

MASKOTIN SUUNNITTELU KUNNALLE

City of Snowman

Save Our Snowman

Mazurina Maria

Opinnäytetyö

Kuvataiteen koulutus
Kuvataiteilija (AMK)

2022

Kuvataiteen koulutus
Kuvataiteilija (AMK)

| | | | |
|-----------------------|---|--------------|------|
| Tekijä | Maria Mazurina | Vuosi | 2022 |
| Ohjaaja(t) | Eija Rajalin | | |
| Toimeksiantaja | Yritysten vihreä ja kestävä Kemi -hanke | | |
| Työn nimi | Maskotin suunnittelu kunnalle - City of Snowman | | |
| Sivumäärä | 30 | | |

Opinnäytetyöni päätavoitteena oli luoda toimiva maskotti kunnalle brändiä seuraten. Tarkoitukseni oli tutkia mikä tekee maskotista toimivan ja miten siitä saa brändille sopivan.

Toimeksiantajani opinnäytetyössäni on Yritysten vihreä ja kestävä Kemi -hanke. Tutkimusosuudessa perehdyin maskottien historiaan, käyttöön ja siihen, mitkä seikat auttavat maskotin muistettavuutta ja samaistuttavuutta. Lisäksi tutkin Kemin brändiä ja maskottien vaikutusta kuntiin. Tutkimusaineistoni koostui suurimmaksi osaksi verkkoartikkeleista ja blogiartikkeleista. Muita tutkimusaineistoja löysin Kemin kaupungin sivuilta ja brändikirjasta.

Teososuudessa suunnittelin Kemin kaupungille lumiukko maskotin, jota voi käyttää mainonnassa, viestinnässä ja oheistuotteissa. Piirsin lumiukosta useamman kuvan nähdäkseni toimiiko dynaamisuus ja ekspressiivisyys hahmossa. Toteutin kuvat lumiukosta käyttäen ibisPaint X-ohjelmaa ja City of Snowman logon toteutin Affinity Designer-ohjelmalla. Hahmoa suunnitellessa hyödynsin keräämääni tietoa.

Onnistuin hahmon suunnittelussa hyvin ja toin esille Kemin brändin ilman, että hahmon design olisi sekava. Käytin hahmossa Vihreän Kemin tavoitteita luodakseni hahmon, joka myös erottuu muista lumiukoista.

Avainsanat

maskotti, Kemi, kunta maskotti, Yritysten vihreä ja kestävä Kemi, hahmosuunnittelu, siluetti, logo

Degree Programme in Fine Art
Bachelor of Arts and Culture

| | | | |
|------------------------|--|-------------|------|
| Author | Maria Mazurina | Year | 2022 |
| Supervisor(s) | Eija Rajalin | | |
| Commissioned by | Green and sustainable Kemi for enterprises - Project | | |
| Title | Designing a city mascot - City of Snowman | | |
| Number of pages | 30 | | |

The main purpose of my thesis was to design a snowman mascot for a city in accordance with their brand. The purpose was to study what makes a mascot work and how to make it appropriate for the band.

In the research section I studied the history of brand mascots, how they are used and what makes them memorable and relatable. I also studied Kemi's brand and mascot's effect on municipalities. My research material consisted mostly of online articles and blogs. Other materials were found from Kemi's website and brand-book.

For the functional part of my thesis I designed a mascot for the city of Kemi using their brand. The mascot can be used in ads, social media posts and souvenirs for example. I drew multiple pictures of the mascot to see if the design is dynamic and expressive enough. I used ibisPaint X to draw the snowman in different poses and Affinity Designer to make a City of Snowman logo of the snowman. I utilized the collected information when creating the mascot.

In my opinion I managed to design a mascot that reflects Kemi's brand without making the design too incoherent. It fits the Kemi's brand and stands out from other snowman figures.

Keywords mascot, Kemi, city mascot, Green and Sustainable Kemi, character design, silhouette, logo

SISÄLLYS

| | |
|---|----|
| 1 JOHDANTO | 6 |
| 2 MASKOTTIEN HISTORIA JA KÄYTTÖ | 8 |
| 3 KEMI, VIHREÄ KEMI JA MATKAILU | 12 |
| 4 KUNNAT JA MASKOTIT | 13 |
| 5 KEMIN KAUPUNGIN LUMIUKKOMASKOTIN HAHMOSUUNNITTELU | 14 |
| 5.1 Ensimmäinen vaihe | 14 |
| 5.2 Hahmon suunnittelu | 14 |
| 5.4. Lopputulos | 20 |
| 6 POHDINTA | 24 |
| LÄHTEET | 26 |

ALKUSANAT

Haluaisin kiittää Jukka Viléniá, Eija Kinnusta ja Senja Raappanaa tástá mahdollisuudesta suunnitella maskotti Kemin kaupungille. Lumiukon suunnittelu oli mielenkiintoinen ja arvokas työkokemus. Työskentely teidán kanssanne oli sujuvaa ja positiivista ja toivon, että voisimme työskennellä jatkossakin.

1 JOHDANTO

Maskotteja on monenlaisia, mutta niitä kaikkia yhdistää yksi asia: maskottien tärkein tehtävä on brändin identiteetin rakentaminen ja vahvistaminen. Maskotit antavat kasvottomille organisaatioille persoonan ja auttavat luomaan yhteyden brändiin. (Grima 2020.)

Opinnäytetyössäni tulen tutkimaan brändimaskotteja: mitä tulisi ottaa huomioon maskottia suunnitellessa, ja mikä tekee maskotista onnistuneen? Minua kiinnostaa tutkia, mitä tulisi ottaa huomioon hahmoa suunnitellessa. Keskityn erityisesti piirtotyylin, värien käyttöön sekä hahmon muotoon. Maskotin tulisi erottua tuhansien muiden joukosta samalla, kun sen ja brändin välille pitäisi ilmaantua selkeä yhteys. Päättökysymykseni siis on: kuinka luoda kunnalle toimiva maskotti, jossa näkyy kunnan brändi?

Yritysten vihreä ja kestävä Kemi -hanke pyysi minua suunnittelemaan heille lumiukon. Lumiukossa tulisi näkyä Kemin brändi, eli kaupungin värit, sekä Vihreä ja kestävä Kemi. En saanut enempää vaatimuksia, joten pidin tätä mukavana sekä haastavana tehtävänä. Minulla olisi näitä kahta vaatimusta lukuun ottamatta vapaat kädet, mutta haasteellista olisi luoda tuhansien joukosta erottuva hahmo.

Lähestyn tutkimuksessani aihetta graafisen suunnittelijan näkökulmasta. Kuinka pystyn toteuttamaan maskotin, joka on yleisön mielestä hellyyttävä ja muistettava, sekä asiakkaan mielestä juuri se, mitä halusikin. Koen tämän aiheen henkilökohtaisena kehittämistarpeeni, sillä haluaisin tulevaisuudessakin suunnitella hahmoja.

Lopullinen tuotos toiminnallisessa opinnäytetyössä on aina jonkinlainen konkreettinen tuote, oli se sitten kirja, portfolio tai tapahtuma (Vilkkä 2003). Toiminnallinen osa opinnäytetyössäni on hahmon suunnittelu, jonka tulen toteuttamaan digitaalisesti Kemin brändin huomioon ottaen. Laadullinen tutkimus sopii opinnäytetyöhöni, sillä tarkoitukseni ei ole tulkita tietoa tilastojen ja numeroiden avulla, vaan ymmärtää kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä (Jyväskylän yliopisto 2021). Päämääränä ei ole tuottaa uutta tietoa, vaan hyödyntää olemassa olevaa tietoa konkreettisen tuotteen luontiin (Salonen 2013). Tulen piirtämään

useamman kuvan lumiukosta, jotta voin nähdä, toimiiko ekspressiivisuus ja dynaamisuus hahmolla. Hahmon tulen toteuttamaan ibisPaint X-ohjelmalla.

Tarvittavan aineiston tulen keräämään netistä sekä palautteesta, jonka saan hahmosta, kun työstän sitä. Kerään tietoa maskoteista julkisilta verkkosivuilta ja käytän hyödykseni kuvahausta löytyviä lumiukkoja. Lisäksi tulen käyttämään LUC-kirjaston materiaaleja.

Analyysimenetelmänä käytän formalistista analyysia, joka keskittyy taideteoksen, tässä tapauksessa maskotin, muoto-ominaisuuksiin. Formalistinen analyysi tutkii kuvallisia muuttujia kuten, elementtien kokoa, sijaintia, suuntaa ja välimatkaa (Melasniemi 2017). Tulen tutkimaan lumiukon sommittelua ja kuinka brändin saa hahmoon selkeällä tavalla.

2 MASKOTTIEN HISTORIA JA KÄYTTÖ

Maskotti on objekti tai olento, joka edustaa ryhmää, entiteettiä tai yritystä. Alun perin sana maskotti tuli Provencen sanasta “mascoto”, joka tarkoitti “kohtaloa”. Maskotin tehtävä oli tuoda onnea ja menestystä. (Fayedh 2021.)

Brändimaskottien suosio alkaa jo 1900-luvulla, kun brändit huomasivat maskottien parantavan muistettavuutta ja jättivät kuluttajiin pysyvän vaikutelman (Sweeney 2022). Yksi ensimmäisistä ja vanhimmista brändimaskoteista on Quaker Oats Companyn tuotteista esiintyvä mies tummansinisissä vaatteissa (kuvio 1).



Kuvio 1. Quaker Oats Companyn logo (Quaker Oats 2022)

Nykyään maskotteja käytetään viestinnässä ja mainoksissa. Maskotit parantavat brändin tunnistettavuutta ja voivat tehdä brändistä viehättävämmän. Hyvin suunniteltu maskotti voi auttaa brändiä erottumaan joukosta ja tehdä siitä menestyvän. (Team Pepper 2022). Josh Blochin (2021) mukaan ihmisten on helpompi muistaa hahmoja kuin abstrakteja muotoja.

Maskotteja on monenlaisia, ja ne voidaan jaotella eri kategorioihin. Kategorioita on kolmenlaisia: ihmisiä, humanisoituja eläimiä ja humanisoituja esineitä. Ihmismaskotit voivat olla oikeita ihmisiä kuten olemassa olevia henkilöitä, historiallisia henkilöitä tai fiktiivisiä hahmoja. (Team Pepper 2022). Tutkimuksessa, jossa käytiin 1 151 maskottia kävi ilmi, että 21 % niistä oli ihmisiä, tehden siitä suurimman kategorian (Brown 2010, 215–216). Ihmismaskottina voi siis toimia yrityksen perustaja, kuten esimerkiksi KFC:n maskottina toimii sen perustaja Colonel Sanders (kuvio 2).



Kuvio 2. KFC:n logo ja Colonel Sanders (history.com, Kakovkinan 2022 mukaan)

Eläinmaskotit ovat antropomorfisia eläimiä, jotka käyttäytyvät ihmisten tavoin. Niiden suosio on nykyään kasvussa, sillä eläimiin on helppo luoda arkkityyppettä, ja täten niistä tehdään inhimillisempiä. Eläimiä voidaan käyttää maskotteina, kun tuote voidaan yhdistää eläimeen tai brändin arvot liittyvät tiettyyn eläimeen. (Kakovkina 2022.) Esimerkiksi The Laughing Cow brändin maskottina toimii punainen lehmä korvakoruilla, sillä heidän myyntituotteita ovat erilaiset juustot (kuvio 3).



Kuvio 3. The Laughing Cow logo (The Laughing Cow 2022)

Esinemaskotit ovat humanisoituja esineitä, jotka voivat esittää esimerkiksi myytävää tuotetta. Esinemaskotteihin saadaan inhimillisyyttä lisäämällä niihin ihmisten piirteitä kuten esimerkiksi silmät, kädet ja jalat. Lisäksi eläinmaskottien ta-

paan, esinemaskotit käyttäytyvät ihmisten tapaan. (Kakovkina 2022.) Esimerkkinä toimii Michelin rengasyhtiön maskotti Michelin-ukko (kuvio 4), joka on koottu valkoisista renkaista ihmisen muotoiseksi ja kävelee kahdella jalalla.



Kuvio 4. Michelin-ukko (Creative Review 2018)

Maskottia suunnitellessa brändien tulisi harkita tarkasti, minkä maskotin he valitsevat kolmesta kategoriasta. Huomioon tulisi ottaa, mitä brändi myy tai miten se haluaa mainostaa itseään. Väärän maskotin valitseminen voi tehdä enemmän haittaa kuin hyötyä, sillä se voi hämmentää kohderyhmää. (Atanasova 2021a.) Ei siis tulisi valita eläintä maskotiksi vain siksi, että tykkää jostain tietystä eläimestä.

Suosittelavaa olisi, jos maskotin ja brändin välille ilmenisi/muodostuisi selkeä yhteys, jotta se olisi muistettavampi ja kuluttajat osaisivat yhdistää sen brändiin helpommin (Kakovkina 2022). Esimerkiksi Duracell on valinnut maskotikseen pupun, sillä ne ovat energisiä eläimiä jotka tunnetaan hyperaktiivisesta käytöksestä (Bullen 2018). Toisaalta sääntöön on poikkeuksia, jos sen tekee oikein. Atanasovan (2021b) mukaan maskottina voi toimia hahmo, joka ei liity brändiin millään lailla, mutta tällaisen maskotin onnistunut luominen on työlästä. Hän mainitsee, että Geico Gecko on yksi esimerkki onnistuneesta maskotista, joka ei liity brändin tuotteisiin tai arvoihin. Geico Gecko sai alkunsa, kun ihmiset lausuiivat Geicon sijasta Gecko. Yritys käytti tätä hyväkseen ja otti käyttöönsä gekko maskotin.

Brändin ei ole pakko luoda itselleen maskottia, mutta tutkimukset ovat osoittaneet ne hyödyllisiksi. Technicolour Creative Studion (2021) tekemän tutkimuksen mukaan brändi maskotit voivat lisätä brändien voittoa 41 %, kun taas saman tutkimuksen mukaan brändit ilman maskottia voivat lisätä voittoa vain 29,7 %. Maskotit siis auttavat asiakkaita luomaan yhteyden brändiin, inhimillistämällä sen.

Antropomorfismi (ihmisenkaltaistaminen) on eläinten ja objektien inhimillistämistä. Esimerkiksi lemmikkien omistajat saattavat nähdä ihmisen kaltaisia ominaisuuksia lemmikeissään tai lapset antavat leluilleen persoonia. Tarkoituksena on ymmärtää omaa ympäristöään. (Lawrenze 2022.)

Ihmisillä on tapana inhimillistää monia asioita, mutta on huomattu, että mitä enemmän jokin näyttää ihmiseltä, sen helpompaa on inhimillistää se. Toisaalta joskus riittää, että hahmo vain liikkuu kuin ihminen. Tutkimuksen mukaan kun hahmo, muistutti se sitten ihmistä tai möykkyä, liikkuu kuten ihminen sille annetaan helpommin inhimillisiä ominaisuuksia. (Spark Medical 2022.) Tätä käytetään hyväksi maskottien suunnittelussa.

3 KEMI, VIHREÄ KEMI JA MATKAILU

Talvella 2022 Kemi julistautui lumiukon kotikaupungiksi, sillä lumiukolla ei ole ennen ollut kotikaupunkia (Yle 2022). Joulupukin kotikaupunki löytyy Rovaniemeltä, mutta lumiukolle ei ole löydetty kotia (Kemi 2022a). Mikä olisi sen parempi koti lumiukolle kuin lumen ja jään kaupunki? Kemissä on jo ympärivuotinen LumiLinna ja jäänmurtaja Sampo (Kemi 2022a).

Idea lumiukosta lähti muutama vuosi sitten Vihreä ja kestävä Kemi -hankkeen aikana, kun Kemille hankittiin ympäristösertifikaatti. Kemin hallinto- ja kehitysjohtaja Jukka Vilénin mukaan jo Vihreä ja kestävä Kemi -hankkeen aikana huolestutti myös lumiukon tulevaisuus, sillä talvet ovat olleet vähälumisia. (Maaseudun Tulevaisuus 2022.) Kemin kaupunki huomioi ympäristöpolitiikkansa mukaisesti kaikissa päätöksenteoissa, toiminnassa ja suunnittelussa ympäristövaikutukset (Kemi 2022). Ilmastonmuutoksen torjuminen ja hidastaminen parantavat myös lumiukon olosuhteita (Kinnunen 2022).

Jäänmurtaja Sampo on rakennettu Helsingissä vuonna 1960 ja toimi jäänmurtajana vuosina 1961–1987 (SnowExperience365 2022). Vuonna 1988 Sampo otettiin matkailukäyttöön. Sampon pysähtyessä meren keskelle, voi käydä kellumassa jäälohkareiden keskelle tai käydä kävelemässä jäällä (Kemi 2022b).

Kemiin on rakennettu joka talvi perinteinen LumiLinna jo vuodesta 1996 ja ympärivuotinen LumiLinna vuodesta 2019 (SnowExperience365 2022). Ympärivuotisella LumiLinnalla hyödynnetään maalämpöä ja -kylmää ja lisäksi katolta löytyy noin 400 aurinkopaneelia (Huovinen 2019). Ympärivuotista LumiLinnaa rakennettaessa siis pidettiin mielessä energiakäytännölliset seikat.

Lumiukko todettiin sopivaksi maskotiksi Kemille, sillä sen avulla asioista voidaan viestiä sekä leikkisästi että vakavasti: Kuka tahansa osaa rakentaa ja piirtää lumiukkoja ja siten leikkiä niiden avulla. Oikealle lumiukolle pakkastalvien säilyminen on kuitenkin elintärkeä asia. (Kinnunen 2022.)

4 KUNNAT JA MASKOTIT

Kunnan käytöstä, näyttäytymistä ja muista erottumista määrittelee brändi. Brändi ei ole haavekuva, vaan se rakentuu aina siihen mitä kunta on. Kunnassa tulisi näkyä brändi arkisissa kohtaamisissa, sillä ei voi brändätä itseään jonkin asian kunnaksi, jos se ei näy. (Jaakkola 2020.) Kuntien tulisi siis miettiä tarkkaan miten ne haluavat brändätä itseään ja saada itsensä erottumaan. Brändäys voi auttaa kuntaa erottumaan muiden joukosta ja vetää turisteja puoleensa. Esimerkiksi Rovaniemi tunnetaan suurimmaksi osaksi Joulupukin kotikaupunkina, mikä vetää turisteja puoleensa (KotimaaTutuksi 2022).

Monilla kunnilla on oma slogan ja brändi, mutta kaikki eivät välttämättä toimi. Seppo Rainiston mukaan toimiva slogan tulee toiminnan ja tekojen kautta, eikä se saa olla tuulesta temmattu. Onnistunut brändi voi olla tuottoisa kunnalle. (Hautamäki 2017.) Brändiä keksiessä voi olla rohkea ja rikkoa hieman rajoja, esimerkiksi Pori on ottanut brändikseen ”Porisuhdeneuvojan”. Pori venyttää tietoisesti kuntamarkkinoinnin rajoja ja brändiuudistuksen aikana todettiin Porin menevän ihon alle, joten markkinointikin voi olla rohkeampaa (Porin kaupunki 2022).

Olen itse nähnyt maskotteja Suomessa matkailukohteissa kuten Tykkimäellä ja LumiLinnalla, jääkiekossa ja kauppaketjuilla kuten K-Citymarketilla. Maskotteja voi kuitenkin löytyä muualtakin ja niitä alkaa näkymään enemmän ja enemmän. Olen huomannut, että maskotteja löytyy myös kunnilta, vaikkakin pienissä määrin. Vuonna 2011 Oulu sai ensimmäiset omat maskotit uudistuneen graafisen ilmeen myötä (Vinblad 2011). Lisäksi Luhangan kunnalla on oma maskotti, mäyrä nimeltä Sisu-mäyrä, joka esiteltiin vuonna 2019 (Luhanka 2019). Maskotin tulisi siis edustaa kuntaa jollain tavalla, oli se sitten vaakunasta otettu eläin tai jokin objekti liittyen tavoitteisiin.

Maskottia voi käyttää viestinnässä ja mainonnassa, kuten esimerkiksi Sipoon kunta käyttää Sibbe-susi maskottiaan viestittäessään lapsille (Itäväylä 2018). Maskotit voivat esiintyä sosiaalisessa mediassa tai kuntien järjestämissä tapahtumissa viihdyttämässä yleisöä. Maskotteja voidaan lisäksi käyttää kaupallisissa tuotteissa, kuten vaikkapa matkamuistomyymälöissä myytävinä tuliaisina. Koen, että maskotit voivat herättää huomiota ja täten auttaa kuntaa, aivan kuten yritystäkin, mikäli maskotti on suunniteltu huolella.

5 KEMIN KAUPUNGIN LUMIUKKOMASKOTIN HAHMOSUUNNITTELU

5.1 Ensimmäinen vaihe

Teososa opinnäytetyössäni on lumiukkohahmon suunnittelu Kemin kaupungille Kemin brändiä seuraten. Tulen käyttämään hahmossa Kemin värejä, sekä pyrin suunnittelemaan hahmon niin, että siinä myös näkyy Kemin ympäristöystävälliset tavoitteet. Tulen toteuttamaan useamman kuvan lumiukosta, jotta pystyn näkemään hahmon dynaamisuuden ja ekspressiivisyyden. Lisäksi tulen tutkimaan hahmon siluetin tunnistettavuutta/toimivuutta.

Suunnitteluprosessin aloitan tutkimalla netistä löytyviä lumiukkoja. Netti on pullollaan lumiukkoja, sillä se on niin yleinen hahmo. Tulen kirjaamaan ylös havaintoni liittyen lumiukkojen yleisimpiin piirteisiin, jotta voisin suunnitella lumiukon joka erottuu joukosta. Yritän vältellä niin sanottuja kliseitä mikäli mahdollista.

Lumiukon tulisi olla erottuva, muistettava sekä Kemin brändiin sopiva. En siis voisi käyttää mitä tahansa piirtotyylä, sillä hahmon pitäisi olla asiallinen. Hahmon tulisi myös olla suhteellisen yksinkertainen, jotta siitä voi tarvittaessa tehdä logon.

Tutkittuani Kemin brändikirjaa ja Vihreää ja kestävä Kemiä, kirjoitin ylös kaiken mikä voisi näkyä lumiukossa. Lumiukossa tulisi näkyä Kemin sininen ja vihreä väri, sekä Vihreä ja kestävä Kemin lehtilogo. Sitten siirryin Googlen kuvahakuun tutkimaan lumiukkoja tarkemmin. Otan huomioon brändätyt lumiukot ja ihan netistä löytyvät piirretyt lumiukot. Mietin tarkkaan mitkä piirteet voisin säilyttää ja mitä tulisin muuttamaan, jotta lumiukosta tulisi erottuva. En saisi tehdä liian isoja eroja lumiukkoon, jotta se ei olisi liian omituinen tai mahdollisesti matkisi olemassa olevia lumiukkoja. Hahmon tulisi olla hellyttävä ja muistettava, mutta myös brändiin sopiva eikä liian lapsellinen.

5.2 Hahmon suunnittelu

Ennen hahmon suunnittelua halusin tutkia, minkälaisia lumiukkoja on jo olemassa. Selasin Googlen kuvahakua ja tein kuvista kuvakollaasin, mistä katson mitä voisin välttää hahmoa suunnitellessa. Haluaisin hahmon erottuvan muista olemassa olevista lumiukoista, mutten haluaisi vahingossakaan matkia muiden brändien lumiukkoja. Kuvakollaasin (kuvio 5) tein Krita piirto-ohjelmalla.



Kuvio 5. Kuvakollaasi referenssimateriaalista (Giant Bomb 2022; Panda 2022; IMDb 2022; Heroes Wiki 2022; SimilarPNG 2022; iHeartCraftyThings 2022; CanStockPhoto 2022; Dribbble 2022; Egorov 2022)

Yleiset piirteet lumiukoissa näyttäisivät olevan porkkananenä ja oksista tehdyt kädet. Poikkeuksia tähän on esimerkiksi Frosty the Snowman ja Lumiukko The Snowman -elokuvasta, joiden kädet ovat tehty lumesta. Monella lumiukolla myös näyttäisi olevan sarjakuvatyylinen suu, joka liikkuu hahmon puhuessa. Muita yleisiä piirteitä ovat hiilestä tehdyt silmät ja napit sekä silinterihattu.

Halusin välttää porkkananenää lumiukossani, sillä se ei ole pelkästään yleinen piirre, vaan myös tavallaan "kinastelee" Kemin ympäristöystävällisten tavoitteiden kanssa. Porkkananenä olisi helmikuussa 2019 kehitetyn sosiaalisen keittiön tavoitteita vastaan. Hävikkiruokatyöryhmä pohti Kemin kaupungin koordinoimana, voisiko kaupungilla olla rooli hävikin vähentämisessä. Tämän seurauksena Kemin sosiaalinen keittiö "pelasti" vuonna 2020 kauposta noin 10 000 m³ hävikkiin menossa olevia kasviksia hyvikiksi, mihin myös kaupat ovat olleet tyytyväisiä. Pelastettua hyvikkiä käytettiin sosiaalisessa keittiössä edistämään kasvisruokailua. (Kinnunen 2020.)

Lisäksi porkkanan oranssi väri olisi liikaa, sillä lumiukossa tulisi näkyä Kemin sininen ja vihreä väri, sekä kädet ja silmät tarvitsevat omat värinsä. En halua lumiukolle lumikäsiä, sillä se voisi muistuttaa Frostya ja The Snowmania liikaa. Näin lumiukossa olisi viisi eri väriä, mikä on liikaa yksinkertaisessa hahmossa. The Cleveland Institute of Art suosittelee, että hahmoissa käytettäisiin kolmea perusväriä (Naghdi 2020).

Päätin, että käyttäisin oksaa lumiukon nenänä, sillä en oikeastaan nähnyt muilla sellaista. Tällä tavalla lumiukko erottuisi muista enkä käyttäisi liikaa värejä hahmossa. Lisäksi nenä sopisi lumiukon käsiin, jotka olisivat myös oksista tehty. Pelkästään porkkanan vaihtaminen oksaksi ei riitä edustamaan Vihreää Kemiä, joten sitä voisi tuoda esiin muillakin tavoilla. Seuraavaksi rupesin miettimään lumiukon päähinettä: Vihreä Kemi voisi näkyä siinä jollain tavalla. Hatussa voisi olla Vihreän Kemin väri tai siinä voisi olla Vihreän Kemin logo. Kuvaa katsoessa huomaa, että yleinen päähine lumiukoilla näyttäisi olevan silinterihattu. Mieluiten siis välttelen sitä ja käyttäisin jotain muuta päähinettä.

Hetken mietittyä päädyin tonttulakkityyliseen pipoon, missä tupsun sijasta päädyssä roikkuu Vihreän ja kestävän Kemin lehti logo. Näin voisin käyttää pipossa sekä oikeaa väriä että logoa. Lisäksi tällaisella pipolla on helppo lisätä liikkeen tuntua kuvaan.

Lumiukkoa suunnitellessa pidin mielessä myös sen mahdollisuuden, että hahmosta voisi tehdä kävelevän maskotin lumilinnalle. Tein siis hahmolle jalat, jotta maskotti voisi kävellä ympäriinsä, sekä kädet joita voi liikutella ja taivuttaa. Lisäksi hahmon tulisi olla yksinkertainen, joten en tehnyt mitään tarpeettomia yksityiskohtia.

Lumiukkoja on kaiken muotoisia, joten minun tuli valita millainen vartalo sopisi lumiukolle parhaiten. Ottaen huomioon, että lumiukolla tulee olemaan jalat, vartalo pitää miettiä niiden ympärille. Kuvakollaasia katsoessa huomaa, että vartaloja on kolmenlaisia. Ensimmäinen vartalotyyppi on kolmiosainen: pää ja kaksi palloa vartalona. Toinen vartalotyyppi on humanoidi: hahmon muoto muistuttaa ihmistä ja hahmolla on lumesta tehty kädet ja mahdollisesti jalat. Kolmas tyyppi on kaksiosainen: lumiukko muodostuu päästä ja yhdestä pallosta. Päädyin valitsemaan lumiukolle kolmiosaisen vartalotyypin, sillä se sopisi jalkojen kanssa ja

saisin hahmolle dynaamisempia asentoja. Hahmon jaloiksi valitsin samanlaiset jalat kuin kuvakollaasin viimeisellä lumiukolla, sillä ne ovat yksinkertaiset ja sopivat parhaiten lumiukon vartalolle. Pitkät lumiset jalat näyttäisivät vain oudolta lumiukon oksakäsien kanssa.

Koska hahmon vartalo muistuttaa Olafin vartaloa, minun tulisi tehdä kasvoista erottuvat ja yksinkertaiset. Lumiukon tulisi kuitenkin olla ekspressiivinen, vaikka kasvot ovatkin yksinkertaiset. Päädyin valitsemaan hahmolle kivisilmät ja suun, sillä ne olisivat yksinkertaiset. Näin myös välttäisin sarjakuvamaista suuta. Lisäksi kiven harmaa väri sopisi hahmolle paremmin kuin hiilen musta väri. Musta väri tuntuu liian raskaalta ja tekee lumiukosta liian piirrosmaisen, joten näistä syistä halusin vältellä mustaa väriä hahmossa. Käytin hahmossa väreinä Pantone 3005C:tä ja Pantone 368C:tä, jotka ovat Kemin brändivärit (Kemin kaupunki 2022). Käsissä ja nenässä käytin ruskeaa väriä #64312E, sillä se sopii Kemin väreihin. Silmissä ja suussa käytin harmaata väriä #4c4f56, joka taittuu hieman siniseen. Lisäsin hahmoon myös varjostuksia lisäämään pyöreyttä.

Kun sain mietittyä mitä haluaisin käyttää lumiukossa, aloitin hahmon piirtämisen. Päätin käyttää yksinkertaista piirtotyylä missä hahmo on pyöreä ja ääriviivat eivät ole kovin paksut. Värien suhteen päätin olla käyttämättä mustaa, sillä se on niin voimakas väri eikä sovi tähän piirtotyyliin. Mustilla ääriviivoilla hahmosta tulisi muuten liian sarjakuvamainen ja se voisi näyttää värityskirjan kavalta. Ääriviivoissa käytin samoja värejä, mutta vain tummempina, näin sain hahmoon pyöreyttä ja pehmeyttä. Tein hahmolle sinisen kaulahuivin ja lapaset. Lapasiin tein pienet yksityiskohdat, jotta ne olisivat vähän mielenkiintoisemmat ja erottuisivat muista. Piirsin lumiukon laskemassa mäkeä lehdellä, sillä ajattelin sen olevan hauska idea. Kuvittelen lumiukon uteliaaksi, iloiseksi ja ystävälliseksi, ja haluaisin sen välittyvän katsojillekin. Saatuaani kuvan (kuvio 6) valmiiksi, lähetin sen YVKK-hankkeelle arvioitavaksi.



Kuvio 6. Luonnos, ääriviivat ja väritetty lumiukko

5.3 Hahmon hiominen

Lähetettyäni kuvan arvioitavaksi sain palautetta hahmosta. Minua pyydettiin tekemään hahmon silmät pienemmiksi ja iloisemman näköiseksi, lisäksi minun tulisi lisätä kaulahuiviin Kemin logo. Näitä pyyntöjä lukuun ottamatta, hahmo siis hyväksyttiin ja voisin piirtää sitä lisää erilaisissa asennoissa. Lisättyäni Kemin logon ja silmien pienentämisen jälkeen rupesin tutkimaan hahmon ekspressiivisyyttä, dynaamisuutta ja siluettia.

Dynaamisuus vahvistaa kuvituksen sommittelua ja tarinan kerrontaa, sekä tekee tarinasta mielenkiintoisemman katsojalle (Hoefener 2016). Dynaamisuus lisää kuvaan liikkeen tuntua, eikä tee hahmosta jäykän näköistä. Näin hahmosta voi saada elävämmän näköisen. Lisäksi erilaiset asennot auttavat ymmärtämään hahmoa ja hahmon tunnetilaa. Esimerkiksi hahmo joka istuu ja halaa polviaan voi viestittää olevansa surullinen tai hahmo joka seisoo suorassa kädet lantiolla voi viestittää olevansa itsevarma. Ennen puheen kehittymistä, ihmiset kommunikoivat toisilleen eleillä, äänillä ja ilmeillä. Tämän takia kehonkielen luotetaan enemmän kuin sanoihin. (Libine 2016.) On siis tärkeää piirtää hahmolle erilaisia asentoja ja ilmeitä, jotta hahmon tunnetila välittyisi katsojalle.

Ekspressiivisyys auttaa kehonkielen tapaan ilmaisemaan tunteita. Ilmeillä pystytään viestittämään tunteita nopeasti ja ovat universaaleja. Ihan sama missä päin maailmaa olet, ilmeiden merkitys pysyy samana. (Cherry 2022.) Lumiukkoa suunnitellessa minua pyydettiin tekemään hahmosta iloisen näköinen. Yleensä

ihmiset eivät hymyile pelkästään suulla, vaan käyttävät myös silmiä. Hymyillessä posket nousevat ylöspäin ja alaluomet pullistuvat, joten saan hahmosta vielä iloisemman näköisen muokkaamalla silmiä. Silmät ovat sielun peili, joten en voi käyttää pelkkää suuta lumiukon ilmeisiin. Silmillä voidaan ilmaista tunteet vielä voimakkaammin kuin pelkästään suulla. Toisin kuin Olafilla, suunnittelemani lumiukolla ei ole kulmakarvoja, joten lumiukko ei voi viestittää tunteita samallailla. Lumiukko ei siis voi käyttää kulmakarvoja ilmeissään, joten minun täytyy turvautua vain silmiin ja suuhun. Esimerkiksi animessa voidaan pelkästään silmillä viestittää paljon erilaisia tunteita liioittelemalla silmiä. Silmät voivat muuttua sydämiksi hahmon rakastuessa tai järkyttyneenä silmät ovat valkoiset ilman väriä ja pupillia. Ilmeillä ja eleillä saa hahmoon luonnetta, jolloin se ei jää vain tyhjäksi kuoreksi. Maskotilla varsinkin olisi tärkeää olla selkeä luonne, sillä se edustaa brändiä.

Lyhyesti selitettynä siluetti on kun hahmon värittää kokonaan mustalla, jättäen pois yksityiskohdat ja värit. Merkki onnistuneesta hahmosta on siluetin tunnistettavuus. (Deguzman 2021.) Siluetin kuuluu olla selkeä ja siitä pitää pystyä ymmärtämään hahmon eleet. Taiteilijat usein kokeilevat siluetti testejä hahmoihin nähdäkseen onko hahmo tarpeeksi selkeä katsojille. Siluetin saa selkeämmäksi kun liioittelee asentoa hieman tai piirtää hahmon eri kuvakulmasta. Jotkut edestä päin kuvatut eleet tai asennot saavat siluetin näyttämään epämääräiseltä, jolloin asennosta ei saa selvää. (The Walt Disney Family Museum 2022.) Overwatch-hahmoilla on selkeät siluetit ja niistä huomaa hahmojen piirteet (kuvio 7). Lisäksi jokainen hahmo on tunnistettavissa pelkän siluetin perusteella, sillä hahmot on suunniteltu uniikisti ja jokaisella on oma erityispiirteensä. Piirtämällä lumiukon siluetin huomaa, toimiiko hahmon design.



Kuvio 7. Overwatch hahmojen siluetit (Aitai Kimochi 2018)

5.4. Lopputulos

Lumiukkoa tullaan käyttämään viestinnässä ja mainoksissa, joten sillä pitää olla erilaisia ilmeitä ja asentoja. Esimerkiksi jos someen laitetaan tiedote jostain vähän ikävämmästä asiasta, niin eihän lumiukkoa voi laittaa kuvaan hymyilemään. Piirsin lumiukon erilaisissa asennoissa ja erilaisilla ilmeillä nähdäkseni toimiiko hahmon design ja jotta Kemin kaupungilla olisi erilaisia lumiukkoja valmiina tiedotteita ja mainoksia varten (kuvio 8). Halusin varmistaa, että hahmo pystyy istumaan ja makaamaan, joten käytin niitä asentoja. Käytin kaikissa kuvissa varjostuksia tehdäkseni hahmoon kolmiulotteisen vaikutelman ja korostaakseni pyöreyttä. Lisäsin myös kellertävää valoa, tehdäkseni lumiukosta hieman eläväisemmän ja saadakseni sellaisen vaikutelman, että hahmo on ulkona talviauringossa. Testasin hahmon designia siluettitestillä. Piirsin lumiukon hyppimässä kädet ilmassa, sillä siinä asennossa jokainen raaja olisi nähtävissä siluetissa, jolloin siluetti on helpommin ymmärrettävissä. Siluetista huomaa selkeästi, että kyseessä on lumiukko ja Vihreä ja kestävä Kemin lehti näkyy hahmon lakissa.



Kuvio 8. Valmis lumiukko eri asennoissa ja eri ilmeillä sekä siluetti

Koska lumiukolla ei ole kulmakarvoja, jouduin leikittelemään hahmon silmillä. Piirsin silmät eri muodoissa antaakseni hahmolle erilaisia ilmeitä, kuten pienet pyöreät silmät kuvaamaan hahmon ihmettelyä tai suhteellisen kohtuulliset soikeat silmät kuvaamaan suuttumusta/tyytymättömyyttä. Näin hahmolle saa erilaisia ilmeitä, vaikka kasvot ovatkin yksinkertaiset.

Päädyin vielä piirtämään lumiukon eri aktiviteeteissa käyttäen lehteä (kuvio 9). Näin pystyn painottamaan Kemin ympäristöystävällisiin tavoitteisiin ja aktiviteetteihin. Lehteä käytettäessä eri aktiviteeteissa pystyy näyttämään, että maskotti edustaa myös ympäristöystävällisyyttä. Piirsin lumiukon istumassa ison lehden alla suojassa auringolta vesipullon kanssa. Tämän jälkeen piirsin lumiukon kävelemässä lehden kanssa käyttäen sitä sateenvarjona. Kemissä on tarjolla kajakkimelontaa kesäisin, joten päätin piirtää lumiukon melomassa lehdellä. Lopuksi piirsin lumiukon reppu selässä, jotta sitä voisi käyttää viestinnässä koulujen alkaessa. Näin lapset voivat samaistua lumiukkoon, kun näkevät sen tekemässä jotain, mitä hekin tekevät monesti. Näitä kuvia voidaan käyttää niin, että lumiukko laitetaan oikeaan kuvaan, kuten esim. rannalle tai bussipysäkille.



Kuvio 9. Lumiukko eri aktiviteeteissa

Lisäksi minua pyydettiin tekemään lumiukosta logo, joten pääsin vielä kokeilemaan toimiiko hahmo logossa. Logossa toimii parhaiten yksinkertainen hahmo, sillä logo voi esiintyä pienenä jossain tuotteessa, jolloin ylimääräiset yksityiskohdat sulautuvat yhteen ja luovat epämääräisen lopputuloksen.

Logosta haluttiin Santa Claus Finland -tyylinen pyöreä yksinkertainen kuva, missä on lumiukon pää, Kemin logo ja teksti "City of Snowman". Logon (kuvio 10) toteutin Affinity Designer vektorigrafiikka sovelluksella. Logo piti toteuttaa vektorimuodossa, jotta sitä voisi skaalata eri kokoihin ilman, että laatu kärsisi. Lumiukon design on yksinkertainen, joten se sopii logoon eikä tee siitä liian raskasta silmille. Logon tekstiin, lumihiihtaleisiin ja ulkoreunoihin on käytetty Kemin sinistä. Näin logo pysyy värien suhteen yhtenäisenä ja selkeänä.



Kuvio 10. City of Snowman -logo

Lisäsin logoon varjostukset, jotta lumiukko ei näyttäisi niin kaksiulotteiselta, vaan tavallaan “pomppaisi” esiin. Lyhensin lumiukon huivia, jotta se sopisi logoon ja saisi liikkeen tuntua kuvaan. Piirsin lumiukon pään $\frac{3}{4}$ kulmasta, jotta lumiukko ei näyttäisi niin jäykältä ja jotta kuva olisi mielenkiintoisemman näköinen. En lisännyt lumiukon huiviin Kemin logoa, sillä se esiintyy hahmon alapuolella muutenkin. Piirsin lumiukon kummallekin puolelle lumihiutaleet, sillä Kemi on lumen ja jään kaupunki ja halusin korostaa sitä. Fontista haluttiin pyöreä ja yksinkertainen, joten käytin Chalkboard SE-fonttia. Tein lisäksi toisen samanlaisen logon, mutta tekstillä “Official Partner of Snowman”, joka ei ole vielä käytössä, mutta on tarkoitettu yhteistyökumppaneiden käyttöön.

6 POHDINTA

Päätavoitteeni opinnäytetyössäni oli suunnitella ja kuvittaa Kemin kaupungille toimiva lumiukkomaskotti, joka erottuisi muista lumiukoista. Halusin tietää mitä tulisi ottaa huomioon hahmoa suunnitellessa ja kuinka brändin saisi hahmoon lisättyä ilman, että lopputulos olisi sekava. Hahmon tulisi myös sopia moneen käyttöön, kuten logoon tai käveleväksi maskotiksi.

Hahmoa suunnitellessa piti ottaa huomioon lisäksi hahmon ekspressiivisyys ja dynaamisuus. Hahmoa käytettäisiin viestinnässä, joten hahmolla tulisi olla erilaisia ilmeitä ja asentoja. Hahmon pitäisi onnistua välittämään tunnetila, jotta katsojan on helpompi ymmärtää viestiä. Lisäksi piirtämällä hahmon erilaisissa asennoissa tekee siitä samaistuttavamman ja lisää persoonaa, jolloin hahmo ei ole vain tyhjä kuori.

Jotta hahmosta saisi toimivan kokonaisuuden, minun piti valita sopiva vartalo-tyyppi, kasvot, vaatteet ja piirtotyyli. Minun tuli tutkia olemassa olevia lumiukkoja ja vältellä joitakin piirteitä, jotta suunnittelemani lumiukko erottuisi muista. Hahmon piti myös kuvastaa Vihreää ja kestäväää Kemiä, joten en voinut tehdä lumiukosta ihan minkä tahansa näköistä. Jotkin piirteet piti valita brändi mielessä pitäen. Minun piti myös tutkia kuinka saisin hahmoon ekspressiivisyyttä, yksinkertaisista kasvoista johtuen. Lumiukon vartalo piti valita niin, että erilaiset asennot olisi mahdollista piirtää ja ymmärtää selkeästi.

Onnistuin hahmon suunnittelussa hyvin ja olen tyytyväinen lopputulokseen. Hahmo erottuu muista lumiukoista, muttei näytä liian erilaiselta niin, ettei sitä tunnista lumiukoksi. Sain hahmosta myös ekspressiivisen, vaikka hahmolla onkin hyvin yksinkertaiset kasvot. Lumiukosta saa iloisen näköisen, mutta sille pystyy myös piirtämään muita ilmeitä mistä ymmärtää sen tunnetilan. Sain lumiukosta myös tarpeeksi dynaamisen, joten erilaisten asentojen piirtäminen lumiukolle on mahdollista ja lumiukon voi saada liikkumaan kuten ihmisen. Olen tyytyväinen lumiukon ulkomuotoon. Voisin kuitenkin kehittyä vielä varjostuksien ja valon käytön kanssa, jotta saisin kuvistani vielä eloisamman tuntuisia.

Tämä opinnäytetyö opetti minulle paljon maskottien suunnittelusta, kuten minkälainen maskotin kuuluu olla, jotta se olisi muistettava ja samaistuttava. Lisäksi

opin mitä ottaa huomioon, jotta saisin yleisestä hahmosta erottuvan, mutta brändiin sopivan. Kaiken kaikkiaan tämä opinnäytetyö on ollut oikein opettavainen ja arvokas kokemus.

Maskotteja ja brändejä on monenlaisia, joten ei ole vain yhtä oikeaa vastausta maskotin suunnitteluun. Käytin opinnäytetyössäni muiden mielipiteitä ja yleisiä keinoja suunnittelussa, joten tähän tulee suhtautua kriittisesti. Opinnäytetyöni ei ole se yksi ainoa oikea vastaus kysymykseen ”kuinka suunnitella toimiva maskotti”, vaan tähän kysymykseen voi olla monta erilaista vastausta. Käytin yleisiä neuvoja ja vinkkejä maskotin suunnittelussa ja tätä aihetta voi tutkia lisää. Suurin osa tutkimusmateriaalistani on muiden graafikoiden mielipiteitä ja yleisiä esimerkkejä tunnetuista maskoteista.

Koen, että tästä tutkimuksesta voisi hyötyä graafiset suunnittelijat ja kunnat, jotka haluavat itselleen maskotin. Teemaan liittyviä jatkotutkimusaiheita, jotka nousivat esiin työn toteuttamisen aikana ovat maskottien käyttö ja suosio Suomessa, sekä olemassa olevien brändien ja maskotien hyödyntäminen.

LÄHTEET

Atanasova, V. 2021a. How To Create A Brand Mascot? Everything You Need To Consider Before Hiring A Designer. Visual Content Space 12.3.2021. Viitattu 6.10.2022 <https://visualcontent.space/how-to-create-a-brand-mascot/>.

Atanasova, V. 2021b. Brand Mascots: Choose The Right Type Of Character For Your Brand. Visual Content Space 12.3.2021. Viitattu 5.10.2022 <https://visual-content.space/brand-mascots-choose-the-right-character-type-for-your-brand/>.

Bloch, J. 2021. Brand Mascot/Brand Character: Why You Need It And How To Create It. Gingersause. Viitattu 3.10.2022 <https://gingersauce.co/brand-mascot/>.

Brown, S. 2010. Where the wild brands are: Some thoughts on anthropomorphic marketing. The Marketing Review, 215–216.

Bullen, N. 2018. The Duracell Bunny: The perfect mascot? Nathan Bullen Marketing 20.9.2018. Viitattu 4.10.2022 <https://nathanbullenmarketing.wordpress.com/2018/09/20/the-duracell-bunny-the-perfect-mascot/>.

CanStockPhoto 2022. Snowman family illustrations and clipart. Viitattu 18.10.2022 <https://www.canstockphoto.com/illustration/snowman-family.html>

Caroline 2022. How To Draw A Cartoon Snowman – A Step by Step Guide. iHeartCraftyThings. Viitattu 16.11.2022 <https://iheartcraftythings.com/cartoon-snowman-drawing.html>.

Cherry, K. 2022. Understanding Body Language and Facial Expressions. Verywell Mind 8.9.2022. Viitattu 26.10.2022 <https://www.verywellmind.com/understand-body-language-and-facial-expressions-4147228>.

Creative Review 2018. Viitattu 30.9.2022 <https://www.creativereview.co.uk/michelin-man-logo/>.

Deguzman, K. 2021. What is Character Design - Tips on Creating Iconic Characters. StudioBinder. Viitattu 25.10.2022 <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-character-design-definition/>.

Dribbble 2022. Snowman Mascot for HC Sibir. Pinterest. Viitattu 18.10.2022 <https://fi.pinterest.com/pin/331929435013589051/>.

Egorov, R. 2022. Cute snowman. Cartoon winter Christmas character collection of funny snowmen wearing gloves hat and scarf. Dreamstime. Viitattu 18.10.2022 <https://www.dreamstime.com/cute-snowman-cartoon-winter-christmas-character-collection-funny-snowmen-wearing-gloves-hat-scarf-symbol-different-image199907725>.

Fayedh, N. 2021. Famous brand mascots: a selection of the best-known characters from over the years. Pixartprinting. Viitattu 27.9.2022 <https://www.pixartprinting.co.uk/blog/famous-brand-mascots/>.

Giant Bomb 2022. Snowman Characters. Viitattu 18.10.2022 <https://www.giant-bomb.com/snowman/3055-2462/characters/>.

Grima, J. 2020. Making your own organisation more personable. LinkedIn. Viitattu 20.9.2022 <https://www.linkedin.com/pulse/brand-mascots-making-your-organisation-more-janet-grima>.

Hautamäki, M. 2017. Onnistunut brändäys voi tuottaa kunnalle miljardeja. Yle uutiset 23.1.2017. Viitattu 20.10.2022 <https://yle.fi/uutiset/3-9412029>.

Heroes Wiki 2022. Frosty the Snowman. Viitattu 18.10.2022 https://hero.fandom.com/wiki/Frosty_the_Snowman.

Hoefener, M. 2016. Make your drawings more dynamic. Creativebloq. Viitattu 24.10.2022 <https://www.creativebloq.com/art/make-your-drawings-more-dynamic-61620800>.

Huovinen, J. 2019. Kemin Lumilinna pidetään kesähelteilläkin pakkasella, mutta onko siinä mitään järkeä? Ympäristöystävällisyyteen pyritään aurinkosähköllä ja maalämmöllä. Yle uutiset 2.7.2019. Viitattu 31.10.2022 <https://yle.fi/uutiset/3-10853327>.

IMDb 2022. Lumiukko (TV Short 1982) IMDb. Viitattu 18.10.2022 <https://www.imdb.com/title/tt0084701/>.

Itäväylä 2018. Sibbe-susi sai uudet vaatteet. Uutiset 19.3.2019. Viitattu 21.10.2022 <https://www.itavayla.fi/teksti/sibbesusi-sai-uudet-vaatteet-6.2.33850.e5d9b2841d>.

Jaakkola, M. 2020. Tarvitseeko kunta brändin? AVARASTI-blogi. Viitattu 20.10.2022 <https://avarastiblogi.wordpress.com/2020/07/03/tarvitseeko-kunta-brandin/>.

Lähdesmäki, T., Hurme, P., Koskimaa, R., Mikkola, L. & Himberg, T. 2021. Laadullinen tutkimus.Menetelmäpolkuja humanisteille. Jyväskylän yliopisto, humanistinen tiedekunta. Koppa. Viitattu 17.10.2022 <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>.

Kakovkina, V. 2022. Do small businesses need brand mascots? The what's, why's, and how's of brand characters. VistaCreate. Viitattu 30.9.2022 <https://create.vista.com/blog/brand-mascots/>.

Kemi 2022a. City of Snowman - Lumiukon kaupunki. Viitattu 11.10.2022 <https://www.kemi.fi/vapaa-aika-ja-kulttuuri/matkailu/lumiukko/>.

Kemi 2022b. Jäänmurtaja Sampo. Viitattu 1.11.2022 <https://www.kemi.fi/vapaa-aika-ja-kulttuuri/matkailu/experience-365-kemin-matkailu/jaanmurtaja-sampo/>.

Kemin kaupunki 2022. Kemi-brändi. Organisaation sisäinen dokumentti.

- Kinnunen, E. 2020. Hävikistä hyvikiiksi - sosiaalinen keittiö. Kuntatyö 2030. Viitattu 18.10.2022 <https://www.kuntatyö2030.fi/katso/havikista-hyvikiksi-sosiaalinen-keittio>.
- Kinnunen, E. 2022. Kemi opparissa. Yksityinen sähköposti 31.10.2022. Sähköpostiviestin saaja Maria Mazurina.
- Kimochi, A. 2018. An Study On Silhouettes And Character Design. tumblr. Viitattu 25.10.2022 <https://aitaikimochi.tumblr.com/post/176813322571>.
- KotimaaTutuksi 2022. Rovaniemi – Joulupukin virallinen kotikaupunki. Viitattu 15.11.2022 <https://kotimaatutuksi.fi/lappi/rovaniemi/>.
- Lawrenze, L. 2022. Why Do We Anthropomorphize? PsychCentral. Viitattu 10.10.2022 <https://psychcentral.com/health/why-do-we-anthropomorphize>.
- Luhanka 2019. Mäyrä-maskotti sai nimen. Viitattu 15.11.2022 <https://www.luhanka.fi/mayra-maskotti-sai-nimen/>.
- Libine, D. 2016. The Art of Posing: Body Language Basics. Rangefinder. Viitattu 24.10.2022. <https://www.rangefinderonline.com/news-features/tips-techniques/the-art-of-posing-body-language-basics/>.
- Maaseudun tulevaisuus 2022. Lumiukko muutti lumen ja jään kaupunkiin - ukolla ei ole aiemmin ollut kotikaupunkia Suomessa. Uutiset 3.2.2022. Viitattu 17.10.2022 <https://www.maaseuduntulevaisuus.fi/uutiset/d8be30fb-d7ad-5e05-85f1-3169f3e0b242>.
- Melasniemi, E. 2017. Kuvan tarkastelun monet tavat. SlidePlayer. Viitattu 28.9.2022 <https://slideplayer.fi/slide/12043855/>.
- Naghdi, A. 2020. How character color palette can make or break a character design (best tips with examples). Dream Farm Studios. Viitattu 18.10.2022 <https://dreamfarmstudios.com/blog/color-theory-for-character-design/>.
- Panda 2022. Panda lumiukko valkosuklaakonvehteja 280 g. Viitattu 18.10.2022 <https://www.panda.fi/tuote/panda-lumiukko-valkosuklaakonvehteja-280-g/>.
- Porin kaupunki 2022. Porisuhdeneuvoja Luukkone laittaa suhteet kuntoon. Uutiset 15.2.2022. Viitattu 20.10.2022 https://www.pori.fi/uutinen/2022-02-15_pori-suhdeneuvoja-luukkone-laittaa-suhteet-kuntoon.
- Quaker Oats 2022. Viitattu 27.9.2022 <https://www.quakeroats.com/>.
- Salonen, K. 2013. Näkökulmia tutkimukselliseen ja toiminnalliseen opinnäytetyöhön. Turku: Turun ammattikorkeakoulu. Viitattu 28.9.2022 <https://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522163738.pdf>.
- SimilarPNG 2022. Snowman Character illustration on transparent background PNG. Viitattu 18.10.2022 <https://similarpng.com/snowman-character-illustration-on-transparent-background-png/>.

SnowExperience365 2022a. Jäänmurtaja Sampo -risteily, Kemi. Experience365. Viitattu 31.10.2022 <https://experience365.fi/jaanmurtaja-sampo/>.

SnowExperience365 2022b. Kemin LumiLinna. Experience365. Viitattu 31.10.2022 <https://experience365.fi/lumilinna/>.

SparkMedical 2022. Effective Brand Mascots: What Neuroscience Can Teach Advertisers. Viitattu 11.10.2022 <https://medical.sparkneuro.com/effective-brand-mascots-what-neuroscience-can-teach-advertisers/>.

Sweeney, E. 2022. A History of the Most Iconic Brand Mascots Since 1877. Erin Sweeney Design. Viitattu 26.9.2022 <https://erinsweeneydesign.com/marketing/a-history-of-the-most-iconic-brand-mascots-since-1877/>.

Team Pepper 2022. Brand Mascots: Benefits, Tips, and Famous Examples. Peppercontent. Viitattu 30.9.2022 <https://www.peppercontent.io/blog/brand-mascot/>.

Technicolor Creative Studio 2021. Brand mascots will send your profits and emotional connection soaring. Moving Picture Company. Viitattu 10.10.2022 <https://archive.mpcadvertising.com/news/campaign-brand-mascots-will-send-your-profits-and-emotional-connection-soaring>.

The Laughing Cow 2022. Viitattu 30.9.2022 <https://www.thelaughingcow.com/>.

The Walt Disney Family Museum 2022. Education Resources: Tips and Techniques: Silhouette. WaltDisney.org. Viitattu 25.10.2022 https://www.waltdisney.org/sites/default/files/2020-05/T%26T_Silhouette-final2.pdf.

Valta, L. 2022. Kemi havittelee mainetta lumiukon kotikaupunkina – lumiukot tulevat näkymään myös katukuvassa 3.2.2022 Yle uutiset. Viitattu 31.10.2022 <https://yle.fi/uutiset/3-12299745>.

Vilkkä, H. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Vinblad, S. 2011. Oulu sai uuden brändinsä näköiset maskotit. Kalevala 8.10.2022. Viitattu 21.10.2022 <https://www.kaleva.fi/oulu-sai-uuden-brandinsa-nakoiset-maskotit/1809345>.