



Laura Tyrväinen

Logon suunnittelu animoinnin näkökulmasta

Case Era Content

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Viestinnän tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

15.4.2024

Tiivistelmä

Tekijä:	Laura Tyrväinen
Otsikko:	Logon suunnittelu animoinnin näkökulmasta
Sivumäärä:	46 sivua
Aika:	15.4.2024
Tutkinto:	Medianomi
Tutkinto-ohjelma:	Viestinnän tutkinto-ohjelma
Pääaine:	Visuaalinen viestintä
Ohjaaja:	Tuntiopettaja Elina Kosunen

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö käsittelee yrityksen logon suunnittelua animoinnin näkökulmasta. Se pyrkii selvittämään, miten animointi logon lähtökoh-
tana vaikuttaa logon suunnitteluprosessiin ja työn lopputulokseen.

Toimeksiantajana tässä opinnäytetyössä on Helsingissä toimiva noin 30 henkilöä
työllistävä viestintä- ja markkinointitoimisto Era Content Oy. Opinnäytetyön yhtey-
dessä toimeksiantajalle suunniteltiin uusi logo sekä kuvallinen suunnitelma logon
myöhempää animointia varten.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään yritysilmeeseen ja logon suunnitte-
luun liittyvää tematiikkaa ja avataan opinnäytetyön kannalta keskeiset käsitteet.
Teoriaosuus sisältää myös katsauksen toimeksiantajan visuaaliseen ilmeeseen
ja liikegrafiikkaohjeistukseen. Teoriaosuudessa perehdytään lisäksi liikegrafiik-
kaan ja animointiin ja esitellään esimerkkianimaatiot, jotka teemoitetaan toimin-
nallista osuutta varten.

Toiminnallinen osuus sisältää logon suunnitteluprosessin kuvauksen hyödyntäen
autoetnografisia menetelmiä. Toiminnallisessa osuudessa luonnostellaan logoja
teoriaosuudessa tehtyjen teemojen pohjalta ja valitaan yksi luonnos lopputuotan-
toon yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Lopulliselle logolle laaditaan sunni-
telma animaatiosta, joka mukailee toimeksiantajan liikegrafiikkaohjeistusta.

Opinnäytetyön prosessissa havaittiin, että animoinnin kartoittaminen suunnittelun
alkuvaiheessa tuo lisää mielenkiintoa ja näkökulmia logon suunnitteluun ja hel-
pottaa lukuisien mahdollisuuksien rajaamisessa.

Asiasanat: Logosuunnittelu, logon animointi, visuaalinen ilme

Opinnäytetyön alkuperä on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

Abstract

Author: Laura Tyrväinen
Title: Logo Design from the Perspective of Animation
Number of Pages: 46 pages
Date: 15 April 2024

Degree: Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme: Media
Major: Visual Communications
Instructor(s): Elina Kosunen, Lecturer

This functional bachelor's thesis is a study about designing a company's logo from the perspective of animation. The purpose was to discover how animation as a starting point affects the design process and the result of the work.

This thesis was executed in collaboration with Era Content, a Helsinki based agency that employs about 30 people in the field of marketing and communication. As a result of the thesis, a new logo was designed for Era Content, along with visual plan of the logo's animation.

The theoretical section of the thesis examines the general aspects of visual identity, such as colors, images, typography, and logo design. In addition, this part includes an overview of Era Contents visual identity and motion graphics guidelines. Moreover, the theoretical part discusses motion graphics and animation, with example animations that are themed for the practical part of the thesis.

The practical part consists of a description of the logo design process using autoethnographic methods. In this part, logos were sketched based on the themes divided in the theoretical part. One sketch was selected for final production. An animation plan was then designed for the final logo, following the company's motion graphics guidelines.

The thesis process revealed that observing the animation perspective at the early stages of logo design adds interest and fresh perspective to the logo design and helps reduce a wide range of options.

Keywords: Logo design, logo animation, visual identity

This thesis has been checked using Turnitin Originality Check service.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Taustaa	3
3	Brändi-identiteetti ja visuaalinen ilme	4
3.1	Brändi-identiteetti	4
3.2	Visuaalinen ilme osana brändi-identiteettiä	5
3.2.1	Väripaletti ja verkkosivuston kuvitukset lyhyesti	5
3.2.2	Typografia	7
3.2.3	Logotyyppi eli logo	9
4	Miksi liikkuva logo?	11
4.1	Liikegrafiikka, animaatio ja kineettinen typografia	12
4.2	Animoinnin 12 peruseriaatetta	12
4.2.1	Squash and stretch eli litistys ja venytys	13
4.2.2	Anticipation eli ennakointi	14
4.2.3	Follow through and overlapping action eli eriaikaisuus ja ylimeno	15
4.2.4	Slow in and slow out eli kiihtyvyys ja hidastus	16
4.2.5	Secondary action eli tukitoiminto	16
4.3	Animointityylin kartoitus	17
4.4	Esimerkkianimaatiot	17
4.4.1	Teema 1: Piirtyvät kirjaimet	18
4.4.2	Teema 2: Irralliset kirjaimet	19
4.4.3	Teema 3: Hauska kirjaintyyppi	20
5	Logon suunnittelu	21
5.1	Logon uudistaminen	22
5.2	Logoluonnokset	25
5.2.1	Logoluonnokset – Teema 1: Piirtyvät kirjaimet	25
5.2.2	Logoluonnokset – Teema 2: Irralliset kirjaimet	27
5.2.3	Logoluonnokset – Teema 3: Hauska kirjaintyyppi	31
5.3	Logon valinta	32
5.4	Lopullinen logo	35
5.5	Animaatiosuunnitelma	38
6	Lopuksi	39
	Lähteet	42

1 Johdanto

Liikkuva kuva on oleellinen osa visuaalista ympäristöämme. Liikegrafiikkaa pursuavia digitaalisia pintoja on kaikkialla. Yritysilmeiden suunnittelussa tulisi huomioida paremmin liikegrafiikan mahdollisuudet ja määritellä jo suunnittelun alkuvaiheessa, miten ilme mukautuu liikkuville digitaalisille pinnoille.

Tämä opinnäytetyö on tutkimus animoinnin näkökulman merkityksestä yrityksen logon suunnitteluprosessissa. Tämä työelämälähtöinen opinnäytetyö tehdään yhteistyössä viestintä- ja markkinointitoimisto Era Content Oy:n (myöhemmin Era) kanssa. Työn kirjoittamishetkellä toimin Erassa graafisena suunnittelijana. Työn lopputuloksena syntyvä logo on oma ehdotukseni siitä, minkälainen logo ja logoanimaatio sopisivat mielestäni Eran brändi-ilmeeseen.

Animaatiossa mielikuvia luodaan liikkeen ja kuvan yhteisvaikutuksella. Kun halutaan luoda tietynlainen animaatio, vaaditaan siihen myös oikeanlainen visuaalinen muoto. Tämän opinnäytetyön lähtökohtana onkin oletus, että animointityylin valinta logon suunnitteluprosessin alkuvaiheessa vaikuttaa suunnitteluprosessiin ja työn lopputulokseen.

Työssäni graafisena suunnittelijana törmään usein tilanteeseen, jossa visuaalinen suunnitteluprosessi juuttuu paikoilleen. Koen olevani liian syvällä aiheessa tarkastellakseni työn tuloksia etäämmältä ja nähdäkseni työssäni virheitä tai mahdollisuuksia. Saatan pyöritellä merkityksettömiä yksityiskohtia edestakaisin kohtuuttoman kauan, ja kykyni arvioida työtäni objektiivisesti heikentyy. Tähän auttaa yleensä työskentelyn tauottaminen. Luovan prosessin keskeyttäminen voi usein olla vaikeaa, etenkin jos työn valmistumiselle on tiukka aikataulu.

Lisäämällä visuaaliseen suunnitteluun toisen, rinnakkaisen lähtökohdan, esimerkiksi animoinnin näkökulman, uskon saavani uusia ideoita ja työskentelytapoja prosessin pilkkomiseen ja työskentelyn tehostamiseen. Uskon, että logon animoinnin suunnittelu rinnakkain varsinaisen logonsuunnittelun kanssa avaa

uusien näkökulmia ja auttaa havaitsemaan ja poissulkemaan epäedukkaita valintoja suunnitteluprosessissa.

Tämä opinnäytetyö koostuu teoriaosasta ja toiminnallisesta osuudesta. Teoriaosassa tutkitaan Eran visuaalista ilmettä ja pohditaan logon suunnitteluun liittyvää tematiikkaa. Siinä perehdytään myös animaation peruseräisiin ja avataan aihealueen kannalta keskeisimmät käsitteet. Lähdeaineistona toimivien esimerkkianimaatioiden teemoittelun avulla määritellään kriteerit, joiden perusteella arvioidaan ja valitaan Eran brändiin sopiva animointityyli. Teoriaosuus luo tietopohjan toiminnallisen suunnittelutyön toteuttamiseen ja tulosten analysoinnin ja tulkinnan tueksi.

Toiminnallinen osuus koostuu uuden logon suunnittelusta, animointityylin ohjeistuksesta ja suunnitteluprosessin kuvauksesta oman työskentelyn havainnoinnin kautta. Yksi logon suunnittelun lähtökohdista on logon animointityyli, jonka vaihtoehtoja kartoitetaan teoreettisessa osuudessa.

Lisäksi uudelle logolle tehdään kuvallinen, kevyt suunnitelma kaksikulotteiseen animointiin, joka viestii Eran brändille määritellyjä ominaisuuksia ja noudattaa Eran motion design style guide -liikegraafikkaohjeistuksen määrittelyjä.

Tässä opinnäytetyössä suunnitellaan ainoastaan logon perusversio siinä koossa, jossa se esiintyy Eran verkkosivustolla. Suunnittelussa huomioidaan kuitenkin, että suunnitellun peruslogon tulee toimia muissakin kokoversioissa. Animoinnin suunnittelua käsitellään ainoastaan visuaalisesta näkökulmasta eikä oteta kantaa ääneen, tekniseen toteutukseen tai animoinnissa käytettävään ohjelmistoon tai tiedostomuotoon.

Opinnäytetyössä hyödynnetään autoetnografista tutkimusotetta, eli aineistoa kerätään ottamalla kuvakaappauksia ja tekemällä muistiinpanoja omasta toiminnasta ja havainnoista suunnitteluprosessin aikana.

Tässä työssä pyritään etsimään vastausta tutkimuskysymykseen ”minkälainen on logon suunnitteluprosessi, kun animointi on yksi suunnittelun lähtökohdista?”. Tämä opinnäytetyö tutkii, miten logoanimoinnin keinoin voisi havainnollistaa Eran brändin tavoittelemaa visuaalista äänensävyä. Lähdeaineistoa kartoittamalla luodaan kevyt suunnitelma, jota voidaan hyödyntää logon animoinnissa myöhemmin tämän työn ulkopuolella.

2 Taustaa

Toimeksiantaja Era Content Oy on Helsingissä toimiva noin 30 henkeä työllistävä viestintä- ja markkinointitoimisto. Eran tarpeita ja logon suunnitteluun liittyviä toiveita olen kartoittanut keskustelemalla Eran design director Leena Majaniemen kanssa. Majaniemi vastaa Eran visuaalisista projekteista ja toimii Erassa graafisten suunnittelijoiden esihenkilönä. Eran brändiin ja visuaaliseen ilmeeseen liittyvä tieto on peräisin Eran motion design style guide -liikegrafiikkaohjeistuksesta (myöhemmin liikegrafiikkaohjeistus). Lähdeaineistona toimivat myös Eran verkkosivuston blogikirjoitukset ja omat havaintoni verkkosivuston visuaalisesta ilmeestä.

Eran visuaalinen ilme on uusittu vuonna 2022, mutta logo on pysynyt samana vuodesta 2015. Eralla on tarve uudistaa logo tukemaan yrityksen brändin mukaisia mielikuvaa ja äänensävyä. Uuden logon tulee olla muotokieleltään yhtenäinen Eran muun visuaalisen ilmeen kanssa. (Majaniemi 2024.)

Eran toive on, että logosta suunnitellaan myös animoitu versio, jolla voidaan viestiä Eran brändin mukaisia ominaisuuksia, kuten hauskuus ja innostavuus (Majaniemi 2024). Uskon, että suunnitelmallisesti animoitu logo Eran verkkosivustolla ja sosiaalisen median kanavissa voi tuoda lisää visuaalista kiinnostavuutta Eran brändiä kohtaan.

Tutkin omaa työskentelyäni autoetnografisin menetelmin kirjaamalla havaintojani ja ottamalla näyttökaappauksuvia työn vaiheista toiminnallisessa osuu-

dessa. Autoetnografisen tutkimusmenetelmän avulla saan mahdollisuuden havainnoida ja analysoida suunnitteluprosessiani. Näiden havaintojen perustella voin pyrkiä tehostamaan työskentelyäni graafisena suunnittelijana. Autoetnografia soveltuu hyvin arkisten ja vaikeasti havaittavien käytäntöjen tutkimiseen, joten uskon sen soveltuvan hyvin tämäntyyppisen suunnittelutyön tutkimusmenetelmäksi. Analyysimenetelmäksi valitsin teemoittelun. Sen avulla voin jäsenellä tutkimusaineistoa ja havaita omissa tuotoksissani lopputuloksen kannalta tärkeimmät ominaisuudet. (Kallinen & Kinnunen 2021.)

Seuraavassa luvussa avataan Eran brändin ja visuaalisen ilmeen piirteitä ja ominaisuuksia niiltä osin, kun ne vaikuttavat tämän opinnäytetyön toiminnalliseen osuuteen.

3 Brändi-identiteetti ja visuaalinen ilme

Jotta voidaan suunnitella yritykselle uusi logo, on syytä perehtyä yrityksen brändin ominaisuuksiin, kuten identiteettiin ja visuaalisuuteen. Myös liikkuvaa kuvaa on mahdotonta ohjeistaa tuntematta brändin olemukseen liittyviä määrittelyjä (Pohjola 2003, 164).

3.1 Brändi-identiteetti

Sana brändi-identiteetti viittaa yrityksen tai tuotteen ainutlaatuisiin fyysisiin ja aineettomiin ominaisuuksiin, joilla se erottuu kilpailijoistaan. Brändi-identiteetin kautta yritys määrittelee, miten se haluaa näyttäytyä kuluttajan silmissä. Hyvin suunnitellun ja johdonmukaisen brändi-identiteetin avulla yritys voi luoda tunnesiteen ja yhteyden kuluttajaan. Yksi brändi-identiteetin osa-alueista on visuaalinen ilme. (The Branding Journal 2023.)

Omien kokemuksieni ja tulkintani mukaan Eran brändi-identiteetin keskeisimpiä attribuutteja ovat profiloituminen näkemyksellisenä asiantuntijana ja laadukkaiden sisältöjen tuottajana. Vahvan substanssiosaamisen lisäksi Eran brändi-

identiteetin keskiössä ovat inhimilliset arvot kuten välittäminen ja yhdessä tekeminen.

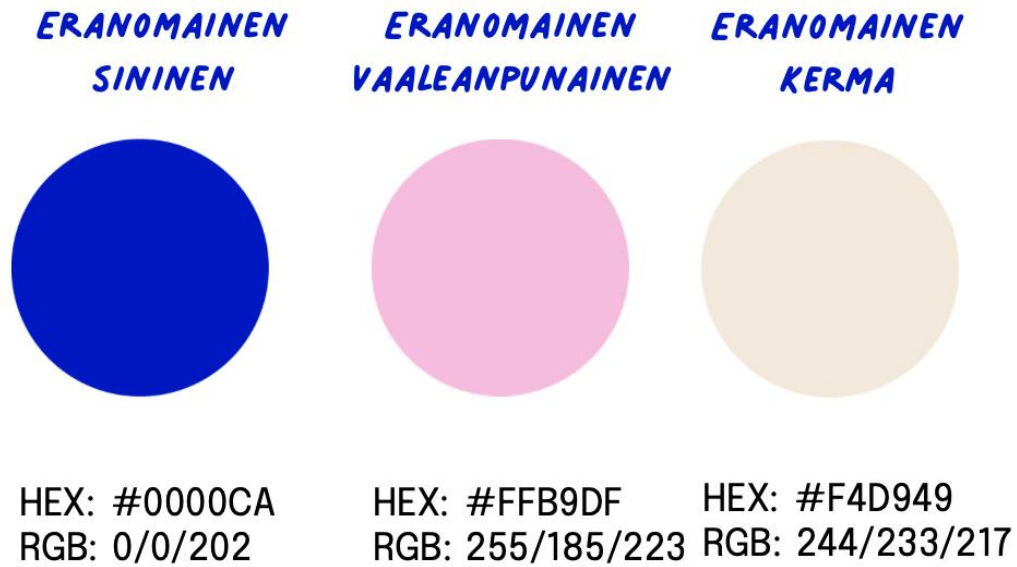
3.2 Visuaalinen ilme osana brändi-identiteettiä

Ensivaikutelman voi antaa vain kerran – digitaalisessa maailmassa sen määrittelee yrityksen visuaalinen ilme. Visuaalisen ilmeen yhdenmukaisuus läpi kanavien vahvistaa yrityksen brändiä ja lisää sen tunnistettavuutta. (Lahtinen, Pulkka, Karjaluoto & Mero 2022, 182.) Yrityksen visuaalinen ilme muodostuu niistä elementeistä, jotka ovat silmin havaittavissa. Väripaletti, typografia, yritystunnus eli logotyyppi tai liikemerkki sekä kuvamaailma muodostavat yrityksen keskeisimmät visuaalisen ilmeen elementit. (Pohjola 2019, 15, 17.)

Eran visuaalinen ilme on uusittu vuonna 2022, ja sen määrittelyt ovat nähdäkseni melko suurpiirteisiä. Ilme on rakentunut uusien julkaisujen ja projektien myötä. Olen usein toiminut visuaalisena suunnittelijana näissä projekteissa, joten minulla on kohtuullisen hyvä tuntuma Eran visuaalisesta ilmeestä ja sen käytöstä eri tilanteissa. Olen kartoittanut Eran brändi-identiteettiä ja ajatuksia visuaalisen ilmeen kehittämisestä keskustelemalla Eran design director Leena Majaniemen kanssa. Tapaamisemme ajoittuvat tämän opinnäytetyön aloitusvaiheeseen, toiminnallisen osuuden käynnistämiseen sekä työn päätösvaiheeseen.

3.2.1 Väripaletti ja verkkosivuston kuvitukset lyhyesti

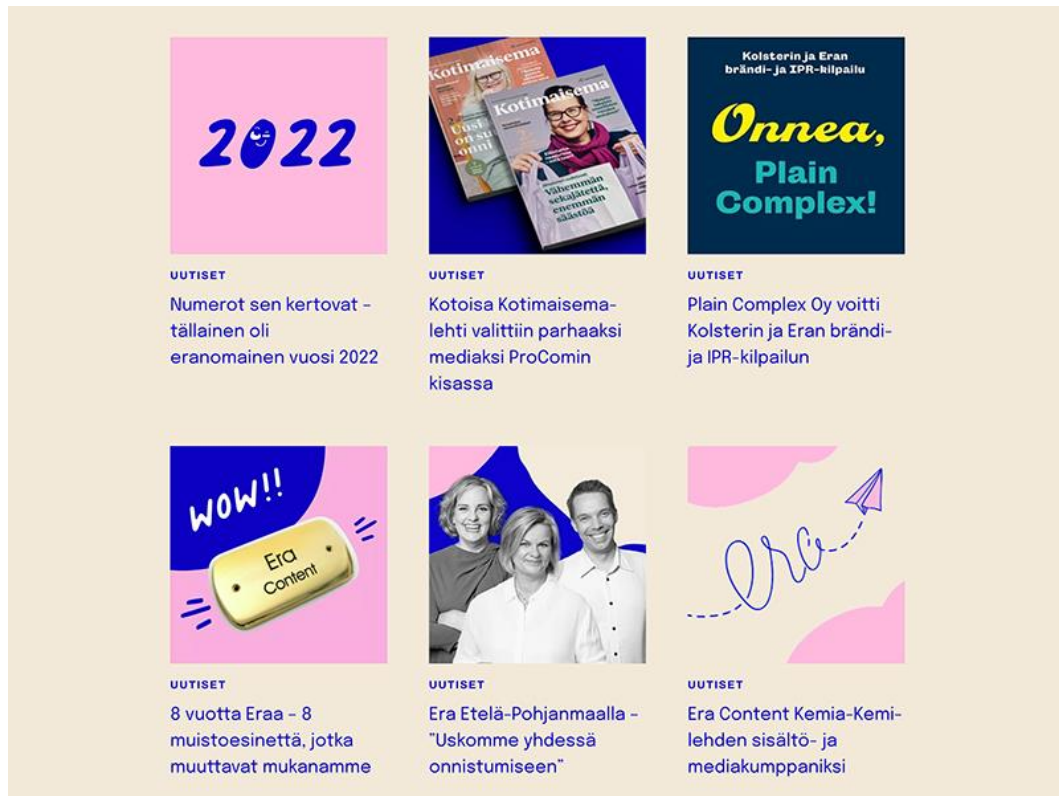
Visuaalisen ilmeen avulla yritykset voivat erottua kilpailijoistaan ja luoda toivottua mielikuvaa brändistään. Yritysilmeessä muotoakin tärkeämpi erottuvuustekijä on väri. (Pohjola 2019, 15, 191.) Tarkastelemalla Eran brändiä väripaletin ja kuvitusten kautta pyrin saamaan kattavan yleiskuvan Eran visuaalisesta ilmeestä ja brändin tavoittelemasta äänensävyistä. Era haluaa erottua kilpailijoistaan persoonallisella ja rohkealla, mutta karsitulla värimaailmalla (Era Content i.a.). Eran väripaletti koostuu kolmesta väristä, jotka on nimetty siniseksi, vaaleanpunaiseksi ja kermaksi (kuva 1).



Kuva 1. Eran väripaletti liikegrafiikkaohjeistuksen mukaan (Era Content 2022, 6).

Eran verkkosivustoa tutkiessani huomioni kiinnittyi erityisesti sivuston vaaleaan taustaväriin, joka hallitsee visuaalista ilmettä (kuva 2). Eran mukaan valkoista tummempi taustaväri onkin valittu erottamaan verkkosivusto kilpailijoiden sivustoista (Majaniemi 2022).

Ihmiset rakastavat tunneperäisiä brändejä ja luottavat niihin (Gobe 2003). Ei ole sattumaa, että Era pyrkii ilahduttamaan, erottumaan ja yllättämään väripaletillaan ja kuvituksillaan. Eran verkkosivujen kuvitusta voi mielestäni kuvailla esimerkiksi sanoilla leikkisä, kokeileva ja sympaattinen. Eran liikegrafiikkaohjeistuksen (2022) mukaan Eran liikkeen tulee olla rohkeaa, innostavaa, leikkisää ja vaikuttavaa. Kurkistus Eran verkkosivuston Erasta kuuluu -osioon (kuva 2) vahvistaa, että myös kuvituksissa on huomioitu nämä ohjeistukset.



Kuva 2. Eran uutisnostojen kuvituksia. Kuvakaappaus verkkosivusta Erasta kuuluu (Era Content i.a.).

Edellä mainitut Eran brändin määrittelyt toimivat lähtökohtina myös uuden logon ja sen animoinnin suunnittelussa.

3.2.2 Typografia

Typografisilla valinnoilla on nähdäkseni keskeinen merkitys logon suunnittelu- prosessissa. Tässä opinnäytetyössä typografia-termi tarkoittaa Markus Itkosen teoksessa *Typografian käsikirja* (2021) esittelemää lyhyttä määritelmää – kirjaintyyppien valintaa ja käyttötapoja (Itkonen 2021, 11).

Kirjaintyypillä tarkoitetaan merkistöä, joka on piirretty yhtenäiseen ulkoasuun. Kirjaintyyppi-käsitteen merkitys on kuitenkin kaksijakoinen: sen alle voidaan usein merkitä kirjaintyyppien kaikki variaatiot, kuten eri lihavuudet tai kursiivimuoto. Kun halutaan korostaa yhden ainoan kirjaintyyppien käsittelyä, ilman eri lihavuuksia tai muita variaatioita, voidaan puhua kirjainleikkauksesta. Tällöin eri

lihavuusvariaatiot ovat aina oma kirjainleikkauksensa. Arkikielessä kirjainleikkauksesta käytetään usein termiä fontti, joka viittaa kuitenkin enemmän kirjainleikkauksen tekniseen muotoon eli fonttiedostoon. (Itkonen 2021, 11, 13–15.)

Ennen uuden logon suunnittelua on syytä tarkastella Eran typografisen ilmeen ominaisuuksia. Eran verkkosivuilla typografinen ilme on suurilta osin pelkistetty kahteen groteskiin kirjaintyyppiin. Termillä groteski tarkoitetaan typografiassa päätteetöntä, viivoiltaan lähes tasapaksua kirjaintyyppiä, kun taas antiikva tarkoittaa kirjaintyyppiä, jossa kirjaimilla on vaakasuorat päätteet ja viivojen vahvuus vaihtelee selvästi (Itkonen 2021, 12).

Groteski kirjaintyyppi Epilogue toimii Eran verkkosivustolla leipätekstinä ja otsikotasolla, ja niin ikään groteski Archivo toimii versaalimuodossa eri leikkauksilla valikoissa, painikkeissa ja tekstinostoissa. Kolmantena kirjaintyyppinä on vapaata käsialaa jäljittelevä Palmer Lake Print, joka toimii pienemmässä roolissa kuvituksellisena kirjaintyyppinä esimerkiksi Ura Erassa -osiossa (kuva 3).

The image shows a screenshot of the Ura Erassa website. At the top left is the ERA logo. To its right is a navigation menu with links: PALVELUMME, TYÖMME, ME, ERASTA KUULUU, URA ERASSA (highlighted), and YHTEYSTIEDOT. Below the navigation is the main heading "Ura Erassa". Underneath is a paragraph of text in blue: "Kasvamme vauhdilla ja etsimme koko ajan uusia eranomaisia osaajia. Meillä eralaisilla on pitkä ja monipuolinen sisältömarkkinoinnin, viestinnän ja media-alan kokemus. Kanssamme pääset kehittymään, kehittämään ja jakamaan osaamista. Työskentelemme aina tiimeissä toistemme osaamista täydentäen ja ideoita paremmiksi sparraten." Below this text are three blue-bordered boxes. The first box on the left has a dark blue background and white text: "TYÖNI ON HAASTAVAA JA MIELENKIINTOISTA", "4,15", and "HENKILÖSTÖKYSELY SYKSY 2022 (ASTEIKKO 1-5)". The middle box has a white background and blue text: "ERANOMAISUUS" and a paragraph: "on arvojemme mukaista toimintaa: näkemyksellisyyttä, kunnianhimoa ja välittämistä. Haluamme olla asiakkaillemme innostava kumppani ja saada ihmiset katsomaan maailmaa uusin silmin." The third box on the right has a white background and blue text: "Palvelumme ulottuvat bränditoista valmennuksiin, sisältömarkkinoinnista designiin. Jos sinulla on osaamista, kokemusta ja näkemystä yhdestä tai useammasta palvelustamme, kuulostat aika eranomaiselta!" and a blue arrow pointing right with the text "TUTUSTU PALVELUIHIMME →".

Kuva 3. Kirjaintyyppien käyttö Eran verkkosivustolla. Kuvakaappaus verkkosivusta Ura Erassa (Era Content i.a.).

Logojen suunnittelussa on mahdollista käyttää myös vaikeammin luokiteltavia kirjaintyyppisiä, jotka ovat muotoilultaan persoonallisia ja on tarkoitettu ainoastaan otsikkokäyttöön. Niin sanotut fantasiakirjaintyyppit voivat muistuttaa esimerkiksi elämiä tai kasveja tai olla muuten vaan kokeilevia. (Itkonen 2021, 66–68.)

Eran toive on, että tässä opinnäytetyössä suunniteltavaan logoon valitaan kirjaintyyppi Eran typografisen paletin ulkopuolelta (Majaniemi 2022). Koska Eran typografinen ilme on verrattain pelkistetty, on siihen mahdollista yhdistää monenlaisia kirjaintyyppisiä. Tämä helpottaa logon suunnittelua ja avaa mahdollisuuksia erilaisille vaihtoehdoille.

3.2.3 Logotyyppi eli logo

Sana logotyyppi viittaa yrityksen nimen kirjoitusasuun. Liikemerkki taas tarkoittaa yritystunnuksen kuvallista osuutta (kuva 4). Logo on yleistynyt termi kuvaamaan erilaisia yrityksen tunnuksia. (Pohjola 2019, 182–183.) Tässä opinnäytetyössä käytän termiä logo kuvaamaan logotyyppiä, joka sisältää ainoastaan yrityksen kirjoitusasun eli typografisen muodon.



Kuva 4. Esimerkki logotyyppistä ja liikemerkistä (Finnair i.a.).

Eran nykyinen logotyyppi eli kirjainyhdistelmä ERA on piirretty versaaleilla eli suuraakkosilla. Logossa on hyvin geometriset ja kulmikkaat muodot. Yksityiskohtana logossa on a-kirjaimen alemmas laskettu hiusviiva sekä niin sanottu *ink trap* eli r-kirjaimen kaaren ja jalan välissä oleva aukko (kuva 5). *Ink trap* -termillä ei ole vakiintunutta suomenkielistä vastinetta; tässä opinnäytetyössä siitä käytetään vapaasti suomennettua termiä musteaukko.

Musteaukon alkuperäinen tarkoitus oli estää painomusteen leviäminen pienikokoisissa painetuissa teksteissä, kuten puhelinluetteloissa. Mustetta kertyy helposti pienten kirjainten sisäkulmiin ja viivojen leikkauskohtiin, ja se saattaa levitä ja suttaantua. Musteaukon ansiosta mustetta kertyy vähemmän ja ylimääräinen muste valuu taitekohtiin peittäen lopulta musteaukot. (Omagari 2021.) Uudemmissa kirjaintyypeissä musteaukkoja käytetään enemmän tyyllisten kuin toiminnallisten ominaisuuksien takia (Google Fonts i.a.). Modernit musteaukkoja hyödyntävät kirjaintyypit ovat mielestäni visuaalisesti kiinnostavia. Toiminnallisessa osuudessa tutkin, voisiko musteaukkoajatusta tuoda myös Eran uuteen logoon jossain muodossa.



Kuva 5. Eran nykyinen logo ja sen yksityiskohdat (mukaillen Era Content i.a.).

Eran nykyinen logo on piirretty päätteettömällä groteskimuotoisella kirjaintyypillä. Perinteisestä tasapaksuisella viivalla piirretyistä groteskeista kirjaintyypistä poiketen Eran nykyisen logon kirjaintyypissä on voimakas viivan paksuuden vaihtelu, jonka perusteella sen kirjaintyypin voisikin luokitella kaksivahvuisten groteskien joukkoon. Kaksivahvuuisilla groteskeilla tarkoitetaan kirjaintyyppejä, joilla on antiikvan tapaan voimakas viivan paksuuden vaihtelu, mutta niissä ei ole pääteviivoja. Logossa on kalligrafinen eli käsialaa jäljittelevä vivahde, ikään kuin se olisi piirretty leveäkärkisellä tasateräisellä kirjoitusvälineellä. (Itkonen 2021, 30, 62–63.)

Eran nykyisen logon kulmikkaat piirteet poikkeavat Eran muusta pyöreälinjaisesta orgaanisesta kuvitusmaailmasta. Logon viivojen suuri paksuusero voi aiheuttaa ongelmia, kun logoa käytetään pienemmässä koossa. Tällöin ohuemmat viivat voivat erottua heikommin. Eran nykyiseen logoon valittu kirjaintyyppi ja sen piirteet ohjaavat Eran brändi-ilmettä mielestäni käsityöhön, historiaan ja klassiseen viitekehykseen. Kuten kuva 6 osoittaa, se muistuttaa muotokiellettään ja yksityiskohdiltaan voimakkaasti designbrändi Pradan logoa. Poiketen Eran logosta on Pradan logossa käytetty antiikvamuotoista kirjaintyyppiä, mutta muilta osin yhdennäköisyys on huomattava.



Kuva 6. Pradan logotyyppi (Prada i.a.).

Viitteet italialaiseen eksklusiiviseen luksusbrändiin saattavat johtaa vääriin mielenyhtymiin Eran brändistä ja palveluista. Uskon, että yhtenäinen, tunnistettava muotokieli Eran visuaalisessa ilmeessä olisi brändille eduksi. Koenkin, että logon uudistus on perusteltu ja ajankohtainen.

4 Miksi liikkuva logo?

Liikkuvaa kuvaa nähdään kaikilla digitaalisilla pinnoilla, pienistä gif-animaatioista suuriin kokoillan elokuviin. Verkkosivuilla ja sovelluksissa animoinneilla voidaan esimerkiksi herättää huomiota, sitouttaa ja ohjata käyttäjää ja viestiä monipuolisemmin (Martinez & Ruiz 2022, luku 2). Era haluaa erottua digitaalisen markkinoinnin tarjoajana (Majaniemi 2024). Uskon, että liikkuva logo esimerkiksi verkkosivustolla voisi itsessään tukea digitaalisen asiantuntijuuden mielikuvaa.

4.1 Liikegrafiikka, animaatio ja kineettinen typografia

Liikegrafiikka tarkoittaa ennen kaikkea graafisen suunnittelun liittoa animaation kanssa. Typografia, käyttöliittymät ja muut esitykset voidaan herättää eloon tuomalla aikamääre mukaan suunnitteluun. Näin saadaan uusia mahdollisuuksia visuaaliseen kerrontaan. Liikegrafiikka sisältää usein graafisia muotoja kuten tekstiä tai muita elementtejä, jotka ovat lyhytkestoisesti näkyvissä. Esimerkiksi elokuva ei ole liikegrafiikkaa, mutta se voi sisältää lyhyempiä liikegrafiikka-osuuksia. Liikegrafiikkaa yhdistetään usein kaupallisiin tuotoksiin. (Jackson 2018, luku 1.)

Animaatiolla tarkoitetaan kuvasarjaa, jossa erilliset staattiset kuvat eroavat hieman toisistaan. Yhdistämällä sarjan kuvat luodaan illuusio liikkeestä. (Martinez & Ruiz 2022, luku 2.) Tässä opinnäytetyössä keskitytään 2D-animaatioon eli liikkuvaan kuvaan, joka muodostuu kaksiulotteisessa pinnassa.

Kineettinen typografia tarkoittaa ruudulla liikkuvaa tekstiä. Animaation periaatteita hyödyntävä liike voi esimerkiksi vahvistaa tai korostaa viestin sanomaa. Kineettisellä typografialla voidaan myös voimistaa valitun kirjaintyyppin välittämää tunnelmaa. (Jackson 2018, luku 3.)

4.2 Animoinnin 12 peruseriaatetta

Kun puhutaan animaatiosta, on mainittava 12 peruseriaatetta, jotka on esitelty Frank Thomas ja Ollie Johnstonin teoksessa *The Illusion of Life: Disney Animation* (1981). Nämä periaatteet luotiin yhtenäistämään animointiin liittyvät käsitteet Walt Disneyn animointistudiolla 1930-luvun alkupuolella. Animoinnin 12 peruseriaatetta, ja tätä työtä varten vapaasti suomentamani vastineet, ovat

- squash and stretch (litystyys ja venytys)
- anticipation (ennakointi)
- staging (asemointi)
- straight ahead action and pose to pose (suora ja vaiheittainen animointi)

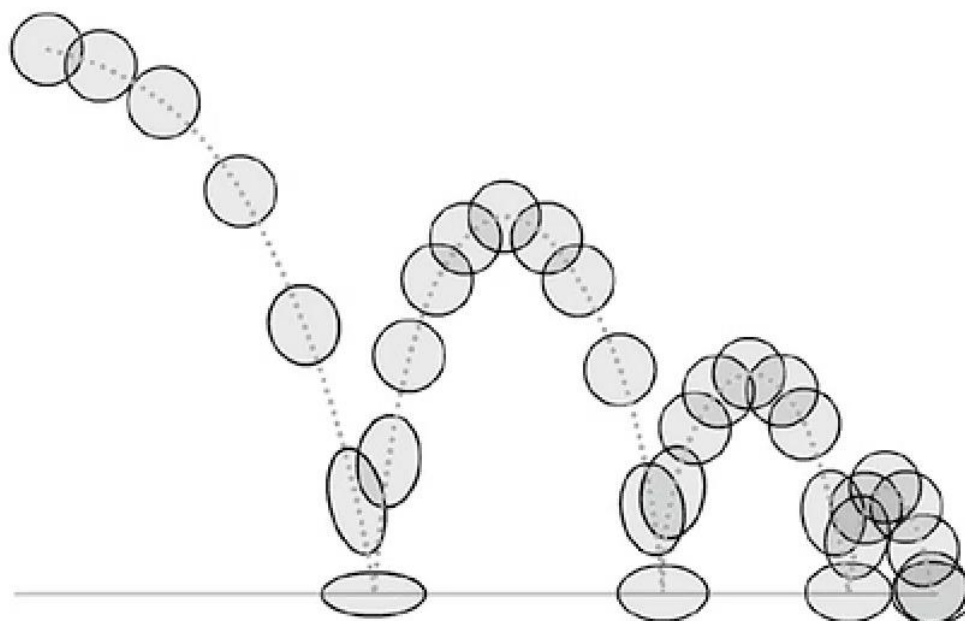
- follow through and overlapping action (eriaikaisuus ja ylimeno)
- slow in and slow out (kiihtyvyys ja hidastus)
- arcs (kaaret)
- secondary action (tukitoiminnot)
- timing (ajoitus)
- exaggeration (liioittelu)
- solid drawing (kolmiulotteinen piirrostyle)
- appeal (vetoavat hahmot)

(Thomas & Johnston 1981, 47).

Logon animoinnin suunnittelussa valitsin lähdeaineistoiksi esimerkianimaatioita, jotka on esitelty seuraavassa luvussa. Tarkastelen animaatioesimerkkejä Thomasin ja Johnstonin animoinnin periaatteiden ja omien havaintojeni pohjalta. Animointityylin kartoituksen yhteydessä kahdentoista periaatteen sarjasta korostui erityisesti squash and stretch (litystyys ja venytys), anticipation (ennakointi), follow through and overlapping action (eriaikaisuus ja ylimeno) ja secondary action (tukitoiminnot).

4.2.1 Squash and stretch eli litystyys ja venytys

Litystyys ja venytys -periaatteella voidaan elävöittää animaatiota luomalla joustavuuden ja taipuisuuden tuntua liikkuvaan elementtiin. Litystyys ja venytys on animoinnin 12 perusperiaatteen keskeisin oivallus (Thomas & Johnston 1981, 47–49). Kuvassa 7 on havainnollistettu muutokset pomppivan pallon muodossa liikkeen aikana.



Kuva 7. Litistys ja venytys sekä kiihtyvyyys ja hidastus (Angry Animator i.a.).

Kun pallo lähestyy maata, sen massa pysyy samana, mutta muoto muuttuu. Ensin pallo venyy ja lattiaan osuessa se litistyy. Näin pallon pomput muuttuvat eläväiseksi. (Thomas & Johnston 1981, 51). Pallojen tiheys kuvastaa vauhtia – mitä harvemmassa pallot ovat, sitä nopeampaa on liike (Ritchie 2017).

4.2.2 Anticipation eli ennakointi

Ennakointi-periaatteen mukaan ennakoiva liike kertoo, mitä animaatiossa on tapahtumassa seuraavaksi (kuva 8). Näin animaatio liikkuu luonnollisesti kohtauksesta toiseen. (Thomas & Johnston 1981, 51–53.)



Kuva 8. Ennakointi. Aku Ankka on vetäytynyt taaksepäin oikealle suuntaavaa liikettä ennakkoiden. (Thomas & Johnston 1981, 52.)

Ennakointi korostaa ja ohjaa huomion varsinaiseen liikkeeseen (Thomas & Johnston 1981, 51–53).

4.2.3 Follow through and overlapping action eli eriaikaisuus ja ylimeno

Eriaikaisuus ja ylimeno -periaatteen mukaan liikkuvan hahmon pysähtyessä sen osat eivät seisaudu samanaikaisesti. Jos hahmolla on esimerkiksi pitkät korvat tai vaatekappaleita, jatkavat nämä liikettä ja pysähtyvät usein eriaikaisesti. Osien painon tuntumaa voidaan kuvata oikealla pysähtymisjärjestyksellä ja tarkalla ajoituksella. (Thomas & Johnston 1981, 59–60.)

Kuvassa 9 eriaikaisuus ja ylimeno -periaatetta visualisoi kuvasarja, jossa valkoinen hahmoa kuvastava palikka liikkuu vauhdikkaasti vasemmalta oikealle.



Kuva 9. Eriaikaisuus ja ylimeno Ritchietä (2017) mukailleen.

Palikan alaosa lähtee liikkeelle ensin. Yläosa, joka voisi kuvastaa päätä, laa-
haa perässä. Pysähtyessä palikan yläosa notkahtaa vasemmalle yli loppuasen-
non, palaa takaisin ja jatkaa edestakaista liikettä vielä muutaman kerran ennen
kuin pysähtyy kokonaan.

4.2.4 Slow in and slow out eli kiihtyvyys ja hidastus

Kiihtyvyys ja hidastus -periaate viittaa liikkuvan elementin kiihtymiseen ja hidas-
tumiseen liikeradalla (Selvaraj 2013). Piirretyssä animaatiossa vaikutelma luo-
daan lisäämällä kuvia alku- ja loppuasennon ympärille (Thomas & Johnston
1981, 62). Kuvassa 7 pallojen liikeradalla yksittäinen kaari kuvastaa pallon
pomppua, tarkemmin sanottuna kahden pompun eli lattiakosketuksen väliin jää-
vää aikaa. Pallojen tiheys liikeradalla kertoo liikkeen nopeudesta – mitä harvem-
pana palloja on liikeradalla, sen nopeampaa liike on. Liike on hitainta juuri kah-
den lattiakosketuksen puolivälissä eli kaaren yläpäässä. Nopeimmillaan liike on
heti ennen ja jälkeen lattiakosketuksen. (Ritchie 2017.)

Noudattamalla kiihtyvyys ja hidastus -periaatetta voidaan animoida luonnollisen
näköinen liike. Tätä toimintoa kutsutaan usein myös nimellä easing in ja easing
out. (Lewis 2014.)

4.2.5 Secondary action eli tukitoiminto

Tukitoiminnolla tarkoitetaan toissijaista liikettä, joka vahvistaa varsinaisen toi-
minnon merkitystä. Esimerkiksi vihoissaan hypähtelevän hahmon varsinainen
toiminto on kehon hyppy, mutta tukitoimintona voisi olla esimerkiksi käsien

vääntö puuskaan tai kyyneleen pyyhkiminen kasvoilta. (Thomas & Johnston 1981, 63–64.)

4.3 Animoointityylin kartoitus

Animoointityylin kartoitusta varten valitsin lähdeaineistoksi erilaisia esimerkkejä logoanimaatioista, jotka sopivat mielestäni Eran brändiin ja liikegrafiikkaohjeistukseen. Sen mukaan Eran liikegrafiikka on rohkeaa, innostavaa, leikkisää ja vaikuttavaa (Era 2022, 6). Esittelen tässä luvussa nämä animointiesimerkit.

Teemoittamalla ja analysoimalla valitsemiani logoanimaatioita kartoitan uudelle logolle sopivan animointityylin ja laadin sen tuotantoon kevyen kuvallisen suunnitelman. Animoointityyli määräytyy osittain sen mukaan, minkälainen typografia logoon valitaan. Toisaalta valittu animointityyli voi myös vaikuttaa logon typografisiin valintoihin. Suunnittelemalla rinnakkain animointia ja logon ulkoasua pyrin saamaan uusia näkökulmia logon suunnitteluprosessiin.

Logo ja sen animointi suunnitellaan ensisijaisesti Eran verkkosivuille, jossa tilankäyttö on rajallista. Animoitunakin logo tulee pysymään lähellä sitä kokoa, johon staattinen logo on suunniteltu, eli animointi ei merkittävästi ylitä staattisen logon varaamaa tilaa.

Animoinnin kesto on uskoakseni syytä pitää suhteellisen lyhyenä. Esimerkiksi kahden sekunnin mittaisesta animaatiosta puolet voi käyttää staattisen logon näyttöön, sillä tärkeintä on, että itse logo jää katsojan muistiin (Pitt 2017, 136).

4.4 Esimerkkianimaatiot

Tässä osiossa esittelen logoanimointeja, joista hain ideoita Eran uuden logon ja sen animointityylin suunnitteluun. Animoointiesimerkeistä hain myös suuntaa uuden logon typografisiin valintoihin. Teemoitin valitsemani logoanimaatiot kolmeen luokkaan myöhempää analyysia varten. Teemoittelu perustuu logojen animointityyliin tai typografisiin piirteisiin.

4.4.1 Teema 1: Piirtyvät kirjaimet

Tämän teeman logot on piirretty keskenään hyvin erilaisilla kirjaintyypeillä. Otta-logossa (kuva 10) on käytetty groteskia tasapaksuista kirjaintyyppiä, ja Elisa-logossa (kuva 11) on käytetty vapaata käsialaa jäljittelevää kirjaintyyppiä. Nämä logot on teemoitettu samaan ryhmään animointityylin perusteella – molemmissa kirjaimet piirtyvät esiin.

Otta-logossa (kuva 10) on mielestäni Eran brändiin sopivia ominaisuuksia. Kirjaimet piirtyvät vasemmalta oikealle, ja hauskuutta tuo t-kirjainten poikkiviivojen sivuttainen liike, joka noudattaa eriaikaisuus ja ylimeno -periaatteen mukaista nytkähtelyä. Tätä sivuttaista liikettä voisi mielestäni vielä vahvistaa, jolloin animointi saisi lisää leikkisyyttä ja rohkeutta. Tämä sulava ja sympaattinen animointityyli toimisi hyvin groteskiin tai vaikka vapaata käsialaa jäljitteleviin tekstityyppeihin.



Kuva 10. Otta-logo piirtyy sulavasti vasemmalta oikealle ja t-kirjainten poikkiviivat nytkähtävät leikkisästi piirtyessään. Logoanimaatio Melnikauta (2021) mukailleen.

Leikkisässä Elisa-logon animoinnissa (kuva 11) on sympaattinen olemus ja rauhallinen rytmi. Animaatio alkaa viivasta ja pisteistä, jotka muodostavat hymyilevän suun ja silmät. Toinen pisteistä muodostaa silmäniskua muistuttavan liikkeen, jossa voi selvästi nähdä venytys ja litistys -periaatteen mukaisen muutoksen pisteen muodossa. Silmäniskun jälkeen muodot piirtävät logon esiin mielenkiintoisesti keskimmaisista kirjaimista molempiin reunoihin samanaikaisesti. Viivojen liikkeessä on kiihtyvyyttä ja hidastus -periaatteen mukaista luonnollista dynamiikkaa.



Kuva 11. Elisan logoanimaatiossa on sulavat liikkeet. Lopussa e- ja a- kirjaimet nytkähtävät leikkisästi. Logoanimaatio Nazaria (2022) mukaillen.

Elisan logon animaatiosta (kuva 11) sain ajatuksen, että animaation alussa voisi olla elementtejä, jotka eivät kuulu varsinaiseen staattiseen logoon. Pidin myös ajatuksesta, ettei logon tarvitse piirtyä juuri lukusuuntaan vasemmalta oikealle.

4.4.2 Teema 2: Irralliset kirjaimet

Tämän teeman kahdessa animaatiossa logojen toisistaan irralliset kirjaimet hypähtelevät tai muuten liikkuvat yksittäin esiin.

Fiverr-logossa (kuva 12) on mielestäni juuri sitä leikkisyyttä ja yllättävyyttä, jota Eran liikegrafiikan tulisi viestiä. F-kirjain keikkuu ensin leikkisästi vastakkaiseen suuntaan ennakointi-periaatteen mukaisesti. Se ikään kuin vetää esiin loput kirjaimet, jotka liukuvat ryhmässä oikealta vasemmalle eriaikaisuus ja ylimeno -periaatteen mukaista liikehdintää noudattaen. Lopuksi i-kirjaimen piste hypähtää ponkaisten ylös dynaamisella liikkeellä kiihdytys ja hidastus -periaatteen mukaisesti.



Kuva 12. Fiverr-logo piirtyy leikkisästi oikealta vasemmalle. Logoanimaatio Rayta (2021) mukaillen.

Oivaltavaa tässä logossa on, että se piirtyy lukusuunnan vastaisesti oikealta vasemmalle. Kirjaimet liikkuvat itsenäisesti, mutta muodostavat myös ryhmänä

aaltomaisen liikkeen. Tässä animoinnissa on käytetty monipuolisesti erilaisia liikkeitä, ja animointityyli sopisi monenlaisiin kirjaintyyppiin.

Critic-logon vauhdikkaasti hypähtelevät kirjaimet luovat Eran brändiin sopivan innostavan ja leikkisän tunnelman (kuva 13). Logon kirjainten sisä- ja ulkopuolella olevat pienet heijastuksia kuvaavat ja liikettä korostavat viivat elävöittävät animaatiota visuaalisesti tukitoiminnot-periaatteen mukaisesti. Vasemmalta oikealle yksittäin hypähtelevät kirjaimet on animoitu kiihdytys ja hidastus -periaatteen mukaisesti.



Kuva 13. Critic-logon animaatioissa kirjaimet hypähtävät iloisesti esiin alhaalta ylöspäin suuntautuvalla liikkeellä. Logoanimaatio Gorbunovia (2020) mukailten.

Fiverr-animaation tavoin (kuva 12) myös Critic-animaatioissa on huomioitu kirjainten dynamiikka ryhmänä – ne muodostavat yhdessä aaltomaisen liikkeen vasemmalta oikealle. Lopussa viimeinen c-kirjain keikahtaa oikealta vasemmalle muutaman kerran asettuen viimeisenä paikalleen eriaikaisuus ja ylimeno-periaatteen mukaisesti. Tämä liike viimeistelee animaation ja tuo sille leikkisän sävyn.

4.4.3 Teema 3: Hauska kirjaintyyppi

Toggl-logo ja sen animointi (kuva 14) ei varsinaisesti kerro tarinaa, mutta ilmentää liikkeellään ja sen tuomalla jännitteellä ja vastakohtilla tunnelmaa, joka voisi tukea Eran liikegrafiikan määritelmiä – innostavuus, leikkisyys, rohkeus ja vaikuttavuus.



Kuva 14. Toggl-logon animaatioissa kirjaimet piirtyvät leikkisästi pyöreiden muotojen kautta. Logoanimaatio SNASK AB:ta (i.a.) mukaillen.

Valitsin tämän esimerkin kirjaintyyppin ja sen muotoja tukevan animaation perusteella. Vaikka kirjaintyyppissä on selkeitä antiikvan piirteitä, sen voisi luokitella vaikka fantasiakirjaintyyppiksi liioitellun viivan paksuuden ja pyöreiden muotonsa perusteella. Fantasiakirjaintyyppeihin voi Itkosen (2021, 66) mukaan luokitella lähes kaikki vaikeasti kategorisoitavat kirjaintyyppit.

Halusin kokeilla tässä työssä myös erikoisempia kirjaintyyppejä, ja näenkin tämän viimeisen teeman kategoriana, johon voisi vapaammin valita myös tavanomaisesta poikkeavia kirjaintyyppejä. Työn edetessä en kuitenkaan löytänyt tähän kategoriaan kovinkaan radikaalisti poikkeavia vaihtoehtoja.

Toggl-animaation pääroolissa on logon pyöreän täyteläiset muodot. Animaatio kuvaa mielestäni hyvin sitä, miltä yrityksen nimi voisi näyttää ääneen lausuttuna. Logo ilmestyy kasvava kirjain kerrallaan vasemmalta oikealle lukusuunnan mukaisesti. Kirjaimet nousevat yli loppuasentonsa ja asettuvat sitten varsinaiseen kokoonsa. G-kirjainten korvat liikehtivät eriaikaisuus ja ylimeno -periaatteen mukaisesti. O- ja g-kirjainten aukot ja kaaret kasvavat ja supistuvat kiihdytys ja hidastus -periaatteita noudattaen. Tämän tapaiseen animaatioon sopii mielestäni leikkisä kirjaintyyppi, jonka muotokieli sopisi Eran visuaaliseen ilmeeseen.

5 Logon suunnittelu

Logot ovat graafisen suunnittelun ja yrityksen visuaalisen ilmeen keskiössä. Niiden tehtävänä on herättää huomio, identifioida brändi ja auttaa sitouttamaan katsoja siihen (Heller & Anderson 2020, 6). Logon suunnittelussa yksinkertai-

suus on usein valttia. Pelkistetty muoto toimii hyvin eri medioissa ja kokoversioissa ja kestää paremmin aikaa. Omaperäinen ja yksinkertainen logo erottuu paremmin kilpailijoista ja on helpommin tunnistettava. (Airey 2015, luku 3.) Logon suunnittelussa on tärkeä kiinnittää huomiota sommitteluun, logon rakenteeseen, elementtien välisiin suhteisiin ja tyhjän tilan käyttöön (Bokhua 2022, luku 1).

Edellisessä luvussa kartoitin animointityylejä ja logoja, jotka voisivat sopia Eran brändiin ja liikegrafiikkaohjeistukseen. Tässä luvussa kuvaan logon suunnittelu-prosessia, joka pohjautuu animaatioesimerkkeihin. Aloitan suunnittelun etsimällä referenssiksi erilaisia logoesimerkkejä ja kirjaintyyppejä, joista logon voisi piirtää ja muotoilla.

Eran toiveesta logo suunnitellaan tässä opinnäytetyössä nimen kirjoitusasuuna, eli logotyyppinä. Usein vaakamalliset logotyyppit tarvitsevat enemmän tilaa leveys- kuin korkeussuunnassa. Sosiaalisen median kanavissa yritystunnukselle on varattu neliön muotoinen tila, jolloin yritys saattaa tarvita myös erillisen tunnuksen sosiaalisen median kanavia varten. (Lahtinen, Pulkka, Karjaluoto & Mero 2022, 36.) Lyhyen nimen vuoksi Eran logo mahtuu kuitenkin hyvin neliön muotoiseen tilaan, eikä erilliselle sometunnukselle ole tarvetta. Lyhyt yrityksen nimi onkin eduksi logon näkyvyydelle eri pinnoilla (Pohjola 2019, 183).

5.1 Logon uudistaminen

Koska kyseessä on vanhan logon korvaaminen uudella, on suunnittelussa noudatettava tiettyä hienovaraisuutta. On pohdittava, haluaako logon uudistaa täysin vai olisiko vanhassa logossa jotain elementtejä, joita voisi tuoda myös uuteen logoon.

Etsin lähdeaineistoa uuden logon suunnittelua varten tutustumalla eri toimistojen bränditöihin. Kiinnitin huomiota hollantilaisen Brandium-toimiston Apostrophe-brändin visuaaliseen ilmeeseen, etenkin a-kirjaimen, jonka vasen jalka oli poistettu ja poikkiviiva oli muotoiltu pisaramaisesti (kuva 15).

Apostrophe

Kuva 15. Apostrophe-logon a-kirjaimen yksityiskohta. Kuvakaappaus verkkosivusta Dermatology care made simple (Brandium i.a.).

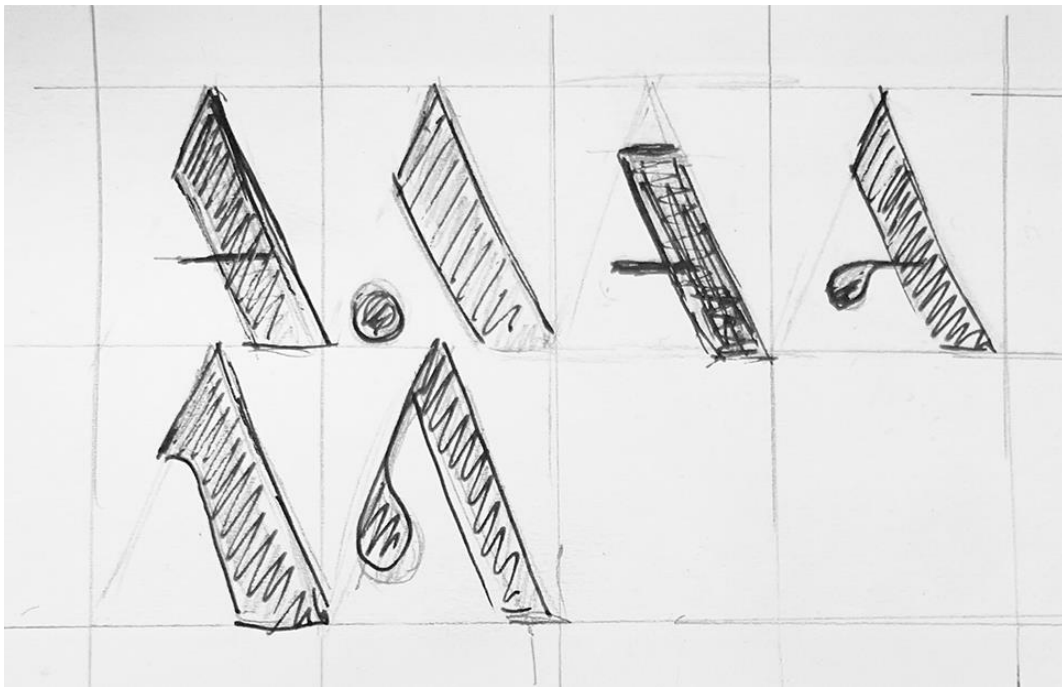
Myös Eran nykyisen logon a-kirjaimessa on tyylitelty yksityiskohta. Pohdin, toimitisiko kuvan 15 kaltainen a-kirjaimen tyylittely myös Eran uudessa logossa. Ajatus yhdistyi aiemmin löytämäni Critic-logon animointiin (kuva 13), jossa kirjainten osat oli animoitu mielenkiintoisella tavalla, ja pohdin, miltä tämän kaltainen a-kirjain voisi näyttää animoituna. Toinen esimerkki vastaavasta a-kirjaimen muotoilusta on ikoninen englantilaisen Victoria and Albert Museumin logo (kuva 16).



Kuva 16. Alan Fletcherin vuonna 1990 suunnittelema ikoninen V&A logo (Heller & Anderson 2020, 27).

Tässä logossa &-merkin päate muodostaa nokkelasti a-kirjaimen poikkiviivan, jolloin kirjaimen muoto on riittävän tunnistettava. Mielestäni kirjainten muokkamiseen tulisi suhtautua kriittisesti, ja logon suunnittelussa siihen tulisi olla riittävän hyvä perustelu, esimerkiksi tunnistettava muoto tyhjässä tilassa. Toisaalta tällainen yksityiskohta voi tehdä logosta kiinnostavamman. Kuten Steven Heller ja Gail Anderson arvioivat V&A-logoa teoksessaan *The logo design book* (2020), muotoiltu a-kirjain tekee logosta visuaalisesti kiehtovamman. Katsoja havaitsee välittömästi, että jotain puuttuu, kun ihmissilmä jo täyttääkin tyhjän aukon. (Heller & Anderson 2020, 26.)

Kuvassa 17 on esitelty luonnostelemiani A-kirjaimia, joissa toinen jalka on poistettu ja poikkiviivaa on muotoiltu. Palaan tähän ajatukseen myös logon suunnitteluvaiheessa.



Kuva 17. Luonnoksia a-kirjaimesta (Tyrväinen 2024).

Toinen Eran nykyisen logon yksityiskohta on r-kirjaimen musteaukko (kuva 5). Etsin muutaman kirjaintyyppin, joissa on käytetty musteaukkoja ja kirjoitin niillä esimerkkitekstiä (kuvat 18 ja 19).

ERA era Maailma 

Kuva 18. Kirjaintyyppi MGN Edison Monospace. Kuvakaappaus verkkosivusta Inktrap fonts (MyFonts i.a.).

ERA era Maailma on 

Kuva 19. Kirjaintyyppi Atipla ND. Kuvakaappaus verkkosivusta Inktrap fonts (MyFonts i.a.).

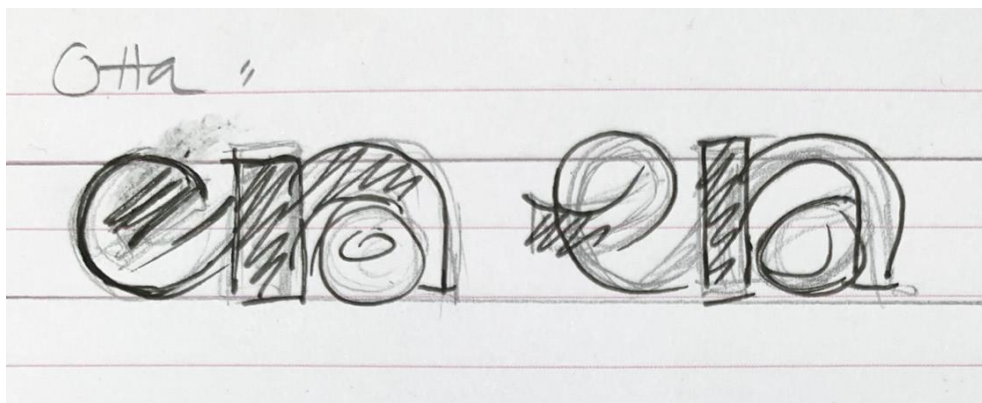
Musteakot ja niihin liittyvä historia on mielestäni kiinnostavaa. Jos kyseessä olisi esimerkiksi painotalon tai kirjakustantamon logon suunnittelu, olisi oivaltavaa piirtää logoon musteakkoja. Animoinnin alussa logo voisi ilmestyä leiman tapaan painautumalla esiin yhtenäisenä muotona, jonka jälkeen musteakot voisi animoida täyttymään. Digitaalisuus on kuitenkin keskiössä Eran palveluissa ja uskon, että tämänkaltainen animaatio voisi viedä mielikuvia väärään suuntaan.

5.2 Logoluonnokset

Seuraavaksi esittelen luvussa 4.4 tehdyn teemoituksen perusteella piirretyt logoluonnokset. Tarkoituksena on visualisoida Eran logo kevyesti määriteltyjen teemojen pohjalta. Nämä luonnokset ovat karkeita hahmotelmia siitä, minkälainen lopullinen logo voisi olla. Tämän luvun lopussa valitsen yhden luonnoksista ja piirrän sen valmiiksi. Valinnan teen yhteistyössä Eran design director Leena Majaniemen kanssa.

5.2.1 Logoluonnokset – Teema 1: Piirtyvät kirjaimet

Tein ensimmäisen logoluonnoksen Piirtyvät kirjaimet -teemaan kuuluvan Otta-logon (kuva 10) typografisen ilmeen perusteella. Luonnostelin logoa ensin kevyesti lyijykynällä ja tussilla paperille (kuva 20).



Kuva 20. Logoluonnostelu Otta-animaation mukaan (Tyrväinen 2024).

Valitsin MyFonts-palvelusta Realist Clostan -nimisen kirjaintyyppin, joka muistutti muotokieleltään hieman Otta-logon (kuva 10) kirjaintyyppiä. Valitsin väriasetuksissa kirjainten ja taustan värit Eran brändivärien mukaisiksi. Kirjoitin esimerkkitekstin, ja jotta voisin kokeilla sen soveltuvuutta suunnitteluohjelmassa, otin tekstistä kuvakaappauksen (kuva 21). Päädyin valitsemaan luonnokseen ainoastaan gemena- eli pienaakkostekstiä, sillä miellyin e- ja a-kirjainten luomaan symmetriaan, joka toimi ainoastaan pienellä e-alkukirjaimella.



Kuva 21. Realist Clostan -kirjaintyyppi. Kuvakaappaus verkkosivusta Realist Clostan. (MyFonts i.a.)

Vein kuvakaappauksen Adobe Illustrator -ohjelmaan, jossa muokkasin sitä kevyesti (kuva 22). Havaitsin heti, että r- ja a-kirjainten väli on haastava, koska kirjainten päätteet ovat lähellä toisiaan ja kirjainten väliin jää turhan paljon tyhjää tilaa.



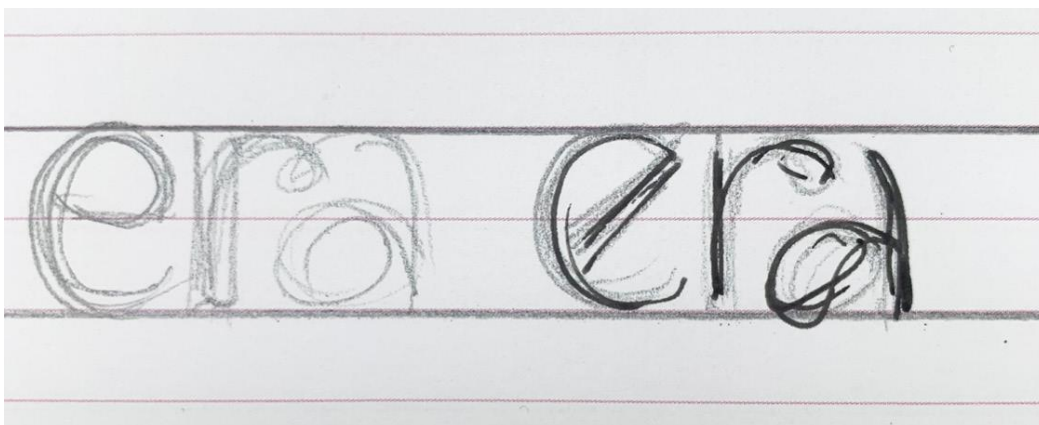
Kuva 22. Logoluonnos Realist Clostan -kirjaintyyppillä (Tyrväinen 2024).

Yhdistin kirjaimet yläkaarista, jotta saisin ne lähemmäs toisiaan. Pohdin, että näin ne toimisivat myös paremmin teeman animointityylin kanssa (kuva 10). Koikeilin muokata logosta symmetrisemmän käyttämällä e-kirjaimen kaarta myös a-kirjaimessa.

Tässä groteskissa kirjaintyyppissä on vahvat viivat ja suhteellisen voimakkaat vaihtelut viivojen paksuudessa. Vaikka se on moderni kirjaintyyppi, on siinä voimakas retrovivahe ja tuntuu, että viitteet aiempiin vuosikymmeniin korostuvat era-kirjainyhdistelmässä. Lisäksi jäin pohtimaan, onko teksti riittävän luettava ja erottuuko r-kirjain selkeästi.

5.2.2 Logoluonnokset – Teema 2: Irralliset kirjaimet

Irralliset kirjaimet -teeman ensimmäinen luonnos perustuu Critic-logon (kuva 13) typografiaan. Luonnostelin logon ensin kevyesti paperille (kuva 23).



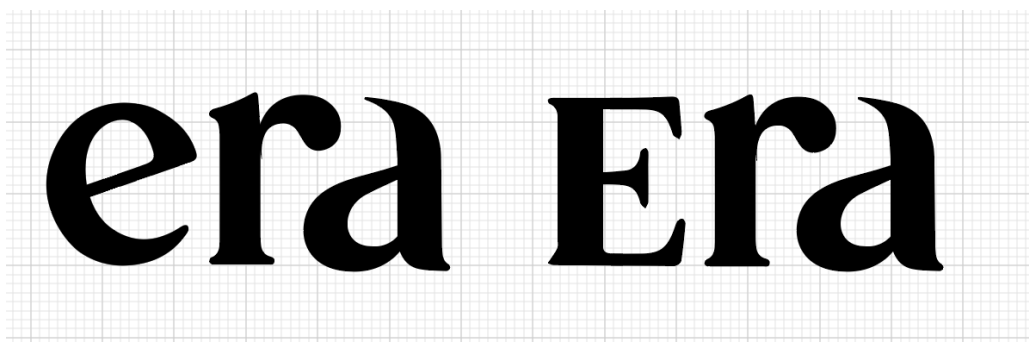
Kuva 23. Logoluonnos Critic-animaation mukaan (Tyrväinen 2024).

Valitsin Critic-animaation (kuva 13) typografiaan sopivan Gazpacho-kirjaintyypin *bold*-leikkauksen MyFonts-palvelusta, ja kirjoitin esimerkkitekstin isolla ja pienellä alkukirjaimella. Otin MyFonts-sivustolla esimerkkitekstistä kuvakaappauksen (kuva 24).



Kuva 24. Gazpacho-kirjaintyyppi. Kuvakaappaus verkkosivusta Gazpacho. (MyFonts i.a.)

Vein kuvakaappauksen Adobe Illustrator -ohjelmaan ja tein kevyet logoluonnokset molemmista versioista (kuva 25). Ongelman muodostaa tässäkin esimerkissä r- ja a-kirjainten väliin jäävä tila.



Kuva 25. Logoluonnokset Gazpacho-kirjaintyypillä (Tyrväinen 2024).

Ratkaisin ongelman poistamalla a-kirjaimesta koukun (kuva 25). Näin sain kirjaimet lähemmäksi toisiaan. Idea oli lähtöisin Apostrophe- ja V&A-logoista (kuvat 15 ja 16). R-kirjaimen muoto täydentää a-kirjaimesta puuttuvan osan, ja kokonaisuus on kiinnostava ja harmoninen.

Versaali e-kirjain oli mielestäni turhan korkea, joten madalsin sitä hieman. Gemena e-kirjain oli taas mielestäni turhan tavanomainen, joten käänsin sen kaarta niin, että poikkiviiva olisi linjassa a-kirjaimen kaaren kanssa. Tämä yhtenäistää logon suuntaviivoja ja luo harmonisemman tunnelman. Lisäksi hieman kallellaan oleva gemena e-kirjain tuo lisää hauskuutta visuaaliseen ilmeeseen.

Gazpacho-kirjaintyypin pehmeät muodot myötäilevät hyvin Eran brändin visuaalista ilmettä, ja tämä logo sopisi teeman 2 mukaiseen animointityyliin (kuva 13). Antiikva-kirjaintyyppi on klassinen ja turvallinen valinta, mutta korostamalla kirjainten päätteitä saisi logoon lisää leikkisyyttä ja hauskuutta.

Tein toisen luonnoksen Irralliset kirjaimet -teemaan MyFonts -palvelun Albra-kirjaintyypin *semi*-leikkauksella. Kirjoitin esimerkkitekstin sivustolla ja otin siitä kuvakaappauksen (kuva 26).



Kuva 26. Albra-kirjaintyyppi. Kuvakaappaus verkkosivusta Albra. (MyFonts i.a.)

Vaikka Albrassa on vaihteleva viivan paksuus ja sen päätteissä on antiikvan piirteitä, on se luokiteltu MyFonts -palvelussa groteskiksi kirjaintyyppiä. Se voisi myös kuulua Markus Itkosen (2021, 50) Typografian perusteet -teoksessa esitellyyn kategoriaan kaiverretun kaltaiset kirjaintyypit, joka on antiikvan yksi alaluokka.

Vein kuvakaappauksen (kuva 26) Adobe Illustrator -ohjelmaan, jossa tein sille kevyitä muokkauksia (kuva 27). Jälleen haasteena olivat lähellä toisiaan olevat r- ja a -kirjainten päätteet.



Kuva 27. Logoluonnoksia Albra-kirjaintyyppillä (Tyrväinen 2024).

Pyrin ratkaisemaan ongelman muokkaamalla r- ja a-kirjainten päätteitä niin, että niiden kaaret kohtaavat linjakkaasti samalla korkeudella. Muokkasin gemena e-kirjainta niin, että sen poikkiviiva leikkaa diagonaalisesti ja saman suuntaisesti a-kirjaimen silmukan kanssa. Ajatukseni oli, että vino e-kirjain tuo logoon leikkisää tunnelmaa. Versaali e-kirjain oli alkuperäisessä kuvakaappauksessa huomattavasti korkeampi (kuva 26). Madalsin sitä hieman, jolloin kirjaimet muodostavat yhtenäisemmän ryhmän ja logo veisi vähemmän tilaa pystysuunnassa.

Jouduin myös pienentämään versaalin madalletun e-kirjaimen keskimmäistä poikkiviivaa, sillä vahvapäätteisenä se ei olisi mahtunut ylä- ja alaviivojen väliin.

Pidin itse tästä versiosta kovasti, mutta jäin miettimään, kestäkö se aikaa. Tämän henkisiä kirjaintyyppejä näkee käytettävän paljon tällä hetkellä, ja vaarana on, että mahdollinen ohimenevä suosio saa logon näyttämään nopeasti vanhalta.

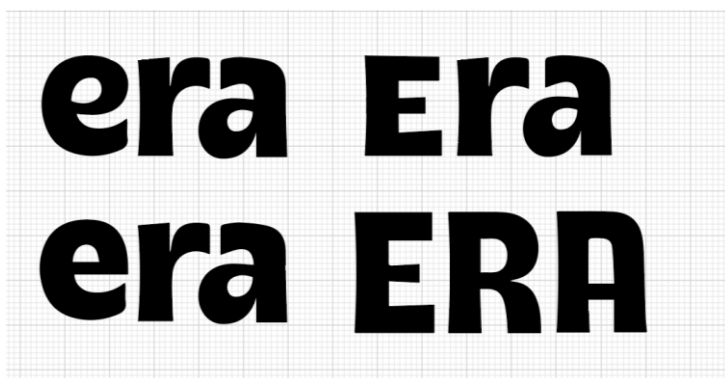
5.2.3 Logoluonnokset – Teema 3: Hauska kirjaintyyppi

Halusin etsiä logon suunnittelua varten myös yhden selkeästi leikkisemmän kirjaintyyppin. Tämä sarjakuvamainen, paksuviivainen groteski DT Serifia -kirjaintyyppi (kuva 28) sopisi mielestäni hyvin Eran brändikuvaan ja ohjeistukseen.



Kuva 28. DT Serifia -kirjaintyyppi. Kuvakaappaus verkkosivusta DT Serifia (My-Fonts i.a.).

Valintana tämä kirjaintyyppi olisi selkeästi tunnistettava, omaperäinen ja rohkea. Muokkasin jälleen kuvakaappausta Adobe Illustratorissa (kuva 29).



Kuva 29. Logoluonnoksia DT Serifia -kirjaintyyppillä (Tyrväinen 2024).

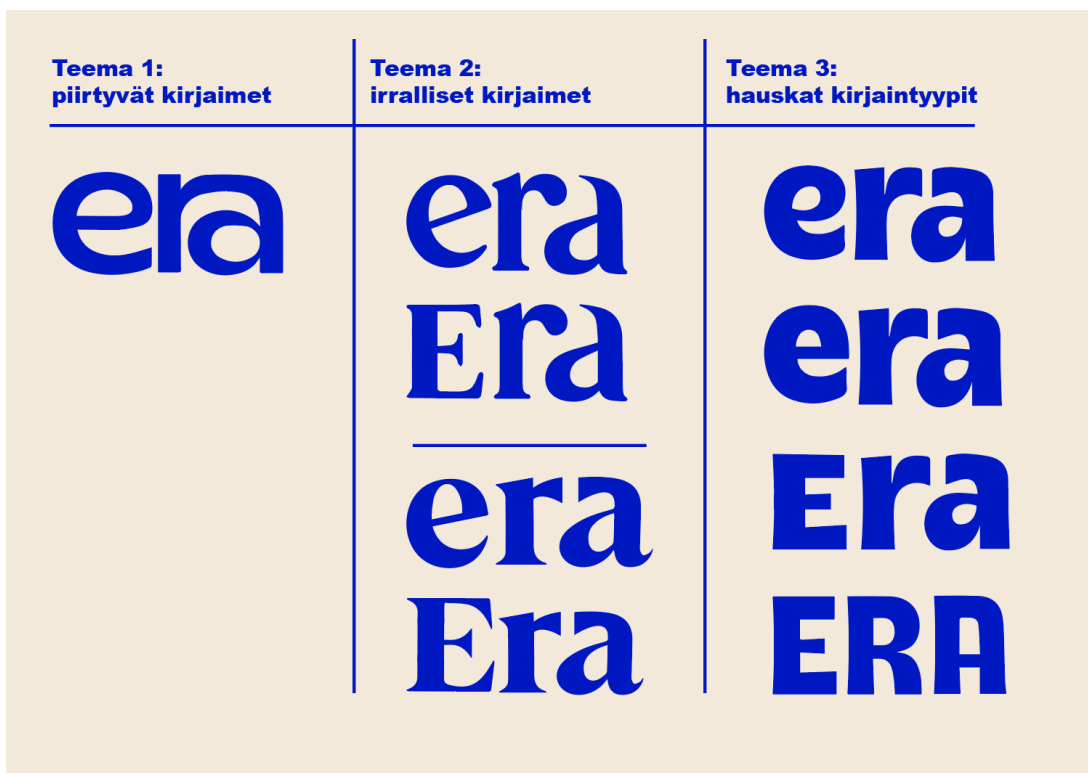
Tein erilaisia kokeiluja DT Serifia -kirjaintyyppillä Illustratorissa (kuva 29). Tein jälleen muokkauksia e- ja a-kirjaimien päätteisiin. Muokkasin gemena e-kirjaimesta version, jossa sen silmukassa on pyöreä muoto. Näin a- ja e-kirjaimet muistuttaisivat muotokieleltään enemmän toisiaan. Pyöreä muoto e-kirjaimessa olisi myös helppo animoida tämän teeman logoanimaation (kuva 14) mukaan. Versaalissa versiossa käänsin a-kirjaimen pelikuvaksi, jolloin se oli mielestäni paremmin linjassa muiden versaalikirjainten kanssa.

Tämä leikkisä ja ilahduttava kirjaintyyppi istuisi kyllä Eran visuaaliseen ilmeeseen ja olisi hyvin tunnistettava. Näen kuitenkin vaarana, että logoon kyllästyttään helposti ja sen muotokieli vie jopa liian leikkisään ja kevyeen tunnelmaan.

5.3 Logon valinta

Tässä luvussa valitsen ja viimeistelen yhden logoluonnoksista lopulliseen muotoonsa. Teen valinnan ja viimeistelyn yhteistyössä Leena Majaniemen kanssa, ja hänen arvioidensa pohjalta. Luvun lopussa teen kevyen ohjeistuksen uuden logon animointiin.

Vertailua helpottaakseni tein logoluonnoksista yhteenvedon (kuva 30). Halusin esitellä logoluonnokset Eran brändiväreissä, jotta ne olisi helpompi mieltää Eran brändi-ilmeeseen. Esittelin yhteenvedon Majaniemelle, ja valitsimme yhdessä parhaan luonnoksen ja animointityylin lopputuotantoon.



Kuva 30. Eran logoluonnokset esitettynä teemojen mukaisissa ryhmissä (Tyrväinen 2024).

Teeman 1 logoluonnos toimisi hyvin animoituna Otta-logon (kuva 10) tyyliin. Kuitenkin jo nopealla vilkaisulla sen muotokielessä voi havaita viitteitä menneisiin vuosikymmeneihin. Tiiviit kirjainvälit ja a- ja e-kirjainten kaarien muodot saavat aikaan retrovivahteen, jonka perusteella tämä vaihtoehto oli helppo rajata ulos.

Teema 2 oli suosikkini alusta alkaen sekä animoinnin että typografian näkökulmasta. Minua miellytti erityisesti kirjainten vauhdikas hypähtely ja liikettä korostavat viivat ja heijastukset animoinnissa, sekä klassinen antiikvakirjaintyyppi, jossa ilmeikkyyttä lisää kirjainten korostetut päätteet ja i-kirjainten liioitellun suurien pisteet. (Kuva 13.) Tähän teemaan löytyikin useampi sopiva kirjaintyyppi. Kuten kuvan 30 yhteenvedosta voi havaita, teemoissa 1 ja 3 on esitelty luonnokset käyttäen yhtä kirjaintyyppiä, mutta teemassa 2 on luonnosteltu logo kahdella eri kirjaintyyppillä. Koin, että Gazpacho-kirjaintyyppi (kuva 24) sopisi pyöreän muotokielensä kannalta Albra-kirjaintyyppiä (kuva 26) paremmin Eran

brändi-ilmeeseen. Halusin kuitenkin kokeilla, miten Eran logo muotoutuisi Albran kaltaisella, juuri nyt muodissa olevalla typografisella tyyllillä, joten luonnostelin logon molemmilla kirjaintyypeillä. Koosteen perusteella havaitsin, että Albra-kirjaintypissä on mielestäni turhan kulmikkaat muodot suhteessa Eran visuaaliseen muotokieleen, ja uskon, että klassisempi ja aikaa kestävämpi kirjaintyyppi on turvallisempi valinta uudelle logolle.

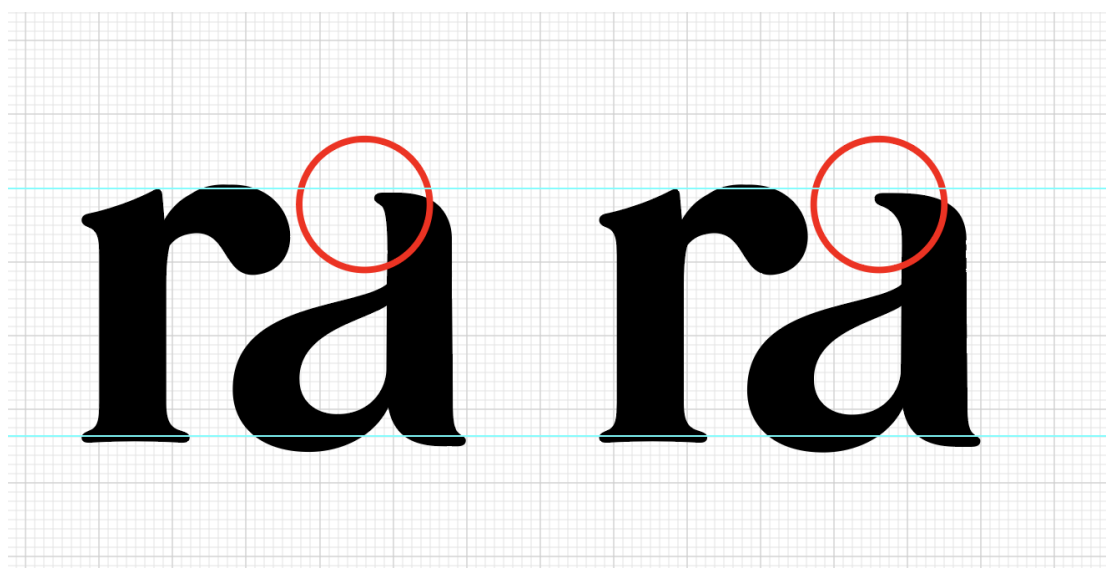
Teeman 3 tarkoituksena oli kokeilla rohkeampaa ja erikoisempaa typografiaa. Löysin useita hauskoja kirjaintyyppejä, mutta lopulta juuri tähän tarkoitukseen sopivia kirjaintyyppejä oli hyvin vähän. Havaitsin, että monessa paksuviivaisessa ja leikkisässä kirjaintypissä on hyvin pienet aukot ja kirjainten osien väliin jää usein hyvin vähän tilaa, jolloin kirjaimet eivät välttämättä erottuisi riittävästi hyvin pienessä koossa eivätkä näin ollen soveltuisi logon suunnitteluun. Leikkisät kirjaintyypit toivat usein mieleeni sarjakuvan tai lapsille suunnatut aiheet. Löysin tähän teemaa DT Serifia -kirjaintyyppin (kuva 28), joka oli mielestäni leikkisä, mutta ei kuitenkaan liian lapsenomainen. Tämän koosteen perusteella kuitenkin havaitsin, ettei se sovellu parhaiten lopullisen logon muotoiluun. Se luo mielestäni jopa liian kepeän mielikuvan. Kokeilevuus ja persoonallinen muotokieli toki tekee logosta tunnistettavan, mutta vaarana on, että siihen myös kyllästyy helposti (Itkonen 2021, 68).

Näiden havaintojen perusteella oma suosikkini oli teemaan 2 kuuluva Gazpacho-kirjaintypillä luonnosteltu logo (kuva 25). Pidän sen klassisesta muotokielestä. Antiikva on mielestäni turvallinen valinta logon muotoiluun, ja tässä antiikvassa on korostetun vahvat päätteet, jotka tuovat yleisilmeeseen leikkisyyttä. Lisäksi muokattu a-kirjain tuo logoon kuvituksellista tunnelmaa, jolloin logo on enemmän kuin pelkkä kirjainyhdistelmä. Teeman 2 animaatioesimerkeistä (kuvat 12 ja 13) saan poimittua elementtejä Eran liikegrafiikkaohjeituksen mukaista animointisuunnitelmaa varten. Valinnan teko oli lopulta helppoa, sillä olimme Majaniemen kanssa yksimielisiä siitä, että valitsimme Gazpacho-kirjaintypillä tehdyn luonnoksen viimeistelyyn.

5.4 Lopullinen logo

Valitsin lopulliseen logoon Gazpacho-kirjaintyyppin ja lopputuotantoon tällä kirjaintyyppillä tehdyt logoluonnokset (kuva 25). Ostin kirjaintyyppin MyFonts-palvelusta ja latsin sen koneelleni.

Halusin vielä vertailla versaali- ja gemena-alkukirjaimella kirjoitettuja luonnoksia. Korjasin ensin r- ja a-kirjainten välin eli poistin a-kirjaimesta päätteän ja muotoilin ja kasvatin r-kirjaimen päätteän kokoa niin, että se on sopivalla etäisyydellä a-kirjaimen pystyviivasta. Tein a-kirjaimen pystyviivasta suoran, ja yhtenäistääkseni visuaalista ilmettä kopioin alapäätteän muodon yläpäätteeseen. Huomasin kuitenkin, että r- ja a-kirjainten väliin jää näin liikaa tyhjää tilaa, jolloin kokonaisuus ei ole yhtenäinen. Jatkoin a-kirjaimen yläosan päätettä vasemmalle, ja sain tyhjästä tilasta optimaalisen kokoisin. Kuten kuva 31 osoittaa on muutos hyvin pieni, eikä sitä välttämättä havaitse ilman lähempää tarkastelua, mutta se on nähdäkseni merkittävä tekijä yhtenäisen kokonaisuuden kannalta.

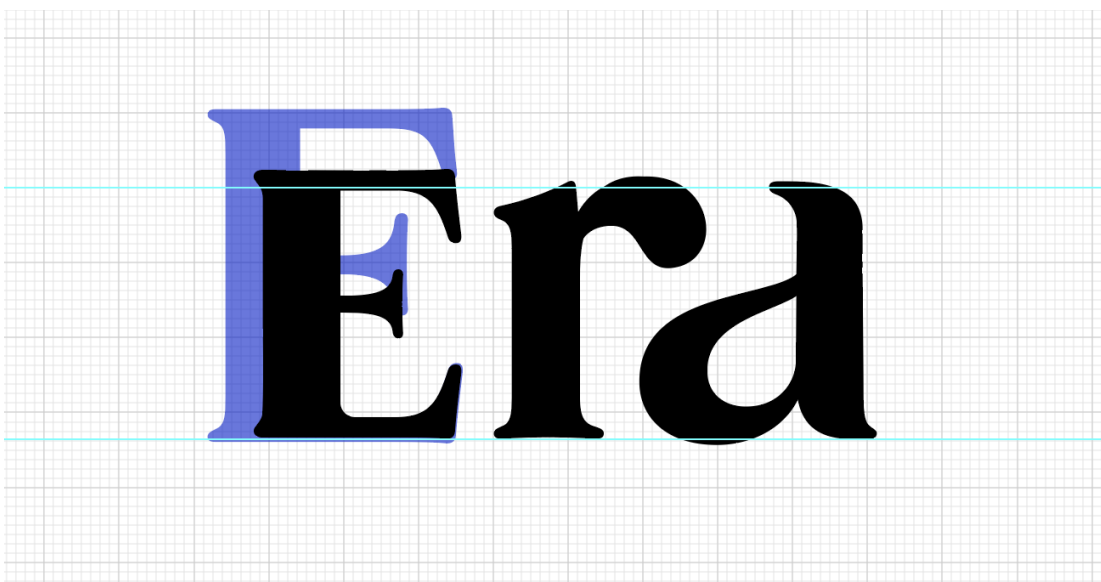


Kuva 31. A-kirjaimen viivan päätteän muotoilu (Tyrväinen 2024).

Versaali e-kirjain on usein muodoltaan kulmikas ja graafinen, kun taas gemena r- ja a-kirjaimissa on pyöreitä ja orgaanisia muotoja. Oletin, että gemena e-kirjain sopisi muotonsa puolesta versaalia e-kirjainta paremmin r- ja a-kirjainten

rinnalle, mutta halusin kuitenkin viimeistellä logon myös versaalilla alkukirjaimella, sillä epäröin, olisiko gemena e-kirjain riittävän ryhdikäs logon alkukirjaimeksi.

Gazpacho-kirjaintyyppin versaalin e-kirjaimen pystyviivan päätteet olivat mielestäni liian terävät ja voimakkaat suhteessa gemenakirjaimiin. Pyöristin niitä muokailemaan muokatun a-kirjaimen pystyviivan päätteitä. Versaalin e-kirjaimen poikkiviivan muodot olivat myös voimakkaat ja kulmikkaat, joten pienensin ja pyöristin niitä hieman. Näin pyrin saamaan kaikille kirjaimille yhtenäisemmän muotokielen. (Kuva 32.)

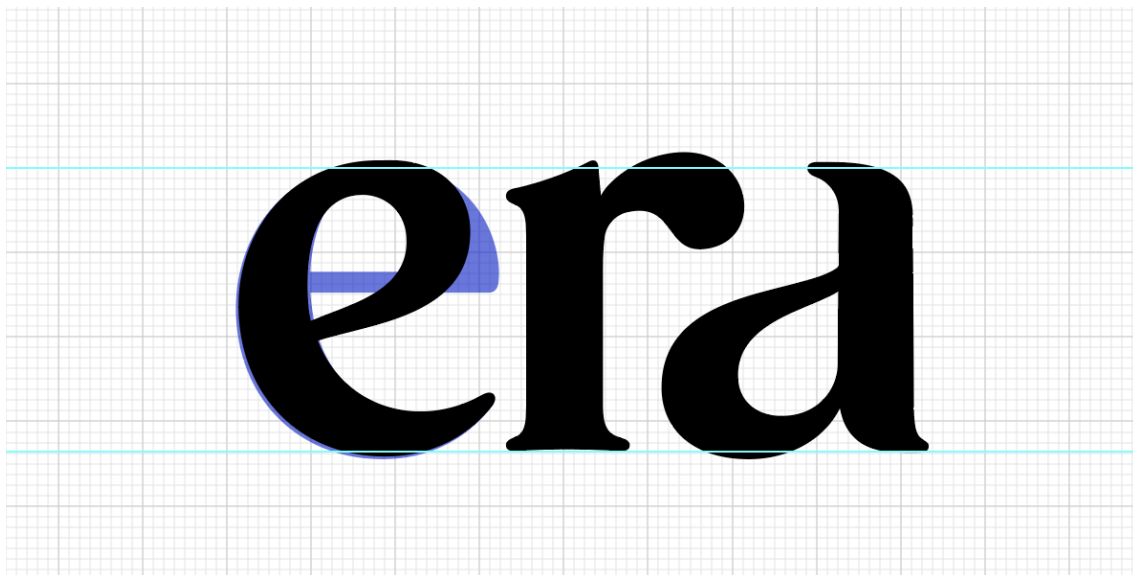


Kuva 32. Versaalin e-kirjaimen muokkaus. Alkuperäinen e-kirjain sinisellä. (Tyrväinen 2024.)

Kuten kuva 32 osoittaa, versaali e-kirjain on korkeampi kuin gemenakirjaimet, joten madalsin sitä voimakkaasti. Kokeilin lopuksi erilaisia päätteitä kirjaimen yläviivaan, mutta palasin lopulta alkuperäiseen päätteeseen.

Kuvassa 33 on esitelty gemena-alkuinen logoluonnos ja sen muutokset alkukirjaimen muotoilussa. Korvasin e-kirjaimen kaaren a-kirjaimen kaarella. Olin tehnyt näin myös DT Serifia -kirjaintyyppillä piirretylle logoluonnokselle (kuva 29) ja

päätin kokeilla sitä myös lopullisen logon viimeistelyssä. Logosta tuli näin symmetrisempi, sen linjat ovat samansuuntaiset, ja kaikilla kirjaimilla on yhtenäinen muotokieli.



Kuva 33. Gemena e-kirjaimen muokkaus. Alkuperäinen e-kirjain sinisellä. (Tyrväinen 2024.)

Lopuksi siistin vielä molemmat versiot logosta. Varmistin, että kirjaimet ovat sopivalla etäisyydellä toisistaan, ja poistin ylimääräiset ankkuripisteet eli vektorigrafiikan muotoiluun käytettävät ohjauspisteet. Varmistin, että linjat ovat yhtenäiset ja suorat linjat ovat todella suorassa. Varmistin vielä, että logot näyttävät hyvältä pienemmässä ja isommassa koossa.

Näiden vertailujen perusteella tein päätöksen valita lopulliseksi logoksi gemena-alkukirjaimella piirretyn version (kuva 34).

era

Kuva 34. Eran uusi logo (Tyrväinen 2024).

Tämä logo puhutteli minua välittömästi. Pidän sen yhtenäisestä muotokielestä ja monogrammimaisesta symmetriasta. Logo toimii erinomaisesti teeman 2 mukaisessa Critic-logon animointityylissä (kuva 13).

5.5 Animaatiosuunnitelma

Kuvassa 35 on esitelty kevyt suunnitelma logon animoinnista. Se ei ole absoluuttinen ohje, vaan lähinnä suuntaa antava luonnosmainen hahmotelma myöhempiä logon animointia varten.



Kuva 35. Suunnitelma logon animoinnista (Tyrväinen 2024).

Animaatiosuunnitelma on ideoitu teeman 2 mukaisen Critic-animoinnin pohjalta, joka on esitetty kuvassa 13. Kirjaimet ilmestyvät esiin lukusuunnan mukaisesti vasemmalta oikealle. Ne piirtyvät samaan aikaan kun hypähtävät esiin alhaalta ylöspäin suuntaavalla, kiihtyvyys ja hidastus -periaatetta (kuva 7) noudattavalla liikkeellä. R- ja a-kirjainten pystyviivat kasvavat pituutta litistys ja venytys -periaatteen (kuva 7) mukaisesti. R-kirjaimen päätte seuraa viiveellä pystyviivan liikettä eriaikaisuus ja ylimeno -periaatetta (kuva 9) mukaillen. E-kirjain keikkuu

vasemmalta oikealle, kunnes asettuu aloilleen. Pienet vauhtiviivat elävöittävät animaatiota tukitoiminnot-periaatetta mukaillen, mutta katoavat ennen loppuasentoa. Lopuksi logo häipyä taustaan ja animaatio alkaa jälleen alusta.

6 Lopuksi

Tässä opinnäytetyössä aloitin logon suunnitteluprosessin tutustumalla erilaisiin logoanimaatioihin, jotka sopisivat mielestäni toimeksiantajan brändiin ja liikegraafikkaohjeistukseen. Näiden animaatioesimerkkien perusteella etsin sopivia kirjaintyyppisiä logon suunnittelua ja myöhempää animointia varten.

Tämä työskentelytapa poikkeaa aikaisemmista logonsuunnittelutoimeksiannostani, joissa animaation mahdollisuutta ei ole otettu huomioon ja valintoja tehdessä ei ole ajateltu animaatiosoveltuvuutta.

Eran toiveena ja tämän työn tavoitteena oli suunnitella uusi logo, joka on leikkisä, innostava ja muotokieleltään yhtenäinen Eran muun visuaalisen ilmeen kanssa. Pyrin tavoitteeseen hakemalla typografiaan orgaanisempia ja pehmeämpiä muotoja. Toin logoon lisää leikkisyyttä muokkaamalla ja korostamalla kirjainten päätteitä.

Uuden logon suunnittelun lähtökohtana toimi voimakkaasti Critic-logon esimerkkianimaatio (kuva 13). Tämä oli suosikkini animaatioesimerkeistä jo suunnittelun alkuvaiheessa. Critic-logon visuaalinen ilme vaikutti merkittävästi myös uuden logon typografisiin valintoihin. Jälkeenpäin havaitsin, että muut vaihtoehdot toimivat ikään kuin haastajina alkuperäiselle suosikilleni. Oli myös huojentavaa, että Majaniemi oli lopputuotantoon valittavan logon suhteen kanssani samoilla linjoilla. Voisikin päätellä, että käsityksemme Eran brändi-ilmeestä on yhtenäinen ja meillä on saman kaltaisia ajatuksia sen kehittämisestä.

Työn edetessä pohdin, olisiko vanhasta logosta tarpeen jättää joitain elementtejä myös uuteen logoon. Päädyin kuitenkin suunnittelemaan täysin uuden logon vanhan tilalle. Koen, ettei Eran brändi ole vielä niin tunnettu, että logon

muuttaminen olisi haitallista brändille tai sen tunnistettavuudelle. Uskon, että logouudistuksen jälkeen brändi-ilme pysyy tunnistettavana voimakkaan väripaletin kautta.

Logoanimaatioiden kartoittamisen yhteydessä havaitsin, ettei kirjainten tarvitse aina piirtyä lukusuunnassa vasemmalta oikealle, vaan animoinnista tulee mielenkiintoisempi ja yllättävämpi, jos kirjaimet piirtyvät esimerkiksi molemmista suunnista, kuten Elisan logon animoinnissa (kuva 11) tai oikealta vasemmalle kuten Fiverr-logon animoinnissa (kuva 12). Päädyin kuitenkin lopulta noudattamaan Critic-logoanimoinnin (kuva 13) tapaan lukusuunnan mukaista järjestystä, sillä mielestäni animaatioissa oli jo riittävästi yksityiskohtia. Pohdin myös, ettei valitun kirjaintyyppin tarvitse olla itsessään korostetun hauska, vaan ilmeikkyyttä voi lisätä kineettisen typografian keinoin.

Logon lopputuotannossa tein vielä valintoja muotojen pelkistämisen ja viivojen paksuuden suhteen. Havaitsin, että hyvin pienillä, jopa millimetrien muutoksilla voi olla merkittävä vaikutus elementtien visuaaliseen tasapainoon. Useissa kokeiluissa gemenamuotoisten r- ja a-kirjainten päätteiden välinen tila muodostui ongelmaksi, joka ratkesi hyvin a-kirjaimen päätteen poistolla ja r-kirjaimen päätteen uudelleenmuotoilulla.

Koin tämän suunnitteluprosessin työnä, jossa lukuisia vaihtoehtoja suljettiin pois kokeilun kautta. Graafisena suunnittelijana työhöni kuuluu paljon vastaavia kokeiluja, joka voivat tuntua kiireaikataulussa tarpeettomilta. Tämä työ ja sen sisältämä prosessikuvaus osoittivat, että kokeilut ovat välttämättömiä parhaan lopputuloksen saavuttamiseksi. Suunnittelun alkutilanteessa valittavana on valtava määrä vaihtoehtoja, ja graafisen suunnittelijan työn ytimessä onkin loputtomien mahdollisuuksien rajaaminen. Tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa kartoittamani esimerkkianimaatiot helpottivat rajaamista toiminnallisessa osuudessa ja toimivat ohjenuorana läpi suunnitteluprosessin.

Tämän työn lopputuloksena Era Content Oy sai uuden logoehdotuksen ja suunnitelman brändin mukaiseen logoanimointiin. Seuraavaksi logo voidaan ottaa

käyttöön Eran verkkosivustolla ja muissa medioissa. Logon animointi voidaan ohjeistaa tässä työssä tehdyn animointisuunnitelman pohjalta, ja logo voidaan animoida Eran toivoman aikataulun mukaisesti tämän työn valmistumisen jälkeen.

Yhteistyö toimeksiantajan kanssa oli helppoa ja toisin kuin jokapäiväisessä työssäni, tässä opinnäytetyössä pääsin havainnoimaan työskentelyäni tarkasti. Kaikkiaan virkistävintä suunnitteluprosessissa oli kahden lähtökohdan – eli logon piirtämisen ja animointityylin – rinnakkainen tarkastelu. Tämä työskentelymalli elävöitti suunnitteluprosessia ja toi uusia ideoita ja näkökulmia toimeksiantajan logon piirtämiseen. Suunnitteluprosessin aikana kirjaamani havainnot vastaavat hyvin tutkimuskysymykseen ”minkälainen on logon suunnitteluprosessi, kun animointi on yksi suunnittelun lähtökohdista?”. Havaintojeni perusteella olenkin sitä mieltä, että brändi-ilmeiden visuaaliset sisällöt tulisi suunnitella vahvemmin liikegrafiikan ehdoilla.

Lähteet

Airey, David 2015. Logo design love: A guide to creating iconic brand identities. Second edition. E-kirja. Indianapolis: New Riders. <https://learning.oreilly.com/library/view/logo-design-love/9780133812589/> (viitattu 5.4.2024). Rajoitettu käyttöoikeus.

Andrivet, Marion 2023. The power of a strong brand Identity: Definition, importance, and key elements. The Branding Journal. Blogi 29.3.2023. The Branding Journal. <https://www.thebrandingjournal.com/2023/03/brand-identity/> (viitattu 15.3.2024).

Bokhua, George 2022. Principles of logo design: A practical guide to creating effective signs, symbols, and icons. E-kirja. Minneapolis: Quarto Publishing Group USA. <https://metropolia.finna.fi/Record/nelli15.24294146300041?sid=4094950844&imgid=1%27> (viitattu 3.3.2024). Rajoitettu käyttöoikeus.

Era Content 2022. Motion design style guide. Liikegrafiikkaohjeistus. Julkaisen maton lähde.

Era Content i.a. "Varaudu innostumaan ja innostamaan!" Tällaista on työskennellä Erassa. Erasta Kuuluu. Blogi i.a. Era Content Oy. <https://eracontent.fi/tal-laista-on-tyoskennella-erassa/> (viitattu 16.3.2024).

Gobe, Marc 2003. Emotional identity. Global cosmetic industry 171 (2), 26–27. https://metropolia.finna.fi/PrimoRecord/pci.cdi_proquest_reports_196461511?sid=4052986025 (viitattu 16.3.2024). Rajoitettu käyttöoikeus.

Google Fonts i.a. Ink trap. Verkkosivu. https://fonts.google.com/knowledge/glossary/ink_trap (viitattu 23.3.2024).

Heller, Steven & Andersson, Gail 2020. The logo design idea book. Lontoo: Laurence King Publishing Ltd.

Itkonen, Markus 2021. Typografian käsikirja. 6. painos. Helsinki: Typoteekki.

Jackson, Chris 2018. After effects for designers. E-kirja. New York: Routledge. https://metropolia.finna.fi/PrimoRecord/pci.cdi_safari_books_v2_9781351736633?sid=4052924597 (viitattu 22.3.2024). Rajoitettu käyttöoikeus.

Kallinen, Timo & Kinnunen, Taina 2021. Autoetnografia. Verkkosivu. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/teoreettis-metodologiset-viitekehykset/autoetnografia/> (3.4.2024).

Kallinen, Timo & Kinnunen, Taina 2021. Teemoittelu. Verkkosivu. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/teemoittelu/> (4.4.2024).

Lahtinen, Niko & Pulkka, Kimmo & Karjaluoto, Heikki & Mero, Joel 2022. Digi-markkinointi. E-kirja. Helsinki: Alma Talent. <https://metropolia.finna.fi/Record/3amk.295190?sid=4033504817> (viitattu 21.2.2024). Rajoitettu käyttöoikeus.

Lewis, Paul 2014. The basics of easing. web.dev. Blogi 8.8.2014. Google Ireland Limited. <https://web.dev/articles/the-basics-of-easing> (viitattu 10.3.2024).

Majaniemi, Leena 2022. Design director. Era Content Oy. Henkilökohtainen tiedonanto 8.2.2024.

Martinez, Emilio Rodriguez & Ruiz, Mireia Alegre 2022. UI animations with Lottie and After Effects. E-kirja. Packt Publishing Ltd.: Birmingham. https://metropolia.finna.fi/PrimoRecord/pci.cdi_safari_books_v2_9781803243801 (Viitattu 23.2.2024) Rajoitettu käyttöoikeus.

Omagari, Toshi 2021. Ink traps and pals. Toshi Omagari. Blogi 3.4.2021. Toshi Omagari. <https://tosche.net/blog/ink-traps-and-pals> (viitattu 22.3.2024)

PITT, B., 2017. Animated logos. Computer Shopper 350 (4),133-137. https://metropolia.finna.fi/PrimoRecord/pci.cdi_proquest_miscellaneous_1904226602?sid=4049007182 (viitattu 22.3.2024)

Pohjola, Juha 2003. Ilme: visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Inforviestintä.

Pohjola, Juha 2019. Brändin ilmeen johtaminen. Helsinki: Alma Talent.

Selvaraj, Suresh V. 2013. Animation principles in UI design: Understanding easing. Medium. Blogi 22.11.2013. A Medium Corporation. <https://medium.com/motion-in-interaction/animation-principles-in-ui-design-understanding-easing-bea05243fe3> (viitattu 10.3.2024).

Thomas, Frank & Johnston, Ollie 1981. The illusion of life: Disney animation. New York: Walt Disney Productions.

Kuvalähteet

Kuva 1. Era Content 2022. Motion design style guide. Liikegraafiikkaohjeistus. Julkaisematon lähde.

Kuva 2. Era Content i.a. Erasta kuuluu. Kuvakaappaus verkkosivusta https://eracontent.fi/erasta-kuuluu/?_artikkelit=uutiset (viitattu 21.2.2024).

Kuva 3. Era Content i.a. Ura Erassa. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://eracontent.fi/ura-erassa/> (viitattu 21.2.2024).

Kuva 4. Finnair i.a. Logo. Verkkosivu. <https://brand.finnair.com/en/brand-basics> (viitattu 20.2.2024).

Kuva 5. Era Content i.a. Logo. Graafinen ohjeisto. Julkaisematon lähde.

Kuva 6. Prada i.a. Logo. Verkkosivu. <https://www.prada.com/fi/en.html> (viitattu 23.2.2024).

Kuva 7. Angry Animator i.a. The 12 principles of animation (with examples). Idea Blog. Blogi 19.7.2017. Idea Rocket. <https://idearocketanimation.com/13721-12-principles-of-animation-gifs/> (viitattu 23.3.2024).

Kuva 8. Thomas, Frank & Johnston, Ollie 1981. The illusion of life: Disney animation. New York: Walt Disney Productions.

Kuva 9. Ritchie, James 2017. The 12 principles of animation (with examples). Idea Blog. Blogi 19.7.2017. Idea Rocket. <https://idearocketanimation.com/13721-12-principles-of-animation-gifs/> (viitattu 23.3.2024).

Kuva 10. Melnikau, Mikita 2021. Logo Animation - OTTA. Dribbble. Blogi 20.7.2021. Dribbble Group. <https://dribbble.com/shots/16072023-Logo-Animation-OTTA> (viitattu 2.3.2024).

Kuva 11. Nazari, Ali 2022. Elisa logo animation. Dribbble. Blogi 5.3.2022. Dribbble Group. <https://dribbble.com/shots/17653027> (viitattu 3.3.2024).

Kuva 12. Ray, Henna 2021. 50 great animated logos that will inspire your brand to get moving. Designhill. Blogi 1.12.2021. <https://www.designhill.com/design-blog/great-animated-logos-that-will-inspire-your-brand-to-get-moving/> (viitattu 3.3.2024).

Kuva 13. Gorbunov, Alex 2020. Critic – Logo animation. Dribbble. Blogi 8.7.2020. <https://dribbble.com/shots/12998246-Critic-Logo-Animation> (viitattu 3.3.2024).

Kuva 14. SNASK AB i.a. Toggl – rebrand, strategy, visual identity & production. Verkkosivu. <https://snask.com/case/toggl-rebrand-strategy-visual-identity-production/> (viitattu 3.3.2024).

Kuva 15. Brandium i.a. Dermatology care made simple. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.brandium.nl/work/apostrophe/> (viitattu 25.2.2024).

Kuva 16. Heller, Steven & Andersson, Gail 2020. The logo design idea book. Lontoo: Laurence King Publishing Ltd.

Kuva 17. Tyrväinen, Laura 2024. Oma piirros.

Kuva 18–19. MyFonts by Monotype i.a. Inktrap Fonts. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.myfonts.com/collections/tags/inktrap-fonts?page=2> (viitattu 25.2.2024).

Kuva 20. Tyrväinen, Laura 2024. Oma piirros.

Kuva 21. MyFonts by Monotype i.a. Realist Clostan. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.myfonts.com/collections/realist-clostan-font-property> (viitattu 17.3.2024).

Kuva 22. Tyrväinen, Laura 2024. Adobe Illustratorilla toteutettuja muotoja.

Kuva 23. Tyrväinen, Laura 2024. Oma piirros.

Kuva 24. MyFonts by Monotype i.a. Gaszpacho. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.myfonts.com/collections/realist-clostan-font-property> (viitattu 17.3.2024).

Kuva 25. Tyrväinen, Laura 2024. Adobe Illustratorilla toteutettuja muotoja.

Kuva 26. MyFonts by Monotype i.a. Albra. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.myfonts.com/collections/albra-font-bum-bum-type> (viitattu 22.3.2024).

Kuva 27. Tyrväinen, Laura 2024. Adobe Illustratorilla toteutettuja muotoja.

Kuva 28. MyFonts by Monotype i.a. DT Serifia. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.myfonts.com/collections/dt-serifia-font-deveze-type> (viitattu 22.3.2024).

Kuva 29–33. Tyrväinen, Laura 2024. Adobe Illustratorilla toteutettuja muotoja.