

Suomen Taideyhdistyksen visuaalisen ilmeen uudistus

Outi Saukkonen
Lahden muotoiluinstituutti
Pakkaus- ja brändimuotoilu
Syksy 2019

Tiivistelmä

Lahden muotoiluinstituutti
Muotoilun koulutusohjelma
Pakkaus- ja brändimuotoilu
Opinnäytetyö
39 sivua
Suomen Taideyhdistyksen
visuaalisen ilmeen uudistus
Outi Saukkonen
Syksy 2019

Opinnäytetyön tarkoituksena on uudelleenbrändätä Suomen Taideyhdistys luomalla yhdistykselle uusi ehdotus visuaaliseksi identiteetiksi. Asiakkaanani toimii Suomen Taideyhdistys yhteyshenkilöinä Suomen Taideyhdistyksen asiamies Jan Förster ja yhdistyksen sihteeri Anna Kinnunen.

Lopullinen työ sisältää ehdotuksen visuaalisesta identiteetistä uudella typografialla ja brändiväreillä, sekä esimerkkejä ilmeen jalkauttamisesta erilaisiin sovelluksiin, kuten lomakkeistoon, käyntikortteihin, esitteisiin, näyttelyjulisteisiin ja nettisivuihin.

Uudistuksen tarkoituksena on yhtenäistää kaikki Suomen Taideyhdistyksen fyysinen sekä digitaalinen materiaali tunnistettavaksi kokonaisuudeksi. Ilmeen suunnittelun lähtökohtana toimi yhdistyksen historian ja juurien yhdistäminen nykyaikaiseen graafiseen suunnitteluun. Uudella ilmeellä haluttiin lisätä STY:n arvokkuutta ja vedota nuorempaan yleisöön.

Avainsanat: Graafinen suunnittelu, visuaalinen ilme, brändäys

Abstract

Lahti University of Applied Sciences
Institute of Design
Packaging Design and Branding
Thesis
39 pages
Recreating the visual identity
for Finnish Art Society
Outi Saukkonen
Autumn 2019

The objective of my thesis project was to rebrand the Finnish Art Society by creating a proposal for their new visual identity. My client was the Finnish Art Society, with their trustee Jan Förster and their secretary Anna Kinnunen as my contact persons.

My final work includes a proposal for the new visual identity with a new typography and new brand colours and examples of how to use the identity for different applications such as stationary, business cards, brochures, exhibition posters and the website.

The objective of the rebranding was to unite all of the Finnish Art Society's digital and print material in to one recognizable whole. Starting point for the design was to be able to honour the history and roots of the society while combining that to modern graphic design.

Keywords: Graphic design, visual identity, branding

Sisällys

1 – Brändäys	s. 3	5 – Typografia	s. 10
1.1 Brändi	s. 4	5.1 Typografia ja typografiset kontrastit	s. 15
1.2 Uudelleenbrändäys	s. 4	5.2 Ogg	s. 15
2 – Suomen Taideyhdistys	s. 5	5.3 Ogg Italic tehokeinona	s. 16
2.1 STY – Suomen taiteen ensimmäinen tukija	s. 6	5.4 Founders Grotesk	s. 17
2.2 Suomen Taideyhdistyksen logo	s. 6	6 – Logo	s. 18
2.3 Suomen Taideyhdistyksen strategia ja ilmeuudistuksen tavoitteet	s. 6	6.1 Logo ja sen merkitys	s. 19
2.4 Ilmeen nykytilanne	s. 7	6.2 STY:n logo ja sen mittasuhteet	s. 20-21
3 – Ilmeen suunnittelun lähtökohdat – inspiraatio ja visuaaliset referenssit	s. 8	6.3 STY:n logon väri variaatiot	s. 22
3.1 Benchmarkkaus	s. 9	7 – Brändivärit	s. 23-25
3.1.1 Benchmark: Koneen Säätö	s. 9	8 – Ilmeen jalkautus	s. 26
3.1.2 Benchmark: Suomen Taiteilijaseura	s. 10	8.1 Lomakkeisto ja käyntikortit	s. 27-29
3.1.2 Benchmark: Suomen Kulttuurirahasto	s. 10	8.2 Näyttelyjulisteet ja kutsut	s. 20-32
3.2 Moodboard	s. 11	8.3 Jäsenlehti ja nettisivut	s. 33-36
3.3 Tee ja vältä	s. 11	9 – Arviointi ja kehitysehdotukset	s. 37
		10 – Lähteet	

1

Brändäys

1.1 Brändi

1.2 Uudelleenbrändäys

1.1 Brändi

Brändi on enemmän kuin yrityksen logo, identiteetti tai tuote. Se on yleisön perimmäinen tunne yrityksestä tai sen tuotteista ja palveluista. Yritys vaikuttaa brändin syntymiseen kommunikaatiolla, mutta lopulta brändin määrittävät asiakkaat ja se, mitä he sanovat brändin olevan. (Neumeier 2006, 2-2.)

Nykypäivänä osto- ja kulutusvalintamme pohjautuvat enemmän ja enemmän symbolisiin valintoihin. Kuluttaja miettii ostopäätöstä tehdessään tuotteen alkuperää ja valmistajaa tuotteen ominaisuuksien lisäksi. Asiakas ikäänkuin päättää kuulua tiettyyn ”heimoon” sen perusteella, kuinka haluttava tuote on, ja millaiset ihmiset suosivat sitä. Yrityksen sijaan luo jatkuvaa luottamussuhdetta asiakkaisiinsa tuotteidensa ja viestinnänsä avulla. Asiakkaat luottavat brändiin, kun yrityksen lupaukset ja asiakkaan odotukset lunastetaan jatkuvasti. (Neumeier 2006, 8.)

Brändiä määritellessään yrityksen tulisi kysyä itseltään kolme kysymystä: Kuka olet? Mitä teet? Miksi sillä on väliä? Useimpien yritysten on helppo vastata kahteen ensimmäiseen kysymykseen, mutta kolmanteen vastauksen määrittelemineen saattaa olla hankalaa. (Neumeier 2006, 31.) Kuitenkin kolmas kysymys on se, joka pohjimmiltaan tulee määrittämään yrityksen brändin, ja jonka pitäisi välittyä asiakkaalle kirkkaimmin. Kysymys antaa vastauksen sille, mikä on yrityksen *brand benefit*. Brand benefit on termi, joka määrittää sen edun, joka yrityksellä tai brändillä on kilpailijoihinsa verrattuna, ja syyn sille, miksi asiakkaan kannattaa valita kyseinen brändi. (Neumeier 2006, 160.)

”Brändin luomiseen tarvitaan kokonainen kylä”, sanoo Neumeier. Brändin parissa työskentelevät niin yrityksen johtajat ja markkinointihenkilöt, kuin suunnittelu- ja mainostoimistot, PR-toimistot ja tutkijatkin. Oman osansa brändin kehitykseen tuovat tietenkin asiakkaat jatkuvasti vahvistuvalla äänellään ja mediakanavillaan. Brändi ei siis kehity eristyksissä, vaan se on usean ihmisen yhteistyön ja vuorovaikutuksen pitkäaikainen tuotos. (Neumeier 2006, 51.)

1.2. Uudelleenbrändäys

Brändäyksen syy on yrityksen pyrkimys luoda arvoa ilahduttamalla asikkaitaan, jotta näitä olisi enemmän, he ostaisivat enemmän ja maksaisivat enemmän yrityksen tuotteista ja palveluista. Kuitenkin jos yritys lupaa enemmän kuin se itseasiassa onkaan, saattaa tulos olla päinvastainen: asiakaskunta harvenee, ja heidän ostokäyttäytymisensä vähenee. (Neumeier 2007, 19). Jotta yritys pysyy relevanttina ja yritys kykenee lunastamaan lupauksensa pitkällä aikavälillä, voi brändin määrittäminen uudelleen olla paikallaan.

Uudelleenbrändäys tarkoittaa siis brändin määrittämistä uudelleen silloin, kun sellainen on jo olemassa. Brändin historian ymmärtäminen ja tutkiminen on tässä erittäin tärkeässä roolissa, sillä historia on aina läsnä uudelleenbrändäyksessä. Suunnittelijan tulisikin aina tutkia, voisiko se ottaa mukaansa jotakin olemassa olevaa brändin menneisyydestä. (Wheeler 2009, 108.)

2

Suomen Taideyhdistys

- 2.1 STY – Suomen ensimmäinen taiteen tukija
- 2.2 Suomen Taideyhdistyksen logo
- 2.3 Suomen Taideyhdistyksen strategia ja ilmeuudistuksen tavoitteet
- 2.4. Ilmeen nykytilanne

2.1 STY – Suomen ensimmäinen taiteen tukija

Suomen Taideyhdistys on perustettu vuonna 1846. Sen tehtävänä on alusta saakka ollut suomalaisen taiteen tukeminen ja sen tuntemuksen sekä harrastuksen edistäminen. Yhdistyksen toimintaan kuuluu apurahojen ja palkintojen jakaminen kuvataiteilijoille ja taidearvostelijoille, näyttelyiden ja tapahtumien järjestäminen ja niihin liittyvän tutkimuksellisen kirjallisuuden julkaisu, sekä vuosittaiset taidearpajaiset ja teosten hankkiminen sinne. Yhdistykseen voi liittyä kuka tahansa ja vuonna 2018 jäseniä oli 1510 kappaletta. (<https://suomentaideyhdistys.fi/info/yhdistys-toiminta/>, 5.5.2019)

STY perustettiin aikana, jolloin Suomessa ei ollut taidemuseoita eikä vakituisia taidenäyttelyitä. Yhdistys perustettiin siis luomaan perusta Suomen taide-elämälle. Taideyhdistysliike oli siihen aikaan eurooppalainen ilmiö, ja sen avulla saatiin keskitettyä yhteiskunnalliset tahot, jotka mahdollistivat pohjan kansalliselle kulttuurille. (<https://suomentaideyhdistys.fi/info/historia/>, 5.5.2019)

2.2 STY:n logo

Suomen taideyhdistyksen logo on myös suunniteltu vuonna 1846. Se on suunnitellut Akseli Gallen-Kallela. Logo on Kalevala -aiheinen, ja logossa Kullervo kaivertaa kuvia puunrunkoon. (Kallio 2006, 17)

2.3 Suomen Taideyhdistyksen strategia ja ilmeuudistuksen tavoitteet

Suomen Taideyhdistyksen strategiaa on päivitetty viimeksi vuonna 2018.

STY:n strategian mukaan kuvataiteen asema verrattuna muihin taiteisiin on Suomessa vahva. Suurin uhka on koulutettujen kuvataiteilijoiden heikot ansaintamahdollisuudet. Kuvataiteilijoita on Suomessa enemmän kuin koskaan, mutta samaan aikaan kuvataiteen näkyvyys mediassa on vähentymään päin, mutta toisaalta on tapahtumassa myös uusiin medioihin siirtyminen. Kuvataidetta, museoita ja näyttelyitä tuetaan valtion puolelta kohtuullisesti. Pääkaupunkiseudun kuvataidetarjonta on lisääntymässä, kun taas haja-seudun tarjonta vähenee. (<https://suomentaideyhdistys.fi/info/yhdistys-toiminta/>, 5.5.2019)

Suomen Taideyhdistyksen Ilmeen nykytilan koetaan olevan sekava ja vanhentunut. Suomen Taideyhdistyksen materiaaleja tekee tällä hetkellä useampi henkilö, ja graafista ohjeistusta ei ole määritelty kovin tarkasti. Tämä johtaa yhteneväisyyden puuttumiseen ja brändin tunnistettavuuden heikkenemiseen.

Ilmeuudistuksen tavoitteena on luoda yhtenäinen visuaalinen ilme kaikelle Suomen Taideyhdistyksen visuaaliselle materiaalille. Ilmeuudistuksen tavoitteena ei ole kannatamäärän tai taloudellisen menestyksen kasvattaminen. Kuitenkin yhdistyksen kannattajien ikäluokan ollessa hyvinkin korkea, tulisi brändin ja uuden visuaalisen ilmeen olla moderni ja nuorempaan ikäluokkaan vetoava. Ilmeeltä haetaan myös ajatonta arvokkuutta.

2.4 Ilmeen nykytilanne

Nykyisen ilmeen sovelluksia.



Kuva 1: STY:n logo.

ETUSIVU INFOA TAPAHTUMAT APURAHAT & PALKINNOT JÄSENET HAE FI SE EN

SUOMEN TAIDEYHDISTYS

Paul Osipow
HELSINGIN TAIDEHALLI
26.1.-24.3.2019

Suomalaisen kuvataiteen keskeisiin maalareihin lukeutuvan Paul Osipowin laajassa retrospektiivisessä näyttelyssä nähdään vaikuttava poikkeileikkaus taiteilijan tuotantoa. Jo varhain tehdyt ulkomaanmatkat Eurooppaan ja Yhdysvaltoihin ovat vaikuttaneet merkittävästi taiteilijan tuotantoon, ja Osipow ammentaa vahvasti taiteen historiasta, niin modernismista kuin antiikista. Taidehallissa avautuvassa näyttelyssä on nähtävillä taiteilijan geometrisiä ja vapaamuotoisia abstraktioita sekä figuratiivisia klassisia aiheita, kuten ruoka-asetelmiä sekä naisfiguureja, 1960-luvulta tähän päivään.

LUE LISÄÄ >

Vuoden 2018 teosarpajaiset Kaapelitehtaalla 31.1.2019

Suomen Taideyhdistys hankkii joka vuosi noin sata taideteosta, jotka arvotaan vuoden päätteeksi jäsenen kesken. Kuluneen vuoden arpajaisvoittajat julkietaan perinteisessä iltajuhlassa seuraavan vuoden alussa. Lisäksi iltajuhlassa arvotaan palkin päällä vielä parikymmentä taideteosta vain tilaisuuteen osallistujien kesken. Muistathan ilmoittautua tilaisuuteen viimeistään 25.1.2019!

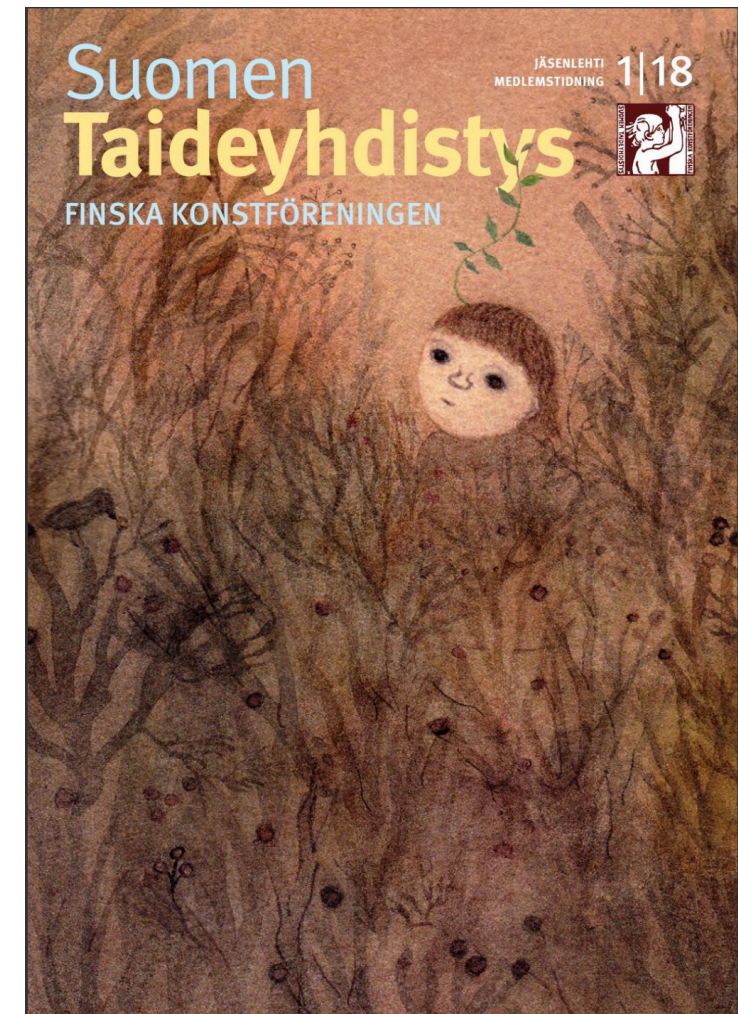
LUE LISÄÄ >

Baletticroquis
HELSINGIN TAIDEHALLI
21.2., 28.2., 7.3. JA 14.3.

Suomen Taideyhdistyksen järjestämässä liikecroquis'ssa keskitytään havainnoimaan baletin tarjoamia liikkeitä ja balettiansijan kehon anatomista rakennetta. Omat piirustusvälineet mukaan. Osallistumismaksu 8 € / STY:n jäsenille 5 €.

LUE LISÄÄ >

Kuva 2: Näyttökuvaa STY:n sivuilta.



Kuva 3: STY:n jäsenlehden numero 1/18 kansi.

3

Ilmeen suunnittelun lähtökohdat – inspiraatio ja visuaaliset referenssit

3.1 Benchmarkkaus

3.2 Moodboard

3.3 Tee ja vältä

3.1 Benchmarking

'Benchmarking' eli vertailuanalyysi on prosessi, jonka tarkoituksena on verrata kehitysvaiheessa olevaa projektia toiseen olemassaolevaan, samankaltaiseen ja mahdollisesti omaa projektia jossain suhteessa parempaan tuotokseen. Vertailukohteet ovat usein saman alan projekteja. Vertailun tarkoituksena on oppia esikuvilta, välttää samankaltaisuudet ja löytää oman projektin tai prosessin heikkoudet. (<https://www.uef.fi/benchmarking>, 15.3.2019)

Tämän projektin benchmarkingissa keskityin suomalaisten taidesäätiöiden ja rahoituksia myöntävien tahojen visuaalisten ilmeiden analysointiin.

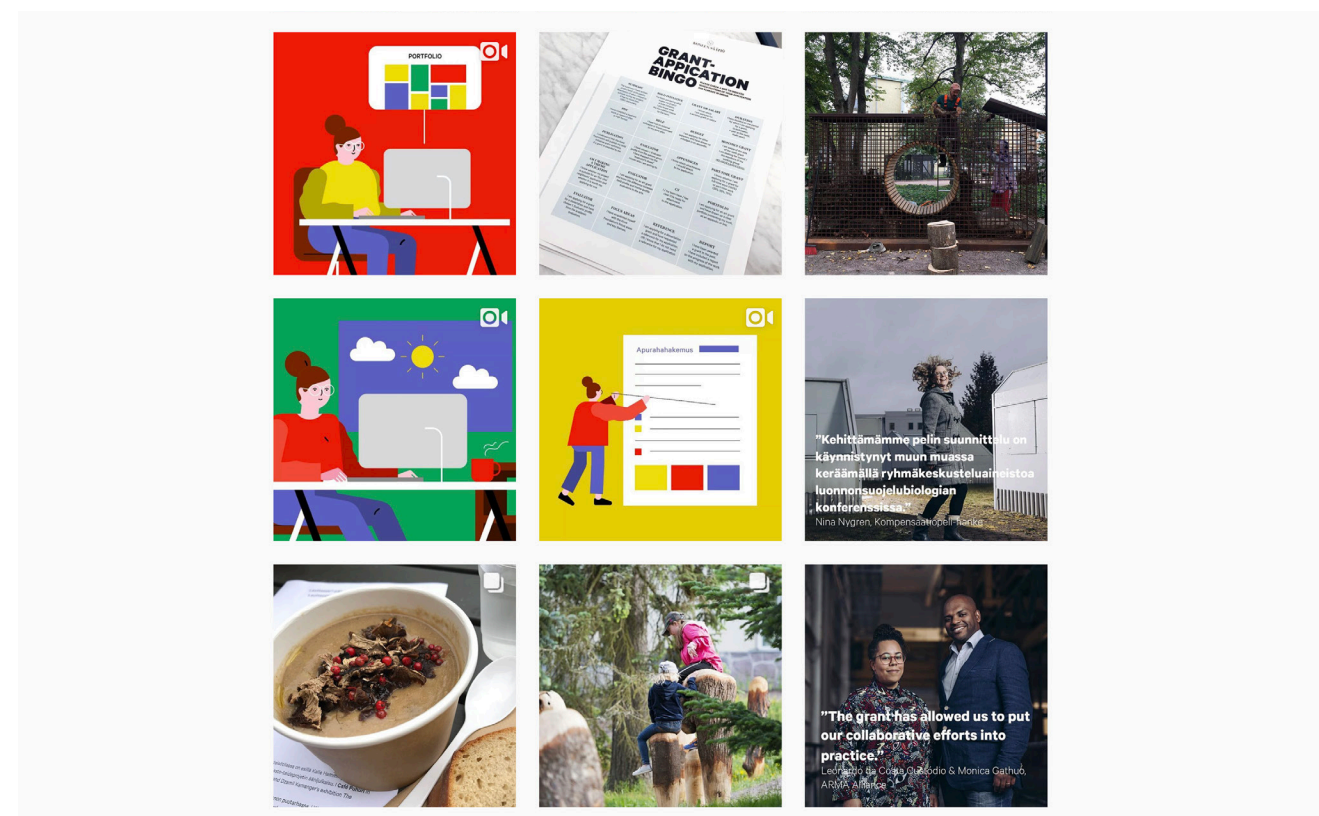


Kuva 4: Näyttökuvaa Koneen Säätiön nettisivuilta.

3.1.1 Benchmark: Koneen Säätiö

Koneen Säätiö on itsenäinen järjestö, jonka tarkoituksena on tukea taidetta ja tiedettä myöntämällä vuosittaisia apurahoja sekä ylläpitämällä taiteilija- ja tutkijaresidenssiä. (<https://koneensaatio.fi/meista/>, 15.3.2019)

Koneen Säätiö on visuaalisuudeltaan raikas ja moderni. Säätiö on ottanut sisällöntuotossaan haltuun nykymedian, joka käy ilmi mm. säätiön nettisivuilta löytyvästä sisällöstä, kuten podcasteista, blogista ja laadukkaista artikkeleista. Koneen Säätiöllä on myös aktiivinen Instagram -tili, jonka sisältää vartavasten säätiötä varten kuvitettuja lyhyitä informatiivisia videoita sekä laadukkaita valokuvia.



Kuva 5: Näyttökuvaa Koneen Säätiön Instagram -sivulta.

3.1.2 Benchmark: Suomen Taiteilijaseura

Suomen Taiteilijaseura on vuonna 1864 perustettu seura, jonka tavoitteena oli yhdistää kulttuurin eri aloja. Jäseniksi otettiin kirjailijoita, kuvataiteilijoita, arkkitehtejä ja säveltäjiä sekä taiteen ystäviä. Nykyään Suomen Taiteilijaseura korostaa tehtävänsä kuvataiteen asiantuntijana, vaikuttajana ja ammattikuvataiteilijoiden puolestapuhujana osallistumalla yhteiskunnalliseen keskusteluun, tuottamalla neuvonta- ja asiantuntijapalveluita ja edistämällä alan koulutusta. (<https://artists.fi/seura/seura-organisaatio/>, 15.3.2019)

Suomen Taiteilijaseuran visuaalinen ilme koostuu logos- ta ja brändiväreistä.



Haku:

Fi / En / Sv

SEURA AJANKOHTAISTA TAITEILIJALLE PALVELUT JA EDUT KUVATAIDE

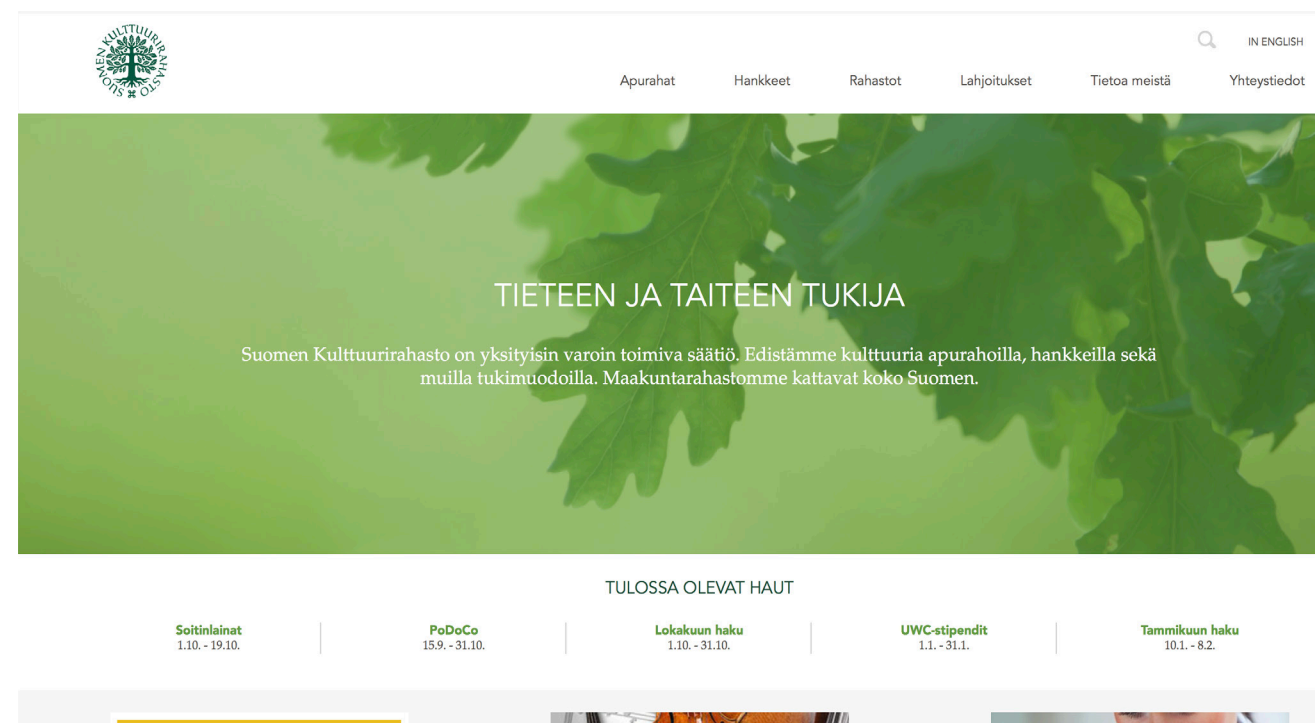


Kuva 6: Näyttökuvaa Suomen Taiteilijaseuran nettisivun alkunäkymästä.

3.1.3 Benchmark: Suomen Kulttuurirahasto

Suomen Kulttuurirahasto tukee kulttuuria apurahoilla ja hankkeilla. Se on yksityisin varoin toimiva rahasto. (<https://skr.fi/>, 15.3.2019)

Suomen kulttuurirahaston ilme koostuu logosta ja erisävyisistä vihreistä väreistä. Suomen kulttuurirahastolla on myös melko aktiivinen Instagram -tili, johon päivittyy lähinnä kuvia rahaston tukemista tapahtumista. Instagram -tilillä ei näy erityisesti Suomen Kulttuurirahaston graafinen ilme.



Kuva 7: Näyttökuvaa Suomen Kulttuurirahaston nettisivun alkunäkymästä.

3.2 Moodboard

Moodboard on kollaasi ideoita, värejä, tuotteita ja materiaaleja. Moodboard välittää tunnetilaa, johon suunnittelu tähtää. Se on nopea ja helppo tapa antaa asiakalle idea siitä, mihin suuntaan suunnittelija on työssään lähdössä. (https://www.designingbuildings.co.uk/wiki/Mood_board, 23.5.2019)

Esitin asiakkaalle moodboardin visuaalisen ilmeen tyylistä. Valitsin moodboardiin maanläheisiä värejä kuten beigeä, harmaata, valkoista ja mustaa. Moodboard keskittyy lähinnä painotuotteisiin ja tuotteisiin, joita Suomen Taideyhdistys käytännössä kaipaa; näin asiakkaan oli helpompi saada käytännönläheinen käsitys suunnitelmistani. Materiaaleina toimivat mattapintaiset ja paksut painomateriaalit. Moodboardissa on myös esitetty erityisiä painotekniikoita, kuten foliointia ja preeglausta, eli kohopainantaa. Asiakas hyväksyi moodboardissa määrittelemäni tyylin, eikä halunnut lisätä tai muuttaa siitä mitään.

Moodboardin miellyttäessä asiakasta lähdin suunnittelemaan ilmettä. Asiakas ei halunnut varsinaisesti osallistua suunnitteluun järjestämällä tapaamisia suunnittelutyön edetessä, vaan he halusivat antaa vapaat kädet suunnittelutyöhön ja nähdä lopputuloksen.

3.3 Tee ja vältä

Tee ja vältä on luotu kuvalliseksi kerronnaksi siitä, mitä Suomen Taideyhdistyksen brändin pitäisi olla. Tällä keinolla pystyin esittämään asiakkaalle käsitystä siitä, mitä tunteita ja kokemuksia visuaalisen ilmeen pitäisi herättää katsojassaan. Vertaukset olivat toimivia samalle viivalle pääsyssä asiakkaan kanssa. Halusin korostaa ilmeen tähtäävän arvokkuuteen, klassisuuteen ja minimalismiin, välttäen räikeitä ja sekavia ratkaisuja.



Kuva 8



Kuva 8



Kuva 10

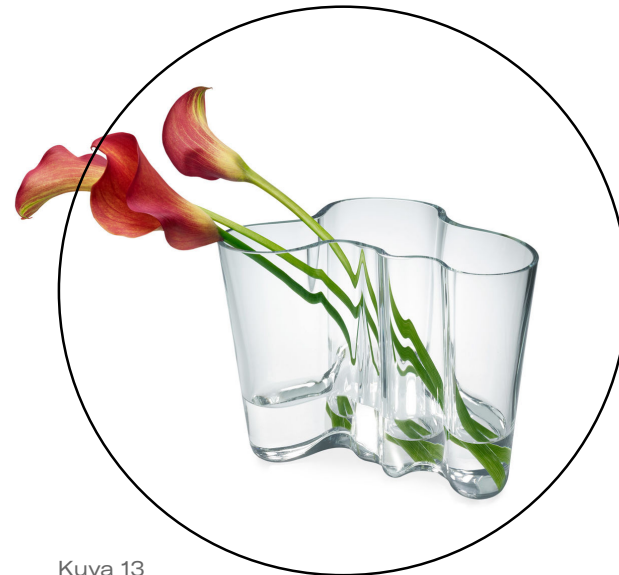


Kuva 11



Kuva 12

Selkeä, arvokas



Kuva 13

Sekava, halpa



Kuva 14

Klassikko



Kuva 15

Kertakäyttöinen



Kuva 16

Seesteinen, 'less is more'



Kuva 17

Räikeä, 'more is more'



Kuva 18

4

Typografia

4.1 Typografia ja typografinen kontrasti

4.2 Ogg

4.3 Ogg Italic tehokeinona

4.4 Founders Grotesk

ABCDEFGHI
JKLMNOPQRS
TUVWXYZ

abcdefghi
jklmnopqrs
tuvwxyz

4.1 Typografia ja typografinen kontrasti

Typografia sanana juontaa kreikan sanoihin *typos* ja *grafein*. Typos on tarkoittanut sanana leimaa, jäljennöstä ja kuvaa, Grafein taas on merkinnyt kirjoittamista. Typografialla on tarkoitettu kirjapainotaittoa, mutta nykypäivänä merkitys on laajempi ja muuttunut moneen otteeseen. (Itkonen 2012, 11.)

Luettavuuden lisäksi typografiassa on tärkeää kontrasti ja hyvä typografia onkin sekä taidetta että viestintää. Ilman kontrastia ei ole rytmiä, ja ilman rytmiä lukijan mielenkiinto sammuu nopeasti. Tärkeimpiä keinoja kontrastin luomiseen ovat kokokontrasti, muotokontrasti, vahvuuskontrasti ja värikontrasti. (Itkonen 2012, 88.)

Suomen Taideyhdistyksen ilmeen typografiaksi valikoitui kaksi kirjasinperhettä; toinen päätteellinen antikva ja toinen päätteetön groteski. Molemmilla on omat käyttötarkoituksensa, ja näin kontrastin luominen helpottuu. Ilmeen typografian käyttö nojaa erityisesti muotokontrastiin ja kokokontrastiin.

4.2 Ogg

Ogg-kirjasinperheen suunnitellut kirjasinsuunnittelija Lucas Sharp vuonna 2013. Se on inspiroitunut 1900-luvun kirjasuunnittelijasta ja kalligrafian tekijästä Oscar Oggista. (<https://sharptype.co/typefaces/ogg/#about>, 24.4.2019) Historiaan nojaavalla fontilla Suomen Taideyhdistyksen uusi visuaalinen ilme voidaan sitoa sen pitkään historiaan.

Ogg -fonttia käytetään ilmeessä suurikokoisena otsikoissa ja pienempänä tietyissä typografisissa yksityiskohdissa.



4.3 Ogg Italic tehokeinona

Ogg -fonttiperheeseen kuuluu myös Ogg Italic, jonka kirjainten pitkät kalligrafiaa korostavat päätteet luovat ekspressiivisen ja tunnistettavan lisän ilmeen typografiaan.



ABCDEFGHI
JKLMNOPQRS
TUVWXYZ

abcdefghi
jklmnopqrs
tuvwxyz

4.4 Founders Grotesk

Founders Grotesk on suunniteltu vuonna 2013 ja sen on suunnitellut Klim Type Foundry. Founders Grotesk on päätteetön ja moderni fontti, jota ilmeen mukaisesti käytetään leipätekstinä ja pääasiallisena fonttina virallisemmissä yhteyksissä, kuten lomakkeistossa ja asiakirjoissa. Sen välistys on tiukka, ja näin ollen asiakkaan toiveen mukaisesti suurempi määrä tekstiä saadaan mahdutettua pienemmälle alueelle esimerkiksi lomakkeissa ja kirjeissä. Founders Groteskia käytetään myös STY:n logossa.

Suomen Taideyhdistys
Suomen Taideyhdistys
Suomen Taideyhdistys
Suomen Taideyhdistys
Suomen Taideyhdistys

Suomen Taideyhdistys
Suomen Taideyhdistys
Suomen Taideyhdistys
Suomen Taideyhdistys
Suomen Taideyhdistys

5

Logo

5.1 Logo ja sen merkitys

5.2 STY:n logon tekstiosion mittasuhteet

5.3 STY:n logon väri variaatiot

5.1 Logo ja sen merkitys

Termi logo tulee kreikan sanasta *logos*, jolla tarkoitetaan sanaa. Logo on liikemerkki, jolle on määritelty tietty graafinen esitystapa. Logo on symboli brändille. (Neumeier 2006, 1)

Ilmeuudistus kunnioittaa alkuperäistä Akseli Gallen-Kallelan luomaa logoa. Asiakkaan toiveesta logon kuvallista osuutta ei muutettu. Kuvitus on erittäin yksityiskohtainen ja soti estetiikallaan modernia ja nuorekkaampaan tähtäävää ilmeuudistusta vastaan. Lähestyin tätä ongelmaa ilmeen suunnittelussa käyttämällä logoa sovelluksissa pääasiassa erilaisissa kohopainoissa ja folioinneissa. Modernisoin logoa yhdistämällä kuvaan tekstin uudella ilmeen mukaisella fontilla.

Logon pääsiallisia käyttövärejä ovat määritetyt brändivärit. Ilman tekstiä olevaa logoa pyritään hyödyntämään printtimateriaaleissa erilaisia koho- ja foliointipainotekniikoita käyttäen, lisäten näin logon historiallista arvokkuutta.

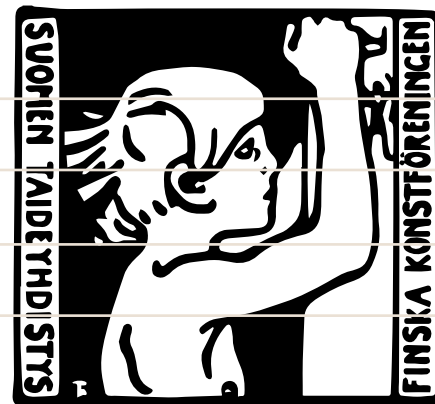


STY:n logo



Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society

STY:n logon
tekstiosion mittasuhteet



Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society

STY:n logon väri variaatiot



**Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society**



**Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society**



**Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society**



7

Brändivärit

Valkoinen

Kivi

Hiekka

Musta

7 Brändivärit

Lähdin hakemaan brändiväreiksi maanläheisiä sävyjä. Suomen Taideyhdistyksen brändivärit ovat neutraalit ja arvokkaat. Värimaailma ei dominoi STY:n esille tuomaa taidekuvastoa vaan toimii sen pohjana. Musta ja valkoinen toimivat värikylläisten teosten kanssa, kun taas harmaa ja beige korostavat murrettuja sävyjä teoksissa.

Seuraavalla sivulla on esitetty brändivärit käytössä teoskuvien pohjana.



Kuva 20



Kuva 21



Kuva 22



Kuva 23

8

Ilmeen jalkautus

8.1 Lomakkeisto ja käyntikortit

8.2 Näyttelyjulisteet ja kutsut

8.3 Suomen Taideyhdistyksen jäsenlehti

8.4 Suomen Taideyhdistyksen nettisivu

suscipit sem libero nec erat. Aliquam erat vo-
stusiltoja on järjestetty vuodesta 1973 alkaen.

iteilijoille vuonna 1847.


ictetuer adipiscing elit. Sed posuere interdum
er quis, lacinia quis facilisis sed sapien. Mauris
ctus auctor vitae, consectetuer et venenatis
tincidunt et eleifend nec lacus. Donec ultric
i.

: et eleifend nec lacus. Donec ultricies nisl ut
psum ligula ut hendrerit mollis, ipsum erat ve
nec erat.

llis, ipsum erat vehicula risus, eu suscipit

ictetuer adipiscing elit. Sed posuere interdum
er quis, lacinia quis facilisis sed sapien. Mauris
ctus auctor vitae, consectetuer et venenatis
tincidunt et eleifend nec lacus. Donec ultric
i.

: et eleifend nec lacus. Donec ultricies nisl ut
psum ligula ut hendrerit mollis, ipsum erat ve
nec erat.

 +358 45 7731 4315
info@suomentaideyhdistys.fi
www.suomentaideyhdistys.fi



Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society




Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society

8 Ilmeen jalkautus

Ilmeen jalkautuksen esimerkit keskittyvät vahvasti printtime-
diaan, sillä se on edelleen media jossa Suomen Taideyhdistys
pääasiallisesti toimii.

8.1 Lomakkeisto ja käyntikortit

Lomakkeistossa on asiakkaan toiveen mukaisesti pysytty
hillityssä toteutuksessa, jossa esiintyvät vain tärkeimmät ele-
mentit; logo ja yhteystiedot. Käyntikorteissa nimi on esitetty
isokokoisena, ja efektinä korttiin on painettu logo joko koho-
kuvioinnilla tai folioinnilla.

 Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society

2018


Suomen Taideyhdistys perustettiin vuonna 1846 vahvistamaan kotimaistakuvataidekenttää. Yhdistyksen tavoitteena oli tukea ammattitaitelijoiden kehittymistä ja yleison taideharrastuneisuutta. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed posuere interdum sem. Quisque ligula eros ullamcorper quis, lacinia quis facilisis sed sapien. Mauris varius diam vitae arcu. Sed arcu lectus auctor vitae, consectetur et venenatis eget velit. Sed augue orci, lacinia eu tincidunt et eleifend nec lacus. Donec ultricies nisl ut felis, suspendisse potenti. Lorem ipsum ligula ut hendrerit mollis, ipsum erat vehicula risus, eu suscipit sem libero nec erat. Aliquam erat volutpat. Suomen Taideyhdistyksen piirustusiltoja on järjestetty vuodesta 1973 alkaen.

- STY jakoi ensimmäiset stipendit taitelijoille vuonna 1847.
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed posuere interdum sem. Quisque ligula eros ullamcorper quis, lacinia quis facilisis sed sapien. Mauris varius diam vitae arcu. Sed arcu lectus auctor vitae, consectetur et venenatis eget velit. Sed augue orci, lacinia eu tincidunt et eleifend nec lacus. Donec ultricies nisl ut felis, suspendisse potenti.
- Sed augue orci, lacinia eu tincidunt et eleifend nec lacus. Donec ultricies nisl ut felis, suspendisse potenti. Lorem ipsum ligula ut hendrerit mollis, ipsum erat vehicula risus, eu suscipit sem libero nec erat.
- Lorem ipsum ligula ut hendrerit mollis, ipsum erat vehicula risus, eu suscipit sem libero nec erat.
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed posuere interdum sem. Quisque ligula eros ullamcorper quis, lacinia quis facilisis sed sapien. Mauris varius diam vitae arcu. Sed arcu lectus auctor vitae, consectetur et venenatis eget velit. Sed augue orci, lacinia eu tincidunt et eleifend nec lacus. Donec ultricies nisl ut felis, suspendisse potenti.
- Sed augue orci, lacinia eu tincidunt et eleifend nec lacus. Donec ultricies nisl ut felis, suspendisse potenti. Lorem ipsum ligula ut hendrerit mollis, ipsum erat vehicula risus, eu suscipit sem libero nec erat.

Osake: c/o Helsingin Taidehalli Info: +358 45 7731 4315
Nervanderinkatu 3 info@suomentaideyhdistys.fi
00100 Helsinki www.suomentaideyhdistys.fi

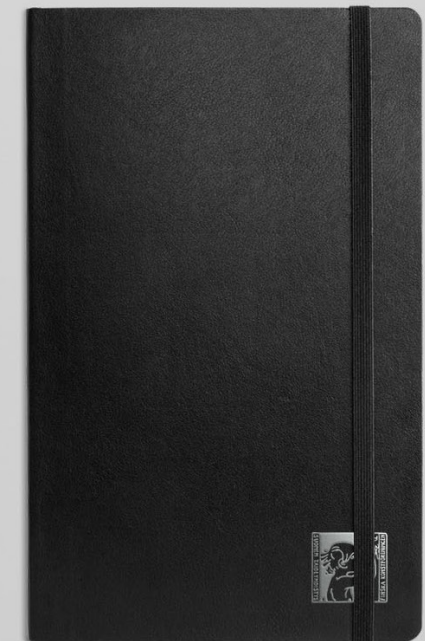
 Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society



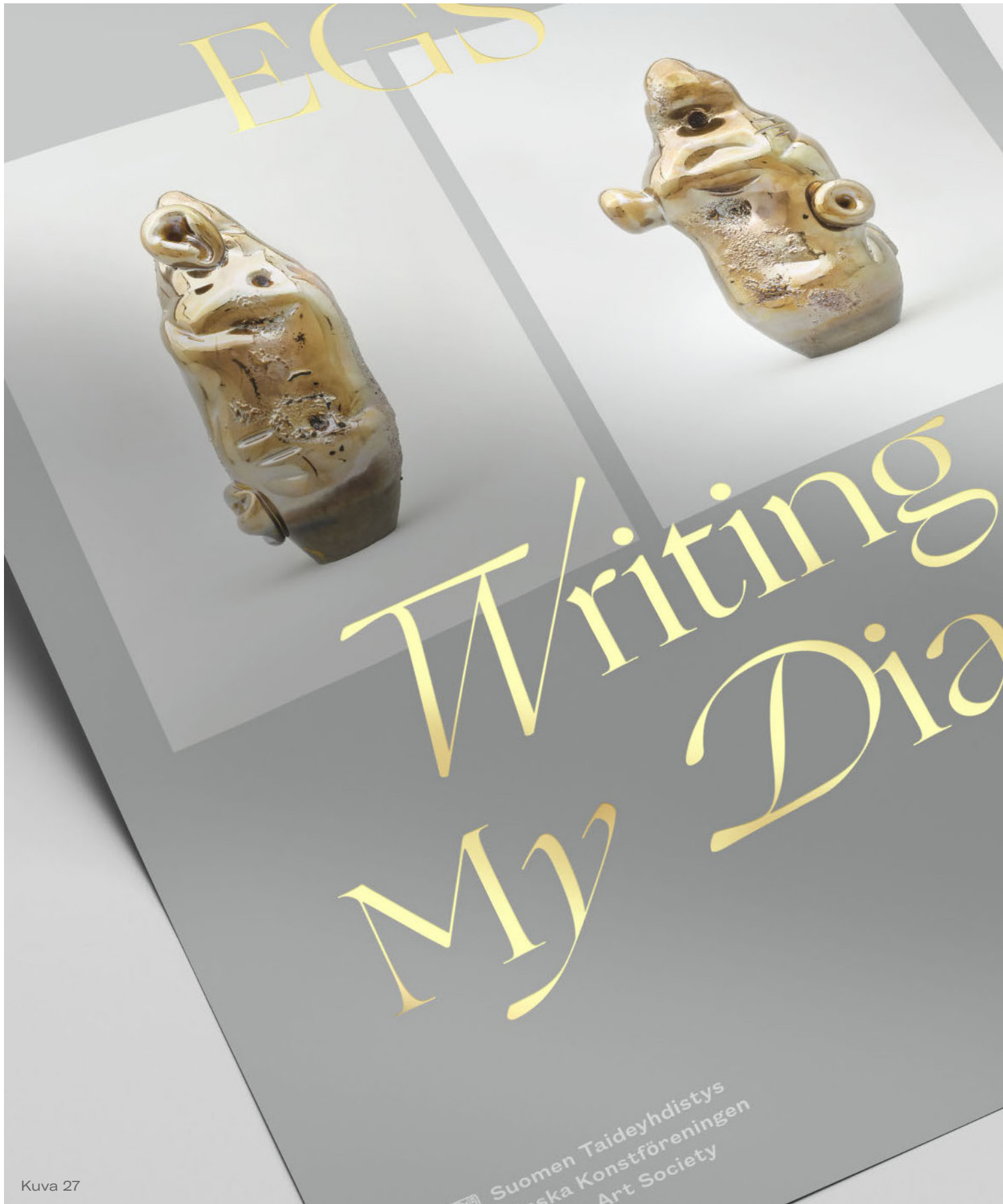
 Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society

c/o Helsingin Taidehalli
Nervanderinkatu 3
00100 Helsinki

+358 45 7731 4315
info@suomentaideyhdistys.fi
www.suomentaideyhdistys.fi







8.2 Näyttelyjulisteet ja kutsut

Näyttelyjulisteiden esimerkit koskevat näyttelyitä, joita Suomen Taideyhdistys on järjestänyt Taidehallissa menneinä vuosina. Julisteet noudattavat sarjallisuutta, ja tarkoituksena on vuosi vuodelta vahvistaa julisteen tunnettavuutta. Julisteisiin on sisällytetty Suomen Taideyhdistyksen logon lisäksi Helsingin Taidehallin logo, sillä STY:n vuosittaiset näyttelyt järjestetään perinteisesti Taidehallissa. Julisteiden typografiassa on käytetty Ogg -fonttia, ja lisätty tehokeinona ja tunnistettavuutta lisäävänä tekijänä Ogg Italic -leikkaus tiettyjen kirjainten paikalle.

Kutsu noudattaa jo tuttuja elementtejä; brändivärejä, kohokuviontia, foliointia ja logon asettelua. Esimerkin kutsu koskee Suomen Taideyhdistyksen vuosittain järjestämiä teosarpajaisia.

13.1.–25.2.2018

Helsingin Taidehallissa

EGS



Writing
My Diary

Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society



28.1.–5.3.2017

Helsingin Taidehallissa

Gronlund
Nisunen



Grey
Area

Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society



23.1.–13.3.2016

Helsingin Taidehallissa

Jussí
Heikkilá



Observationes

Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society







8.3 Suomen Taideyhdistyksen jäsenlehti

Halusin luoda jäsenlehdestä arvokkaan julkaisun. Lehti on paksu, se on painettu painavalle ja mattapintaiselle paperille. Lehden kanteen on preeglattu Akseli Gallen-Kallelan luoma logo, ja lehden numero on painettu kanteen suurikokoisesti Ogg -fontilla. Julisteiden tapaan myös lehden eri numerot noudattavat sarjallisuutta. Ideana oli luoda lehdestä kerättävä esine, jota voisi säilyttää hyllyssä jo sen estetiikan takia.

Lehden sisältö on kahdella kielellä; suomeksi ja ruotsiksi. Kielet on eroteltu tekstin eri sävyillä. Kuvat pyritään esittämään laadukkaina ja suurikokoisina.

8.4 Suomen Taideyhdistyksen nettisivu

Nettisivu on noudattaa nykyistä polkua ja sisältää samat asiat. Suomen Taideyhdistyksen uutiset ja ajankohtaiset asiat löytyvät heti etusivulta, ja muut osiot yläpalkkien takaa. Sivun taittoa on selkeytetty ja sinne on tuotu uuden ilmeen värejä ja elementtejä.



Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society

2018

1/18

Jasenlehti

Medlemstidning



Suomen Taideyhdistys
Finska Konstföreningen
Finnish Art Society

2018

2/18

Jasenlehti

Medlemstidning



[Etusivu](#)

[Infoa](#)

[Tapahtumat](#)

[Apurahat & Palkinnot](#)

[Jasenyys](#)

[🔍](#) [Fi](#) [Se](#) [En](#)

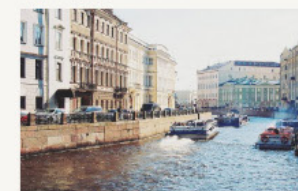
Suomen Taideyhdistys

STY tuo Paul Osipowin ja
Anu Tuomisen näyttelyt
Helsingin Taidehalliin

[Lue lisää](#)



Malli ja soitin



Jäsenmatka



Kirja EGS

MacBook

9 – Arviointi ja kehitysehdotukset

Sain STY:n sihteeriltä palautetta luomastani uudesta visuaalisesta ilmeestä. Ilmeessä pidettiin erityisesti päätteettömästä Founders Grotesk-fontista ja keuhuttiin etenkin lomakkeistoa luonnehtien sitä selkeäksi, kauniiksi ja lukijaystävälliseksi verrattuna nykyisiin kirjelomakkeisiin ja -kuoriin. Lomakkeistossa esitetystä muistivihkosta kuitenkin häiritsi logon päälle tuleva kuminauha ja esitettyjen pääsylipputarrojen kustannus mietitytti.

Värimaailmaa kuvailtiin arvokkaaksi ja juhlavaksi, etenkin jos sen yhteydessä käytetään erikoispainatuksia, kuten julisteissa ja kutsuissa on esitetty. Vaikka värimaailma antaa oikean kuvan vanhasta ja kunnianarvoisesta yhdistyksestä, mietityttää vetoaako värimaailma nuoriin taiteen ystäviin. Neutraalien värien vahvuutena pidetään kuitenkin ajattomuutta.

Kaikissa esitetyissä sovelluksissa miellytti erityisesti logon preeglaus sekä kaikkien sovellusten yhteinäisyys ja sarrjallisuus. Palaute keskittyi kokonaisuudessaan enemmän yksityiskohtiin, kuin ilmeen konseptiin. Pohdittiin esimerkiksi, mahtuuko kaikki tarpeellinen teksti käyntikorttiin esitetyllä asettelulla tai nousisivatko uusien, jämäkämpien lehtien postituskulut.

Kokonaisuudessaan palaute oli kuitenkin positiivista. Koen mietityttämään jääneiden seikkojen olevan ratkaistavissa, mikäli ilme joskus päätyisi toteutettavaksi. Olen itse tyytyväinen suunnittelemani ilmeeseen. Mielestäni se on linjassa Suomen Taideyhdistyksen tavoitteiden ja arvojen kanssa. Onnistuin tuomaan pitkän historian omaavaan logon tähän päivään ja yhdistämään sen aikaa kestävään identiteettiin.

10 – Lähteet

Verkkolähteet

Suomen Taideyhdistys (viitattu 5.5.2019)
<https://suomentaideyhdistys.fi/info/yhdistys-toiminta/>
<https://suomentaideyhdistys.fi/info/historia/>

Itä-Suomen Yliopisto (viitattu 15.3.2019)
<https://www.uef.fi/benchmarking>

Koneen Säätiö (viitattu 15.3.2019)
<https://koneensaatio.fi/meista/>

Suomen Taiteilijaseura (viitattu 15.3.2019)
<https://artists.fi/seura/seura-organisaatio/>

Suomen Kulttuurirahasto (viitattu 15.3.2019)
<https://skr.fi/>

Designing Buildings Wiki (viitattu 23.5.2019)
https://www.designingbuildings.co.uk/wiki/Mood_board

Sharp Type (viitattu 24.4.2019)
<https://sharptype.co/typefaces/ogg/#about>

Kirjallisuuslähteet

Itkonen, M. 2012. Typografian käsikirja. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Kallio, R. 2006. Dukaatti – Suomen Taideyhdistys 1846-2006. Porvoo: WS Bookwell Oy

Neumeier, M. 2006. The Brand Gap. Berkeley, CA: New Riders.

Neumeier, M. 2007. Zag. Berkeley, CA: New Riders.

Wheeler, A. 2009. Designing Brand Identity. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Kuvalähteet

- Kuva 1: Suomen Taideyhdistys <https://suomentaideyhdistys.fi/> (viitattu 2.10.2018)
- Kuva 2: Suomen Taideyhdistys <https://suomentaideyhdistys.fi/> (viitattu 2.10.2018)
- Kuva 3: Suomen Taideyhdistys <https://suomentaideyhdistys.fi/members/jasenlehti/> (viitattu 2.10.2018)
- Kuva 4: Koneen Säätiö, <https://koneensaatio.fi/> (viitattu 2.2.2019)
- Kuva 5: Koneen Säätiö Instagram, <https://www.instagram.com/koneensaatio/> (viitattu 2.2.2019)
- Kuva 6: Suomen Taiteilijaseura, <https://artists.fi/> (viitattu 2.2.2019)
- Kuva 7: Suomen Kulttuurirahasto, <https://skr.fi/> (viitattu 2.2.2019)
- Kuva 8: Difente_info Instagram, <https://www.instagram.com/p/BCaP05XJVkS/> (viitattu 5.2.2018)
- Kuva 9: Behance, <https://www.behance.net/gallery/15633351/Pure-Design-Consultancy> (viitattu 5.2.2018)
- Kuva 10: Design Ranch, <https://www.design-ranch.com/our-work/lux-naturalis-gala-invitation/> (viitattu 5.2.2018)
- Kuva 11: Qubik, <http://www.qubik.com/zr/?p=8848> (viitattu 5.2.2018)
- Kuva 12: Étapes, <https://etapes.com/akatre-cindy-van-acker/> (viitattu 5.2.2018)
- Kuva 13: MoMa, <https://store.moma.org/home/vases/aalto-vase/102139-102139.html?cgid=home-vases#start=8> (viitattu 5.2.2018)
- Kuva 14: Etsy, <https://www.etsy.com/listing/222323945/plastic-bottle-flower-door-wreath?shop-update=10711134> (viitattu 5.2.2018)
- Kuva 15: Finnish Design Shop, <https://www.finnishdesignshop.fi/huonekalut-tuolit-ruokapoydan-tuolit-domus-tuoli-lakattu-tammi-p-12381.html> (viitattu 5.2.2018)
- Kuva 16: Ikea, <https://www.ikea.com/se/sv/catalog/products/30115066/>
- Kuva 17: Chestnut and Sage, <https://www.chestnutandsage.de/heiter-bis-sonnig-burrata-mit-tomaten-und-pfirsich/> (viitattu 5.2.2018)
- Kuva 18: <https://www.freepngimg.com/png/15969-junk-food-free-png-image> (viitattu 5.2.2018)
- Kuva 19: Graphic Burger, <https://graphicburger.com/rubber-stamp-psd-mockup-3/>
- Kuva 20: Suomen Taideyhdistys <https://suomentaideyhdistys.fi/>, (viitattu 8.10.2018)
- Kuva 21: Suomen Taideyhdistys, Grönlund&Nisunen <https://suomentaideyhdistys.fi/>, (viitattu 8.10.2018)
- Kuva 22: Suomen Taideyhdistys, Jussi Heikkilä <https://suomentaideyhdistys.fi/>, (viitattu 8.10.2018)
- Kuva 23: Suomen Taideyhdistys, Paul Osipow <https://suomentaideyhdistys.fi/>, (viitattu 8.10.2018)
- Kuva 24: Graphic Burger, <https://graphicburger.com/branding-identity-mockup-vol-16/> (viitattu 11.12.2018)
- Kuva 25: Graphic Burger, <https://graphicburger.com/branding-identity-mockup-vol-16/> (viitattu 11.12.2018)
- Kuva 26: Envato Market, <https://graphicriver.net/item/business-cards/22328127> (viitattu 11.12.2018)
- Kuva 27: Envato Market, <https://graphicriver.net/item/a3-poster-mockup/12058884> (viitattu 11.12.2018)
- Kuva 28: Envato Market, <https://graphicriver.net/item/a3-poster-mockup/12058884> (viitattu 11.12.2018)
- Kuva 29: Envato Market, <https://graphicriver.net/item/business-cards/22328127> (viitattu 11.12.2018)
- Kuva 30: Creative Market, <https://creativemarket.com/OctoberNovember/2999034-Ochre-%E2%80%93%93%2%A0Magazine-Mockups> (viitattu 11.12.2018)
- Kuva 31: Creative Market, <https://creativemarket.com/OctoberNovember/2999034-Ochre-%E2%80%93%93%2%A0Magazine-Mockups> (viitattu 11.12.2018)
- Kuva 32: Creative Market, <https://creativemarket.com/OctoberNovember/2999034-Ochre-%E2%80%93%93%2%A0Magazine-Mockups> (viitattu 11.12.2018)
- Kuva 33: Pixeden, <https://www.pixeden.com/psd-mock-up-templates/the-new-macbook-psd-mockup> (viitattu 11.12.2018)