

Katri Saartoala

TUOTANTOTUNNUKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Tuotantotalouden koulutusohjelma
Marraskuu 2016**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Kesäkuu 2016	Tekijä/tekijät Katri Saartoala
Koulutusohjelma Mediatekniikka		
Työn nimi ALKUTUNNUKSEN / TUOTANTOTUNNUKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS.		
Työn ohjaaja Mikko Himanka	Sivumäärä 17	
Työelämäohjaaja Lyda Carpen		
<p>Opinnäytetyön aiheena oli kahden vaihtoehdoisen tuotantotunnuksen suunnittelu mediatalo Tigermoth Creativelle liikegrafiikkaa ja animaatiota hyödyntäen. Tavoitteena oli saada kaksi tunnus-animaatiota käytettäväksi mediatalon omissa julkaisuissa informoimaan tuotannon tekijästä ja yhtenäistämään yrityksen visuaalista ilmettä.</p> <p>Teoriaosuudessa esitellään tuotantotunnuksen historia ja käyttö, toteutukseen käytetty työkalu Adobe After Effects, sekä perehdytään liikkeen illuusion.</p> <p>Käytännön osuudessa käydään läpi tuotantotunnuksen tuotanto vaihe vaiheelta.</p>		
Asiasanat Tuotantotunnus, liikegrafiikka, animaatio		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date June 2017	Author Katri Saartoala
Degree programme Media Technology		
Name of thesis DESIGN AND PRODUCTION OF A PRODUCTION/ AN OPENING LOGO.		
Instructor Mikko Himanka	Pages 17	
Supervisor Lyda Carpen		
<p>The subject of the thesis was to design and produce a production logo for Marketing and Communications Collaborative Tigermoth Creative using motion graphics and animation techniques. The goal was to produce two versions of production logo animation to be used in company's own products to inform about a producer and to standardize the visual identity.</p> <p>Theory part is focused on a production logo, the illusion of motion and Adobe After Effects as a tool used in a production.</p> <p>In a practical part the process of designing and producing the production logo has been introduced step by step.</p>		
Key words Production logo, motion graphics, animation		

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

Ekspressio Ekspressiot ovat After Effectsin sisällä toimivia koodinpätkiä, jotka muistuttavat paljolti skriptiä eli komentosarjaa. Ekspressioiden ExtendScript -kielen syntaksi eli lauseoppi perustuu komentosarjakieli JavaScriptiin. (Adobe Systems Incorporated 2016b.)

Looppaus Animaatio alkaa aina uudestaan.

Vektorigrafiikka Tietokonegrafiikka, joka perustuu koordinaatistoon sijoitettuihin objekteihin.

Keyframe Piste, joka määrittää liikkeen alku- ja loppukohdan animaatioissa.

Renderöinti Animaatioprojektin muuttaminen videotiedostoksi.

Storyboarding Kuvakäsikirjoitus, jossa animaation eteneminen esitetään sarjakuvan tapaan.

Film frame – tehoste Filmikelalla juokseva animaatio.

Flipbook Kirjan sivuilla juokseva animaatio.

Yritystunnus Muodostuu yrityksen logosta ja liikemerkistä

Logo Yrityksen nimen määrätty esitystapa.

Liikemerkki Yrityksen graafinen tunnus.

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	1
2 TUOTANTOTUNNUS	2
2.1 Historia.....	2
2.2 Osana kerrontaa.....	3
2.3 Tuotantotunnus brändinmuodostuksessa	3
3 TUOTANTOTUNNUKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS	10
3.1 Suunnittelu.....	10
3.2 Storyboarding.....	10
3.3 Grafiikka.....	12
3.4 Animaatio.....	13
3.4.1 Liikemerkki	13
3.4.2 Sivunkääntö	14
3.4.3 Tausta.....	14
4 LIIKKEEN ILLUUSIO	4
4.1 Liikegrafiikka	4
4.1.1 Historia.....	4
4.1.2 Liikegrafiikka osana viestintää	5
4.2 Animaatio.....	5
4.2.1 Historia.....	5
4.2.2 Animaation perusteet.....	6
4.2.3 Animaatio osana markkinointia	7
5 ADOBE AFTER EFFECTS.....	8
5.1 Ominaisuudet.....	8
5.1.1 Käyttöliittymä.....	8
5.1.2 Tasot	9
5.1.3 Aikajana	9
5.1.4 Renderöinti	9
6 POHDINTA	10
LÄHTEET	16

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni teoriaosuus käsittelee liikegrafiikan ja animaation käyttöä osana yritysilmettä. Sen tarkoituksena on tutustuttaa lukija nykytekniikan mahdollistamiin vaihtoehtoihin yrityksen ja tuotteiden markkinoinnissa, sekä perehdyttää lukija tuotannon vaiheisiin. Parhaimmillaan liikegrafiikka toimii tehokkaana lisänä yrityksen näkyvyyden edistämiseksi.

Haluan työlläni helpottaa sekä liikegrafiikan tekijän, että tilaajan ymmärrystä projektista ja sen vaiheista. Tällä toivon mahdollistavani liikegrafiikan ja animaation tehokkaan tuotannon myös pienemmillä toimijoilla. Esittelen työssäni liikegrafiikan, sekä animaation perusteet, sekä valitsemani työkalun Adoben After Effectsin. Käyn lisäksi läpi alkutunnuksen tuotannon vaihe vaiheelta.

Opinnäytetyön käytännön osuuden tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa kaksi vaihtoehtoista alkutunnusta media-alan toimijan Tigermoth Creativen omiin tuotantoihin. Alkutunnuksella haluttiin informoida katsojaa tuotannon tekijästä. Päädyimme elävöittämään tunnuksen liikegrafiikan keinoin, mikä tukisi yritysilmään taustatarinaa: ”Your story, well told.”. Alkutunnukseen toivottiin tarinankerronnallisuutta ja luovuutta, mitkä koettiin tärkeäksi osaksi yritysilmettä. Valitsin työkalukseni Adoben After Effectsin, sekä Illustratorin, koska alkuperäinen materiaali oli luotu Illustratorissa ja ohjelmat olivat minulle jo entuudestaan tuttuja. Lisäksi ohjelmat toimivat hyvin yhteen, mikä helpottaa ja nopeuttaa työskentelyä.

2 TUOTANTOTUNNUS

Mediatuottajat käyttävät tuotantotunnusta omien tuotteidensa merkitsemiseen erottuakseen kilpailijoista ja lisätäkseen brändinsä tunnettuutta. Lisäksi tunnuksella voidaan virittää katsoja oikeanlaiseen tunnelmaan elokuvan tai pelin alussa. Tuotantotunnus on muutaman sekunnin mittainen animaatio, jossa pääosassa on yrityksen liikemerkki ja logo. Erona yritystunnuksen käyttöön muissa viestinnän välineissä, tuotantotunnuksessa voidaan hyödyntää ääntä ja liikkuvaa kuvaa. Tarkoitus on siis kertoa katsojalle mediatuotteen tekijästä ja itse tuotteesta.

Tuotantotunnuksia käytetään pääasiassa elokuvien, televisio -ohjelmien ja videopelien alussa ja lopussa. Tunnettuja tunnuksia ovat esimerkiksi Disneyn satulinna-animaatio, Paramount Pictures:n vuori, Universal Studio:n pyörivä maapallo ja MGM:n Leo The Lion. Tuotantotunnuksiin törmää enenevässä määrin myös autoa, kodinkoneita tai muita arjen järjestelmiä käynnistettäessä.

2.1 Historia

Tuotantotunnukset ovat kehittyneet käsi kädessä elokuvan kanssa. Suurien mediatalojen kasvaessa, tuotantotunnuksiin alettiin käyttää enemmän aikaa ja rahaa. 1920-luvulla MGM alkoi ensimmäisenä hyödyntää ääntä ja liikkuvaa kuvaa tunnuksessaan, jossa esiintyy karjuva leijona. (MGM History 2017). Myös Universal julkaisi maapallonsa ensimmäisen version samoihin aikoihin. (Universal Studios 2017).

Television yleistyminen 50-luvulla mahdollisti monipuolisemman animaation myös tuotantotunnuksissa. Suurimmat tuotantoyhtiöt, lukuun ottamatta Universalia, hyödynsivät tällöin soluanimaatiota. Tässä perinteikkäässä animaation muodossa jokainen kuva on piirretty käsin, mikä teki animaation tuotannosta hidasta ja vaivalloista nykytekniikkaan verrattuna. (Production logo 2017).

Tietokonegrafiikka otettiin avuksi elokuvan tuotantoon 80-luvun alkupuolella, mikä mullisti koko teollisuudenalan. Walt Disney Studios hyödynsi tietokonegrafiikkaa ensimmäisenä täyspitkässä elokuvassaan Tron vuonna 1982. (Patterson 2016). 3D-tietokonegrafiikkaa alkoi samoihin aikoihin saada jansijaa solu- ja 2D-animaation rinnalla myös tuotantotunnusten kehityksessä. 90-luvulla suuret tuotantoyhtiöt siirtyivät tietokoneella luotuihin tai muokattuihin tuotantotunnuksiin.

2.2 Osana kerrontaa

Elokuvan alussa esitetty tuotantotunnus voi johdatella katsojaa tarinan tunnelmaan. Anna Matamala ja Pilar Orero syventyivät aiheeseen julkaisussaan *Opening Credit Sequences: Audio Describing Films within Films* 2011. He nostavat esimerkiksi variaatioita, joita MGM on tunnuksestaan käyttänyt erilaisissa tuotannoissa. Karjuva leijona on korvattu muun muassa vampyyrillä elokuvassa *Dance with Vampires* (1967) ja piirroshahmolla sarjassa *Tom and Jerry*. Perinteistä ääniraitaa on myös muokattu yleisön huomion herättämiseksi. Esimerkiksi elokuvassa *Tarzan the Ape Man* (1981) leijona päästi Tarzanin huuahduksen totutun karjaisun sijaan.

Matamala ja Orero esittävät Warner Brothersin esimerkkinä tunnuksen tyylin mukauttamisesta elokuvan tyyliin sopivaksi. Elokuvassa *V for Vendetta* (2006 James McTeigue) heidän tunnuksensa esitetään raakeisena ja musta-valkoisena, mikä johdattelee katsojaa elokuvan fasistisen totalitarismin maailmaan. Myös kaikissa Harry-Potter – elokuvissa on yksilöity teemaan sopiva tuotantotunnus.

2.3 Tuotantotunnus brändinmuodostuksessa

Tuotantotunnus on osa yrityksen visuaalista ilmettä. Se perustuu yrityksen liikemerkkiin, logoon tai näiden yhdistelmään. Tuotteen merkitseminen tuotantotunnuksella lisää yrityksen näkyvyyttä, mikä puolestaan parantaa kilpailuetua. (Grahame 2001, 20-52). Yrityksen visuaalisen ilmeen johdonmukainen käyttö on keskeinen osa brändinmuodostusta. Brändin arvoa saadaan kasvatettua lisäämällä sen tunnettuutta kuluttajien keskuudessa. (Aaker 1996, 7-8).

Animoitu tuotantotunnus kiinnittää katsojan huomion tehokkaasti liikkeen ansiosta, koska aivomme reagoivat herkästi liikkeeseen. Lisäksi mahdollista äänitehostetta voidaan käyttää luomaan haluttuja mielikuvia. Ääni on voimakas elementti, joka vaikuttaa katsojan tunteisiin ja muodostaa suuren osan kokemuksesta. Sitä voidaan käyttää luomaan tunnelmaa, viihdyttämään, ärsyttämään, tunnuksena tai kertovana elementtinä. (Sisilius 2017). Monipuolisuutensa ansiosta hyvin suunniteltu, yritysilmmeen mukainen tuotantotunnus on tehokas tapa lisätä brändin tunnettuutta.

3 LIIKKEEN ILLUUSIO

Näköaistimus syntyy aivoissa. Aivot tulkitsevat silmiemme lähettämiä signaaleja, kuten muodon, liikkeen, syvyyden ja värin. Signaalit tulkitaan aivojen eri osa-alueilla, jotka lopulta yhdistävät signaalit näköhavainnoksi. Koska aivomme synkronoivat jatkuvasti näköhavaintojamme, saamme aikaan liikeillusion näyttämällä yksittäisiä kuvia aivojen toimintaan sopeutetulla nopeudella. (TED-Ed 2017).

Liikkeellä kuljetetaan tarinaa eteenpäin ja valmistellaan katsoja tulevaan. Sillä voidaan ilmaista muun muassa tunnetta, vauhtia, aikaa, rytmiä, rakennetta ja sijaintia. Liikkeen illuusion aikaansaamiseksi käytetään reaali maailman fysiikkaa jäljitteleviä erityispiirteitä, joita vääristelemällä ja liioittelemalla voidaan korostaa tapahtumia tai yksityiskohtia. Näitä erityispiirteitä ovat esimerkiksi litistys ja venytys, ennakointi, esivalmistelu, kaaret, sekä jatkuva- ja päällekkäinen liike. (Karen Sullivan 2008).

Liikeillusion aikaansaamiseksi käytössä on monia erilaisia tekniikoita resursseista ja käyttötarkoituksesta riippuen. Liikegrafiikkaa, eli liikkeen vaikutelman luomista graafisiin elementteihin, käytetään yhä enenevässä määrin viestinnässä, kun taas animaatiota eli objektien elävöittämistä hyödynnetään mainonnassa ja viihdeteollisuudessa. (Jerron 2009, Efford 2016).

3.1 Liikegrafiikka

Liikegrafiikka on yhdistelmä elokuvaa, animaatiota ja graafista suunnittelua. Tarina kerrotaan luomalla tekstiin, kuvaan ja muotoihin vaikutelma liikkeestä. Liikegrafiikaksi luokitellaan kaikki grafiikka, joka hyödyntää tekniikkaa luodakseen vaikutelman liikkeestä tai muutoksesta. (Jerron 2009).

3.1.1 Historia

Ensimmäisiä liikegrafiikka – termin käyttäjiä oli John Whitney, joka perusti kaupallisen liikegrafiikan tuotantoon erikoistuneen yrityksen Motion Graphics vuonna 1960. Liikegrafiikkaa on kuitenkin esiintynyt jo 1800-luvulla, jolloin liikkeen vaikutelma saatiin kuvaan flip book - tekniikalla. (Bojc 2015). Tästä varhaisimmasta liikegrafiikan muodosta löytyy esimerkki Suomen vuonna 2012 uudistetusta passista, jonka sivuilla esiintyvän hirven saa juoksemaan sivuja plaraamalla.

Teollisuudenalana liikegrafiikka on jatkanut kasvuaan tekniikan edistymisen myötä. Ennen tietokoneiden yleistymistä liikegrafiikka oli kallista ja aikaa vievää, mutta käyttäjäystävälliset liikegrafiikan tuotantoon erikoistuneet ohjelmistot muuttivat tilanteen. Nyt liikegrafiikka on yksi aikamme kysytyimpiä taiteen muotoja. (Bojc 2015).

3.1.2 Liikegrafiikka osana viestintää

Graafinen suunnittelu hyödyntää kasvavassa määrin liikegrafiikkaa näkyvyyden tehostamiseksi. Olemme jatkuvasti mainonnan, informaation ja viihteen ympäröimiä, mikä tekee viestinnän suunnittelusta entistä haasteellisempaa. Viestinnän suunnittelun merkitys korostuu jokapäiväisessä elämässämme, missä eri viestimet kilpailevat yhä aggressiivisemmin huomiostamme. Koska viestin vastaanottaja päättää viestin kiinnostavuuden sekunneissa, ovat mielenkiintoisuus ja tehokkuus avainasemassa viestintää suunniteltaessa. Aivomme kiinnittävät huomion liikkeeseen, minkä ansiosta liikegrafiikan suosio viestinnän tehokeinona yleistyy hurjaa vauhtia.

Liikegrafiikkaa käytetään tehostamaan viestintää verkossa, televisiossa ja elokuvissa. Se on mullistanut graafisen suunnittelun avaten suuren määrän uusia mahdollisuuksia sähköiseen viestintään. Tämä haastaa graafiset suunnittelijat hallitsemaan niin suunnittelun, animaation, kirjoittamisen, kuin äänituotannonkin. Tuoreen sukupolven graafikoille useiden mediamuotojen yhdistely on oleellinen osa verkkoviestinnän suunnittelua. (Curran 2000).

3.2 Animaatio

Animaatio on tekniikka, jolla luodaan illuusio liikkeestä. Animaatio voidaan toteuttaa piirtämällä liikekuva kuvalta, muokkaamalla fyysistä mallia ja kuvaamalla muutokset tai tietokonetta apuna käyttäen. Illuusio saadaan aikaan esittämällä kuvat niin nopeasti, että aivomme uskovat meidän katsovan liikkuvaa objektiä. Yleisimmin käytetyt nopeudet ovat 24, 25, 30 tai 60 kuvaa sekunnissa.

3.2.1 Historia

Animaation katsotaan syntyneen 1800-luvulla. Varhaisimmat animaatiot esitettiin taikalyhdyillä, joka oli nykyaikaisen diaprojektorin esiaste. Vuonna 1832 Joseph Plateau keksi phenakistoskoopin ja William

George Horner zoetroopin vain muutamaa vuotta myöhemmin. Nämä laitteet hyödynsivät nopeasti vaihtuvia kuvia luoden vaikutelman liikkeestä. Emile Reynaud kehitti praksinoskoopin vuonna 1876, joka mahdollisti animaation esittämisen suuremmalle yleisölle kankaalle heijastamalla. (Dave 2016).

Vuonna 1906 valmistunut James Stuart Blacktonin Noiduttu hotelli on todennäköisesti ensimmäinen animaatioelokuva. Siinä esineet on saatu liikkumaan itsekseen, hyödyntäen stop motion – tekniikkaa. Samana vuonna Blackton loi ensimmäisenä piirroselokuvana pidetyn Humorous Phases of Funny Faces-teoksensa. (Dave 2016).

Animaatio nousi suureen suosioon Walt Disneyn läpimurtoteoksella Höyrylaiva Ville 1928. Hänen ensimmäinen animaatiotuotantonsa oli Liisa Ihmemaassa vain neljä vuotta aiemmin. Disney perusti omaa nimeään kantavan tuotantoyhtiön ja nousi suurimmaksi elokuvantuottajaksi Hollywoodissa 1930-luvulla. Disney käytti ensimmäisenä tietokonegrafiikkaa elokuvassaan Tron vuonna 1982. (Patterson 2016). Ensimmäinen kokonaan tietokoneella tuotettu animaatioelokuva, Pixar-animaatiostudion Toy Story – leluelämää, julkaistiin vuonna 1995. (Pixar 2016).

3.2.2 Animaation perusteet

Vetovoima, notkea piirtojälki ja sujuva liike luovat perusteet esteettisesti miellyttävän animaation suunnittelulle. Katsojan huomion säilyttääkseen tulee animaation olla mukavaa katsottavaa. Liikkeen tulisi olla jatkuvaa ja siirtyä sujuvasti asennosta toiseen, sen sijaan että eri asennot näyttäisivät toisistaan irrallisilta. Notkean piirtojälki saa hahmot näyttämään eloisilta puumaisen jäykkyyden sijaan. Myös litistämällä ja venyttämällä saadaan aikaan joustava vaikutelma. (Parent 2001).

Vaikuttavasti esitetyn toiminnan aikaansaamiseksi animoija voi turvautua muun muassa liikkeen liioitteluun. Katsojalle voi myös antaa vihjeen tulevasta toiminnasta, jotta se ei jää huomaamatta. Toissijaisella toiminnalla ja oikealla ajoituksella voidaan kiinnittää katsojan huomio haluttuun tapahtumaan. (Parent 2001). Animaatiossa luodaan liike kahdella tapaa. Suoraviivainen liike kehittyy koko matkan alkupisteestä loppuun, kuten esimerkiksi paikasta toiseen siirryttäessä. Pose to pose – tekniikkaa käytetään tavanomaisessa animaatiossa, jossa liike luodaan asentojen väliin. (Parent, 2001).

3.2.3 Animaatio osana markkinointia

Aivot kiinnittävät huomion liikkeeseen, minkä ansiosta animaatio on erityisen tehokas työkalu mainonnassa. Animaatio menee suoraan asiaan ja välittää informaation tehokkaasti ja mielenkiintoisesti vastaanottajalle. Yksi syy animaation hurjaan suosioon markkinoinnin välineenä on kustannustehokkuus. Esimerkiksi elokuvan rajoitteet ja resurssien tarve ovat olemattomat animaation tuotannossa. Animaatio mahdollistaa tuotteiden markkinoinnin jo ennen kuin tuote on fyysisesti olemassa tai tarvittaessa vaikkapa realistisena läpileikkauksena.

Autoteollisuudessa 3D-malleja käytetään mainonnassa useammin kuin yleisö osaisi arvatakaan. Yhdistelemällä elokuvaa, valokuvaa ja animaatiota on mahdollista näyttää tuote parhaimmillaan ja lisätä visuaalisia tehosteita napin painalluksella. Tästä syystä animaatio on erityisen suosittua markkinoitaessa tuotteita, joiden ulkonäkö on ensiarvoisen tärkeää. (Efford 2016).

4 ADOBE AFTER EFFECTS

Adobe After effects on työkalu liikegrafiikan tuottamiseen televisiolähetysiin, elokuvaan ja muihin videotuotantoihin. Se on työkalu tarinan kerrontaan ja visuaalisesti vaikuttavan liikegrafiikan luomiseen, jolla tuetaan esitystä, tarinaa, kuvaa ja tunnelmaa. After effectsilla tuotettua sisältöä käytetään elokuvien lisäksi laajasti myös internetissä esimerkiksi videopalveluissa kuten Youtubessa ja Vimeossa, sekä havainnollistavissa taulukoissa, diaesityksissä ja graafeissa.

After effectsin kehitti pieni ohjelmistoyritys Company of Science and Art (CoSA) vuonna 1993. Alkuperäisiä toimintoja olivat tasot, efektit, transform ja keyframet. Tällöin ohjelmisto toimi ainoastaan Machintos-ympäristössä. Myöhemmin vuonna 1993 Aldus hankki Company of Science and Art:n ja After effectsista julkaistiin uusi version aikajanan, image sequence tuen, motion blurin, multi machine renderigin, frame blendingin ja proxien kanssa vuonna 1994. Adobe osti Aldus:n vuonna 1994 ja After effects alkoi tukea Photoshop-tiedostojen tasoja ja alpha kanavia jo versiossa 3.0 vuonna 1995.

4.1 Ominaisuudet

After Effects on ominaisuuksiltaan samankaltainen muiden Adoben ohjelmistojen kanssa. Esimerkiksi Phoshop, Illustrator ja Premiere hyödyntävät samaa logiikkaa tasojen ja työkalujen suhteen. Yhteistyökyky näiden ohjelmien välillä on hyvä, mikä on yksi syy After Effectsin suureen suosioon mainos-, tv- ja elokuvateollisuudessa.

4.1.1 Käyttöliittymä

Käyttö aloitetaan tervetulo-näkymästä, jossa on mahdollista valita työtila projektin luonteeseen sopivaksi. Työtilaa voi muokata milloin tahansa järjestämällä ikkunoita työpöydällä omaan työskentelytapaan sopivaksi kokonaisuudeksi. Projektin elementtejä ja taustamateriaalia hallitaan projektipaneelissa, jossa video, ääni, grafiikka, kuvat ja kompositiot ovat näkyvillä. Projekti voi muodostua useista eri kompositioista, joilla jokaisella on oma aikajanssa. Esikompositioiden käyttö, eli sisällytetyt kompositiot, auttaa pitämään elementit helposti hallittavina. (Adobe Systems Incorporated 2016).

Esikatselunäkymässä on mahdollista toistaa projekti tai yksittäinen kompositio halutulla tarkkuudella. Tämä nopeuttaa työstövaihetta huomattavasti, mikäli kyseessä on iso tiedosto. Elementtejä on mahdollista muokata toiston aikana ja muutokset päivittyvät esikatselunäkymään reaaliaikaisesti. (Jerron 2009).

4.1.2 Tasot

Jokainen kompositio koostuu yhdestä tai useammasta tasosta. Tasoihin perustuva rakenne on käytössä myös Adoben kuvankäsittelyohjelmassa Photoshop, vektorigrafiikkaan perustuvassa piirto-ohjelmassa Illustrator ja videoeditointiohjelmassa Premiere Pro. Tasoja on mahdollista tuoda suoraan Photoshop- tai Illustrator -tiedostoista ja ne päivittyvät automaattisesti After Effects projektiin, mikäli muutoksia tehdään itse lähdetiedostoon.

After Effectsissa on mahdollista luoda erityyppisiä tasoja kuten video- ja audiotasot, kamera-, valo- ja säätötasot sekä muoto- ja tekstitasot. Jokaista tasoa voi muokata yksittäin komposition sisällä. Tämän ansiosta elementtejä voi esimerkiksi kääntää ja liikutella vaikuttamatta muihin tasoihin. Erikoistehosteita voi lisätä yksittäisiin tasoihin tai luoda kokonaan uuden säätötason, jolla tehoste saadaan käyttöön kaikkiin sen alla oleviin tasoihin. Säätötaso pitää projektin koon pienempänä ja nopeuttaa näin projektin käsittelyä ja renderöintiä.

4.1.3 Aikajana

Jokaisella kompositiolla oma aikajanansa, jolle kaikki elementtien muutokset ja tehosteet sijoitetaan. Animaatio saadaan aikaan sijoittamalla liikkeen alku- ja lopetuspisteet aikajanelle. Sama logiikka toimii myös erikoistehosteissa. Perusominaisuuksia aikajanan työkaluissa ovat sijainnin, skaalauksen, käynnön ja läpinäkyvyyden säätö.

4.1.4 Renderöinti

Projektin viimeinen vaihe on renderöinti, jossa luodaan kompositiosta videotiedosto. After Effectsissa on mahdollista valita lukuisista eri vaihtoehdoista sopiva muoto lopputuotteelle riippuen videon käyttötarkoituksista. Jatkokäsittelyä varten on syytä jättää videotiedostoon mahdollisimman paljon informaatiota, mutta esimerkiksi suoraan verkossa julkaistava tuote voidaan pakata kevyempään tiedostomuotoon.

5 TUOTANTOTUNNUKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Projekti aloitettiin tapaamisella, jossa kartoitettiin asiakkaan tarve. Mediatalo Tigermoth Creative toivoi omien tuotantojensa alkuun ja loppuun animoitua tunnusta informoimaan katsojaa tuotannon tekijästä ja yhtenäistämään tuotteita. Tuotantotunnuksen toivottiin koostuvan asiakkaan omasta liikemerkistä, kaupunkinäkömystä ja flipbook-efektistä. Vaihtoehtoiseiksi tehosteeksi esitettiin, muun muassa film frame- tekniikkaa, joka kuitenkin nopeasti todettiin liian kuluneeksi ja mielikuvituksettomaksi. Liikemerkin sijoittamista erilaisiin ympäristöihin pohdittiin ja kokeiltiin käytännössäkin, mutta lopulta kaupunkinäkömyste valikoitui parhaaksi vaihtoehdoksi.

5.1 Suunnittelu

Aloitin suunnittelun asiakkaan liikemerkistä. Tunnuksessa yöperhonen lepuuttaa siipiään, joten alkajaisiksi suunnittelin perhosen ulkomuodon erilaisissa asennoissa. Tutustuin yöperhosen anatomiaan ja opiskelin sen liikeratoja, jotta lopputulos olisi animoitavissa. Animaation kuvakulmaksi valikoitui tässä vaiheessa lintuperspektiivi, mikä tarkoittaa näkymää ylhäältä. Näin katsoja näkee ympäristön perhosen näkökulmasta ja tunnuksen perhosgrafiikkaa tullaan muokkaamaan mahdollisimman vähän. Lisäksi haluttu kaupunkinäkömyste saadaan esitettyä katsojalle kokonaisvaltaisemmin yläilmoista näytettynä. Asiakkaan toiveena oli kameran kuljettaminen perhosen mukana.

5.2 Storyboarding

Perustuen aikaisempaan kokemukseeni animaation suunnittelusta, aloitin toteutuksen piirtämällä storyboardin. Tämä on sarjakuvamainen esitystapa tarinan kulusta, mikä auttaa kaikkia osapuolia hahmotamaan kokonaisuuden jo ennen kuin itse animointia on aloitettu. Storyboard koostuu kuvista, joissa esitetään animaation kulku pääpiirteittäin. Sittemmin koko elokuva-alalla yleistyneen käsitteen isänä pidetään Walt Disneytä, joka kehotti animaattoreitaan ripustamaan luonnostelemansa tarinat seinälle jotta koko elokuvan tuotantoryhmä pystyisi osallistua tarinan hiomiseen. Erityisesti matalamman budjetin tuotannoissa, kuten TV-ohjelmissa, mainoksissa ja videopeleissä, storyboard on korvaamaton työvaihe määriteltäessä mitä tehdään ja miksi. (White 2006, 160).

Ensimmäisissä storyboardeissa esittelin vaihtoehtoiset tehosteet, joista flipbook-tehoste valikoitui mielisimmaksi. Tämän jälkeen sovimme tapaamisen, jossa keskustelimme toivotusta tyylistä ja efektien yksityiskohdista.



Kuvio 1. Storyboard flibpook – tehosteella.



Kuvio 2. Storyboard filmframe – tehosteella.

Toisessa versiossa esitellään piirrostyyli, flipbook-tehoste ja perhosen liikeradat. Asiakas lähetti kommentin sähköpostilla ja toivoi taustalla käytettäväksi kaupunkinäkömää tai maalaismaisemaa.



Kuvio 3. Storyboard, jossa esitellään valittu tehoste ja perhosen liikeradat.

5.3 Grafiikka

Yöperhosen piirtämiseen käytin Adoben vektorigrafiikkaan perustuvaa Illustrator – ohjelmistoa, koska tunnus toimitettiin minulle Illustratorin omassa ai. – tiedostomuodossa. Illustrator soveltui tarkoituksiini hyvin myös siitä syystä, että perhonen tuli hajottaa usealle eri tasolle animoinnin helpottamiseksi. Käytin

lähteinäni useita kuvia Tigermoth – yöperhoslajin edustajista, jotta kuviointi ja perhosen muoto olisi tunnistettava. Haasteellisimmaksi osoittautui perhosen siipien erottaminen alkuperäisestä kuvasta. Käytin hyväkseni Youtube-videopalvelusta löytyvää materiaalia perhosista, ymmärtääkseni siipien rakenteen ja toiminnan.

Taustagrafiikkana käytettävä kaupunkinäkyvä piirrettiin lintuperspektiivistä asiakkaan toiveiden mukaisesti, mikä tarkoittaa kolmen pakopisteen käyttöä. Kolmen pakopisteen perspektiivissä sijoitetaan kaksi pakopistettä horisonttiviivalle ja kolmas pystysuora pakopiste objetin ylä- tai alapuolelle riippuen katsojan sijainnista. (Pipes 2003, 98). Käytin toteutukseen Adoben Illustrator – ohjelmistoa, jossa viivoista koostuvaa grafiikkaa on helppo muokata jälkeinpäin ankkuripisteitä liikuttelemalla.

Grafiikkaan toivottiin luonnosmaisuuutta viestimään luovuudesta ja keveydestä. Luonnosmainen piirros jälki toimii myös kontrastina graafiselle ja värikkäälle perhoselle. Piirsin kaupungin ensin terävillä viivoilla Illustratorissa ja lisäsin luonnosmaiset viivan paksuuden vaihtelut jälkikäteen. Loin jokaisen rakennuksen omalle tasolleen, jotta animointi olisi mahdollisimman nopeaa.

5.4 Animaatio

Valitsin työkalukseni Adoben liikegrafiikkaan ja visuaalisten tehosteiden luontiin tarkoitetun ohjelmiston nimeltä After Effects. Adobe markkinoi ohjelmaansa animointiin ja luovaan sommitteluun vakiintuneena sovelluksena. Syynä ohjelman valintaan oli aikaisempi kokemukseni After Effectsin käytöstä sekä tutoriaalien paljous, mikä nopeuttaa ja helpottaa työskentelyä merkittävästi. Vaihtoehtona olisi ollut Autodeskin liikegrafiikkaohjelmisto Maya, josta minulla ei ole aiempaa kokemusta.

5.4.1 Liikemerkki

Aloitin animoinnin yöperhosen siivistä. Olin rakentanut perhosen seitsemästä osasta Adoben Illustrator-ohjelmalla, koska tiedosto säilyttää tasot ja piirtoalueet After Effectsiin tuotaessa. Kuhunkin osaan pätee näin tason perusominaisuuksien säädöt kuten koko, sijainti ja läpinäkyvyys. Perhosen lento koostuu vain neljästä eri keyframesta, jotka looppasin halutun mittaiseksi animaatioksi käyttämällä After Effectsin sisällä toimivaa koodia, ekspressiota. Sijoitin yöperhosen kokonaan omaan kompositioonsa, jotta projektin rakenne säilyisi mahdollisimman järjestelmällisenä ja muokkaus jälkikäteen olisi nopeaa. Animaation lopussa logo ilmestyy yöperhosen alle täydentäen liikemerkin kokonaiseksi.

5.4.2 Sivunkääntö

Tarkoituksena oli saada aikaan vaikutelma animaatiosta, joka on piirretty kuva kuvalta flipbookin eli pläran sivuille. Hyödynsin tässä vaiheessa After Effectsin omaa tehostekirjastoa, josta löytyy sivunkääntötehoste nimeltä Page turn. Tässä kohtaa video piti monistaa kahdelle tasolle, jotta animaatio etenisi sivu sivulta. Time Remapping – tehosteen avulla animaatio oli mahdollista jähdyttää sivunkääntöön saakka. Ajastaminen osoittautui erittäin haasteelliseksi useista opastusvideoista huolimatta. Viimeistelyvaiheessa lisäsin tasolle wiggle – ekspression, jolla esimerkiksi tason sijainti tai kierto on mahdollista määrittää sattumanvaraiseksi määritettyjen arvojen sisällä. Tämän avulla animaatioon sai luonnollista liikettä. Animaation alussa ja lopussa sivut kääntyvät hieman hitaammin ja viimeisellä sivulla perhosen alle ilmestyy asiakkaan logo.

5.4.3 Tausta

Ensimmäisessä versiossa tausta on pelkkä staattinen elementti, joka loittonee animaation edetessä. Tämä ei kuitenkaan saanut aikaan toivottua vaikutelmaa luonnosmaisesta taustasta, joten päätin piirtää taustan esiin viiva kerrallaan. Käyttämällä Trim path – toimintoa sain viivat piirtymään taustalle halutulla nopeudella. Tausta loittonee ja kääntyy aavistuksen perhoseen nähden animaation kuluessa. Lopussa häivyttin taustaa 90 prosenttia, jotta kontrasti lopetusnäkyssä asiakkaan liikemerkin ja kaupunkinäkyvän välillä olisi riittävä.

6 POHDINTA

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa kaksi vaihtoehtoista alkutunnusta media-alan toimijan Tigermoth Creativen omiin tuotantoihin, sekä syventyä liikegrafiikan ja animaation käyttöön osana yritysilmettä. Teoriaosuudessa halusin esitellä opinnäytetyön tuotantoprosessin, sekä animaation ja liikegrafiikan tuomia mahdollisuuksia yrityksen näkyvyyden edistämiseksi.

Työn tilaajana oli mediatalo Tigermoth Creative Pohjois-Carolinasta. Vaihto-oppilaiden yhteyshenkilö The University Of North Carolina at Greensboro (UNCG):sta kehotti ottamaan yhteyttä tilaajan edustajaan Lyda Carpeen opinnäytetyöaiheen löytämiseksi. Lyda oli alusta asti innostunut liikegrafiikan hyödyntämisestä yrityksen markkinoinnissa ja ilmeen yhtenäistämiseksi. Työskentelin yhteistyössä mediatalon graafikon, valokuvaajan ja videotuottajan kanssa. Tapasimme neljä kertaa projektin aikana ja olimme yhteydessä sähköpostitse projektin eri vaiheissa. Lopputulos miellytti tilaajaa ja animaatiot on otettu käyttöön osana visuaalista ilmettä.

Projektin alku oli erittäin haastava tilaajan epäselvien tarpeiden suhteen, mutta projektin päämäärä alkoi hahmottua useamman tapaamisen jälkeen. Tapaamiset eivät olleet tehokkaita suomalaisen työskentelytyyliin verrattuna, joten meinasin turhautua small-talkiin projektin läpikäymisen sijaan. Projekti eteni loppua kohti yhä vaivattomammin ja lopputulos miellytti kaikkia osapuolia.

Opin paljon amerikkalaisesta työskentelytyylistä, sekä projektin hallinnasta opinnäytetyötä tehdessäni. Amerikkalaiseen työskentelytyyliin kuuluu olennaisena osana jutustelu ja työpäiviä venytetään niin paljon kuin on tarvis. Tämä poikkeaa paljon oppimastani tehokkaasta ja nopeatempoisesta työskentelytavasta, jonka uskon osittain kuvastavan suomalaista työskentelytyyliä. Olen erityisen kiinnostunut suosimaan kasvattavasta liikegraafiikasta ja sen tuomista mahdollisuuksista, joten teoriaosuuden kirjoittaminen ja pohtiminen oli mielenkiintoista. Aikataulu kuitenkin venyi pitkän välimatkan vuoksi, koska kaikki viestintä tapahtui sähköpostitse. Opinnäytetyön ansiosta opin käyttämään Adoben After Effectsia, mikä on osoittautunut jälkeensä hyödylliseksi työelämässä. Lisäksi ymmärrys animaatiosta ja liikkuvasta kuvasta on tuonut rohkeutta hypätä mukaan uusiin haastaviinkin projekteihin.

LÄHTEET

Aaker, David A. 1996. Building strong brands. USA: The Free Press

Adobe Systems Incorporated. *Learn After Effects*. Saatavissa <https://helpx.adobe.com/after-effects.html> Viitattu 29.10.2016.

Bojc, A. 2015. *Triplet 3D*. Saatavissa <http://www.triplet3d.com/the-history-of-motion-graphics> Viitattu 29.10.2016.

Curran, S. 2000. *Motion Graphics: Graphic Design for Broadcast and Film*. Rockport Publishers.

Dave, K. 2016. *Encyclopædia Britannica Online Academic Edition*. *Encyclopædia Britannica Inc.*. Saatavissa <https://fi.wikipedia.org/wiki/Animaatio> Viitattu 1.2.2016.

Efford, M. *Mike Efford Motion Design*. *Marketing With Computer Animation: 7 Reasons Why Your Company*. Saatavissa: <http://www.mike-efford-motion-design.com/7ReasonsWhy1.htm> Viitattu 5.11.2016.

Dowling, Grahame 2001. *Creating corporate reputations*. New York: Oxford University Press.

Jerron, S. 2009. *Adobe After Effects CS5 Digital Classroom*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.

Karen Sullivan, G. S. 2008. *Ideas for the Animated Short*. Focal Press.

Matamala, A., & Orero, P. 2011. Opening Credit Sequences: Audio Describing Films within Films. *International Journal of Translation*, 36 -58.

MGM History. Saatavissa <http://www.mgm.com/#/about/mgm-history> Viitattu 20.2.2017.

Parent, R. 2001. *Computer Animation: Algorithms and Techniques*. San Francisco: Morgan Kaufmann.

Patterson, R. *The Making of Tron*. Saatavissa https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_computer_animation#The_1980s Viitattu 23.10.2016.

Pipes, A. 2003. *Foundations of Art and Design*. London: Laurence King Publishing Ltd.

Pixar. *Our Story*. Saatavissa <http://www.pixar.com/about/Our-Story> Viitattu 30.10.2016.

Production logo. Saatavissa https://en.wikipedia.org/wiki/Production_logo Viitattu 23.2.2017.

Sisilius, T. & *Mediasuunnittelu ja mediaelementtien käyttö*. Saatavissa

<http://matwww.ee.tut.fi/hmopetus/sistuot/luennot/luento9/SisTuotLuento9.pdf> Viitattu 26.2.2017.

TED-Ed. *Animation basics: The optical illusion of motion - TED-Ed*. Saatavissa

<http://ed.ted.com/lessons/animation-basics-the-optical-illusion-of-motion-ted-ed> Viitattu 26.2.2017.

Universal Studios. (2017, 2 23). Retrieved from <https://www.universalpictures.com/about> Viitattu

23.2.2017.

White, T. 2006. *Animation from Pencils to Pixels: Classical Techniques*. London: Focal Press.