

Johdonmukaisuus visuaalisessa identiteetissä

Case Vihtori Motorsport

Joona Koskue

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Viestinnän koulutusohjelma

Opinnäytetyö

18.4.2023

Tiivistelmä

Tekijät	Joona Koskue
Otsikko	Johdonmukaisuus visuaalisessa identiteetissä: Case Vihtori Motorsport
Sivumäärä	40 sivua + 1 liite
Aika	18.4.2023
Tutkinto	Medianomi
Tutkinto-ohjelma	Visuaalisen viestinnän muotoilu
Suuntautumisvaihtoehto	Liikegrafiikka
Ohjaaja	Lehtori Tuomas Aatola

Tämä opinnäytetyö käsittelee johdonmukaisuutta visuaalisen ilmeen sisällä ja menetelmiä tarkastella ja todentaa sen toteutumisista. Työssä pyritään avaamaan lukijalle johdonmukaisuuden määritelmää ja sen tärkeyttä visuaalisessa identiteetissä ja esitetään löydettyjä konkreettisia tapoja analysoida visuaalisen ilmeen sisäistä yhtenäisyyttä sekä avataan niiden teoriaa.

Työhön kuuluu kirjallisen osan lisäksi projektiosuus, jonka aikana käytetään edellä mainittuja menetelmiä apuna omassa työssä. Siinä luodaan Vihtori Motorsport -nimiselle e-autourheilujoukkueelle visuaalinen ilme ja sen tueksi graafinen ohjeisto, joka löytyy

liitteenä työn lopusta. Opinnäytetyössä havaitaan, että visuaalisen ilmeen johdonmukaisuutta voi edistää käyttämällä brändin arvoista ja ydinteemoista johdettuja eksplisiittisiä ja implisiittisiä viittauksia.

Abstract

Author	Joona Koskue
Title	Consistency in Visual Identity: Case Vihtori Motorsport
Number of Pages	40 pages + 1 appendix
Date	18 April 2023
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Visual Communication Design
Specialization option	Motion Graphics
Instructor	Tuomas Aatola, Senior Lecturer

This thesis is about consistency within a visual identity and methods by which to examine and verify the occurrence of said consistency. The aim of this work is to explain to the reader the definition and importance of consistency in designing a visual identity. Concrete methods to analyze consistency within a visual identity and the theory behind them are showcased.

In addition to a theoretical section, this work includes a project section, during which these methods are utilized. A visual identity for an e-motorsport team called Vihtori Motorsport was created, along with a visual identity guideline that can be found as an ap-

pendix at the end of this work. The aim of this work was to show that the internal consistency of a visual identity can be strengthened by using a selection of implicit and explicit cues derived from the core values and themes of a brand.

Sisällys

- 1 Johdanto
- 2 Katsaus kilpa-ajosimulaatioon
- 3 Lähtötilanne ja tavoitteet
 - 3.1 Lähtötilanne
 - 3.2 Tavoitteet
- 4 Brändi ja visuaalinen identiteetti
 - 4.1 Brändi
 - 4.2 Visuaalinen identiteetti
- 5 Johdonmukaisuus visuaalisessa identiteetissä
 - 5.1 Johdonmukainen suunnittelu
 - 5.2 Johdonmukaisuuden tarkastelu ja todentaminen
- 6 Vihtori Motorsportin arvojen ja piirteiden määrittely
 - 6.1 Arvojen ja ydinteemojen määrittely
 - 6.2 Mielikuvataulu
 - 6.3 Suunnitteluformaatin piirteiden määrittely
- 7 Prosessi
 - 7.1 Värit
 - 7.2 Typografia
 - 7.3 Logosuunnittelu
 - 7.3.1 Liikemerkki
 - 7.3.2 Logotyypit ja yhdistelmälogot
 - 7.3.3 Suunnitteluformaatin analyysi logoversioista
 - 7.4 Tukevat graafiset elementit
 - 7.4.1 Tukevien graafisten elementtien esittely
 - 7.4.2 Tukevien graafisten elementtien suunnitteluformaatin analyysi
 - 7.5 Kuosit
 - 7.5.1 Kuosien esittely
 - 7.5.2 Kuosien suunnitteluformaatin analyysi
- 8 Yhteenveto
- Lähteet
- Kuvaluettelo
- Liitteet
- Liite 1. Vihtori Motorsportin graafinen ohjeisto

1 Johdanto

Tämän työn tarkoitus on käsitellä johdonmukaisen visuaalisen ilmeen suunnittelua ja keinoja analysoida sen toteutumista. Valitsin tämän aiheen huomattuani, että brändien visuaalisia ilmeitä suunnitellessani toimin usein intuitioni varassa tehden valintoja, koska ne ”tuntuivat oikealta” ja ”kävivät järkeen”, mutta minulta tuntui puuttuvan selkeä substanssi, johon kyseiset valinnat pohjaisiin. Siksi koin, että aiheen tutkiminen saattaisi tuoda käyttöni työkaluja, joiden avulla voisin paremmin perustella tekemiäni valintoja ja täten kehittyä suunnittelijana.

Tämä työ pyrkii vastaamaan kysymyksiin kuten ”Kuinka suunnitella visuaalisesti johdonmukainen, yhtenäinen ja siten tunnistettava brändin visuaalinen ilme?” ja ”Onko olemassa keinoja, joilla visuaalisen ilmeen sisältämien elementtien keskenäistä johdonmukaisuutta voisi mahdollisimman konkreettisella tavalla tarkastella ja todentaa?”

Työn alkuvaiheessa avaan brändin ja visuaalisen ilmeen määri-

telmiä ja näiden kahden käsitteen eroa. Koen, että nämä aiheet ovat liian laajoja kokonaisuuksia analysoitavaksi syvemmin tämän työn piirissä, ja niihin liittyvä laajempi teoria jääkin aiherajaukseni ulkopuolelle. Niihin tekemäni katsauksen onkin tarkoitus lähinnä toimia kontekstina varsinaiselle tutkimuskysymykselleni ja siihen vastaamiselle.

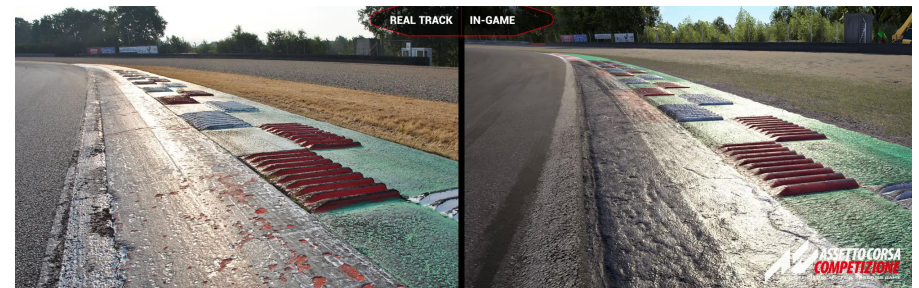
Tähän opinnäytetyöhön kuuluu kirjallisen osuuden lisäksi projektiosuus, jossa suunnittelen e-autourheilujoukkue Vihtori Motorsportille visuaalisen ilmeen käyttäen apuna tiedonhakuaiheen aikana löytämiäni johdonmukaisuuden analysoinnin tapoja. Suunnittelemani visuaalinen ilme esiintyy työn loppuun liittämäni graafisen ohjeiston muodossa.

2 Katsaus kilpa-ajosimulaatioon

Tietokonesimulaatiolla viitataan tietokoneavusteisesti toteutettua imitaatiota todellisuudessa tapahtuvasta prosessista tai systeemistä (Rouse, 2019). Kilpa-ajosimulaatio (englanniksi "racing simulation", tai tuttavallisesti "sim racing") on yksi tietokonesimulaation muoto, joka tarkoittaa kilpa-ajoa tietokoneohjelmiston tuottamassa virtuaalisessa ympäristössä. Yksinkertaisimmillaan kyseessä on siis videopeli, jossa kilpaillaan autoilla. Kilvanajo tapahtuu joko internetin välityksellä muita pelaajia tai tekoälyn hallitsemia vastustajia vastaan.

Pintansa alla perinteiset autopelit ja simulaatiopelit kuitenkin eroavat merkittävästi toisistaan: siinä missä ensin mainitut pyrkivät tarjoamaan helposti lähestyttävän ja intuitiivisen pelikokemuksen laajalle yleisölle, simulaatiopelien tarkoitus on tarjota käyttäjilleen mahdollisimman tarkasti todellisuutta vastaava ajokokemus. Simulaatiopelissä, kuten Assetto Corsa Competizione ja iRacing, kilparadat ovat paikan päällä laserskannattuja kopioita oikean elämän vastineistaan, jolloin radan pienimmätkin yksityiskohdat

välittyvät pelaajalle realistisesti. (Pounder 2020.) Pelien autot on mallinnettu piiruntarkasti esikuvistaan, ja tietyissä tapauksissa oikeat kilpatallit jopa toimivat yhteistyössä pelinkehittäjien kanssa varmistaakseen tarkimman mahdollisen vastaavuuden fyysisen ja digitaalisen auton välillä (Leone 2021). Simuloidun auton käyttäytymisestä vastaa yksityiskohtainen fysiikkamallinnus, joka laskee reaaliajassa (usein satoja kertoja sekunnissa) lukuisia autoon kohdistuvia ja sen tuottamia voimia sekä muita auton toimintaan vaikuttavia parametreja, matkien näin oikean auton käyttäytymistä



Kuva 1: Vertailu fyysisen (vas.) ja virtuaalisen radan (oik.) yksityiskohdista Assetto Corsa Competizione -simulaatiopelissä. (505 Games 2020)

tien pinnassa. Muun muassa auton renkaiden lämpötila, paine ja kuluma, jousituksen geometria ja jopa ilmakehän paineen vaikutus moottorin voimantuottoon ovat kaikki muuttujia, jotka ohjelmisto ottaa huomioon ja täten vaikuttavat ajotuntumaan simulaatioissa.

Simulaatiopelit matkivat oikean auton ajamista sellaisella tarkkuudella, että niiden kanssa on suositeltavaa käyttää oikean auton hallintalaitteita jäljitteleviä peliohjaimia. Tämä tarkoittaa yleensä vähintään ratti- ja polkimisto-ohjaimia, mutta saatavilla on myös käsijarruja, vaihdekeppejä ynnä muita lisälaitteita. Rattiohjainyksikössä on sisäänrakennettu sähkömoottori, joka välittää autoon kohdistuvat voimat pelaajan käsiin.

Kenties näkyvin autosimulaatiopelien puolestapuhuja on autourheilun kuninkuusluokan Formula 1:n kaksinkertainen ja hallitseva maailmanmestari Max Verstappen. Washington Postin haastattelussa Verstappen kertoo tuntevansa autosimulaation vastaavan oikean auton ajokokemusta noin 90-prosenttisesti ja nimeää näiden kahden suurimmaksi eroksi keskipakoisvoimien puuttumisen simulaattorissa. Hän uskoo simulaatioharjoittelun tekevän hänestä kokonaisvaltaisemman kuljettajan. (Leporati 2023.)



Kuva 2: Formula 1 -maailmanmestari Max Verstappen simuloidussa autokilpailussa. (Verstappen 2021)



Kuva 3: Simulaatiovarustevalmistaja Fanatecin rattiohjainsetti lisävarusteineen. (Fanatec 2023)

3 Lähtötilanne ja tavoitteet

3.1 Lähtötilanne

Vihtori Motorsports on e-autourheilujoukkue, joka sai alkunsa ystäväpiirini yhteisenä harrastetoimintana vuoden 2020 puolella. Aluksi nimen oli ainoastaan tarkoitus toimia kyseisen ryhmän humoristisena kutsumanimenä kilpa-ajosimulaation kontekstissa, eikä suunnitelmiin parin ensimmäisen vuoden aikana kuulunut edes logon, saati sitten visuaalisen ilmeen suunnittelu.

Ajan kuluessa joukkueelle kuitenkin nousi tarve erottautua kansakilpailijoista internetin välityksellä järjestetyissä kisoissa auton värityksen perusteella. Vihtori Motorsportin tunnusväreiksi muodostuivat räikeän vihreä ja violetti. Koska tarkkoja väriarvoja ei koskaan määritelty, Vihtori Motorsportin kilpurit esiintyivät internetin välityksellä järjestetyissä, simuloituissa kilpailuissa useissa eri sävyissä, vaihdellen joukkueen jäsenestä, simulaatiopelistä ja autosta toiseen.



Kuva 6: Vihtori Motorsportin McLaren 720S GT3 ylittämässä maaliviivaa ottaakseen joukkueen ensimmäisen kilpailuvoiton Assetto Corsa Competizione:n GT3-luokassa. Kuvankaappaus simulaatiopelistä Assetto Corsa Competizione. (Koskue, 2022)



Kuva 4: Vihtori Motorsportia joukkueen alkutaipaleella edustanut fiktiivinen jokamiesluokan auto suomalaistekoisessa Wreckfest-peleissä. Kuvankaappaus pelistä Wreckfest. (Jaatinen, 2023)

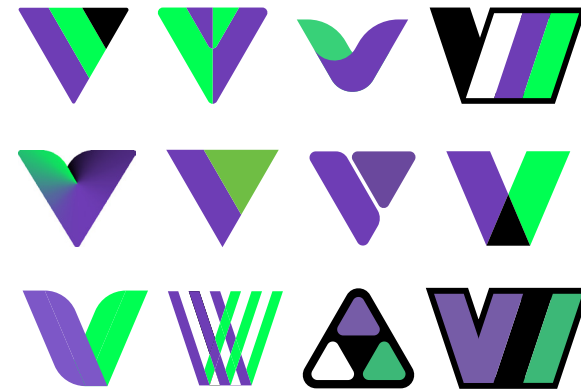


Kuva 5: F1-auto Renault R.S 17 Vihtori Motorsportin väreissä. Kuvankaappaus simulaatiopelistä Forza Motorsport 5. (Kääriäinen, 2023)

Automaalauksien epäyhtenäisyyksien takia mielessäni alkoi vuoden 2021 puolella pyöriä ajatus Vihtori Motorsportin visuaalisen puolen johdonmukaistamisesta. Laadin joukon hahmotelmia siitä, miltä joukkueen liikemerkki voisi näyttää. Tarkoituksena oli myös kokeilla erilaisia väriyhdistelmiä, jotta Vihtori Motorsport saisi lukkoon lyödyt väriarvot. Lopulta en onnistunut vangitsemaan liikemerkin muotoon sitä mielikuvaa, joka minulla joukkueesta oli. Väriarvojen määrittelykin jäi ajatuksen tasolle, ja koko idea joukkueen visuaalisen puolen kehittämistä jäi sikseen. Tämä työ tuntui kuitenkin oivalta mahdollisuudelta antaa ajatukselle uusi yritys.

3.2 Tavoitteet

Projektiosuuden tavoitteena on luoda Vihtori Motorsportille tunnistettava ja johdonmukainen visuaalinen ilme, joka viestii näkijälleen retrohenkisen kilpa-autoilun sekä videopelien teemoja. Vihtori Motorsportin toiminta on edelleen harrastusluontoista, eikä tavoitteena tällä hetkellä ole monien muiden e-autourheilujoukkueiden tavoin houkutella lisää jäseniä, katsojia tai sponsorei-



Kuva 7: Alkuperäisiä hahmotelmia Vihtori Motorsportin liikemerkkiä varten. (Koskue 2021)

ta tai myydä oheistuotteita. Tästä huolimatta tämän työn piirissä suhtaudun joukkueeseen samalla vakavuudella kuin mihin tahansa paikkansa e-autourheilussa vakiinnuttaneeseen joukkueeseen. Vihtori Motorsportin visuaalisen ilmeen tulee siis olla vertaisiinsa nähden uskottava ja visuaalisesti puoleensavetävä, jotta se antaisi tulevaisuudessa pohjan, jonka päälle olisi mahdollista rakentaa tavoitteellisempaa toimintaa. Vihtori Motorsportille suunniteltu visuaalinen ilme ilmentyy työn loppuun liitettävässä graafisessa ohjeistossa.

4 Brändi ja visuaalinen identiteetti

Tässä osiossa avataan lyhyesti brändin ja visuaalisen identiteetin määritelmiä sekä näiden kahden käsitteen eroa. Mainittakoon, että en syvenny kummankaan aiheen teoriaan perusteita enempää, vaan kyseessä on pintapuolinen katsaus. Tämän työn projektiosuudessa toki suunnitellaan visuaalinen ilme, joka puolestaan on tärkeä osa brändin rakentamista, mutta tämän työn rajaus käsittelee enimmäkseen nimenomaan johdonmukaisuuden saavuttamista visuaalisen identiteetin sisältämien elementtien välillä.

4.1 Brändi

Yksinkertaisesti sanottuna brändi tarkoittaa sitä, mitä muut ihmiset ajattelevat tietystä yrityksestä, sen tuotteista ja sen palveluista. Toisin sanoen brändi ei ole vain sitä, millaiseksi yritys määrittelee itsensä, millaisia tuotteita tai palveluita se tarjoaa tai miten se viestii itsestään ulospäin. Nämä seikat ovat tärkeitä, mutta brändi muodostuu lopullisesti vasta niiden vastaanottajan mielessä.

Brändiin vaikuttavat sekä yrityksen sisäiset että ulkoiset tekijät. Sisäiset tekijät tarkoittavat kaikkea, mihin yritys voi itse toiminnallaan vaikuttaa: tuotteiden ja palveluiden hinnoittelu, laatu ja mark-

kinointi, sosiaalisen median presenssi, asiakaspalvelu ja kaikki muut yrityksestä ulospäin välittyvät tekijät. Ulkoisiin tekijöihin taas lukeutuvat esimerkiksi yhteiskunnan, kilpailukentän ja vallitsevien trendien muutokset ja niiden vaikutus asiakkaiden mieltymyksiin ja asenteisiin. Näihin tekijöihin yrityksen tulee asianmukaisesti sopeutua. (BSTR 2020.)

Brändiä rakentaessaan yrityksen on tärkeää kiinnittää erityistä huomiota siihen, täsmäävätkö yrityksen itsestään ulospäin viestimät asiat yleisön mielikuviin. Mikäli yrityksen omat ja yleisön mielikuvat eivät kohtaa, seuraukset voivat vaikuttaa brändiin negatiivisesti. (Almamedia i.a.)

4.2 Visuaalinen identiteetti

Visuaalinen identiteetti on vain yksi lukuisista brändin rakennuspalikoista, mutta varsin tärkeä sellainen. Se kattaa kaiken visuaalisen aineiston, jota yritys käyttää viestiessään brändiään ulospäin ja jolla se erottautuu kilpailijoista. Visuaalinen identiteetti voi pitää sisällään muun muassa logon, väripaletin, typografian, kuva-

maailman, tukevat graafiset elementit ja lukuisia muita yrityksen tarpeesta ja toiminnasta riippuvia elementtejä. Visuaalisen identiteetin tarkoitus on luoda katsojaansa emotionaalinen yhteys ja viestiä yrityksen ja sen tuotteiden tai palveluiden luonnetta. (Levanier 2020.)

Tyypillisesti visuaalisen identiteetin tueksi laaditaan graafinen ohjeisto, johon kootaan keskeiset visuaaliset elementit ja kattavat ohjeet niiden käyttöön ja sovelluksiin eri tilanteissa. Graafisen ohjeiston tehtävä on siis varmistaa, että brändin visuaalinen ulosanti pysyy joka tilanteessa yhtenäisenä ja tarkoituksenmukaisena. (Levanier 2020.)

5 Johdonmukaisuus visuaalisessa identiteetissä

5.1 Johdonmukainen suunnittelu

Johdonmukaisuuden määritelmä on ”kauttaaltaan samaa periaatetta noudattava, looginen”. (Kielitoimiston sanakirja 2022). Halusin ilmettä luodessani kiinnittää erityistä huomiota siihen, kuinka hyvin ilmeen eri osat ja elementit sopivat yhteen, täydentävät toisiaan ja ”henkivät” Vihtori Motorsportia. Tavoitteenani oli luoda Vihtori Motorsportille tunnistettava ja yhtenäinen suunnittelukieli, niin että joukkueen olemus olisi havaittavissa jokaisessa visuaalisessa elementissä.

Johdonmukaisuus visuaalisessa suunnittelussa tai muissa brändin rakentamisen muodoissa ei sinänsä ole mikään salaisuus: John Hawley kirjoittaa tekstissään ”Brand Identity is All About Consistency in Design”, että johdonmukaisuus brändi-identiteetin suunnittelussa on yksi brändin tunnistettavuuden tärkeimpiä tekijöitä, ja väittää, ettei yksikään menestyvä brändi pärjää ilman johdonmukaista suunnittelua. Hawleyn mukaan johdonmukaisuuden tärkeys saattaa kuitenkin monesti joutua ylenkatsotuksi. (Hawley 2018.)

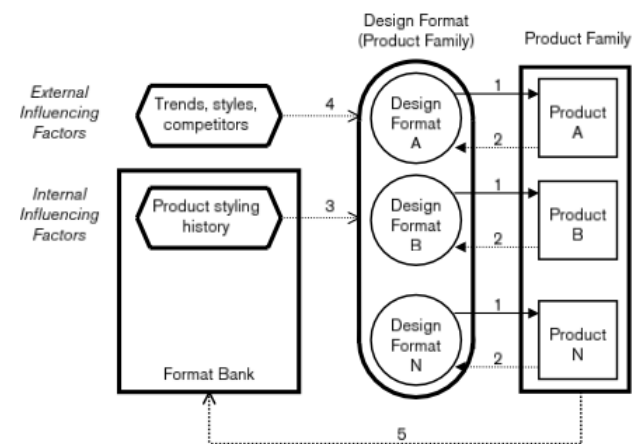
Hawley kirjottaa, että tapojensa orjina ihmiset kokevat tutut asiat miellyttäväiksi ja täten luontaisesti luottavat niihin enemmän (Hawley 2018). Saadakseen asiakkaan luottamuksen brändin tulee tuntua ja näyttää uskottavalta. Ja ollakseen uskottava, brändin tulee olla johdonmukainen viestinnässään ja visuaalisessa ulosannissaan. (Marq brand consistency report, 2018)

On siis selvää, että johdonmukaisuus suunnittelussa on äärimmäisen tärkeä aspekti. Johdonmukaisesta suunnittelusta puhuttaessa se asetetaan kuitenkin usein varsin laajaan brändin rakentamisen kontekstiin. Johdonmukaisuutta edistäviksi toimiksi listataan graafisen ohjeiston luominen, sen tarkka noudattaminen ja tärkeiden visuaalisten elementtien harkittu toisto. Nämä ovat toimivia neuvoja brändin rakentamisen kattokontekstissa, mutta tavoitteeni tässä työssä on tarkastella johdonmukaisuutta nimenomaan visuaalisen identiteetin sisällä, sen eri osien keskinäistä yhtenäisyyttä analysoimalla. Toisin sanoen tähän asti on saatu selville, *miksi* johdonmukaisen visuaalisen ilmeen suunnittelu on tärkeää. Seuraavaksi pyrin selvittämään, *miten* se voisi käytännössä tapahtua.

5.1 Johdonmukaisuuden tarkastelu ja todentaminen

Tekstissään "Design syntactics: A functional approach to visual product form theory, models, and methods" (2018) Anders Warell esittelee kehittämänsä suunnitteluformaattin analyysin mallia (engl. "design format model"). Sen mukaan yrityksen tuoteper-

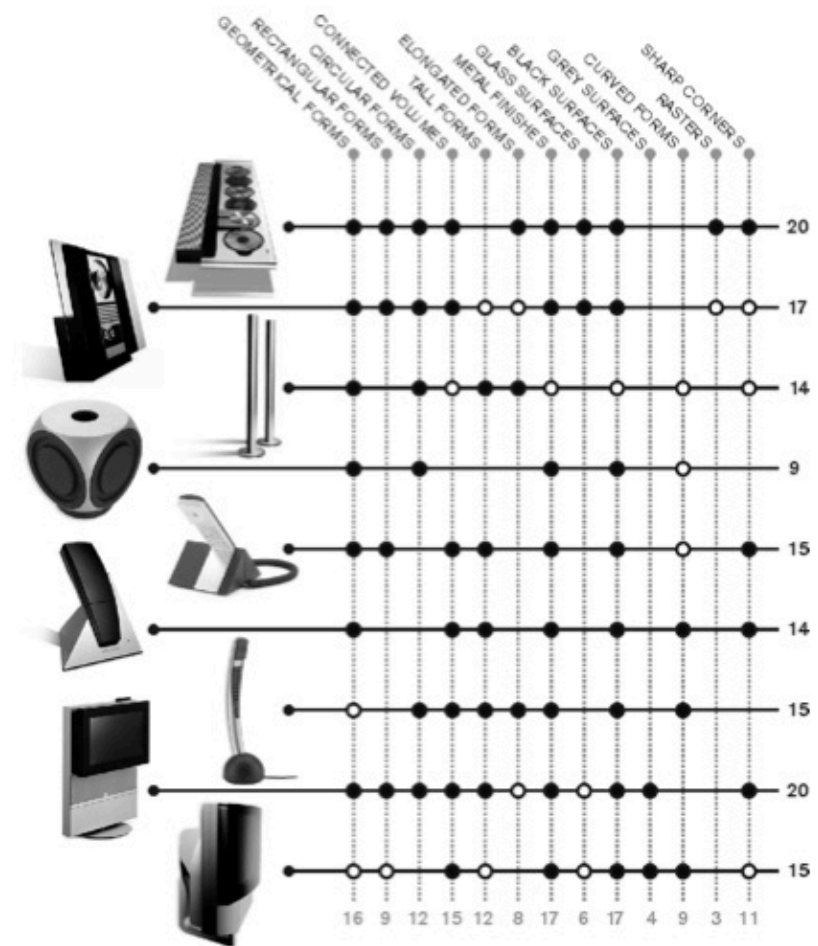
heen tuotteiden sisältämät usein esiintyvät, tunnusomaiset visuaaliset piirteet muodostavat yleisen suunnitteluformaatin (engl. "common design format"), joka on nähtävissä jokaisessa yksittäisessä tuotteessa. Warrelin mukaan yrityksellä voi olla useampia tuoteperhekohtaisia yleisiä suunnitteluformaatteja. Yrityksen kaikkien yleisten suunnitteluformaattien sisältämät visuaaliset piirteet muodostavat formaattipankin tai muotopankin (engl. "format bank"), jonka sisältöä voi muuttaa ainoastaan epäsuorasti suunnittelemalla lisää tuotteita. (Warrel, 2001.)



Kuva 8: Warrelin suunnitteluformaattimalli. (Warrel 2001)

Warrelin mukaan yritys ottaa uutta tuotetta suunnitellessaan huomioon ulkoisia ja sisäisiä vaikuttavia tekijöitä. Ulkoisiin tekijöihin lukeutuvat vallitsevat trendit, yhteiskunnan arvot ja kilpailijoiden tuotteet, kun taas sisäisiin tekijöihin kuuluu yrityksen oma formaattipankki, joka pitää sisällään yrityksen koko tuotesuunnitteluhistorian. (Warrel 2001.)

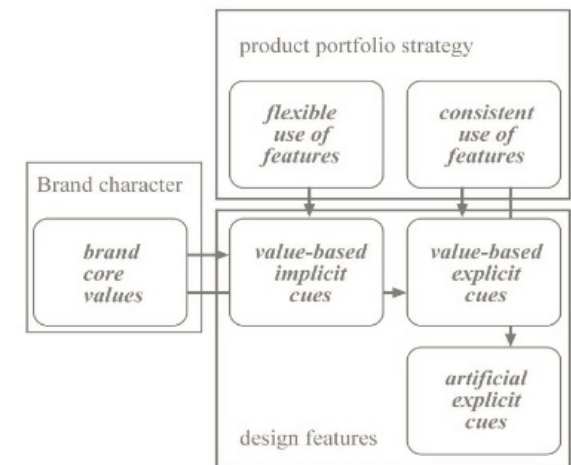
Warrel esittelee konkreettisen tavan analysoida yleisen suunnitteluformaatin sisältämien piirteiden esiintymistä tuoteperheen yksittäisissä tuotteissa eräänlaisen taulukkomallin avulla. Pystysarakkeet ilmaisevat tietyn piirteen esiintymistä kussakin tuotteessa ja vaakarivit kunkin tuotteen yhteneväisyyttä yleisen suunnitteluformaatin kanssa. Vahvaa tuotteen ja yleisen suunnitteluformaatin korrelaatiota ilmaisee musta täytetty ympyrä (kaksi pistettä) ja heikompaa korrelaatiota sisukseton ympyrä (yksi piste). Pystysarakkeiden pisteet kertovat näin piirteiden yleisyydestä yleisen suunnitteluformaatin piirissä, ja vaakarivien pisteet osoittavat, kuinka hyvin kukin tuote noudattaa yleistä suunnitteluformaattia. (Warrel 2001.)



Kuva 9: Esimerkki suunnitteluformaatin analyysistä. (Warrel 2001)

Koen tämän taulukkometodin olevan oivallinen työkalu tässä työssä suunnittelemani visuaalisen identiteetin johdonmukaisuuden tarkasteluun. Vaikka taulukkoon valittujen piirteiden esiintyminen tarkasteltavissa tuotteissa (tai oman työni kohdalla visuaalisen identiteetin elementeissä) on loppujen lopuksi subjektiivista, koen taulukon antavan arvokasta suuntaa-antavaa tietoa niiden johdonmukaisuudesta.

T.M. Karjalainen esittelee tekstissään "It Looks Like a Toyota: Educational Approaches to Designing for Visual Brand Recognition" analyttisiä metodeita brändin visuaalista tunnistettavuutta edistävään suunnitteluun. Karjalaisen mukaan brändien tulee suunnitella tuotteensa niin, että ne ovat puoleensavetävän näköisiä kuluttajille, mutta lisäksi siten, että ne pitävät sisällään viittauksia ennaltamääritettyihin arvoihin, joita brändi itsessään kuvastaa. Hän kirjoittaa, että brändit voivat halutessaan luoda tunnistettavuutta yksinkertaisesti toistamalla visuaalisia piirteitä, jotka on valittu niiden itseisarvollisen puoleensavetävyyden pohjalta. Hän kuitenkin jatkaa, että brändin visuaalisten piirteiden tulisi olla arvopohjaisia luodakseen johdonmukaista tunnistettavuutta. Tällainen arvoihin pohjautuva suunnittelu muodostuu Karjalaisen mukaan sekä implisiittisistä että eksplisiittisistä viittauksista. (Karjalainen 2001.)



Kuva 10: Karjalaisen esitys implisiittisistä ja eksplisiittisistä piirteistä. (Karjalainen 2001)

Eksplisiittiset (kvantitatiiviset) piirteet ovat selkeästi nähtäviä, havaittavissa tai mitattavissa olevia konkreettisia piirteitä. Implisiittisillä (kvalitatiivisilla) piirteillä puolestaan tarkoitetaan piirteitä, jotka ovat epäsuoria ja vihjaavia, eivätkä ole suoraan havaittavissa tai selitettävissä (Merriam-Webster i.a.). Karjalainen ristii keinokekoisiksi eksplisiittisiksi piirteiksi sellaiset eksplisiittiset piirteet, jotka eivät ole suoraan linkitettyjä brändin arvoihin. Implisiittiset viittaukset ovat Karjalaisen mukaan aina arvopohjaisia – jos implisiittinen viittaus epäonnistuu brändin arvojen tai luonteen ilmaisemisessa, tunnistettavuutta ei synny. (Karjalainen 2001.)

Siinä missä Warrel kirjoittaa, etteivät brändin ydinarvot suoranaisesti kuulu brändin formaattipankin – joka sisältää kaikki brändin tuotteille tunnusomaiset piirteet – piiriin, Karjalainen esittää lähestymistavan, jossa suuri osa brändin käyttämisestä visuaalisista piirteistä johdetaan arvoista, joita brändi edustaa. (Warrel 2001; Karjalainen 2001.)

Warrelin ja Karjalaisen malleja yhdistelemällä uskon saavani sopivan lähestymistavan tarkastella oman projektini sisäistä johdonmukaisuutta. Pyrin luomaan Vihtori Motorsportille oman yleisen suunnitteluformaatin, joka koostuu joukkueen ydinarvoihin pohjautuvista eksplisiittisistä ja implisiittisistä piirteistä.

Suunnitteluformaatin analyysia on viittaamissani teksteissä käytetty etupäässä reaktiivisesti eli tarkastelemaan jo olemassaolevia eri yritysten tuoteperheiden visuaalisia tunnuspiirteitä. Se voi kuitenkin toimia myös proaktiivisena työkaluna suunnitteluprosessin aikana (Karjalainen 2021), mikä on nähtävissä tämän työn projektiosuuden prosessia käsittelevissä osissa.

6 Vihtori Motorsportin ominaispiirteiden määrittely

6.1 Vihtori Motorsportin arvot ja ydinteemat

Siinä missä kilpa-ajosimulaatio on yhdistelmä autourheilua ja videopelaamista, myös Vihtori Motorsportin ”DNA” koostuu näistä osa-alueista. Vihtori Motorsport on e-autourheilujoukkue, ja lajin luonteen takia pyrkii viestimään ulospäin kilpailullisuutta ja dynaamisuutta. Näiden arvojen tulisi välittyä visuaalisen ilmeen elementeissä eteenpäin suuntautuvaa liikettä kuvastamalla.

Vihtori Motorsportin tärkein tehtävä on kuitenkin tarjota jäsenilleen positiivinen ympäristö kilpailla ja kehittyä kuljettajina. Se on myös eräänlainen linkki niihin formatiivisiin vuosiin, joiden aikana kunkin joukkueen jäsenen kiinnostus moottoriajoneuvoihin ja -urheiluun heräsi. Kilpa-ajosimulaatio antaa kaikille mahdollisuuden asettautua lapsuutensa unelma-auton rattiin ja elää valitettavasti toteutumatta jääneitä haaveita kilpa-autoilijan urasta – joskin virtuaalisesti, mutta toisaalta myös ilman kuusinumeroista budjettia. Voidaan siis sanoa, että positiivisen ympäristön ja nostalgian luoma tuttuuden ja turvallisuuden tunne ovat dynaamisuuden ohella

Vihtori Motorsportin arvoja.

Ilmeen on tarkoitus henkiä kilpa-autoilun ja automuotoilun historiaa, erityispainotuksena 1980-luku. Kyseisen ajanjakson autot ovat jättäneet allekirjoittaneeseen sekä muihin Vihtori Motorsportin jäseniin perustavanlaatuisen jäljen lapsuutemme elokuvien, lehtien ja eritoten videopelien kautta. Läpi 70- ja 80-luvun automuotoilua hallitsivat vahvat, suorat linjat, tasaiset pinnat ja terävät kulmat. 90-luvulle siirryttäessä puhalsivat uudet tuulet, ja ”laatikko-mainen” muotokieli jäi suurelta osin historiaan. Taloudellisuuden kasvava merkitys sekä innovaatiot suunnittelu- ja valmistusprosesseissa olivat osasyys autosuunnittelun suunnan kääntymiseen kohti aerodynaamisia, orgaanisia muotoja ja pehmeälinjaisia autoja. (Stromberg 2016.)

6.2 Moodboard

Suunnitteluprosessin alussa loin itselleni mielikuvataulun (moodboard) auttamaan Vihtori Motorsportin keskeisten teemojen ja visuaalisen inspiraation määrittämisessä, toisin sanoen ”punaisen langan” löytämisessä. Mielikuvataulu on eräänlainen leikekirja, joka muodostuu kuvista, tekstistä, väreistä sekä muista elementeistä, joiden suunnittelija kokee parhaiten edustavan projektille hakemaansa visuaalista tyyliä. Mielikuvataulu on siis oiva visuaalinen työkalu esittää abstraktimmatkin konseptit kuten tunnelma ja yleinen ”fiilis” pukematta niitä sanoiksi. (Gerlinger 2022).

Mielikuvataulu täyttyi nopeasti menneiden vuosien värikkäästi maalatuista kilpa-autoista, klassisesta kilpa-autoilukuvastosta ruutulippuineen ja tallilogoineen sekä vanhoista peleistä ja pelikonsoleista. Sisällön suuri määrä alkoikin tuntua jo liialliselta, joten aloitin karsintaprosessin, tavoitteenani tiivistää Vihtori Motorsportin perusolemus mahdollisimman rajattuun kuvavalikoimaan.

Koska Vihtori Motorsportin tulee visuaalisessa ulosannissaan viestiä retrohenkistä kilpa-autoilun ja automuotoilun sekä videopelien estetiikkaa, valitsin kummallekin näistä kahdesta teemasta niitä mielestäni parhaiten edustavan inspiraation lähteen.

80-luvun automuotoilun keskeisimpien periaatteiden kiteytymistä kuvastaa mielestäni kaikista parhaiten Toyota AE86 Sprinter Trueno. Vuonna 1983 markkinoille saapuneen auton alhainen paino ja hinta, tasainen painonjakauma sekä jo siihen aikaan hiipuvassa suosiossa ollut etumooottorin ja takavedon yhdistelmä tekivät Sprinter Truenosta suosittuun valinnan kilpa-autoiluun (Taufiq 2023). Ulkonäöllisesti Sprinter Trueno edustaa mielestäni täydellisesti aikansa automuotoilussa vällinneita ihanteita: Auton suorat linjat ja niistä muodostuvat kaltevat pinnat, laatikkomaisen korin kontrasti ohjaamon ohuiden palkkien kanssa, ja koko auton koko vaakamitan lävistävä kylkiviiva ovat aikakaudelle tyyppillisiä tunnuspiirteitä. Rikkaalla auto-urheiluhistoriallaan ja pistämättömällä 80-luvun muotoilullaan Sprinter Trueno siis sopii hyvin Vihtori Motorsportin ilmeen kulmakiveksi.

Videopeliestetiikkaa kuvastamaan valikoitui Sonyn vuonna 1995 julkaisema PlayStation 1 -pelikonsoli. Videopeliestetiikka toimii kuitenkin lähinnä tukevana inspiraation lähteenä, ja suurimman osan Vihtori Motorsportin eksplisiittisistä ja implisiittisistä piirteistä vedän joukkueen arvoista ja ydinteemoista sekä näitä kuvastavasta Sprinter Truenosta. PlayStation 1 lainaa kuitenkin muotokieltään esimerkiksi prosessiosassa suunniteltavalle liikemerkille.



Kuva 11: Toyota Sprinter Trueno. (Thijs-Deschilde 2012)



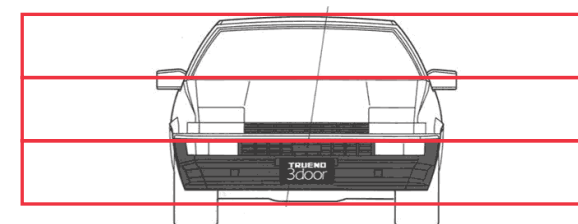
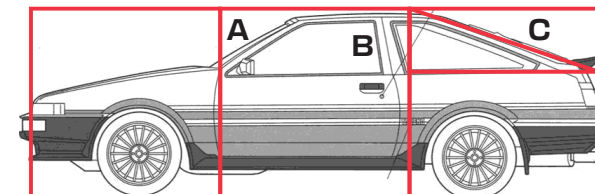
Kuva 12: PlayStation 1 ja Dualshock-ohjain. (Amos 2010)

6.3 Suunnitteluformaatin piirteiden määrittely

Toyota AE86 Sprinter Trueno toimii Vihtori Motorsportin arvojen ja ydinteemojen ankkurina: siinä ilmenee nostalgia, retro-autourheilu sekä -muotoilu. Tästä syystä johdan siitä useampia eksplisiittisiä piirteitä Vihtori Motorsportin yleiseen suunnitteluformaattiin.

Toyota AE86 Sprinter Truenon muotokielessä minua viehättää erityisesti sen yksinkertaisuus. Auton siluetti koostuu selkeistä perusmuodoista, kuten eri kokoisista suorakulmioista ja kolmioista. Silti koen, että näitä yksinkertaisia elementtejä yhdistelemällä auton suunnittelijat ovat onnistuneet tunnistettavan ulkomuodon saavuttamisessa. Näistä yksinkertaisista mittasuhteista, linjoista ja kulmista pyrin johtamaan osan Vihtori Motorsportin keskeisistä piirteistä.

Sprinter Truenon sivuprofiili on karkeasti jaettavissa kolmeen suurin piirtein samankokoiseen osaan: Keulaan, ohjaamoon ja perään. Samankaltainen kolmasosien kaava toistuu vaakatasossa auton etuprofiilissa, jonka ylin kolmasosa muodostuu ohjaamosta, keskimäinen korin yläosasta ja alimmainen puskurista ja alustasta. Tätä vaikutelmaa tehostaa hierarkia, jota auton väri ja rakenne noudattaa: Ylin kolmasosa koostuu läpiväkyvästä ohjaamosta, keskimäinen kolmasosa valkoisesta ja alin mustasta väristä. Käytän tätä kol-



Kuva 13: (Drawing Database, julkaisuaika tuntematon. Muokattu Koskue, 2023)

masosiin jakautumista Vihtori Motorsportin suunnitteluformaatin eksplisiittisenä piirteenä.

Omasta mielestäni Toyota Sprinter Truenon erottuvimpien piirteiden joukkoon lukeutuu sen C-pilarin profiili. C-pilari on normaalisissa porras- tai viistoperäautossa kyljen takimmainen, takaikkunaa reunustava ohjaamon tukipilari (B-pilari on puolestaan keskimäinen ja A-pilari etummaisina, tuulilasia reunustava pilari). (Evo staff 2022) Sprinter Truenon C-pilari on huomattavan pitkä. Se alkaa aivan B-pilarin vierestä ja jatkuu aina auton takalyhtyjen tasolle asti, kulkien täten läpi koko auton jälkimmäisen kolmasosan. B- ja C-pilarit sekä auton kyljen yläosa rajaavat suurin piirtein suorakulmaisen kolmion muotoisen alueen, jonka sisällä auton takasivuikkuna sijaitsee (Kuva 13). Koen tämän kolmiomaisen alueen auton takaosan kolmannesta hallitsevaksi piirteeksi. Kolmion kaarteet ovat pituudeltaan 1 ja 3, ja täten toistavat aiemmin havaittua kolmasosien teemaa. Kolmion pitkien sivujen välinen astekulma on 18,435 astetta, jonka valitsen yhdeksi Vihtori Motorsportin ek-

splisiittisistä piirteistä.

Kolmas Sprinter Truenolle mielestäni ominainen piirre on koko auton vaakasuunnassa kiertävä vaakasuuntainen linja jota nimittän kylkiviivaksi. Kylkiviiva esiintyy myöhemmin prosessivaiheessa tukevana graafisena elementtinä, ja myös tämän sivun ylälaidassa. Tämä vaakasuuntaisuus toimii myös yhtenä suunnitteluformaatin piirteenä.

Vihtori Motorsportin edustamaa dynaamisuutta pyrin ilmaisemaan implisiittisellä, liikettä kuvastavalla piirteellä. Tämä voi esiintyä eri muodoissa tarkasteltavasta elementistä riippuen, kuten esimerkiksi tarkasteltavassa elementissä piilevällä nuolimaisella tai vinolla muodolla tai kirjasimen kursiivileikkauksella.

Vihtori Motorsportin visuaalisen ilmeen eri elementtien on tarkoitus viestiä 80-luvun automuotoilua terävien kulmien ja suorien viivojen avulla. Nämä kaksi piirrettä täydentävät Vihtori Motorspor-

tin visuaalisen ilmeen yleisen suunnitteluformaatin.

Vihtori Motorsportin yleinen suunnitteluformaatti koostuu siis seuraavista piirteistä:

1. Kolmasosiin jakautuva tai perustuva muoto, jota merkitään suunnitteluformaatin analyysissä käytettävässä taulukossa yksinkertaisesti nimellä "1/3".
2. 18.435 asteen kulma tarkasteltavan elementin kahden viivan välillä. Merkitään taulukossa nimellä "18.435°".
3. Elementissä esiintyvät suorat linjat ja viivat. Merkitään taulukossa nimellä "Suorat linjat".
4. Terävät kulmat, jotka eivät viittaa kulman astelukuun vaan yksinkertaisesti niiden pyöristämättömyyteen. Merkitään taulukossa nimellä "Terävät kulmat".
5. Pääasiassa vaakasuuntainen muoto tai kokosuhte. Merkitään taulukossa nimellä "Vaakasuuntaisuus".
6. Elementin kuvastava liike, joka voi ilmentyä nuolimaisilla tai

esimerkiksi vasemmalta oikealle nojaavilla muodoilla ja viivoilla. Merkitään taulukossa nimellä "Liikkeen kuvastaminen".

7 Prosessi

7.1 Värit

Vihtori Motorsportin tunnusvärit, tarkkaan määrittelemättömät vihreä ja violetti, valittiin muun joukkueen toimesta jo vuoden 2021 puolella. Päätin säilyttää joukkueelle jo perinteisiksi muodostuneet värit, mutta vein sävyjä pois päin niiden alkuperäisestä kirkuvasta räikeydestä.

Käytin Vihtori Motorsportin vihreää värisävyä määritellessäni inspiraationa veteraanikuljettaja Keiichi "Drift King" Tsuchiyan tavaramerkiksi muodostunutta vihreää ajohaalaria. Tsuchiya ansaitsi lempinimensä lanseerattuaan auton hallittuun luisuun perustuvan ajo-tyylinsä 80-luvun japanin kilparadoilla ja vuoristoteillä. Lähes koko uransa ajan Sprinter Truenoa ajanut Tsuchiya on ollut merkittävä tekijä sekä AE86:n kulttimaineen että luisuajon (engl. drifting) nykypäivän suuren suosion taustalla. (Parra 2019). Siispä hän on mielestäni hyvä linkki Vihtori Motorsportin väripaletin ja retro-autourheilun välille.

Valitsin vihreän värin Vihtori Motorsportin tärkeimmäksi väriksi. Violetti toimii sen rinnalla toisena päävärinä, mutta hieman pienemmässä roolissa. Lisäksi määritin näiden kahden päävärin ohelle joukon tukevia värejä, joita voi käyttää muun muassa huomion herättämiseen, sekä tumman että vaalean taustavärin jotka toimivat pohjana muille väreille.

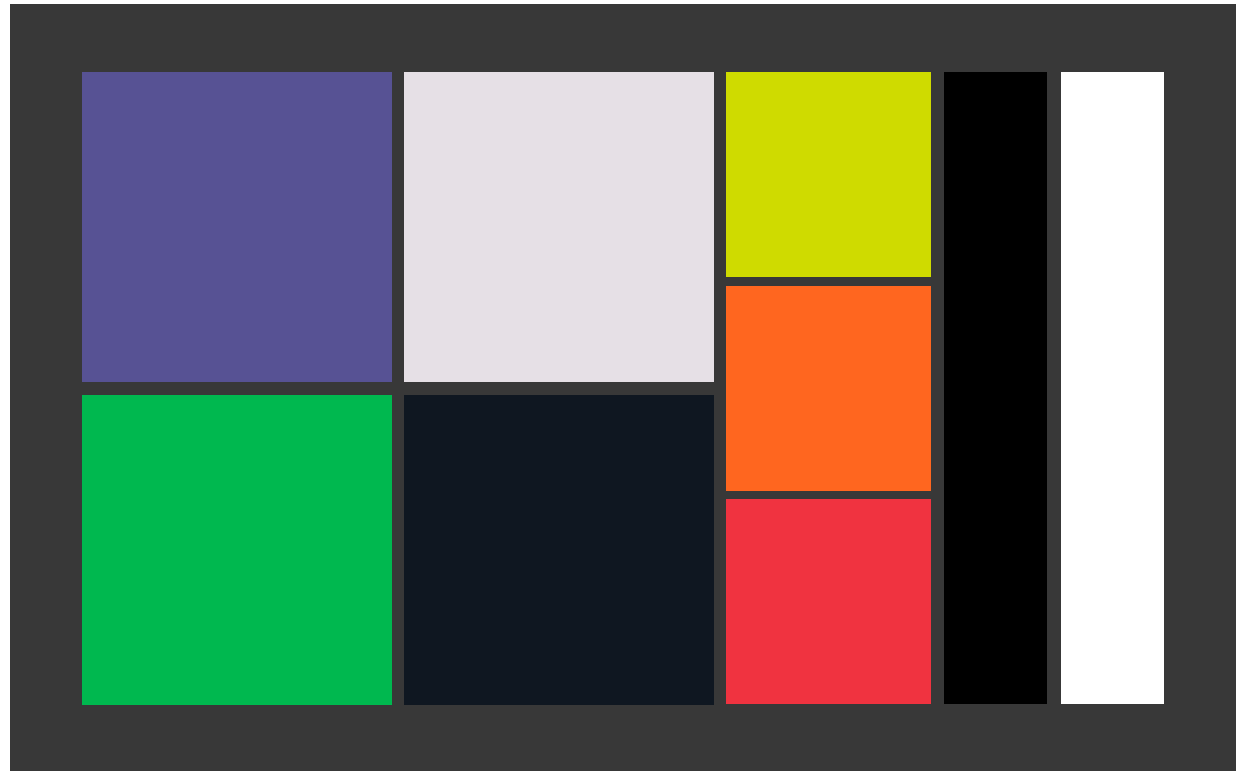


Kuva 14: Keiichi Tsuchiya. (Tim 2019)



Kuva 15: Tsuchiyan erikoisvalmisteinen AE86 Sprinter Trueno. (Parra 2019)

Värien suositellut yhdistelmät ja niiden käyttötavat esitellään työn lopusta löytyvässä Vihtori Motorsportin graafisessa ohjeistossa.



Kuva 16: Vihtori Motorsportin väripaletti neutraalilla pohjalla. (Koskue 2023)

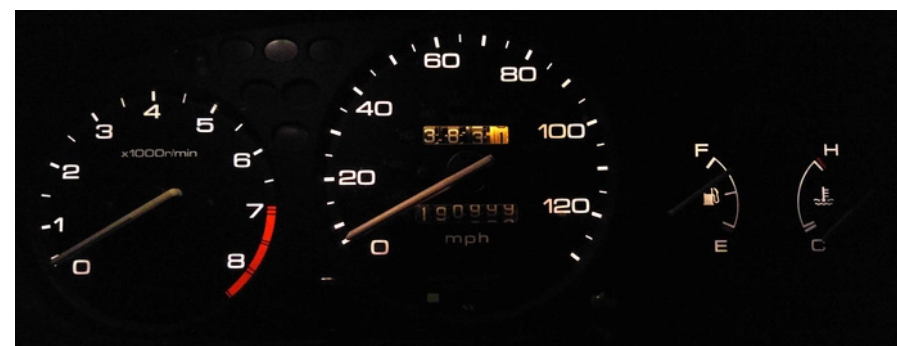
7.2 Typografia

Luontainen inspiraation lähde Vihtori Motorsportin kirjaintyyppin valintaan löytyi tietenkin Toyota Sprinter Truenosta. Sprinter Truenon kojelaudan ja mittariston merkinnöissä on käytössä Aldo Novaresen vuonna 1962 suunnittelema geometrinen sans-serif -kirjasin Eurostile. Eurostile ja sen edeltäjä, 1952 julkaistu Novaresen ja Alessandro Buttin suunnittelema Microgramma olivat 80-luvulla useamman autovalmistajan suosiossa, ja Toyotan mallien lisäksi kirjaset voi löytää muun muassa Hondan autojen sisältä (kuvat 17 ja 18).

Eurostilen valitseminen olisi täten ollut perusteltu valinta, mutta lopulta päädyin lopulta James Hultquist-Toddin suunnittelemaan Transducer-kirjasimeen. Eurostilen ja Microgramman vaikutteet ovat selkeästi havaittavissa Transducerin muotoilussa, ja se ottaa vaikutteita samoista analogista teknologiaa hyödyntävistä elektronisista laitteista, joissa edellämainitut kirjaset olivat käytössä, kuten vanhoista levysoittimista. Esikuviansa jäykempään



Kuva 17: Eurostileä käytettiin Sprinter Truenon eri mittaristovaihtoehdoissa. Kuvassa digitaalinen mittaristo. (Street Track Life 2011)



Kuva 18: Eurostile käytössä vuoden 1997 Honda Civicin mittaristossa. (Lanius 2016)

geometriseen muotokieleen verrattuna Transducer pitää sisällään humanistisempia piirteitä: sen pylväät ovat aavistuksen kapeampia kuin niiden päissä sijaitsevat päätteet, jotka puolestaan ovat hieman sisäänpäin kallellaan. Nämä piirteet antavat kirjainmuodoille enemmän "eloa" ja tuovat kirjaimelle analogisuuden tuntua. (JTD Type 2021.)

Polycrystalline Silicon
K = 75 PCI (20 MN/M3
Lossily Compression
MODULATED SIGNAL
DDAS Coaxial Distrs.
GALVANIC CURRENT
Single-Ended Triode
DIGITAL AUDIO TAPE
IEC320 Power Inlet
HIGH-Q INDUCTORS

*Polycrystalline Silicon
CYCLES PER SECOND
Frequency Response
MODULATED SIGNAL
Model 12L OEM Type
INJECTION-MOLDED
PAL 625 Lines/25fps
ELECTRODYNAMICS
IEC320 Power Inlet
INTERMODULATION*

Typical Inertial Azimuth During TLI Boost
ST-124M-3 INERTIAL PLATFORM ASSEMBLY
Maximun Proportional Rate Command
ENSEMBLE DE LANCEMENT ARIANE-ELA4
ST-124M-3 Inertial Platform Assembly
EXPONENTIAL FREQUENCY MODULATION
Multiplexer Assembly Model 270
LOX/RP-1 MIXTURE RATIO OF 0.42:1
P1 Transmitter 244.3 MHz
THE 6SN7 IS A DUAL TRIODE

*Propeller Model Number: 1C160IDTM7557
MOUNTS TO A 4-0 OCTAGON JUNCTION BOX
Maximun Proportional Rate Command
HETEROJUNCTION BIPOLAR TRANSISTOR
Universal Asynchronous Transmitter
EXPONENTIAL FREQUENCY MODULATION
Multiplexer Assembly Model 270
FWD 5 VOLT EXCITATION MODULE 2
Quadrature Misalignment
ĐỀ CHÁY KHÔNG HÚT THUỐC*

Kuvat 19, 20, 21: Esittely Transducer-kirjasinperheen eri leikkauksista.

Galvanic Current
PHOTOELECTRIC
Electrochemical
SUPERPOSITION
Electrochemical
CLASS 2 WIRING
Low-Frequency
DEMAGNETIZER
Meter Selector
STEREOPHONIC

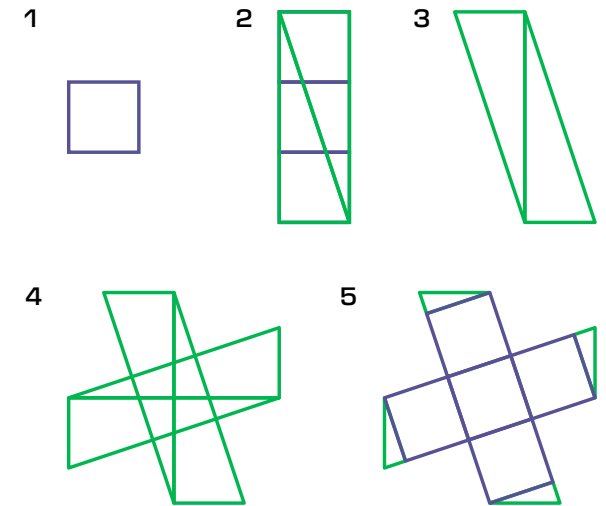
*High-Q Inductors
SYSTEM STATUS
Injection-Molded
CLASS 2 WIRING
Intermodulation
K-48. FIGURE 3-1
AC Voltage Gain
ORTHOPHONICS
Impulse Voltage
MULLARD EF36*

7.3 Logosuunnittelu

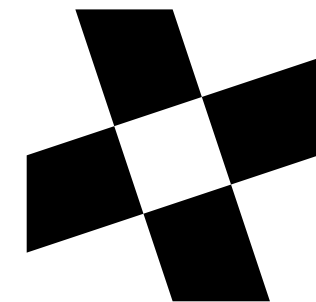
7.3.1 Liikemerkki

Tarkoitukseni oli sisällyttää liikemerkkiin mahdollisimman paljon Vihtori Motorsportille ominaisia eksplisiittisiä piirteitä, kuten kolmasosiin jakautumisen ja 18.435 asteen kulman. Lisäksi pyrin luomaan siihen yleisiä implisiittisiä viittauksia joukkueen ydinteemoihin: retroautourheiluun ja -videopelaamiseen. Aloitin liikemerkin hahmottelun yksinkertaisimmasta mahdollisesta rakennuspalikasta, jonka koin kuvastavan kumpaakin – neliöstä. Neliön toimii mielestäni linkkinä sekä retroautomuotoilun ”laatikkomaiseen” muotokieleen, sekä digitaalisen kuvan muodostaviin pikseleihin. Pinosin kolme neliötä allekkain 3x1-suorakulmioksi, jota venyitin niin että sen voi nähdä koostuvan kahdesta kolmiosta, joiden terävän kulman asteluku on 18,435 astetta. Monistin tästä syntyneen suunnikkaan ja asetin sen ensimmäisen päälle 90 asteen kulmaan käännettynä. Poistin vielä kahden suunnikkaan rajojen väliin jäävän alueen. Liikemerkin lopullinen muoto on nelisuuntaista kiertävää symmetriaa noudattava ristimäinen kuvio, jonka eri osissa toistuu kolmasosiin jakautuminen ja 18,435 asteen kulma.

Liikemerkin muodon hahmottuessa havaitsin useampia yhtymäkohtia retroauto- ja -videopeliestetiikkaan, joita pyrin suunnitteluprosessin aikana korostamaan. Toyota Sprinter Truenon lisävarustevalikoima sisälsi useampia nelipuolaisia vannesarjoja, jotka erottuivat



Kuva 22: Havainnekuva liikemerkin rakentamisen eri vaiheista, joissa esiintyvät ”Vihtorin kolmio” (merkitty vihreällä), ja neliö (merkitty violetilla). (Koskue 2023)



Kuva 23: Valmis liikemerkki. (Koskue 2023)

selkeästi yleisemmistä viidellä tai useammalla puolalla varustetuista vanteista (Motop, 2016; Delgado 2019). Liikemerkin on tarkoitus peilata näiden varsin erikoisten vanteiden muotokieltä. Liikemerkin neljän kunkin sakaran oikealle viettävien päätyjen on tarkoitus luoda illuusio myötäpäivään pyörivästä liikkeestä, vahvistaen miellelyhtymää entisestään.

Videopeliteman osalta samoja nelisuuntaisen symmetrian ja neliömäisten elementtien piirteitä on havaittavissa Playstation 1 -konsolin Dualshock-ohjaimessa. Sen vasemmanpuolimmaisat neljä suuntanappia (ristiohjain) jakavat mielestäni samoja peruspiirteitä sekä edellämainittujen vanteiden sekä suunnittelemani liikemerkin kanssa.



Kuva 25: Playstation 1:n Dualshock-ohjain (Amos 2010)



Kuva 24: Yksi Sprinter Truenon alkuperäisistä vannevaihtoehtoista, 5.5J-14. (O'Carroll i.a.)



Kuva 26: 5.5J-14 -vanteet (yläoikealla) varustekatalogissa. (Hayashi86.com i.a.)

7.3.2 Logotyypit ja yhdistelmälogot

Vihtori Motorsportin pääasialliseksi logotyypiksi suunnittelin kaksirivisen ratkaisun, jota on tarkoitus käyttää liikemerkkiin yhdistettynä. Ylärivin Vihtori-sanaa korostaa Transducerin lihava leikkaus, ja alarivi on ladottu levennetyllä, puolilihavalla kursiivileikkauksella liikkeen ilmaisemiseksi. Rivien isot alkukirjaimet muodostavat nuolimaisen muodon, jonka on myös tarkoitus korostaa liikkeen tuntua. Logotyypin ylärivi on kaksi kertaa niin korkea kuin alarivi, jolloin logotyyppi jakautuu karkeasti kolmasosiin pystysuunnassa.

Suunnittelin myös yksirivisen, kauttaaltaan Transducerin lihavalta kursiivileikkauksella ladotun vaihtoehdoisen logotyypin käytettäväksi ainoastaan harkiten erityistapauksissa, kuten kilpa-auton tuulilasin yläosassa. Tätä vaihtoehtoista logotyyppiä ei ole tarkoitus yhdistää liikemerkkiin.



Kuva 27: Vihtori Motorsportin kaksirivinen, ensisijainen logotyyppi. (Koskue 2023)

VIHTORI MOTORSPORT

Kuva 28: Vihtori Motorsportin yksirivinen, vaihtoehtoinen logotyyppi. (Koskue 2023)



Kuva 29: Auton tuulilasin yläosassa sijaitseva leveä "nauha" toimii mainostilana ja suojaa kuljettajan silmiä auringonpaisteelta. (Koskue 2022)

Yhdistelmälogolla tarkoitetaan yksinkertaisesti liikemerkin ja logotyypin yhdistelmää. Tällöin logon sekä sanallinen että kuvallinen elementti viestivät kumpikin omalta osaltaan brändin olemusta ja arvoja. Yhdistelmälogo voikin usein olla hyvä valinta uudelle brändille, joka ei ole vielä saavuttanut tunnistettavuutta suuren yleisön joukossa. (Kimbo Design 2018).

Suunnittelin yhdistelmälogosta kaksi suorakulmaiseen sommitelmaan aseteltua vaihtoehtoa. Koin vaakasuuntaisen yhdistelmälogon olevan näistä kahdesta versiosta luontevampi valinta ensisijaisesti käytettäväksi vaihtoehdoksi.

Pystymuotoisen yhdistelmälogon tarkoitus on lähinnä esiintyä tilanteissa, joissa logolle on varattu rajallisesti sivuttaissuuntaista tilaa.



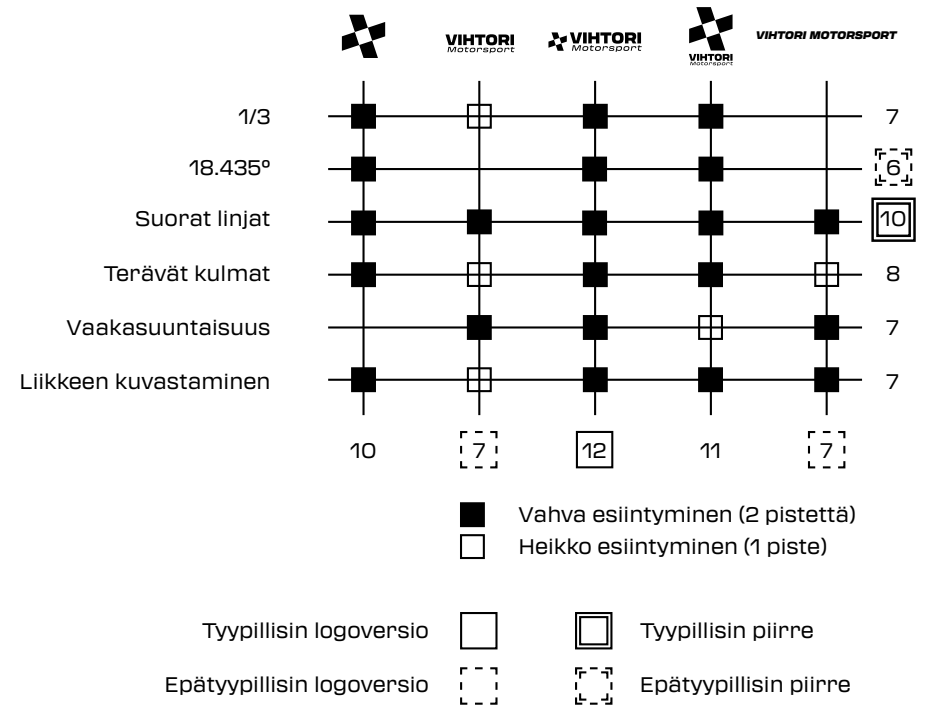
Kuva 30: Vihtori Motorsportin vaakasuuntainen yhdistelmälogo. (Koskue 2023)



Kuva 31: Vihtori Motorsportin pystysuuntainen yhdistelmälogo. (Koskue 2023)

7.3.3 Logoversioiden suunnitteluformaatin analyysi

Kuvio 0xx esittää liikemerkin ja logoversioiden johdonmukaisuuden tarkastelua Warrelin suunnitteluformaatin analyysin kautta (Warrel 2001). Taulukon pisteytyksen mukaan eniten Vihtori Motorsportin yleisen suunnitteluformaatin mukaisia piirteitä sisälsivät yhdistelmälogot, joista vaakasuuntainen yhdistelmälogo pärjasi vertailussa parhaiten 12 pisteellä. Tästä syystä valitsen sen Vihtori Motorsportin ensisijaiseksi logovaihtoehdoksi. Liikemerkki sai kolmanneksi eniten pisteitä, ja sitä voi käyttää irrallisena esimerkiksi URL-osoitteiden faviconeissa tai muissa tapauksissa, joissa tila ei riitä yhdistelmälogon käyttöön. Jaetulle viimeiselle sijalle jäivät kaksi- ja yksiriviset logotyypit. Yksirivisen alhaisesta pistemäärästä huolimatta se on ainoa logoversio, joka toimii äärimmäisen leveissä mutta matalissa tiloissa, kuten kilpa-auton tuulilasien ylälaidassa oleva mainostila. Kaksirivisen logotyypin alhaisen pistemäärän ja täten myös alhaisen tunnistettavuuden takia en koe sen käyttöä ilmeenkannalta hyödylliseksi, enkä näe tilannetta jossa sen sijasta ei voisi käyttää vaakamuotoista yhdistelmälogoa. Tästä syystä en



Kuva 32: Suunnitteluformaatin analyysi Vihtori Motorsportin logoversioista. (Koskue 2023)

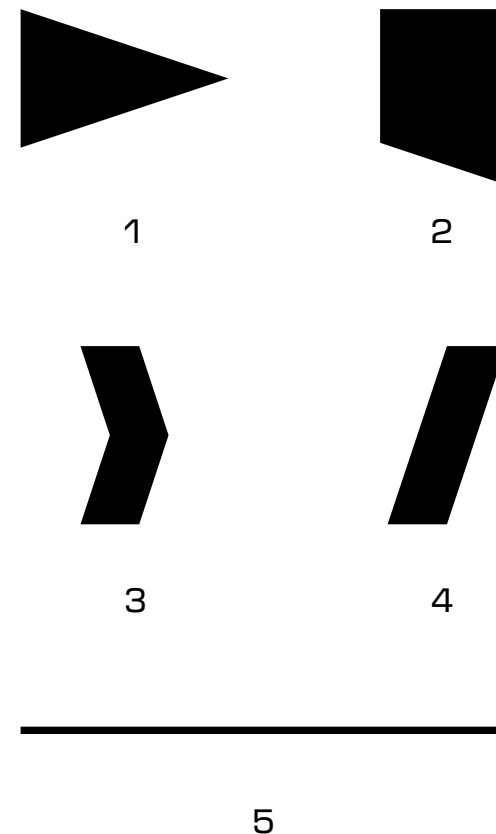
sisällyttä sitä graafisen ohjeiston piiriin. Logoversioiden suunnitteluformaatin tyypillisimmiksi piirteeksi osoittautuivat suorat linjat (10 pistettä) ja terävät kulmat (8 pistettä). Epätyypillisin piirre oli 18,435 asteen kulma.

7.4 Tukevat graafiset elementit

7.4.1 Tukevien graafisten elementtien esittely

Suunnittelin Vihtori Motorsportille valikoiman ilmettä tukevia graafisia elementtejä. Näiden elementtien voi ajatella toimivan koristeina, mutta Tukevien elementtien tarkoitus on rikastaa joukkueen visuaalista ilmettä ja toimia muun muassa opastavina ja katsetta ohjaavina elementteinä, jatkaen samalla johdonmukaisesti visuaalisen ilmeen muotokieltä.

Nuolimainen elementti 1 merkitsee jonkin asian tai kokonaisuuden alkua, kun taas elementti 2 eli "hautakivi" kyseisen asian tai kokonaisuuden loppua. Elementti 3:n on tarkoitus ohjata katsetta tai kuvastaa siirtymää kahden eri asian, näkymän tai muun vastaavan välillä. Elementti 4 on suunniteltu herättämään katsojan huomio ja ilmaisemaan kieltoa tai muuta huomautusta. Elementtejä 3 ja 4 voi käyttää useamman kappaleen ryhmissä vaikutuksen korostamiseksi. Elementin 5 eli kylkiviivan on tarkoitus toimia tilaa jakavana muotona, jonka voi asettaa pystyyn, vaakaan tai vinoon.

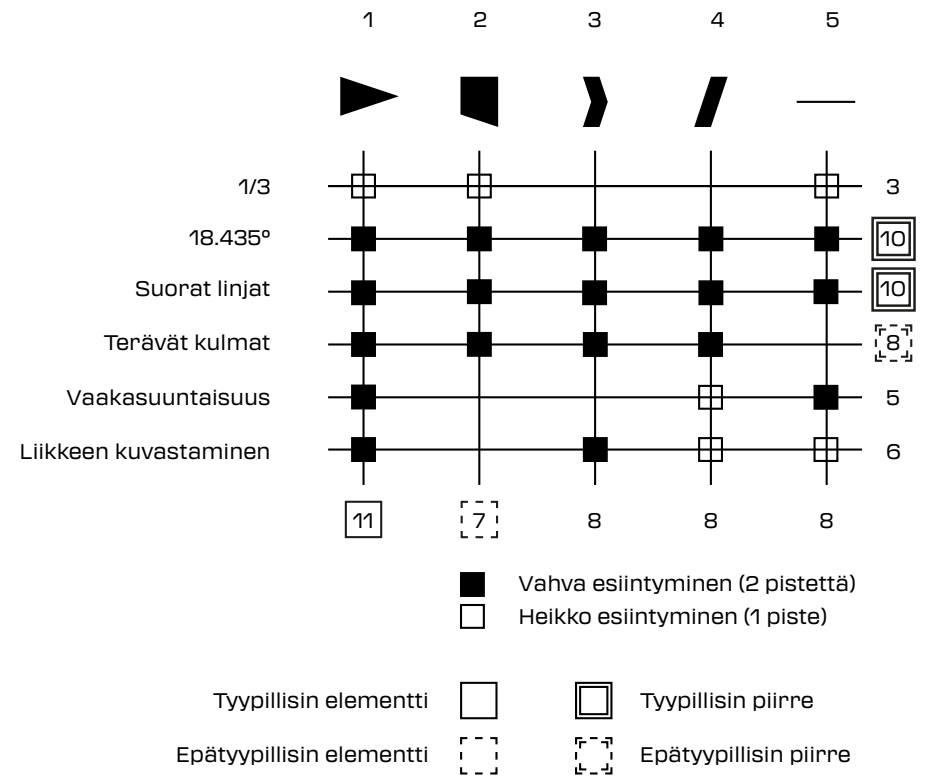


Kuva 33: Vihtori Motorsportin tukevia graafisia elementtejä. (Koskue 2023)

7.4.2 Tukevien graafisten elementtien suunnitteluformaatin analyysi

Suunnitteluformaatin analyysi tukevien graafisten elementtien osalta osoittaa elementin 1 olevan joukon tyypillisin elementti. Se saa lähes täyden pistemäärän, 11 pistettä. Epätyypillisimmäksi elementiksi seitsemällä pisteellä osoittautui elementti 2. Loput elementit ovat tasoissa kahdeksalla pisteellä. Elementin 5 kohdalla piirteiden toteutuminen oli erityisen subjektiivista: Kylkiviivaksikin ristityn elementin pituus ja kulma voivat vaihdella käyttötarkoituksesta riippuen. Esimerkiksi Y-akseliin nähden 18,435 asteen kulmaan asetettuna siinä ilmenee kyseisen kulman piirre ja koen sen tällöin kuvastavan myös osittain liikettä. Vaakatasossa esiintyessään siinä ilmenee vaakasuuntaisuuden piirre, mutta silloin en koe edellämämainittujen täyttyvän. Annoin elementille 5 kuitenkin pisteitä näistä kaikista piirteistä, vaikka se ei voi kaikkia niistä yhtä aikaa täyttääkään.

Tyypillisimmiksi piirteiksi osoittautuivat 18,435 asteen kulma ja suorat linjat. Tässä suhteessa tukevat graafiset elementit eroavat



Kuva 34: Suunnitteluformaatin analyysi Vihtori Motorsportin tukevista graafisista elementeistä. (Koskue 2023)

merkittävästi logoversioista, joiden kohdalla 18,435 asteen kulma oli epätyypillisin piirre.

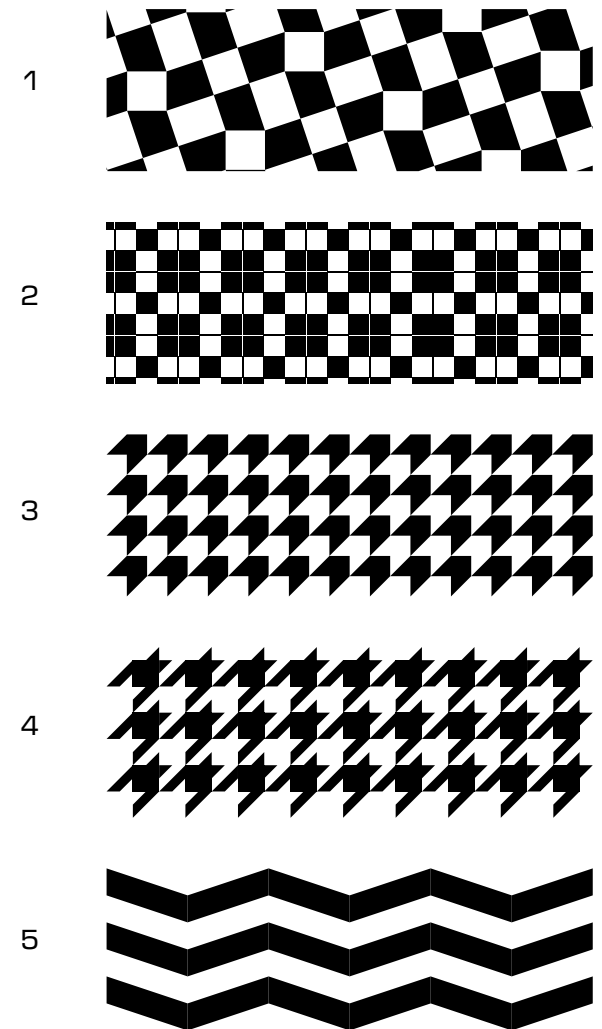
7.5 Kuosit

7.5.1 Kuosien esittely

Loin Vihtori Motorsportille valikoiman kuoseja, joiden tarkoitus oli soveltua käyttöön esimerkiksi auton maalipinnassa, vaateuksessa (kuten ajoasut tai oheistuotteet), tai vaikkapa visuaalisten materiaalien taustalla.

Luomieni kuosien suunnitteluprosessi tapahtui suurilta osin ennen kuin valitsin Warrelin suunnitteluformaatin analyysin johdonmukaisuuden tarkastelun lähtökohdaksi, ja näin myös ennen Vihtori Motorsportin arvopohjaisten visuaalisten piirteiden määrittelyä. Tästä syystä osa kuoseista pärjää taulukon pisteytyksessä varsin huonosti, sillä niiden muotoilu on perustunut ainoastaan omaan intuitioon siitä, miltä Vihtori Motorsportin visuaalisten elementtien kuuluisi näyttää. Näiden kuosien osalta suunnitteluformaatin analyysi tapahtuu ainoastaan reaktiivisesti, joka toimii hyvänä vertauskohtana aiempiin lukuihin joissa analyysia on käytetty proaktiivisena työkaluna.

Kuosi 1 perustuu loputtomiin toistuvaan liikemerkkiin, ja kuosi 5 on ainoastaan vaakasuoraan toistuva, yksinkertaistettua renkaanjälkeä jäljittelevä kuosi. Nämä kaksi ovat ainoat kuosit jotka on suunniteltu proaktiivisesti Vihtori Motorsportin suunnitteluformaattia käyttäen.



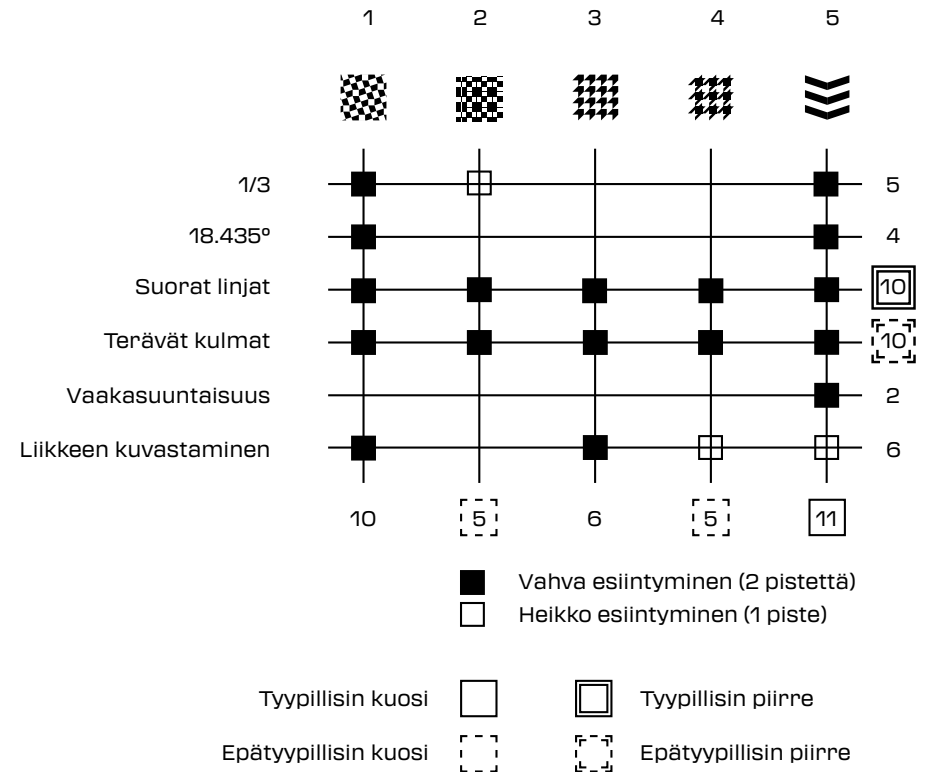
Kuva 35: Havainnollistuksia suunnittelemissani kuoseista. (Koskue 2023)

7.5.2 Kuosien suunnitteluformaatin analyysi

Kuosien osalta suunnitteluformaatin analyysi jakaa kuosit suunnilleen kahtia hyvin ja huonosti pärjänneisiin. Tyypillisimmät kuosit olivat kuosi 5 (11 pistettä) ja kuosi 1 (10 pistettä). Ne olivat myös joukon ainoat, joiden suunnittelun aikana Vihtori Motorsportin suunnitteluformaatti oli muodostunut. Tämä näyttäisi suunnitteluformaatin analyysin pohjalta edistäneen niiden tyypillisyyttä.

Huonosti pärjänneet kuosit 2, 3 ja 4, jotka oli suunniteltu ennen suunnitteluformaatin piirteiden lukkoon lyömistä, saivat viidestä kuuteen pistettä. Tämä on noin puolet hyvin pärjänneiden kuosien pistemäärästä.

Suorat linjat ja terävät kulmat olivat tyypillisimmät piirteet, saaden täydet pisteet. Epätyypillisin piirre oli puolestaan vaakasuuntaisuus, jonka piti sisällään ainoastaan kuosi 5. Tämä johtui siitä, että se oli suunniteltu toistettavaksi ainoastaan vaakasuunnassa. Kuosien suunnalta olisi saattanut olla hyödyllistä käyttää niille var-



Kuva 36: Suunnitteluformaatin analyysi Vihtori Motorsportin kuoseista. (Koskue 2023)

ta vasten mukautettua suunnitteluformaattia, josta vaakasuuntaisuuden kriteeri olisi sen huonon sopivuuden takia poistettu.

8 Yhteenveto

Tätä työtä aloittaessani halusin saada selville, voisiko brändin visuaalisen ilmeen sisältämien elementtien keskinäistä johdonmukaisuutta jollain tavalla tutkia – ja jos voisi, millä keinoin? Koen onnistuneeni löytämään tapoja tarkastella ja ainakin suuntaa-antavasti todentaa visuaalisen identiteetin sisäistä johdonmukaisuutta, ja käyttämään niitä oman suunnitteluprosessini apuna.

Suurimmat vaikeudet työn parissa ilmenivät oman työskentelyn johtamisessa. Moni työn osuus jäi mielestäni turhan pintapuoliseksi prosessin edistyessä alussa tahmeasti. Tahti kiihtyi loppua kohden kyllä kiitettävästi, mutta tasaisesti työskentelemällä lopputulos olisi ollut tasapainoisempi. Minua jäi vaivaamaan moni alue, mukaanlukien laatimani graafinen ohjeisto. Olisin toivonut sen esittelevän monipuolisemmin suunnittelemani materiaaleja, joihin olen kyllä tyytyväinen. Vihtori Motorsportin yleisen suunnitteluformaatin piirteiden määrittely aiheutti myös päänvaivaa, sillä minun oli hankala perustella itselleni, mitkä piirteet loppujen lopuksi ilmaisivat Vihtori Motorsportin arvoja ja ”henkeä”. Joukku-

een arvot ja ydinteemat kuten dynaamisuus, retroautourheilun ja -muotoilun sekä videopelaamisen estetiikka olivat äärimmäisen häilyviä ja käsitteitä. Yksittäisen automallin käyttäminen näiden teemojen ilmentymänä vaikeutti hyvin dokumentoitujen lähteiden löytämistä. Vaikka minulla oli selkeä ”tuntuma” joukkueen olemuksesta, se esiintyi monesti päässäni varsin abstrakteina konsepteina. Jouduin edelleen ajoittain turvautumaan samaan intuitioon, jonka merkitystä suunnitteluprosessissa pyrin tämän työn avulla vähentämään. Se kuitenkin onnistui osittain, sillä huomasin suunnitteluformaatin analyysin tulosten tukeneen kyseistä intuitiota useissa kohdissa. Vaikka löytämäni johdonmukaisuuden tutkimisen tavat ja niiden tulokset ovatkin perusluonteeltaan suurelta osin subjektiivisia ja käyttäjästä riippuvaisia, tunsin silti saavuttaneeni niiden avulla suuntaa-antavan ohjenuoran projektiosuuteni suorittamiseen. Uskon, että voin hyödyntää työn aikana sisäistämiäni menetelmiä tulevissakin suunnittelutöissä. Näistä syistä olen osittain myös tyytyväinen työhön.

Lähteet

Alma Media i.a. Almamedia.fi. <<https://www.almamedia.fi/yrityksille/markkinoijan-tietopankki/brandin-rakentaminen-ja-kehittaminen/>> (viitattu 16.4.2023)

BSTR 27.5.2020. Mikä on brändi?. Bstr.fi. <<https://bstr.fi/blogi/mika-on-brandi/>> (viitattu 16.4.2023).

Crawford, Annie 1.10.2017. What's In A Brand? How To Define Your Visual Identity. Business.adobe.com. <<https://business.adobe.com/blog/how-to/whats-in-a-brand-how-to-define-your-visual-identity>> (viitattu 16.4.2023).

Delgado, Jesus i.a. Why Do Most Rims Have 5 Spokes?. OEM Wheel Shop. <<https://www.oemwheelshop.com/blogs/oem-wheels-and-rims/why-do-most-rims-have-5-spokes>> (viitattu 16.4.2023).

Evo staff 4.5.2023. How to design a car (part three): the C-pillar. <<https://www.evo.co.uk/features/204790/how-to-design-a-car-part-two-the-c-pillar>> (viitattu 12.4.2023).

Gerlinger, Marion 15.9.2022. What is a Mood Board, and How Do You Create One?. Vectornator.io. <<https://www.vectornator.io/blog/mood-board/>> (viitattu 10.4.2023).

Gregory, Leporati 12.1..2023 13.57. Max Verstappen wants to win Le Mans – virtually, that is. Washington Post. <<https://www.washingtonpost.com/video-games/2023/01/12/le-mans-virtual-max-verstappen/>> (viitattu 28.3.2023)

Hawley, John 12.8.2018. Brand Identity is All About Consistency in Design. Mighty Fine Design. <<https://www.mightyfinedesign.co/brand-identity-consistency/>> (viitattu 10.4.2023).

JTD Type i.a. About Transducer. <<https://jtdtype.com/typeface/Transducer/10>> (viitattu 13.4.2023)

Karjalainen, T. M. (2007). It looks like a Toyota: Educational approaches to designing for visual brand recognition. International Journal of Design, 1(1), 67-81. (viitattu 1.4.2023).

Kimbo Design. 17.8.2018. The Difference Between Logomark, Logotype & Combination Mark Design. Kimbodesign.ca. <<https://www.kimbodesign.ca/difference-between-logomark-logotype-combination-mark-design/>> (viitattu 16.4.2023).

Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. 2022. Kielitoimiston sanakirja.fi. <<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/johdonmukainen?searchMode=all>> (viitattu 17.4.2023).

Leone, Chris. 22.9.2021. iRacing Partners With Mercedes-AMG Petronas F1 Team to Build Multiple World-Class Racing Vehicles. iRacing.com. <<https://www.iracing.com/iracing-partners-with-mercedes-amg-petronas-f1-team-to-build-multiple-world-class-racing-vehicles/>> (viitattu 7.4.2023).

Levanier, Johnny. 2020. Visual identity: everything you need to know about this essential aspect of branding. 99designs.com. <<https://99designs.com/blog/logo-branding/visual-identity/>> (viitattu 16.4.2023).

Marq. 2018. Brand consistency—the competitive advantage and how to achieve it. marq.com. <<https://www.marq.com/blog/brand-consistency-competitive-advantage>> (viitattu 7.4.2023).

Merriam-Webster. (i.a.). An Explication on the Use of 'Explicit' and 'Implicit'. <<https://www.merriam-webster.com/words-at-play/usage-of-explicit-vs-implicit>> (viitattu 7.4.2023.)

Motop, 2016. AE86, AE82, TRD, VINTAGE SHOWROOM CATALOGS. Club4ag.com. <<https://club4ag.com/ae86-vintage-showroom-catalogs/>> (viitattu 16.4.2023).

Parra, Samuel. 27.6.2019. KEIICHI TSUCHIYA'S AE86: THE PERFECT DAILY?. Streetrunners.net. <<https://streetrunners.net/en/2018/06/27/keiichi-tsuchiyas-ae86-the-perfect-daily/>> (viitattu 16.4.2023).

Pounder, Antonela. 24.6.2020. Laserscan technology in Assetto Corsa Competizione. 505 Games. <https://acc.505games.com/laserscan-technology-in-assetto-corsa-competizione/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=laserscan-technology-in-assetto-corsa-competizione> (viitattu 7.4.2023).

Stromberg, Joseph. 26.8.2016 8.44. Why cars went from boxy in the '80s to curvy in the '90s. vox.com. < <https://www.vox.com/2015/6/11/8762373/car-design-curves> > (viitattu 7.4.2023).

Taufiq. 28.2.2023. TOYOTA TRUENO: HOW DID THE AE86 BECOME SUCH AN ICON. Motorverso.com. <https://www.motorverso.com/toyota-trueno/#google_vignette> (viitattu 18.4.2023)

Warell, Anders. 2001. Design Syntactics: A Functional Approach to Visual Product Form. Göteborg: Chalmers University of Technology.

Kuvaluettelo

- Kuva 1: 505 Games 2020. <<https://acc.505games.com/laserscan-technology-in-assetto-corsa-competizione/>> (haettu 8.4.2023).
- Kuva 2: Verstappen, Max 2021. Twitter. <<https://pbs.twimg.com/media/EvkflrLXYAYphuE?format=jpg&name=small>> (haettu 8.4.2023).
- Kuva 3: Fanatec 2023. Fanatec.com. <<https://fanatec.com/eu-en/cat/index/sCategory/185>> (haettu 8.4.2023).
- Kuva 4: Jaatinen, Ville 2023.
- Kuva 5: Kääriäinen, Miikka 2023.
- Kuva 6: Koskue, Joonas 2023.
- Kuva 7: Koskue, Joonas 2023.
- Kuva 8: Warell, Anders 2001. Design Syntactics: A Functional Approach to Visual Product Form.
- Kuva 9: Warell, Anders 2001. Design Syntactics: A Functional Approach to Visual Product Form.
- Kuva 10: Karjalainen, T. M. (2007). It looks like a Toyota: Educational approaches to designing for visual brand recognition.
- Kuva 11: ThijsDeschildre 2012. Wikimedia Commons. Toyota Corolla GT AE86 Trueno hatchback. CC-BY-SA-3.0: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.en>. <<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=23250079>> (haettu 15.4.2023).
- Kuva 12: Amos, Evan 2010. PSX-Console-wController.png. Wikimedia Commons. <<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:PSX-Console-wController.png>> (haettu 15.4.2023).
- Kuva 13: Drawing Database i.a. Toyota AE86 Sprinter Trueno Blueprint. Drawingdatabase.com. <<https://drawingdatabase.com/toyota-ae86-sprinter-trueno/>> (haettu 15.4.2023).
- Kuva 14: Tim 2019. #Petrolhead - Keiichi Tsuchiya - The Master of Drift!. Delessencedansmesveines.com. <<https://delessencedansmesveines.com/2019/06/petrolhead-keiichi-tsuchiya-le-maitre-du-drift/>> (haettu 16.4.2023).
- Kuva 15: Parra, Samuel 2019. KEIICHI TSUCHIYA'S AE86: THE PERFECT DAILY?. Streetrunners.net. <<https://streetrunners.net/en/2018/06/27/keiichi-tsuchiyas-ae86-the-perfect-daily/>> (haettu 16.4.2023).
- Kuva 16: Koskue, Joonas 2023.
- Kuva 17: Street Track Life 2011. AE86. blog.streettracklife.com. <<https://blog.streettracklife.com/feature-car-laurens-ae86/>> (haettu 13.4.2023).
- Kuva 18: Lanius, Ian 2016. 1997 Honda Civic dashboard. fontsinuse.com. <<https://fontsinuse.com/uses/14870/1997-honda-civic-dashboard>> (haettu 10.4.2023).
- Kuva 19: Adobe Fonts i.a. Transducer. <<https://fonts.adobe.com/fonts/transducer#fonts-section>> (haettu 17.4.2023).
- Kuva 20: Adobe Fonts i.a. Transducer. <<https://fonts.adobe.com/fonts/transducer#fonts-section>> (haettu 17.4.2023).
- Kuva 21: Adobe Fonts. i.a. Transducer. <<https://fonts.adobe.com/fonts/transducer#fonts-section>> (haettu 17.4.2023).
- Kuva 22: Koskue, Joonas 2023.

Kuvaluettelo

Kuva 23: Koskue, Joono 2023.

Kuva 24: O'Carroll, Damien i.a. AE86 wheel. oversteer.co.nz. <<http://oversteer.co.nz/blast-from-the-past-toyota-corolla-levin-ae86/ae86-wheel/>> (haettu 15.4.2023).

Kuva 25: Amos, Evan 2010. PSX-DualShock. Wikimedia Commons. <<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:PSX-DualShock.png>> (haettu 15.4.2023).

Kuva 26: Hayashi86.com 2020. Facebook. < <https://www.facebook.com/hayashi86web/photos/a.253509814843291/1549259988601594/?type=3>> (haettu 15.4.2023).

Kuva 27: Koskue, Joono 2023.

Kuva 28: Koskue, Joono 2023.

Kuva 29: Koskue, Joono 2022.

Kuva 30: Koskue, Joono 2023.

Kuva 31: Koskue, Joono 2023.

Kuva 32: Koskue, Joono 2023.

Kuva 33: Koskue, Joono 2023.

Kuva 34: Koskue, Joono 2023.

Kuva 35: Koskue, Joono 2023.

Kuva 36: Koskue, Joono 2023.



Graafinen ohjeisto



JOHDANTO

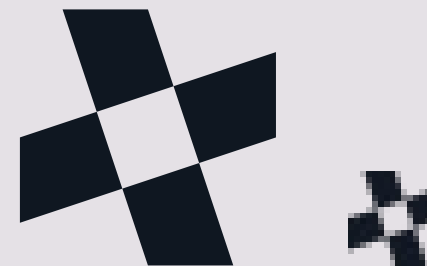
Tämän graafisen ohjeisto sisältää Vihtori Motorsportin visuaalisen ilmeen keskeiset osat ja rakennuspalikat. Ohjeistoa noudattamalla voidaan rakentaa sen sisältämistä elementeistä johdonmukaisia visuaalisia kokonaisuuksia, jotka ilmaisevat tarkoituksenmukaisesti Vihtori Motorsportin olemusta.

GRAAFISEN OHJEISTON OSAT

Liikemerkki ja Logot
Värit
Typografia
Tukevat graafiset elementit
Kuosit

LIIKEMERKKI JA LOGOT

LOGOT JA LIKEMERKKI



Vihtori Motorsportin pääasiallinen logo on vaakamuotoinen yhdistelmälogo. Logoa tulee käyttää Vihtori Motorsportin edustamiseen aina, kun tila ja olosuhteet sen sallivat.

Vihtorin liikemerkkiä käytetään irrallisena elementtinä ainoastaan tilanteissa, joissa tila on erittäin rajallinen. Tästä esimerkkinä toimii URL-osoitteiden Favicon.

Digitaalisille pinnoille optimoitu liikemerkki säilyttää tunnistettavuutensa jopa 16x16 pikselin koossa.

LOGOT

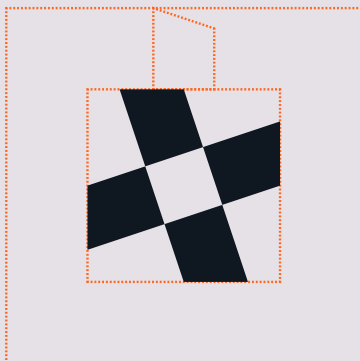


VIHTORI MOTORSPORT

Pystymuotoista yhdistelmälogoa voidaan käyttää tilanteissa, joissa vaakasuuntainen tila on rajallinen.

Vaakamuotoista logotyyppiä voidaan käyttää harkintaa noudattaen äärimmäisen matalissa mutta leveissä tiloissa, kuten auton tuulilasin aurinkolipassa.

LOGOT



Logojen ja liikemerkin ympärille tulee jättää tarpeeksi suuri suoja-alue. Suoja-alueen koko määrittyy usein jonkin logon elementin mukaan.

VÄRIT

Vihtori Green
#00b74f

Vihtori Purple
#565294

Vihtori Dark Wash
#101820

Vihtori Light Wash
#e5e1e6

Vihtori Red
#ef3340

Vihtori Orange
#ff671f

Vihtori Yellow
#cedc00

Black
#000000

White
#ffffff



Päävärien käytössä tulee johdonmukaisesti noudattaa suositeltuja yhdistelmiä, jotka on kuvattu yllä.

TYPOGRAFIA

JÄTTIOTSIKKO

NORMAALI PÄÄOTSIKKO 36 PT

Kappaleen otsikko: Transducer Bold 20 pt

Leipäteksti: Transducer Regular 20 pt. Tem reri berro officate voluptae doluptae consequo molorep erroribus, temporporem fugitasperum doluptatem doluptatem res atur aut labo. Itas por simodi reped que nus et peruptatus, conseni mperci dolor aut demolore nosa

Vihtori Motorsportin virallinen kirjasinperhe on Transducer. Noudattamalla oheista havainnollistusta saavutetaan johdonmukainen Typografinen hierarkia.

TUKEVAT GRAAFISET ELEMENTIT



Start-nuoli kuvastaa tietyn asian tai kokonaisuuden, kuten tämän graafisen ohjeiston, alkua.



Hautakivi puolestaan merkitsee kokonaisuuden loppua. Se voi esiintyä esimerkiksi tekstin tai artikkelin perässä.



Kylkiviiva voi toimia tilanjakajana vinossa tai suorassa.

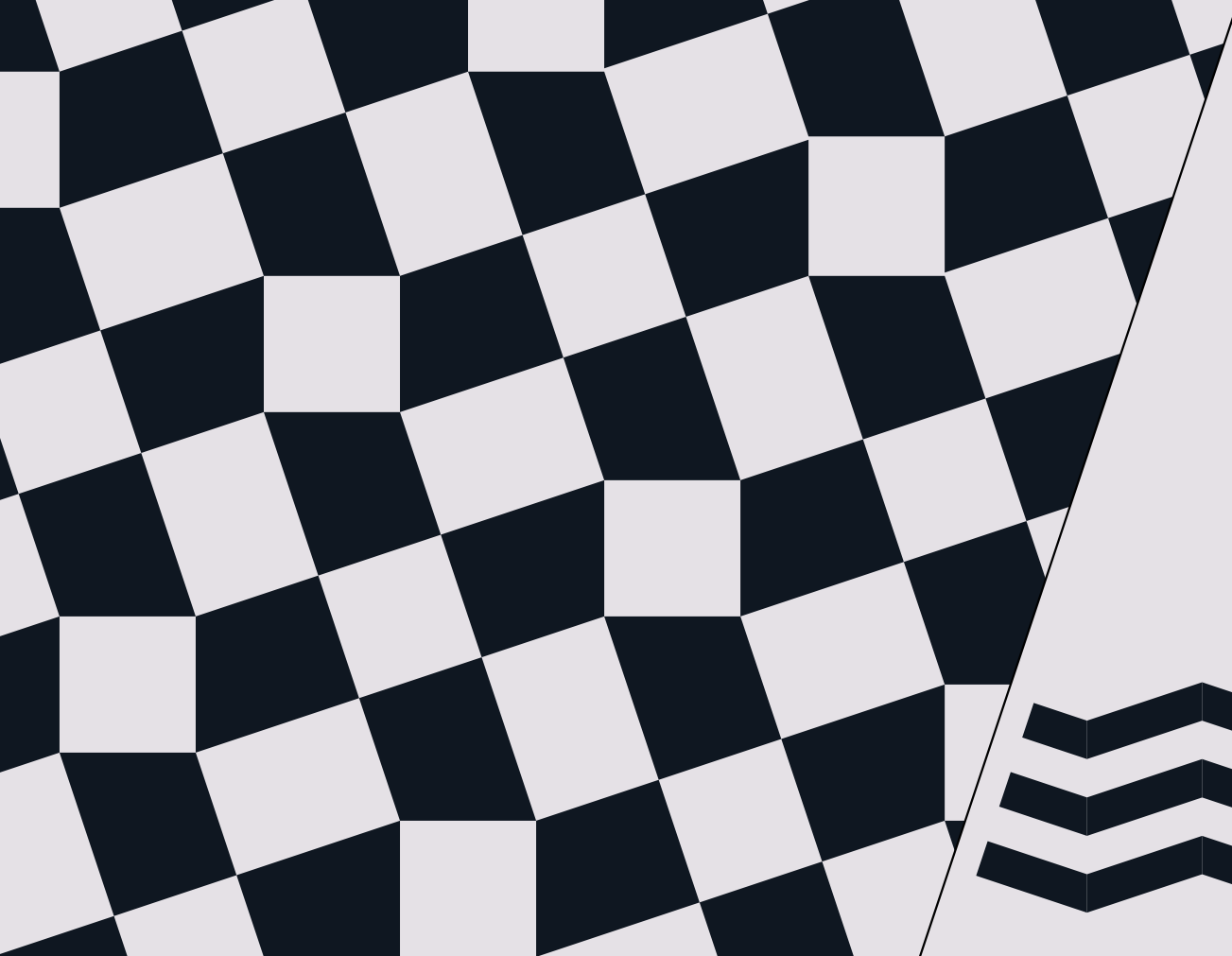


Varreton nuoli toimii katsetta ohjaavana elementtinä ja siirtymän merkinä.



Suunnikas viestii kiellosta tai vaatii katsojan huomiota.

KUOSIT

A large, black and white checkered pattern, resembling a racing flag, occupies the left side of the page. The squares are arranged in a grid that slightly recedes into the distance, creating a sense of depth.

Toistuvasta liikemerkistä muodostuva, ruutulippua muistuttava kuosi toistuu loputtomasti joka suuntaan.

Renkaanjälkeä jäljittelevä kuosi toistuu ainoastaan vaakasuuntaan.

Kummatkin sopivat muun muassa oheistuotteiden kuten paitojen tai muiden vaatteiden koristeeksi. Lisäksi niitä voi käyttää esimerkiksi simuloidun kilpa-auton maalipinnassa.



