mutta erityisesti vihreän käyttö korostuu. Pohjamaan Peltopäivä on ainoa, jonka fonteissa ei ole käytetty värejä ja KoneAgria on ainoa, jonka elementit ovat mustat. Kuten tekstissäkin todettiin, Borgebyn logon elementit eivät kuvaa tapahtumaa mitenkään ja myös Pohjanmaan Peltopäivän elementti voi olla harhaan johtava. KoneAgrian logo on selkein vertailluista kohteista ja sitä oli myös hyödynnetty laajimmin.

Kokonaisuutta tarkastellessa havaittiin KoneAgrian logon ja visuaalisen ilmeen olevan parhaiten tapahtumaa kuvaava. Borgebyn logossa on huonoa käytettyjen elementtien epäselvyys ja logon tapahtuman ilmentäminen. Tämän havainnoinnin pohjalta Puontin Peltopäivän logoa suunniteltaessa on huomioitava, että elementtien on liityttävä

tapahtuman aiheeseen. Haastatteluiden sekä taulukon perusteella kävi ilmi, että luonnonvärit sopivat näihin tapahtumiin. Värejä käytettäessä kannattaa kuitenkin olla maltillinen selvyden vuoksi. Logoja katsoessa mustat fontit erottuvat ensin värillisistä fonteista.

VISUAALISTEN ILMEIDEN VERTAILU			
LOGOSSA LUONNONVÄREJÄ	✓	✓	✓
VÄRIT FONTISSA	✓	✓	✗
VÄRILLISET ELEMENTIT	✓	✗	✓
TAPAHTUMAA KUVAAVAT ELEMENTIT	✗	✓	✓
MONIPUOLINEN VISUAALISEN ILMEEN KÄYTTÖ MAINONNASSA JA TAPAHTUMASSA	✓	✓	✗
ILMENTÄÄKÖ LOGO TAPAHTUMAA	✗	✓	✓

Kuva 7: Visuaalisten ilmeiden vertailutaulukko.

4 Visuaalisen ilmeen rakentuminen

Tapahtuman visuaalisen ilmeen rakentumiseen kuuluu inspiraation pohjalta tehdyt luonnokset. Jo luonnoksissa otettiin huomioon tavoiteltu värimaailma sekä hahmoteltiin logolle sopivaa muotoa. Luonnoksia karsittiin ja muokattiin toimeksiantajan toiveiden mukaisesti. Lopuksi valittiin virallinen logo, jota tapahtumassa käytetään sekä värit ja fontit.

Visuaalisen ilmeen rakentuminen alkoi inspiraation ja moodboardin tekemisellä, johon koottiin ajatuksia tutkimusmenetelmistä saadun aineiston pohjalta. Moodboardissa eli tunnelmakartassa näkyy tapahtuman luonnetta sekä värejä, siihen on myös koottu avainsanoja.

Tämän jälkeen alkoi luonnostelu ja suunnittelu Illustrator-ohjelmalla. Luonnoksissa kokeiltiin logon eri muotoja, värejä sekä elementtejä.

4.1 Inspiraatio ja moodboard

Inspiraatio syntyi haastatteluiden sekä vertailujen pohjalta. Haastatteluissa korostui kiinnostus koneista ja luonnonvärit. Myös verkostoitumista pidettiin tärkeänä. Näiden asioiden pohjalta kokosin moodboardin, josta visuaalisen ilmeen rakentuminen alkoi. Moodboardissa on aiemmista tapahtumista otettuja kuvia sekä itse ottamia kuvia. Kuvissa korostuvat selkeästi koneet sekä kävijöiden määrä. Väreiksi nousivat esille samat, kuin haastatteluissa mainitut värit eli vihreä, keltainen sekä punainen. Moodboardiin on myös koottu avainsanoja, jotka on hyvä muistaa visuaalista ilmettä tehtäessä. Inspiraationa tapahtuman visuaaliselle ilmeelle toimivat kyseiset värit, koneet sekä viljavat pellot.



Kuva 8: Inspiraatio esitettynä moodboardin muodossa.

4.2 Luonnostelu Illustrator-ohjelmalla

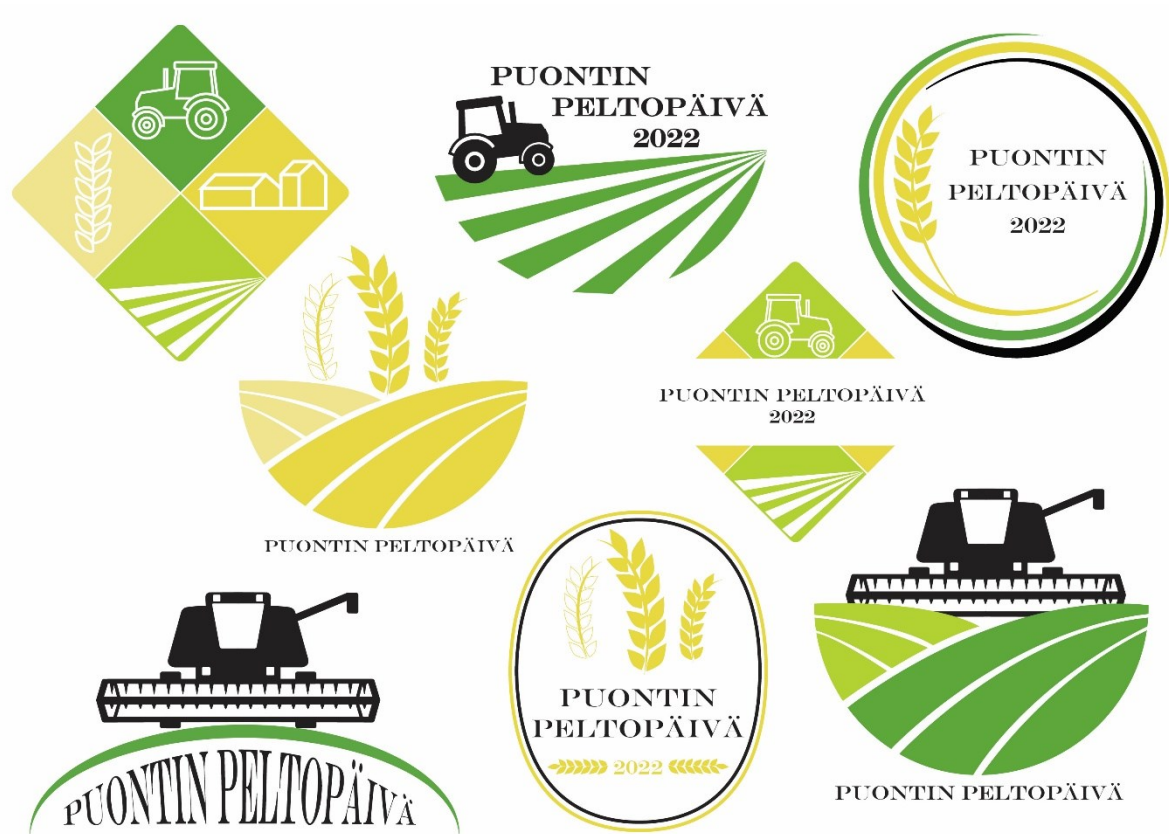
Luonnostelu aloitettiin hahmottelemalla logon muotoa, kuvioita, kuvakkeita sekä värimaailmaa ja fontteja päällisin puolin. Kokeiltiin neliskanttista, soikeaa, pyöreää ja ihan muun mallista logon mallia.

Koska koneet mainittiin usein, aloitettiin suunnittelu tekemällä vektorisilletteja traktorista sekä puimurista, koska ne korostuivat moodboardissa. Väreinä näissä oli käytettävä mustaa, koska minkään tietyn yrityksen koneet eivät saa tulla näistä mieleen. Tämän takia punainen väri jätettiin käyttämättä vaikka väri tuli ilmi haastatteluissa. Siluetit oli myös pidettävä hyvin yksinkertaisina logon painatusta ajatellen.

Toimeksiantaja oli ajatellut ensin vihreän värin käyttöä, koska värin ajatellaan liittyvän luontoon. Monet maatalousliikkeet suosivat vihreää, koska vihreästä tulee kasvu mieleen. Aloimme pohtimaan, että erottuuko vihreä väri tarpeeksi muista alan toimijoista. Tämän lisäksi mietimme myös, että puintinäytöstä ajatellen vihreä voisi olla harhaanjohtava, koska puitava vilja on oikeasti keltaista.

Vehnästä tehtiin myös vektorisiluetti, ja vehnä valikoitui siksi, koska tapahtuma pelloille on kylvetty syysvehnää. Vehnä on myös vilja, jonka moni tunnistaa ja siitä oli helppo tehdä pelkistetty siluetti. Vehnää kokeiltiin logoihin niin, että se kuvastaisi viljavaa peltoa sekä yksittäin. Yksittäin kokeiltuna väritetty vehnä erottui paremmin ja oli selkeämpi kuin pelkillä ääriivoilla tehty versio.

Tapahtuman nimeä oli vaikea sisällyttää osaan logomalleista siten, että se olisi ollut vielä selkeästi erottuva. Myös osassa luonnoksissa oli toimeksiantajan mielestä liikaa elementtejä. Toimeksiantajan kanssa päädyttiin tiettyyn fonttiin, jossa tapahtuman nimi on kahdella rivillä linjassa. Logoluonnoksiin kokeiltiin lisätä myös tapahtuman vuosiluku toimeksiantajan toiveesta.



Kuva 9: Ensimmäiset luonnosversiot tapahtuman logosta.

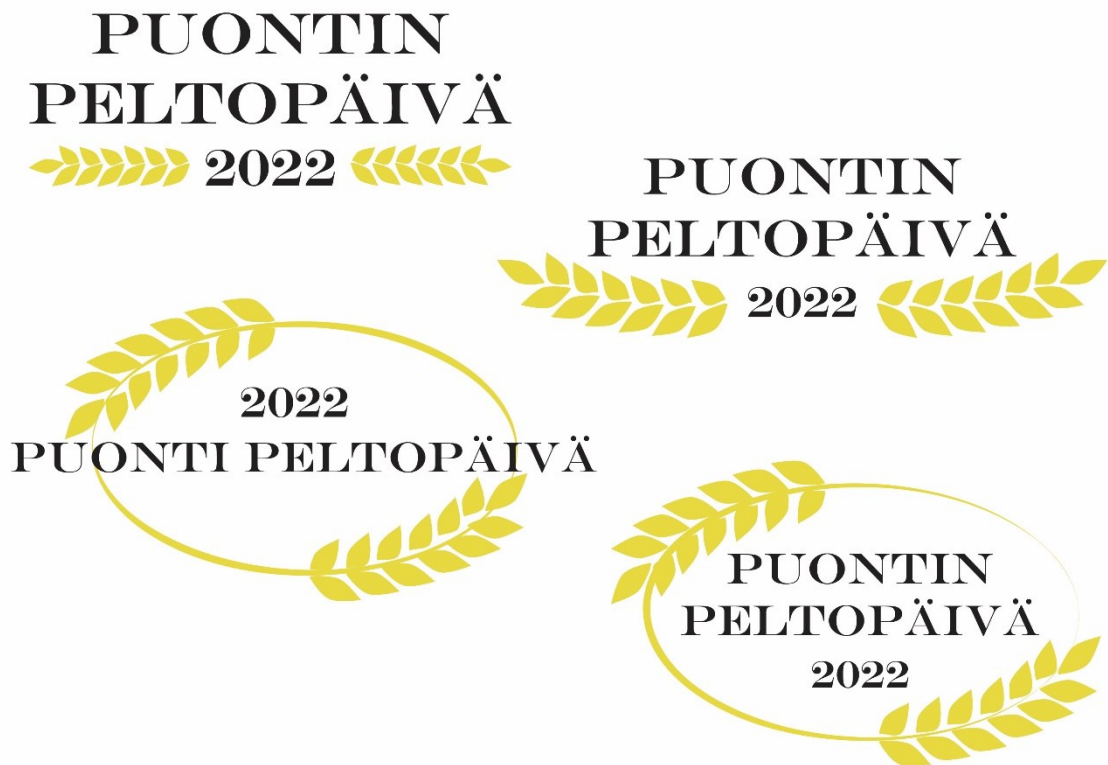
Toimeksiantajan kanssa rajattiin luonnoksia viiteen kappaleeseen ja keltaisen värin käyttöön päädyttiin siksi, että se kuvaa tapahtuma ajankohtaa paremmin ja on huomiota herättävä. Koska tapahtumaa halutaan markkinoida hyvänmielen tapahtumana, valittiin keltainen väri luomaan iloisia mielikuvia visuaalisiin elementteihin. Haastattelutuloksista huomattiin, että keltainen väri tuli useasti ilmi ja ihmisten mielikuvat olivat positiivisia.

Logojen luonnoksiin kokeiltiin myös sisällyttää pellon eri muotoja, mutta havaittiin niiden olevan raskaan näköiset sekä vievän huomion pois kaikesta muusta. Pelto kuvastaa hyvin tapahtumaa, mutta sen käyttö logossa ei toiminut halutulla tavalla. Logo näytti myös täydeltä, kun pelto -elementti vei puolet tilasta. Vaikka elementtejä jo karsittiin, ja elementit kuvastavat tapahtuman luonnetta hyvin, ne eivät sopineet yhdessä käytettynä samaan logoon. Pelto- ja kone -elementtejä päätettiin toimeksiantajan kanssa hyödyntää muissa graafisissa materiaaleissa.



Kuva 10: Logon jatkokehitettyt versiot.

Kone -elementit karsittiin kokonaan pois, koska logo näytti täydeltä. Myös pelto -elementistä luovuttiin, koska se oli liian hallitseva. Toimeksiantajan kanssa aloimme kehittämään pelkän tapahtuman nimeä ja vehnäsiluettia sisältäviä logoja eteenpäin. Tapahtuman nimi sekä vuosiluku päätettiin sisällyttää logoon, koska se näytti selkeältä ja sopivan väljältä. Vehnäsiluetteja kokeiltiin ensin pelkän tähkän kanssa ja myös varren kanssa, joka muodostaa ovaalin muodon.



Kuva 11: Viralliseen logoon johtaneet luonnokset.

4.3 Logo

Hyvän logon tulee olla yksilöllinen, tarkoituksenmukainen, käytännöllinen sekä välittää haluttua viestiä. Yksinkertainen logo on helposti tunnistettava sekä mieleenpainuva. Logon yksinkertainen rakenne mahdollistaa sen monipuolisen käytön. Logon suunnittelussa pitää ottaa huomioon, että logo kestää ajankulua. Sen tulee näyttää hyvältä vielä kymmenienkin vuosien päästä. Monipuolisesti käytettävissä oleva logo soveltuu käytettäväksi ilman rajoitteita useissa eri tilanteissa, materiaaleissa sekä konteksteissa. (Nerot n.d.)

Monesti asiakas haluaa paljon elementtejä logoonsa, mutta ihminen pystyy sisäistämään kerrallaan vain tietyn määrän tietoa. Siksi mahdollisimman yksinkertainen logo on hyvä. Asiakkaan näkökulmasta logo on sekava, jos siinä on liikaa elementtejä, eli esimerkiksi liikaa

värejä. Logon laadun pitää olla hyvä, se ei saa olla rakeinen, eikä logossa kannata käyttää liikaa graafisia tehosteita. Logon tarkoituksena on kiinnittää asiakkaiden huomio. (Logon suunnittelu -opas, 2016)

Toimeksiantajan kanssa päädyttiin lopuksi ovaalin muotoiseen logoon, jossa vehnät muodostavat kehyksen. Vehnät asetettiin niin, että muoto näyttää jatkuvalta. Tapahtuman vuosiluku otettiin pois, jotta tätä samaa logoa voidaan käyttää myös tulevaisuudessa. Tapahtuman nimi rivitettiin kahdelle riville, jotta se pysyy ovaalin sisällä.



Kuva 12: Valittu logo.

4.4 Värit

Muotoa tärkeämpi erottelutekijä on väri. Värin valinnan keskeisin kriteeri on sen luoma mielikuva ja vaikutelma. Väreihin liitetään usein vahvoja symbolisisältöjä sekä tunteisiin liittyviä ominaisuuksia. Värit ovat myös voimakkaassa roolissa viestinnän elementteinä.

Värien käytön johdonmukaisuus ja käyttötapa eri sovelluksissa ratkaisee sen, tuleeko väristä voimakas tunnistetekijä. Yhden tunnusvärin käyttäminen mustan tai vastaavan tekstivärin ohella on selkeää. Kahden tai useamman tunnusvärin käytössä pystytään hyödyntämään värien keskinäisen suhteen aiheuttamaa jännitettä sekä vuorovaikutusta. Kuitenkin yksi- tai kaksiväripainatuksia suositaan etenkin isoissa painatuksissa.

Eri kohderyhmien ympäristöissä värit voidaan liittää erilaisiin kokemuksiin tai ne saavat merkityssisältöä jonkin alaan liittyvän asian kautta. Värin ilme myös muuttuu, kun sen viereen laitetaan toinen väri. Värejä suunniteltaessa olisi hyvä ottaa huomioon yrityksen ympäristössä ennestään olevat värit, jos mahdollista.

Värien muodostuminen perustuu valon eri aallonpituuksiin. Valon lyhyen aallonpituuden värit ovat rauhoittavia, esimerkiksi sininen laskee verenpainetta, ja pitkän aallonpituuden värit kuten punaiset ovat aktivoivia. Kylmillä ja lämpimillä väreillä on vaikutusta logon syvyysvaikutelmaan. Kaksiulotteisten kuvien tilavaikutelmaa voi luoda lämpimien ja kylmien värien käytöllä. (Pohjola, 2003; s.135-137)

Värien tulisi sopia brändin persoonallisuuteen, joten jos käyttää useampia värejä, kannattaa suosia saman sävyalueen värejä. Väri kannattaa valita tarkkaan, jos monella kilpailevalla yrityksellä on käytössä myös saman värin eri sävyjä, se ei toimi enää personoivana tekijänä. Logon tulee toimia myös mustavalko versiona.

Keltainen väri lisää optimismia sekä iloista tunnelmaa. Väri myös stimuloi aivojen loogisen ajattelun osaa ja aiheuttaa innostuneisuutta. (OmaGraafikko n.d.) Keltaisen luonne on lämmin ja vahva, se kuvastaa vakautta sekä luonnollisia materiaaleja. Jos haluaa käyttää puhdasta keltaista sävyä, sitä kannattaa käyttää yksin, koska se on hallitseva väri. Jos keltaisen kanssa haluaa käyttää esimerkiksi vihreää, sinistä tai violetta, keltainen peittää niiden sävyn. (Lewis, 2009; s.54)

Tekstien väreiksi valikoitui musta ja valkoinen helppolukuisuuden vuoksi sekä luomaan kontrastia. Valkoinen ja musta sopivat teksteihin ja logoihin, ja toimivat taustasta riippuen korostusvärinä. Logon pohjaväristä riippuen käytetään joko mustaa tai valkoista tekstin väriä. (OmaGraafikko n.d.)

Puontin Peltopäivän värimaailma koostuu kolmesta väristä, jotka näkyvät logossa. Keltaisen värin huomattiin sopivan tapahtumaan sekä herättävän katsojan huomion. Tapahtumaa ajatellen kirkas logo erottuu myös kauempaa. Logon erottuvuuden ja selkeyden takia valkoista fontin väriä käytetään tummalla taustalla ja mustaa fonttia vaalealla taustalla.



Kuva 13: Visuaaliseen ilmeeseen valitut värit.

4.5 Fontit

Typografia on graafisen suunnittelun yksi tärkeimmistä osa-alueista. Se viittaa kirjainten ja tekstien asetteluun, ja sen tavoitteena on parantaa asian luettavuutta. Typografiaan kuuluu esimerkiksi kirjaisintyyppi, -koko, tekstin väri sekä rivivälit. Tärkeintä typografiassa on se, että sitä on mukava lukea. Tekstin kohderyhmän ja käyttötarkoitus on myös tärkeää muistaa. (Idealistdigital n.d.)

Fonttia luettaessa sen tulee olla katsojalle ymmärrettävä ja sen pitää olla helposti luettavaa. Kirjainten väliin jäävä valkoinen tila helpottaa tekstin lukemista myös kaukaa ja käyttämällä isoja kirjaimia, lukeminen on nopeampaa. (Drew & Meyer, 2008; s. 114-115)

Logossa käytetty fontti on Engravers MT. Tähän fonttiin ei kuulunut lainkaan pieniä kirjaimia, joten koko teksti logossa on isoilla kirjaimilla. Tapahtuman graafisissa materiaaleissa tekstissä käytetty fontti on Craw Modern URW. Nämä fontit sopivat keskenään yhteen, vaikka toinen on modernimpi.

ENGRAVERS MT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ

Craw Modern URW

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
 1234567890
 (.,!?:;/)

Kuva 14: Valitut fontit.

5 Graafiset materiaalit

Logon ja graafisen ohjeiston lisäksi tapahtumalle suunniteltiin erilaisia graafisia materiaaleja, joihin kuuluu esimerkiksi mainokset, tapahtumapäivän ohjelma eli näyttelyopas, tapahtumalueen kartta, kupongit sekä oheistuotteet. Nämä tehtiin toimeksiantajan tarpeen mukaan, koska tapahtumalla ei ole aiemmin ollut mitään omia graafisia materiaaleja. Aikaisempina vuosina SSO Maatalous on hoitanut mainonnan sekä muut tapahtumalle välttämättömät materiaalit. Toimeksiantaja antoi vapaat kädet suunnitteluun, mutta toiveena oli, että kokonaisuus olisi yhtenäinen.

Väreinä näissä kaikissa materiaaleissa on käytetty kolmea valittua väriä eli keltaista, mustaa ja valkoista. Poikkeuksena kupongeissa käytettiin neutraaleja värikoodeja, jotka sopivat tapahtumaan. Logossa ei saatu toimimaan kaikkia haluttuja elementtejä yhdessä kuten puimurin sekä viljojen vektorisilhouetteja, joten niitä hyödynnettiin muissa graafisissa materiaaleissa. Elementit sopivat tapahtuman henkeen, mutta logossa ne olivat liian hallitsevia. Viljat ovat samat vektorisiluetit kuin logossakin. Tekstityylinä on käytetty fonttia Craw Modern URW.

5.1 Mainonta

Tapahtuman pääasiallinen mainonta tapahtuu farmit.net:in kautta. He tekevät nettisivut omalle sivustolleen sopivaan muotoon. Tarkoitus on myös laittaa alan lehtiin sekä paikallissanomalehtiin mainoksia esimerkiksi Salon Seudun Sanomiin, Maaseudun Tulevaisuuteen sekä Käytännön Maamieheen. Tarkoitus on myös laittaa tapahtumapaikan lähellä olevaan liiterin seinään 7 m x 2,4 m kokoinen 5 mm kennolevyistä tehty mainospaneeli. Ideana olisi laittaa mainos heti kesän alussa, jotta mahdollisimman moni ohikulkija huomaa sen. Materiaalin tulee olla kestävä, koska mainos on esillä tapahtumapäivään asti.

Kennolevynmainoksen kanssa piti ottaa huomioon se, että luettavuus on myös hyvä autosta ohi ajaessa. Tekstit tulee olla isolla ja vain pääasiat mainittuna, esimerkiksi tapahtuman nimi, päivämäärä sekä aika. Tämän vuoden mahdollinen teema on Älykäs Maatalous, joten sitä haluttiin kokeilla mainoksia suunniteltaessa. Tavoitteena oli saada mieleenpainuva ja selkeä mainos. Mainoksessa käytettiin vektorisiluetteja, joten saatiin hyödynnettyä elementtejä eri tavalla.

Mainoksesta tehtiin kaksi versiota, toisessa on pelkästään viljan siluetteja ja toisessa niiden lisäksi puimurin siluetti. Mainoksiin ei haluttu liikaa elementtejä, jotta tekstit olisivat keskiössä. Versiossa, jossa on puimurin siluetti, huomio keskittyy helposti liikaa puimuriin tekstin sijasta. Versiossa, jossa on pelkästään viljat, teksti tulee paremmin esiin, koska itse elementeissä ei ole mustaa väriä. Viljat myös ohjaavat katsomaan mainoksen keskiosaa.



Kuva 15: Kennolevymainosten eri versiot.

Lehtimainoksia suunnitellessa pystyi lisäämään tarkempaa tietoa tapahtumasta, kuten osoitteen, alkamisajan sekä mainoslauseen. Lehtimainokseen on helpompi sisällyttää valokuva, koska sitä ei ole tarve nähdä kaukaa tai nopeasti ohi mentäessä. Valokuva houkuttelee lukijaa kiinnostumaan tapahtumasta. Valokuva saa lukijan myös katsomaan mainosta tarkemmin.

Jokaisella sanomalehdellä on omat ilmoituskokonsa, joten mainos täytyy muokata kuhunkin lehteen sopivaksi. Koon vaihtelu otettiin huomioon suunnitteluvaiheessa. Suunniteltiin lehtimainoksista vaaka- sekä pystyversiot, jotka toimivat sekä suuren että pienen kokoisina. Riippuen sanomalehden ilmoituksen mallista käytetäänkö vaaka- vai pystyversiota mainoksesta. Logo on aina hyvä olla vektorimuodossa, jotta se on tarpeeksi hyvän laatuinen. Myös valokuvan on oltava tarkka.


Lauantaina 20.8.2022
klo 10.00 alkaen

PUONTIN PELTOPÄIVÄ

Vanha Perttelintie 25,
24260 Salo

Tule tutustumaan uudistuneeseen tapahtumaan
ja verkostoidu alueen
maanviljelijöiden kanssa
Puontin Peltopäivä -tapahtumassa

Teemana tänä vuonna:
Älykäs Maatalous



Kuva 16: Vaakaversio lehtimainoksesta.

Teemana tänä vuonna:
Älykäs Maatalous



Lauantaina 20.8.2022
klo 10.00 alkaen

Vanha Perttelintie 25,
24260 Salo

PUONTIN PELTOPÄIVÄ

Tule tutustumaan uudistuneeseen tapahtumaan
ja verkostoidu alueen
maanviljelijöiden kanssa
Puontin Peltopäivä -tapahtumassa

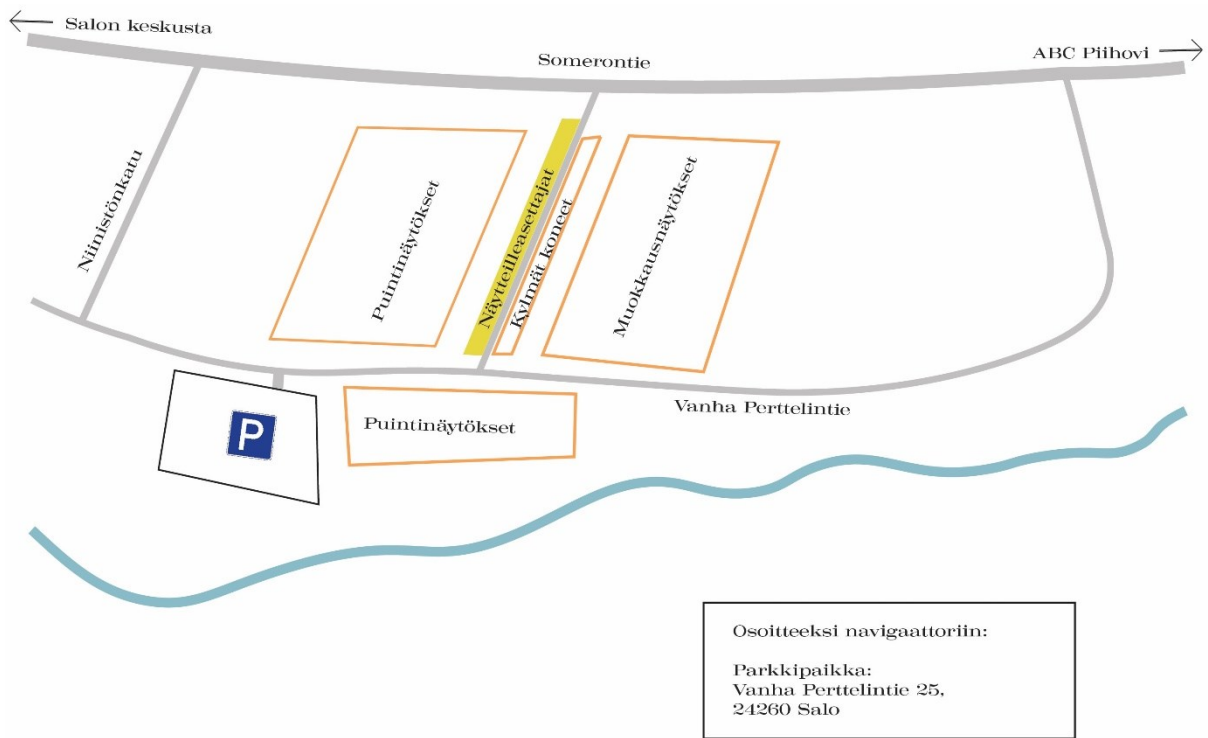


Kuva 17: Pystyversio lehtimainoksesta.

5.2 Tapahtumassa käytettävä materiaali

Toimeksiantajalla oli tapahtumassa käytettävien materiaalien suhteen jo toivomuksia. Hän halusi henkilökunnalle tunnistettavat paidat, lippalakit sekä henkilökortit. Tapahtuma-alueelle haluttiin myös kartat helpottamaan vierailijoiden käynnin sujuvuutta. Kupongit ovat olleet aikaisempina vuosina käytössä tapahtumassa, ja toimeksiantaja halusi käyttää niitä tänäkin vuonna. Edeltävien vuosien kupongeista saatiin perusmalli, joista muokattiin tapahtumaan paremmin sopivat versiot.

Toimeksiantajan kanssa puhuimme, että tapahtumaan tarvitaan tapahtuma-alueesta karttoja. Joten suunniteltiin nettisivuille laitettava saapumiskartta, jossa näkyy parkkipaikan osoite, jonka voi laittaa navigaattoriin. Tapahtuma sijaitsee Somerontien vieressä ja se on hyvien kulkuyhteyksien varrella. Varsinaisella tapahtumapaikalla ei ole omaa osoitetta, koska se järjestetään pellolla, joten siksi tulijoita ohjeistetaan saapumaan parkkipaikan osoitteeseen. Paikalle voi saapua oman auton lisäksi myös kävellen, pyörällä tai linja-autolla. Kartassa näkyy myös, missä työ- ja puintinäytökset tulevat tapahtumaan sekä näytteilleasettajien alue.



Kuva 18: Saapumiskartta nettisivuille.

Tapahtumalle suunniteltiin A2 kokoinen näyttelyopas, joka on kaksipuolinen. Etupuolella on nähtävissä tapahtuman tarkempi aikataulu aamu- sekä iltapäivälle. Toisella puolella on näkyvissä alueen tarkempi kartta, josta näkee näytteilleasettajien sijainnit. Näitä olisi tarkoitus jakaa tapahtuma-alueelle tultaessa.

Näyttelyoppaassa on käytetty logon lisäksi graafisia elementtejä, kuten puimurin siluettia sekä samoja viljoja kuin logossa. Puimurin siluetti sopii hyvin tapahtuman henkeen, joten sitä haluttiin hyödyntää tässäkin. Koska ohjelmassa mainitaan työ- ja puintinäytökset, sopii puimurin siluetti niidenkin takia graafisena elementtinä viljojen lisäksi. Toisella puolella kartassa on käytetty samoja värejä kuin logossa ja etupuolen elementeissä, yhtenäisyyden takia.



20.8.2022

Aamupäivä

10.00 Avajaiset
10.30 Työnäytöksiä
12.00 Puheenvuoroja
12.30 Vapaata kiertelyä



Iltapäivä

13.00 Puintinäytös
15.00 Työnäytöksiä
17.00 Kiitokset





Näytteilleasettelijat

<ol style="list-style-type: none"> 1. Hankkija 2. Wihuri 3. Boreal 4. Turun Konekeskus 5. Berner 6. Someron SP 7. RL Kone 8. Valtra 9. Peltosiemen 10. Yara 11. Corteva 12. Lantmannen 	<ol style="list-style-type: none"> 13. AnttiTeoillisuus 14. Tilasiemen 15. Synqenta 16. Basf 17. TransFarm 18. H1Agro 19. PaulTech 20. Gustafsson 21. Viking Malt 22. Bager 23. Sporttikone
--	--



Kuva 19: Tapahtuman näyttelyopas.

Näytteilleasettajat voivat lunastaa kahviolta kuponkeja, joita antaa vierailijoille. Kupongilla vierailija voi lunastaa veloituksetta kahviosta kupongin mukaisen virvokkeen tai pienen purtavan. Kupongeissa on tapahtuman logo sekä tekstit fontilla Craw Modern URW, jokaisessa kupongissa on myös oma värikoodinsa. Tämän on tarkoitus nopeuttaa asiointia kahviossa, kun ei tarvitse erikseen lukea mikä kuponki on kyseessä. Esimerkiksi sinisen värinen kuponki tarkoittaa virvokkeita ja keltaisen värinen makkaraa. Kahville ja pullalle on vihreä kuponki. Kuponkien värit poikkeavat muista graafisista materiaaleista, mutta ne haluttiin silti pitää samantyyllisinä ja luonnonvärisinä.



Kuva 20: Kupongit.

Oheistuotteilla on tapahtumassa tarkoitus tunnistaa henkilökunta ja järjestäjät muista vierailijoista. Tämän avulla vieraat tietävät helpommin keneltä tulla kysymään esimerkiksi neuvoa tapahtumassa. Henkilökunnalla sekä järjestäjillä on tapahtumapäivänä päällä t-paidat ja lippikset, joissa on logo nähtävillä. T-paita ja lippalakki valikoituivat siksi, että ne ovat vuodenaikaan soveltuvat varusteet. T-paitojen etupuolella lukee henkilön nimi ja selässä on logo suurennettuna. Tämä auttaa kävijöitä huomaamaan heidät väkijoukon keskeltäkin. Työntekijöillä on myös henkilökortit kaulassa, jossa lukee henkilön nimi ja työtehtävä. Kahvioon suunniteltiin vielä lisäksi tapahtuman logolla varustetut take away -kahvimukit.



Kuva 21: Oheistuotteet.

6 Yhteenveto

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella Puontin Peltopäivä -tapahtumalle toimiva logo. Lisäksi luotiin muut visuaaliset elementit ja graafinen ohjeisto. Opinnäytetyössä haastatteluilla kartoitettiin toimeksiantajan sekä mahdollisten kävijöiden mielikuvaa ja millainen olisi hyvä visuaalinen ilme tälle tapahtumalle. Haastatteluiden lisäksi vertailtiin saman alan tapahtumien jo olemassa olevien visuaalisten ilmeiden käyttöä. Haastatteluiden ja vertailujen pohjalta aloitettiin varsinaisen suunnittelu. Logon lisäksi suunniteltiin myös graafisia materiaaleja tapahtuman käyttöön. Opinnäytetyön lopputuloksena on tapahtumaan sopiva visuaalinen ilme, jonka keskiössä on logo. Graafisessa ohjeistossa on esitetty valittu logo ja sen käyttö, typografia ja värit.

Tavoitteisiini kuului syventää Adobe-ohjelmien käyttötaitoja, ja mielestäni tämän prosessin aikana opin enemmän ohjelmien ominaisuuksista. Minulla ei ollut lainkaan aikaisempaa kokemusta logon suunnittelusta, joten suunnittelun aloittaminen oli aluksi hankalaa.

Haastatteluiden ja vertailujen jälkeen saatu tieto ja inspiraatio auttoivat logon suunnittelun aloittamisessa. Alun haasteiden jälkeen luonnosten teko alkoi sujua, ja monien versioiden jälkeen valmistui virallinen logo. Kun värit, fontit ja muut elementit olivat jo suunniteltu, oli sen jälkeen muiden graafisten materiaalien tekeminen helpompaa.

Omasta mielestäni opinnäytetyöni vastasi hyvin ydin- sekä alakysymyksiin. Lopputuloksena mielestäni logo ja muut graafiset elementit sopivat tapahtumaan ja ne olivat myös toimeksiantajan mieleen.

Lähteet

Drew J. & Meyer S. (2008) *Color Management*. RotoVision SA, United Kingdom.

Garret A. (1964) *Haastattelun periaatteet ja menetelmät*. Werner Söderström osakeyhtiön kirjapainossa Porvoossa.

Hirsjärvi S. & Hurme H. (1995) *Teemahaastattelu*. Yliopistopaina, Helsinki.

Hyvärinen M., Nikander P. & Ruusuvaori J. (2017) *Tutkimushaastattelun käsikirja*. Kustannusosakeyhtiö Vastapaino, Tallinna.

Idealistdigital (n.d.) Typografian merkitys graafisessa suunnittelussa. Haettu 12.4.2022 osoitteesta: <https://idealistdigital.fi/typografian-merkitys-graafisessa-suunnittelussa/>

Koppa (2015) Vertaileva tutkimus. Haettu 8.4.2022 osoitteesta <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/vertaileva-tutkimus>

Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja (n.d.). Haettu 28.4.2022 osoitteesta <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/johdatus-laadulliseen-tutkimukseen-ja-verkkokasikirjaan/>

Lewis G. (2009) *2000 colour combinations*. Anova Books Company Ltd, United Kingdom.

Logon suunnittelu -opas (2016). Julkaistu 23.06.2016. Haettu 2.3.2022 osoitteesta <https://www.upnorth101.com/logonsuunnittelu-opas/>

Metsämuuronen J. (2006) *Laadullisen tutkimuksen käsikirja*. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä 2006.

Nerot (n.d.) Yrityksen logo ja logosuunnittelun perusperiaatteet. Haettu 2.3.2022 osoitteesta <https://www.nerot.fi/yrityksen-logo-ja-logosuunnittelun-perusperiaatteet>

OmaGraafikko (n.d.) Elämäni kaikki värit: Kuinka värien psykologia tuotemerkkisi imagoon. Haettu 2.3.2022 osoitteesta <https://omagraafikko.fi/2019/09/18/elamani-kaikki-varit-kuinka-varien-psykologia-vaikuttaa-tuotemerkkisi-imagoon/>

Tuominen K. (2021) *Benchmarking-käsikirja*.

Liite 1: Puontin Peltopäivän graafinen ohjeisto



Sisälllys

1. Logo
2. Logon käyttö
3. Värit
4. Fontit



Logo

Puontin Peltopäivän logo muodostuu kahdesta keltaisesta vehnästä, jotka muodostavat ovaalin mallisen kehyksen, ja sen sisällä olevasta mustasta kahdelle riville rivitetyistä "Puontin Peltopäivä" -tekstistä. Vehnät asetettiin niin, että muoto näyttää jatkuvalta.



Logon käyttö

Logon täytyy erottua taustasta ja tekstin tulee olla selkeästi luettava.



Ensisijaisesti Puontin Peltopäivä -logoa tulee käyttää pääväreillä, riippuen taustaväristä.

Valkoista tekstin väriä käytetään tummaa taustaa vasten. Tämä logo on ensisijainen vaihtoehto värillisille pinnoille. Mustaa tekstin väriä käytetään valkoista taustaa vasten.

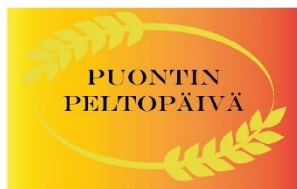
Toissijaisesti on mahdollista käyttää logoa yksivärisenä, mustana tai valkoisena.

Mustavalkoista versiota tulee käyttää ainoastaan poikkeuksena tilanteissa, joissa väriverсион käyttö ei painoteknisistä syistä ole mahdollista.

Logon käyttö



Logoa ei saa muokata, venyttää tai kääntää, eikä tekstiä ja elementtejä saa irrottaa tai järjestellä uudelleen. Eikä logon värejä saa muuttaa tai lisätä muita efektejä.



Värillistä logoa ei saa käyttää logon omien värisävyjen kaltaisilla pohjilla, esimerkiksi keltaisen tai muuten haastavan sävyisten valokuvien tai värien päällä. Haastavan sävyisen valokuvan tai värin päällä logo tulee lähtökohtaisesti valita siten, että se erottuu selkeästi. Väripinnalla tulee käyttää vain logon valkoisen tekstin versiota.

Logon käyttö

Logolla on suoja-alue, jota tulee noudattaa. Suoja-alueella varmistetaan logolle riittävä erottuvuus, ja tälle alueelle ei saa sijoittaa erilaisia elementtejä, kuten kuvia tai tekstiä. Näin logo ei sekaannu muuhun visuaaliseen materiaaliin ja se saa ansaitsemansa tilan.

Suoja-alueen koko on vähintään yhtä suuri kuin logossa käytetyn P-kirjaimen korkeus ja leveys.



Värit

Puontin Peltopäivän värimaailma koostuu kolmesta pääväristä, eli keltaisesta, mustasta ja valkoisesta. Keltaisen värin huomattiin sopivan tapahtumaan sekä herättävän katsojan huomion.

Tapahtumaa ajatellen kirkas logo erottuu myös kauempaa. Logon erottuvuuden ja selkeyden takia valkoista fontin väriä käytetään tummalla taustalla ja mustaa fonttia vaalealla taustalla.

PANTONE P 115 C
CMYK: 11 7 87 0
RGB: 233 217 71
HEX: #E9 D9 45

WHITE
CMYK: 0 0 0 0
RGB: 255 255 255
HEX: #FF FF FF

BLACK
CMYK: 0 0 0 100
RGB: 35 31 32
HEX: #23 1F 20

Fontit

ENGRAVERS MT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ

Craw Modern URW

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäö
1234567890
(.,!?:/)

Logossa käytetty fontti on Engravers MT. Tähän fonttiin ei kuulu lainkaan pieniä kirjaimia, joten logon teksti kokonaan isoilla kirjaimilla.

Tapahtuman graafisissa materiaaleissa fontti on Craw Modern URW.
Tämä fontti sopi hyvin yhteen logon fontin kanssa, vaikka tämä on modernimpi.

