

Hanne Ek

Elokuva- ja pelimainosjulisteet

Vertaileva kuva-analyysi

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Viestinnän koulutusohjelma

Opinnäytetyö

29.5.2015

Tekijä(t) Otsikko	Hanne Ek Elokuva- ja pelimainosjulisteet – vertaileva kuva-analyysi
Sivumäärä Aika	34 sivua + 1 liite 29.5.2015
Tutkinto	Medianomi
Koulutusohjelma	Viestinnän koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Digitaalinen viestintä
Ohjaaja(t)	Katri Myllylä, lehtori
<p>Opinnäytetyössä verrataan keskenään tietyn aihepiirin elokuva- ja pelimainosjulisteita, ja pyritään tutkimaan onko kyseisissä julistetyypeissä eroja. Tutkielmassa lähdetään siitä oletuksesta, että eroja on olemassa. Tulosten pohjalta on lopuksi konseptoitu kaksi julistetta, elokuva-, sekä pelijuliste.</p> <p>Metodeina on käytetty ensin sisällön erottelullisia keinoja, pääosin taulukkoerottelua, jolla on etsitty millaisia piirteitä julisteissa esiintyy ja miten paljon, Molemmista julistetyypeistä on myös otettu kaksi julistetta, joita tarkastellaan tarkemmin kuva-analyysin keinoin.</p> <p>Olettamus, että pelijulisteissa on eroja verrattuna elokuvajulisteisiin vaikuttaa oikeansuuntaiselta. Julisteissa oli samankaltaisuuksia, mutta myös runsaasti eroja. Päähuomiona pelijulisteiden muotoilu vaikuttaisi olevan paljon vapaampaa tai vähemmän vakiintunutta, kuin elokuvilla.</p> <p>Aihe on mielenkiintoinen, ja kaipaisi lisätutkimusta. Peliala kasvaa kovaa vauhtia valtaväestön mediana, mutta pelien mainoksista ei löydy kovin paljoa tutkimusta, toisin kuin monien muiden medioiden mainoksista. Tutkielma voi hyödyttää sekä mainos-, että pelialan opiskelijoita, sekä jo työkseen näillä aloilla olevia.</p>	
Avainsanat	Mainosjuliste, kuva-analyysi, sisällön erittely, graafinen suunnittelu

Author(s) Title Number of Pages Date	Hanne Ek Film and Video Game Advertising Posters within the Fantasy and Science Fiction Genre – A Comparative Analysis 34 pages + 1 appendix 29 May 2015
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Media
Specialisation option	Digital Media
Instructor(s)	Katri Myllylä, Senior Lecturer
<p>The thesis makes comparisons between fantasy and science fiction film and game advertising posters published since 1996. A lot of research has been conducted on film advertisement posters, but not on the ones advertising video games. The goal is to find out whether there are any substantial differences between the two, with the initial assumption being that those differences do exist. The final portion of the thesis introduces two poster concepts based on the results of the first part of the thesis.</p> <p>The method to find out the differences between poster types is content differentiation. In order to examine subtler differences, the author also conducts image analysis.</p> <p>The supposition that there are distinct differences between film and game posters seems to hold some truth based on the analysis. In general, game advertisement posters seem to have fewer rules and conventions than film posters.</p> <p>The subject needs a lot more research, as gaming as a pastime is becoming more popular. The amount of actual research done on the subject of game advertising is minimal compared to some other types of media, such as films.</p>	
Keywords	Advertising poster, image analysis, content differentiation, graphic design

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Johdatus mainosjulisteisiin	2
2.1	Mainosjuliste ja sen sisältämä viesti	3
2.2	Juliste-termien määrittely osana työtäni	4
3	Mainosjulisteiden kuva-analyysi	5
3.1	Aineiston hankintamenetelmät	6
3.2	Julisteiden sisällön erittely	7
3.3	Yksittäisten julisteiden semioottinen analyysi	17
3.3.1	Elokuvajuliste 1	18
3.3.2	Elokuvajuliste 2	20
3.3.3	Pelijuliste 1	22
3.3.4	Pelijuliste 2	24
3.4	Semioottisen analyysin havainnot	26
4	Käytännön työ: julisteiden konseptointi	26
4.1	Tekemisen ja Shadow Huntersin erittely	27
4.2	Elokuvajulistekonsepti	27
4.2.1	Elokuvajulisteen suunnittelu	28
4.2.2	Väripaletti - elokuvajuliste	30
4.3	Pelijuliste	30
4.3.1	Pelijulisteen suunnittelu	31
4.3.2	Väripaletti - pelijuliste	32
5	Yhteenveto	32
	Lähteet	34
	Liitteet	
	Liite 1. Sisällön erittelytaulukko	

1 Johdanto

Opinnäytetyöni pääkysymyksenä on *“Mitä kuvailmaisullisia eroja tai samankaltaisuuksia on tietyn aihepiirin elokuva- ja pelimainojulisteilla?”*. Tutustuin työni aikana tietyllä otannalla erilaisiin mainosjulisteisiin sekä elokuva-, että pelialalla. Tutkimukseni pohjalta toutin kaksi julistekonseptia. Lähdin liikkeelle olettamuksella, että näiden kahden julistetyypin välillä on eroja, ja pyrin tutkimaan ja osoittamaan oletukseni joko oikeaksi tai vääräksi käyttäen luvussa 3 tarkemmin erittelemiäni kuva-analyysin keinoja.

Valitsin opinnäytetyöni aiheen siksi, että minua kiinnostavat erilaiset kuvitusmenetelmät, ja pidän pelien mainosjulisteita hyvin mielenkiintoisina, sillä ne tuntuvat eroavan joillain tavoin elokuvajulisteista. Ne esimerkiksi tuntuvat käyttävän enemmän piirrosmaisia ja maalauksellisia elementtejä, eikä niiden muotoilu tunnu olevan niin vakiintunut, kuin elokuvaserkkujensa. En kuitenkaan löytänyt näiden kahden julistetyypin eroista juuri minikäänlaista edeltävää tutkimusta, joten koin mielekkääksi tehdä alustavaa työtä itse.

Toinen syy aiheeni valintaan oli, että halusin toteuttaa jonkinlaista pitkäjänteisempää kuvitusta. Opinnäytetyön teon aikaraja oli kuitenkin liian tiukka, ja siksi päädyin pysymään konseptoinnin tasolla.

Nämä kaksi asiaa yhdistämällä sain aiheen, joka kiinnostaa minua. Itseni lisäksi opinnäytetyöni lukemisesta voivat hyötyä esimerkiksi muut viestinnän alan opiskelijat, julisteiden teosta kiinnostuneet ja ammatikseen niitä tekevät. Toivon, että tämä työ auttaisi myös niitä, jotka aikovat tehdä töitä pelialan kuvituspuolella.

Aloitin opinnäytetyöni tekemällä pienen katsauksen siihen, mikä juliste ylipäättään on. Selvitin julisteiden käyttöä osana viestintää ja mainontaa kevyesti, sekä avasin termit sille, mitä tarkoitan työssäni elokuvajulisteella tai pelimainosjulisteella. Tämän jälkeen hankin sekä elokuva-, että pelijulisteista tietyn otannan, joiden kaikki julisteet vastaavat luvussa 2 määrittelemiäni termejä. Käytin tätä julisteotantaa hyödykseni tarkastellessani julisteiden mahdollisia samankaltaisuuksia ja eroja. Jotta aihe pysyisi mahdollisimman tiiviinä, rajasin julistekatsantani *2000-luvun jälkeen ilmestyneisiin fantasia- ja sci-fi -aiheisiin* julisteisiin. Tarkastelussani vertasin erityisesti pelijulisteita elokuvien vastaaviin, sillä elokuvajulisteilla on huomattavasti pidempi historia ja niistä on olemassa jo paljon edeltävää tutkimusta verrattuna pelialan vastaaviin.

Toteutin ensin ryhmittelyä keräämäni aineiston kuville. Määrittelin käyttämäni luokat (mm. koko, tietyt värit), ja tein tästä sarjan piirakkagraafeja, joista käy ilmi valitsemieni ominaisuuksien prosentuaaliset määrät suhteessa koko julisteotantaan. Jokaisesta graafista on sekä elokuva-, että pelijulisteversio, jotta niitä voitaisiin vertailla keskenään erojen ja yhtäläisyyksien löytämiseksi.

Tämän jälkeen valitsin tietyistä kategorioista julisteet, joiden piirteitä esiintyi erityisen paljon ryhmittelyissäni, ja toteutin niille tarkemman kuva-analyysin sekä denotaation, että konnotaation keinoin. Lopuksi vertailin elokuva- ja pelijulisteiden välillä löytämiäni eroja ja samankaltaisuuksia. Nämä asiat rakentavat työni teoreettisen osion.

Käytännön osuudessa hyödynsin kuva-analyysini tuloksia ja rakensin niiden pohjalta kahdelle julisteelle konseptin, yhden elokuva- ja yhden peliaiheisen. Pyrin suunnittelemaan ne niin, että niissä esiintyisi mahdollisimman paljon sisällön erittelyssä esiin tulleita yleisimpiä tekijöitä. Otin nämä ”yleiset tekijät” teoriaosuudessa (kts. luku 3) toteuttamastani taulukkoerottelusta.

Työni saattaa sivuta paikoin erilaisia taiteen perusoppeja, kuten väriteoriaa tukemaan käytännön osuutta. Käytännön työssä pääosana ovat siis konseptoinnin onnistuminen, ja se, kuinka hyvin pystyn pysymään valitsemani tyylin (kts. luku 4) asettamassa viitekehäksessä, jossa pyrin sisällyttämään julistetyyppien erilaisia käytänteitä konseptihini mahdollisimman toimivasti.

2 Johdatus mainosjulisteisiin

Julisteeksi mielletään tyypillisesti lähes mikä tahansa printattu paperi, joka voidaan kiinnittää vertikaaliseen pintaan (Wikipedia 2015). Nykypäivänä itse paperitulostukseen ei ole välttämätöntä, jotta kuva mielletään julisteeksi, sillä julisteiden tekemisessä ja suunnittelussa on muodostunut monia konventioita, joita voidaan oletettavasti käyttää myös sähköisessä mediassa tuomaan samantapainen mielikuva. Kielitoimiston sanakirja määrittelee julisteen tiedottavaksi, mainostavaksi tai propagoivaksi suurikokoiseksi painotuotteeksi, jota pidetään usein seinällä (Kotimaisten kielten keskus 2015).

Julistetyyppejä on monia, ja ne jaetaan yleensä käyttötarkoituksen mukaan. Alla on lueteltuna Buffy Naillonin mukaan yleisimpiä julistekategorioita:

Mainosjulisteet: Näillä julisteilla on tyypillisesti tarkoitus informoida kuluttajia esimerkiksi mahdollisista uusista tuotteista tai tulevista tapahtumista.

Informatiiviset julisteet: Näiden julisteiden tarkoituksena on pääasiallisesti jakaa informaatiota, tai vaikkapa nostaa tärkeäksi koettuja asioita yleiseen tietoon.

“Subjekti”julisteet: Nämä julisteet ovat yleensä esittäviä ja voivat liittyä johonkin harrastukseen tai televisiosarjaan. Faneille myytävät bändijulisteet ovat esimerkki tämän tyyppisestä julisteesta.

Väitejulisteet (Affirmation poster): Nämä julisteet sisältävät jonkinlaisen väittämän, kuten tunnetun sanonnan, mietelauseen tai otteen.

Propagandajulisteet: Propagandajulisteet ovat nimensä mukaisesti propagandaa. Ne sisältävät usein jollain tavoin poliittisesti latautuneita viestejä, joilla pyritään vaikuttamaan niitä näkevän ihmisen ajatusmaailmaan. Propaganda usein liioittelee tai vääristää totuutta niin, että se hyödyttää propagandaviestin lähettäjän tarkoituksiperiä. (Naillon 2015.)

Tässä työssä käsittelemäni julisteet kuuluvat eniten mainosjulistekategoriaan, mutta ne voidaan myös mieltää subjektijulisteiksi silloin, kun juliste on elokuvan tai pelin fanin hallussa.

2.1 Mainosjuliste ja sen sisältämä viesti

Kuten muussakin mainonnassa, julisteissakin on kyse viestinnässä. Julisteen tekijällä on jokin viesti, jonka hän haluaa välittää tietyille vastaanottajalle tai vastaanottajille. Viestinnän teorian malleja on useita, mutta suurimmassa osassa niistä on *viesti*, jonka joku haluaa saada siirrettyä *vastaanottajalle*. Häiriötekijöitä, jotka saattavat hankaloittaa viestin etenemistä ja vastaanottamista kutsutaan *hälyksi* (Fiske, 1992). Julisteviestinnässä vastaanottamista voivat vaikeuttaa vaikkapa ympäristö, jossa juliste sijaitsee, ja miten kauan julisteen tarkastelijalla on aikaa vastaanottaa viestisisältö. Häly voi aiheutua myös viestistä itsestään, julisteen tapauksessa sen kuvallisesta ja tekstuaalisesta ilmaisutavasta.

Monet viestinnän malleista ovat vajavaisia, eivätkä kuvaa välttämättä kaikkia viestin vastaanottamiseen vaikuttavia tekijöitä, kuten kulttuurillisia eroja. Ne kuitenkin auttavat ymmärtämään niitä tehtäviä ja rajoitteita, jotka tulee ottaa huomioon kaikessa viestinnässä, myös julisteiden suunnittelussa. (Davis 2012.)

Monissa, myös kaikissa opinnäytetyössäni tarkastelemissa julisteissa on päämääränä mainostaa jotakin, eli sen viestinnällä on tietty tarkoitus. Mainonnassa on perimiltään tarkoitus esittää perustelut sille, miksi mainonnan kohde on tarpeellinen kuluttajalle (Barry 2008). Elokuva- ja pelijulisteiden tehtävä on siis vakuuttaa potentiaaliset katsojat siitä, että kyseinen viihdetuote hyödyttää heitä jollakin tavalla.

Mainosjulisteisiin pyritään sisällyttämään yleensä vähemmän elementtejä kuin moneen muuhun printtimediaan, sillä niiden keskimääräinen katseluaika on lyhyt. Mainosalalla tähän on kehitetty ns. 3 sekunnin ja 8 sanan sääntö, jolla pyritään varmistamaan, että julisteen sanoma ehtii menemään perille mahdollisimman nopeasti (Barry 2008). Tästä saattaa johtua myös elokuva- ja pelijulisteiden vähäinen informaatiomäärä, sillä niissä on usein vain kuva, teoksen nimi ja hyvin vähän muita elementtejä.

Omassa työssäni käytän sanaa elokuvajuliste kuvaamaan lähinnä mainontaan tarkoitettuja staattisia kuva- ja tekstikokonaisuuksia, joiden tarkoitus on esitellä tulevaa elokuvaa mahdollisille katsojille (Wikipedia, 2015). Tällaisia julisteita on tutkittu laajasti, ja pysty pohjaamaan havaintoni jo olemassa oleviin lähteisiin.

Koska pelien mainosjulisteista ei löydy läheskään yhtä paljon tutkimusta ja informaatiota, tarkastelen niiden samankaltaisuutta tai erilaisuutta suhteessa elokuvajulisteisiin. Analysoimalla näiden kahden julistetyypin eroja pyrin saamaan perusymmärryksen pelijulisteiden kuvallisesta ilmaisutasosta.

2.2 Juliste-termien määrittely osana työtäni

Koska sana "juliste" on melko laaja käsite, ja siitä syntyy eri ihmisille erilaisia konnotaatioita (kts. termin määrittely luvussa 3), ja koska varsinkin pelijulisteissa on vaikea sana, mikä tarkalleen on "pelijuliste", pyrin seuraavaksi määrittelemään, mitä tämä sana tarkoittaa tässä työssä. Käytän tämän perustana kotimaisten kielten keskuksen antamaa termiä sanalle *juliste*, jonka esittelin tämän luvun alussa.

Elokuvan mainosjulisteella tarkoitan tässä työssä yleensä suorakaiteen muotoista, isokokoista, elokuvan mahdollisille tuleville katsojille tarkoitettua mainosta. Julisteessa on usein elementteinä jonkinlainen kuva tai kuvitus ja elokuvan nimi. Niissä on usein mainittu myös esimerkiksi elokuvassa esiintyvien näyttelijöiden nimet, ohjaaja, elokuvan tuotantoyhtiön logo ja päivämäärä, jolloin elokuva tulee teattereihin. Tätä mainosta voidaan käyttää myös jatkossa kokonaan tai osittain (esim. kuvat ja logo) vaikkapa kansikuvana DVD/Blue-Ray -julkaisuissa.

Pelin mainosjuliste on tässä työssä määrittelyltään samankaltainen kuin elokuvajuliste: sen tarkoitus on mainostaa tulevaa tai juuri julkaistua peliä mahdollisille kuluttajille. Peli-mainoksissa käytetyt kuvat ja muut elementit uusiokäytetään todella usein esimerkiksi pelien fyysisten kopioiden kansikuvissa ja muissa mainoksissa, ja olen havainnut pelejä mainostettavan muutenkin runsaasti printtimainonnan ulkopuolella. Olen ollut melko la-vea laskiessani peliin liittyvän kuvituksen “mainosjulisteeksi”. Sen minkä koen pelin mai-nosjulisteeksi, on suurelta osin henkilökohtaista, sisäistä tulkintaa.

Tässä työssäni pelijuliste on markkinointimateriaali, jolla on hyvin samantapaiset tavoit-teet kuin elokuvajulisteilla ja jossa on samankaltaisia pääelementtejä kuten kuvitus, nimi tai julkaisuaika.

3 Mainosjulisteiden kuva-analyysi

Esiolettamukseni mukaan peli-ja elokuvajulisteiden välillä on yleisesti ottaen joitakin eroja. Pyrin osoittamaan tämän todeksi suorittamalla hankkimalleni aineistolle (kts. ala-luku 3.1) ensin kvantitatiivisen, eli määrällisen sisällön analyysin ja tämän jälkeen pereh-tymällä syvällisemmin muutamaan otannan julisteista semiotiikan keinoin.

Aloitan luokittelemalla aineistoni erilaisiin tarkasteltaviin osiin, sillä luokittelu soveltuu hy-vin tutkimaan otantaa, joka koostuu suuresta määrästä erilaisia “yksilöitä” tai sisältöjä. Tapoja luoda luokkia on monia, ja päädyin ns. **uutta kartoittavaan luokitteluun**, jossa luon luokat itse (Routio 2015). Esitän varsinaiset perustelut valinnoilleni luvussa 3.2.

Julisteiden sisällön erittelyssä (luku 3.2) käyttämieni luokkien luomisessa käytän ns. omia sisäisiä prototyyppejäni. Arvioin esimerkiksi julisteiden värin sen perusteella, miten

vahvasti väri vastaa omaa mielikuvaani samasta väristä. Luokissa on tämän vuoksi jonkin verran tulkinnanvaraa. (Hatva 1993.)

3.1 Aineiston hankintamenetelmät

Aloitin varsinaisen työni raaka-aineiston-, tässä tapauksessa mainosjulisteiden keruulla. Käytin hyödykseni Googlen kuvahakua sekä elokuva-, että pelijulisteissa, ja suurin osa aineiston hausta toteutettiin kahtena päivänä projektin alussa.

Aloitin ensin etsimällä elokuvajulisteita tammikuussa 2015. Vaikka minulla oli omasta takaa tiedossa erilaisia fantasia ja sci-fi -aiheisia elokuvia, päädyin kuitenkin hakemaan julisteita melko yleisillä hakusanoilla, kuten "*fantasy movie poster*" ja "*sci-fi movie poster*" ja otin aineistooni suurimman osan Googlen tarjoamista vastauksista, sillä en halunnut omien mielipiteideni vaikuttavan katsantaan. Valitsin tällä tavalla noin 25 ensimmäistä löytämäni elokuvajulistetta. Myöhemmin kasvatin elokuvajulistemäärän 36 julisteseen, jotta niitä olisi sama määrä kuin pelijulisteita.

On mahdollista, että Google tarjosi julisteita suosituimmista ja uusimmista julisteista, eikä minulla ole täydellistä varmuutta siitä, miten rankasti tämä vaikuttaa elokuvajulisteiden keskinäiseen erilaisuuteen ja samankaltaisuuteen, mutta totesin aineiston hakuperusteeni olevan tarpeeksi puolueeton suhteessa niiden käyttötarkoitukseen opinnäytetyössäni.

Seuraavaksi hain tutkielmassa käyttämäni pelijulisteet. Toisin kuin elokuvajulisteissa, pelijulisteissa käytin apunani kirjaa *1001 Games You Must Play Before You Die*, (1001 peliä, joita sinun tulisi pelata ennen kuolemaasi). Nimen mukaiset 1001 peliä ovat kirjassa aikajärjestyksessä, joten avasin kirjan noin 2000-luvun alusta ja käytin Googlen kuvahakua etsiessäni kuvia kaikista kirjassa mainituista peleistä, jotka sopivat hakuvaihteluksiini.

Etsin lähinnä pelejä, jotka olisivat elokuvajulisteiden tapaan fantasia/sci-fi -aiheisia, ja joiden graafinen, varsinkin ihmisiä esittävä tyyli olisi melko lähellä realismia, jotta graafikan tyylierot elokuvaan minimalisoituisivat. Näitä löytyi kirjasta 21, ja etsin vielä oman tietoni perusteella 15 peliä lisää.

Edes ilman erillistä kuva-analyysia tai erittelyä huomasin jo joitain melko vahvoja piirteitä ja eroja elokuva- ja pelijulisteiden välillä. Elokuvajulisteet olivat lähes aina vertikaalisesti aseteltuja ja ISO-216 standardin mukaisen A-paperisarjan muotoisia. Peleissä taas alkuperäinen mainoskuvitus tai juliste oli usein lähempänä vertikaalisesti aseteltu, josta sitten muokattiin tai leikattiin erillisiä osia esim. lehtimainoksiin tai kansikuvituksiin sopivaksi. Tähän oli myös poikkeuksia, ja osa pelimainoksista vaikutti hyvin elokuvajuliste-maisilta.

Myös sisällöllä ja väreillä oli eroja. Lähes kaikki katsantaani kuuluvat elokuvajulisteet olivat joko sinisen tai vihreän sävyissä, ja ne esittelivät joko päähenkilön, tai pää- ja sivuhenkilöt ryhmäkuvana. Yksi suosittu tapa vaikutti myös olevan rajattu kuva päähenkilöstä selkä kohti kameraa ja dramaattisen tunnelman synnyttäminen valaistuksella.

Pelijulisteissa tuntui olevan paljon enemmän hajontaa sekä värien että esitystavan kanssa. Joissain oli käytetty samankaltaisia keinoja kuin elokuvajulisteissa, mutta erilaisia toteutustekniikoita oli enemmän. Yksi esiin pistävä piirre tuntui olevan abstraktien muotojen ja värien lähes piirroskuvitusmainen käyttö. Tällaista ei esiintynyt elokuvajulisteissa, vaan taustat oli lähes aina pyritty esittämään realistisesti. Näiden ensimmäisten tuntemuspohjaisten havaintojeni jälkeen siirryn seuraavaksi käsittelemään hankkimaani kuvamateriaalia sisällön erittelyn ja kuva-analyysin keinoin.

3.2 Julisteiden sisällön erittely

Edellisessä luvussa kerroin, miten suoritin käyttämäni julisteiden haun. Tässä osassa puran julistetyyppien kuvaelementtejä ja suoritan niiden pohjalta sisällön analyysiä kevyesti. Otantaani valikoitui mukaan mukana 36 elokuva- ja 36 pelijulistetta.

Tarkastelen julisteissa seuraavia piirteitä:

- Hahmojen lukumäärää
- Julisteen asettelua (vaaka/pysty)
- Hahmon suuntaa tilassa
- Hahmojen katseen suuntaa
- Hahmon/hahmojen rajausta
- Logon asettelua

- Valaistusta
- Julisteen päävärejä

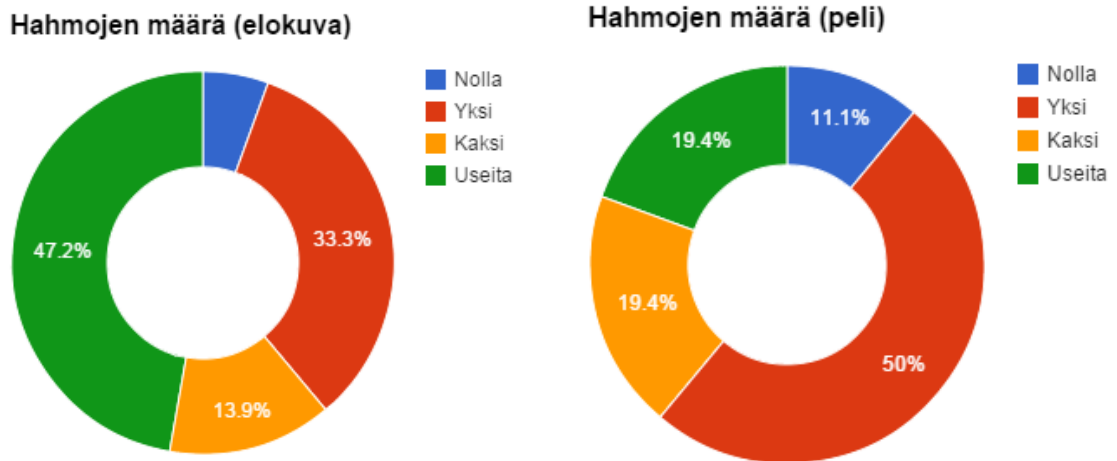
Tein ensin kaksisarakkeisen taulukon, johon listasin kaikki tulokseni numeroina ennalta asettamiini luokkiin. Taulukko on liitteenä (Liite 1). Esimerkiksi katseen suuntaa merkitsevällä sarakkeella luokat ovat “kameraan”, “pois kamerasta” ja “muu”. Pysin aina valitsemaan luokat niin, että jokainen juliste sopisi aina vain yhteen kohtaan. Laadin saamieni tulosten perusteella tuloksista piirakkagraafit (kuviot 1–8), joiden avulla havainnollistan tarkemmin taulukkoerottelussa havaittuja eroja.

Tapa jolla työskentelin sisällön analyysissä on seuraavan lainen: kirjoitin ensin auki sen, miksi olen valinnut kyseisen kuvallisen osan tarkasteluun ja määrittelin luokat, joita käytin julisteiden jaotteluun. Sen jälkeen kävin läpi julisteotantani ja laskin taulukkoon sen, miten julisteet jakautuvat antamieni luokkien välillä. Tämän jälkeen tein taulukostani piirakkagraafin, jonka avulla pystyn tulkitsemaan ja analysoimaan tuloksiani.

Valitsin julisteissa tarkastelemani asiat pääasiassa oman kokemuksen mukaan. Pysin ottamaan mukaan sellaisia huomioita, joita olen havainnut yleensä tarkasteltavan erilaisissa kuva-analyyseissa. On kuitenkin mahdotonta eritellä kaikkia julisteessa esiintyviä asioita tämän työn puitteissa, joten olen joutunut valitsemaan henkilökohtaisesti tärkeimmiksi kokemani muuttajat.

Hahmojen lukumäärä

Suurimmassa osassa julisteita on pääosassa (ihmis)hahmoja, usein päähenkilö/henkilöt. Lukumäärä näyttäisi vaihtelevan enemmän sen mukaan, miten paljon, ja miten suuressa osassa teosta sivuhahmot ovat. Tässä tapauksessa lasen hahmoiksi sekä hahmot että esim. joissain sci-fi -julisteissa esiintyvät mecharobotit, jos ne ovat julisteen pääkuviutus. Jaan julisteet luokkiin *nolla*, *yksi*, *kaksi* ja *useita hahmoja*. “Useita hahmoja” -luokassa on vähintään kolme hahmoa. Erot julisteiden hahmojen määrässä näkyvät kuviossa 1.



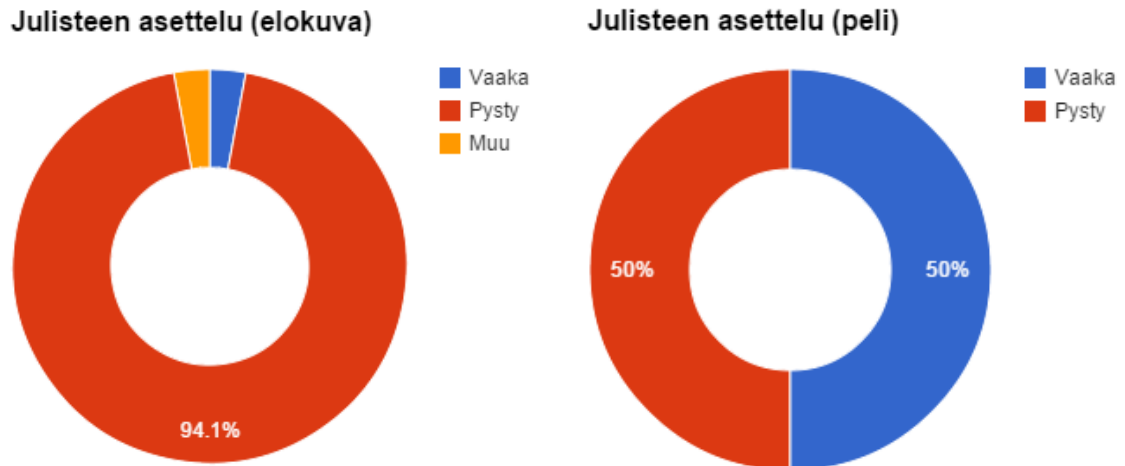
Kuvio 1. Hahmojen määrä julisteissa

Kuten kuviosta 1 on nähtävissä, aineistoni pelijulisteissa oli melko suuressa osassa vain yksi keskeinen hahmo, kun taas elokuvissa vaikutti olevan tavallisesti *useita hahmoja*. Tämä saattaa johtua osittain siitä, että peleissä keskitytään monesti tiiviimmin yhteen päähenkilöön (usein pelaajahahmo). Siihen, miksi elokuvajulisteissa tuntui olevan useimmin paljon hahmoja, en löytänyt tarkkaa vastausta.

Paperin asettelu

Tutkin, onko julisteen painopinta aseteltu horisontaalisesti tai vertikaalisesti, tai onko se täysin neliön mallinen. Koska suurin osa (45 kpl) otannan julisteista oli A-paperisarjaan kuuluvan paperin muotoinen (1:2), pystyin tarkastelemaan, oliko paperi aseteltu vaakaan vai pystyyn. Joissain harvoissa tapauksissa (1 kpl) julisteet saattoivat olla myös lähes neliskanttisia.

Vain yhdessä aineistoni elokuvajulisteista oli käytetty kuvapinnan vaaka-asettelua. Pelijulisteissa oli asiassa hajontaa (kts. Kuvio 2.), ja osa otannan kuvista oli myös selkeästi leikattu pystymalliseksi alun perin vaakamallisesta kuvasta. Näin oli toimittu esimerkiksi monien etukansikuvien kanssa. Erittelyssä valitsin luokiksi *Vaaka*, *pysty* ja *muu*.



Kuvio 2. Julisteen muoto ja paperin asettelu

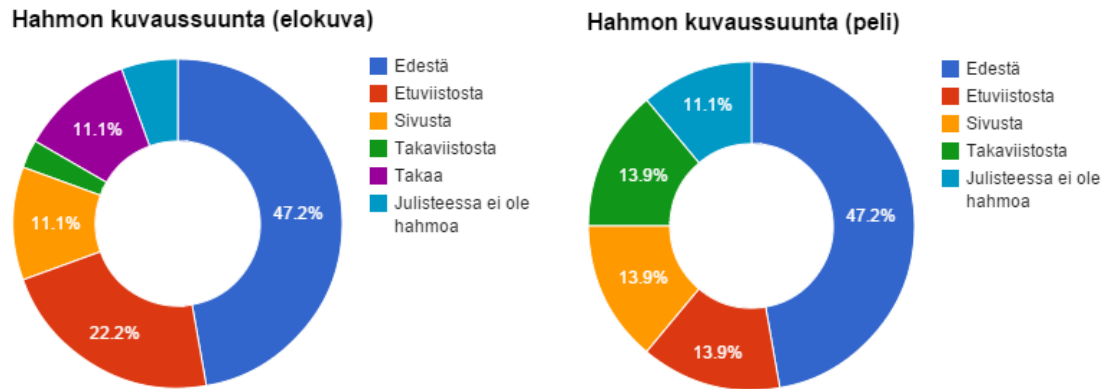
Ei ole selvää, miksi otantani pelijulisteissa hajonta asettelussa oli niin suurta verrattuna elokuvajulisteisiin, mutta tämä huomio tuntuu olevan yksi selkeä merkki nykypäivän elokuvajulisteiden ja pelijulisteiden välillä. Huomion arvoista kuitenkin on, että vertikaaliasetteltua pintaa katsoessa ihmissilmän on tehtävä työtä ja liikuttava aktiivisesti, jotta sen sisältö hahmottuisi. Vastaavasti vaaka-asettelu on hyvin passiivinen silmille. (Juholin, Loiri 1998.)

Eräs näkemys on, että vertikaalinen muotokuva-asettelu vie vähemmän tilaa niissä paikoissa, joissa elokuvajulisteita yleensä esitetään, sillä julisteita voidaan laittaa vierekkäin, mutta ei mielellään allekkain. Jos tämä on totta, voidaan olettaa, että koska pelijulisteita ei laiteta samaan tapaan esille, voidaan vapaammin käyttää myös horisontaalista paperia.

Hahmon suunta tilassa

Tarkastelen, mistä suunnasta julisteen tärkeintä hahmoa kuvataan. Valitsin luokiksi *edestä*, *etuviistosta*, *sivusta*, *takaviistosta*, *takaa* ja *julisteessa ei ole hahmoa*, sillä kaikki julisteet sopivat yhteen näistä kategorioista. Tapauksissa, joissa julisteissa on selkeästi useampia hahmoja, otin kohteeksi joko tärkeimmän ”pää”hahmon suunnan, tai jos päähahmoa ei ole, sen mihin suurin osa hahmoista osoittaa. Mikäli julisteessa ei ole hahmoa ollenkaan, merkitsen sen kohtaan ”julisteessa ei hahmoa”.

Hahmojen suunta on vaikuttava tekijä julisteen kontekstin luomisessa, sillä kuten katse, hahmojen ruumiinkielikin viestii vahvasti tämän suhteesta muihin elementteihin. Tällaisia dynaamisia suhteita tai jännitteitä eri visuaalisten elementtien välillä kutsutaan vektoreiksi. (Davis 2012.)



Kuvio 3. Hahmojen kuvaussuunta

Julisteissa tuntui olevan paljon samankaltaisuuksia hahmon kuvaussuunnan suhteen, mutta elokuvajulisteissa oli paljon tavallisempaa hahmoa takaapäin kuvatessa tehdä se suoraan takaapäin, kun taas peleissä tällainen kuvaussuunta oli useammin takaviistosta (kuvio 3). Otantani pelijulisteissa oli yksi hahmo, joka oli kuvattu niin takaviistosta, että sen olisi voitu laskea olevan kuvattu suoraan takaa, joten jouduin päättämään sopivista kategorioista toisen.

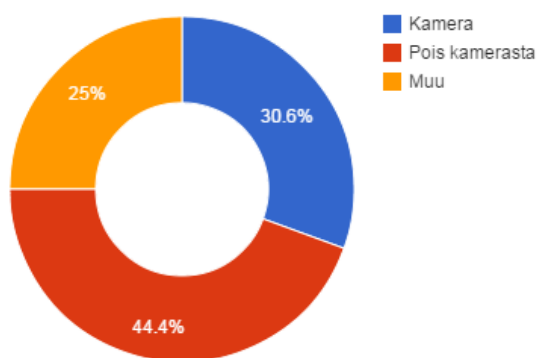
Se, että juuri katsantani elokuvajulisteissa hahmoa kuvataan joskus suoraan takaapäin, mutta pelijulisteissa ei ollenkaan vaikuttaa hieman kummalliselta. Peleissä on kuitenkin tavallista katsoa pelaajahahmoa suoraan takaapäin varsinkin 3. persoonan kamerakulmasta, kun taas omien kokemusteni perusteella hahmojen pitkäaikainen kuvaaminen selkäpuolelta on harvinaisempaa. Miksi tämä kääntyy toisin päin tutkimissani mainosjulisteissa, on epäselvää. On kuitenkin huomattavaa, että täysin selin kääntynyt ihmis-hahmo on vaikeammin tunnistettavissa ja voidaan tulkita kuvaamaan ihmistä yleisesti (Juholin, Loiri 1998).

Hahmojen katseen suunta

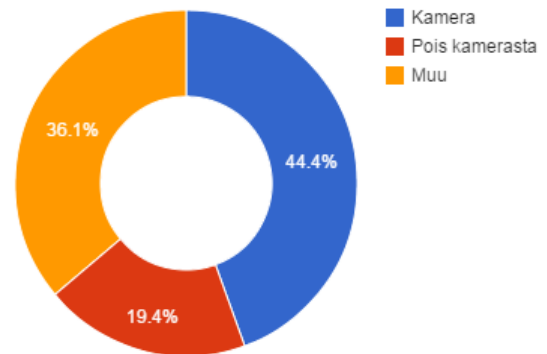
Tarkastelen, katsovatko hahmot kameraan vai jonnekin tiettyyn suuntaan sen ulkopuolelle. Hahmon katseen suunnalla on vahva vaikutus kuvassa oleviin vektoreihin ja kuvan sisäisiin voimasuhteisiin, vaikka niiden tutkiminen mediakuvissa alkoikin vasta kohtalaisen myöhään, 1970-luvulla (Seppänen 2005).

Valitsemani luokat ovat tässä tapauksessa *kameraan*, *pois kamerasta* ja *muu*. ”Muu” tarkoittaa tässä tapauksessa, ettei kuvassa ole hahmoa, tai hahmon katseen suuntaa ei voida varmistaa jostain syystä. Esimerkiksi pelihahmoilla on usein jokin kasvot peittävä kypärä, eikä niiden vuoksi voida sanoa katseen suuntaa varmasti. Tapauksessa, jossa julisteessa oli useita hahmoja, valitsin yhden hahmon kuvan päähenkilöksi tai muuten tärkeimmäksi henkilöksi ja huomioin hänen katseensa suunnan.

Katseen suunta (elokuva)



Katseen suunta (peli)



Kuvio 4. Julisteessa olevan päähahmon katseen suunta.

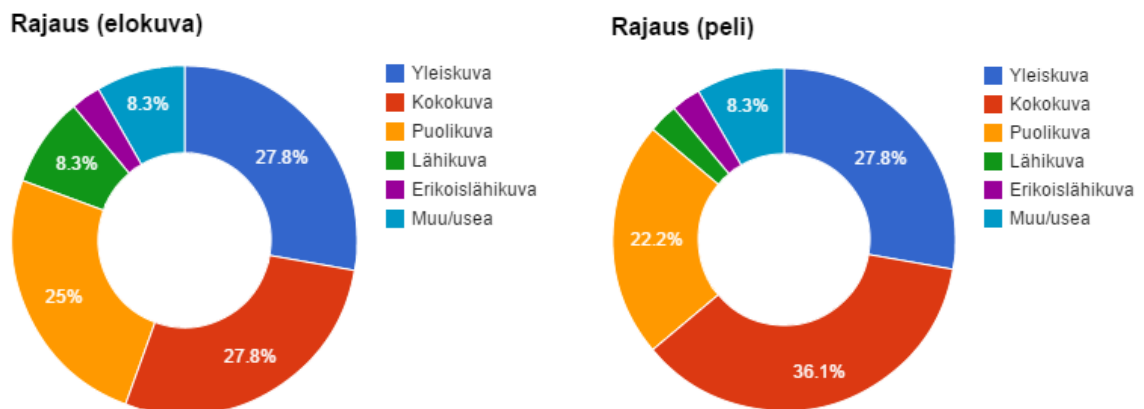
Monet katseenrakennustutkimukset osoittavat, että kuvaa katsoessaan ihmiset usein siirtävät katseensa sinne, mihin kuvan henkilö katsoo (Hatva 1993). Tuntuisi riippuvan hyvin paljon julisteen kontekstista, miten suuri merkitys katseen suunnalla on kyseisessä julisteessa.

Kuten kuviosta 4 voidaan nähdä, monissa elokuvajulisteissa hahmot katsovat julisteen ulkopuolelle, kun taas pelijulisteissa katse kohdistui suoraan kameraan. Oli myös monia julisteita, joissa katseen suuntaa ei voinut havaita ollenkaan.

Hahmojen/kuvan rajaus

Tutkin, millä tavoin kuva on rajattu. Käytin rajauksen määrittelyyn elo- ja valokuvauksessa käytettyä kuvakokojärjestelmää, ja käytin käännöksissä Elokuvantaju-sivuston käännöksiä. Luokkani tälle ryhmälle ovat: *laajakuva*, *kokokuva*, *puolikuva*, *lähikuva*, *erikoislähikuva* ja *muu/usea*. (Laitinen, Raike, Viikari 2015.) Jätin tunnetusta 8-portaisesta asteikosta pois ne kuvakoot, joita en havainnut olevan juuri ollenkaan, pääasiassa jotta graafini pysyisivät selkeästi luettavissa (kuvio 5).

Ne julisteet, joiden rajaukset voisivat olla mm. puolilähikuvia tai muita rajauksia, joita en ottanut luokitteluuni, jaan mahdollisimman läheiseen luokkaan ja käytän mahdollisesti riippumatonta mielipidettä, jos en kykene päättämään sopivaa luokkaa itse. Luokkaan *muu/usea* laitan julisteet, joissa on käytetty useita eri kuvakokoja (esimerkiksi useita eri otoksia) tai kuvat, jotka eivät ole sillä tapaa esittäviä, että ne voisi jakaa johonkin muista luokista.



Kuvio 5. Hahmojen rajaus

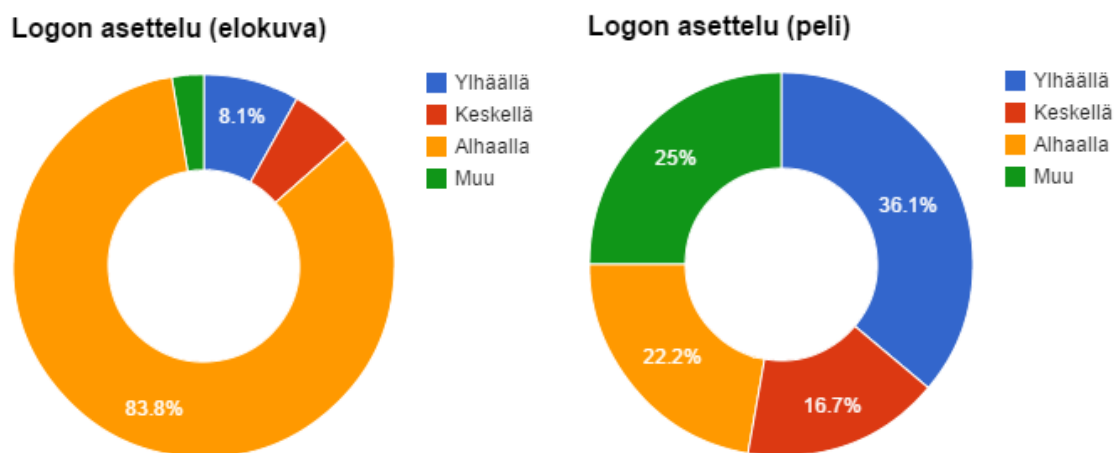
Rajauksessa erot julisteiden välillä olivat suhteellisesti melko pieniä, mutta huomattavaa on, että aineistooni valikoituneissa pelijulisteissa käytettiin herkemmin sekä kokokuvaa, että hyvin erikoislaatuista yhdistelmäkokoa. Esimerkkejä erikoisista yhdistelmäkoista ovat mm. päähenkilö sekä lähikuvassa julisteen keskipisteessä, että kokokuvassa taustalla, tai täysin epäesittävä julisterajaus, jossa tällaista kuvanrajausta ei ole ollenkaan (kuvio 5).

Kuvan rajauksella voidaan vaikuttaa olennaisesti sen tunnelmaan, liikkeeseen ja suuntaan. Liittämällä kaksi erilaista kuvaa samaan tilaan ne voidaan liittää ikään kuin yhdeksi kuvaksi, jolloin niiden välille syntyy tiettyjä jännitteitä riippuen käytetyistä kuvista. (Juholin, Loiri 1998.) Tällaista tapahtui myös joissain pelijulisteista.

Logoelementin asettelu

Tässä osiossa tarkastelen, miten logo (usein tyylitelty versio elokuvan tai pelin nimestä) on aseteltuna julisteeseen. Luokkani ovat Ylhäällä, keskellä, alhaalla, Muu. Luokkani viittaavat aina ns. keskitettyyn logoon, jossa se on yhtä kaukana julisteen molemmista reunoista. Tämä tarkoittaa, että luokassa ”ylhäällä” oleva logo on julisteen yläaidassa keskitettynä.

Mikäli logo on esim. julisteen ylänurkassa, tulee luokaksi ”muu”. Pääasiallinen syy siihen, että jätän kulmat luokitteluni ulkopuolelle, on, ettei niitä esiinny kovin paljoa varsinkaan elokuvajulisteissa (kts. kuvio 6).

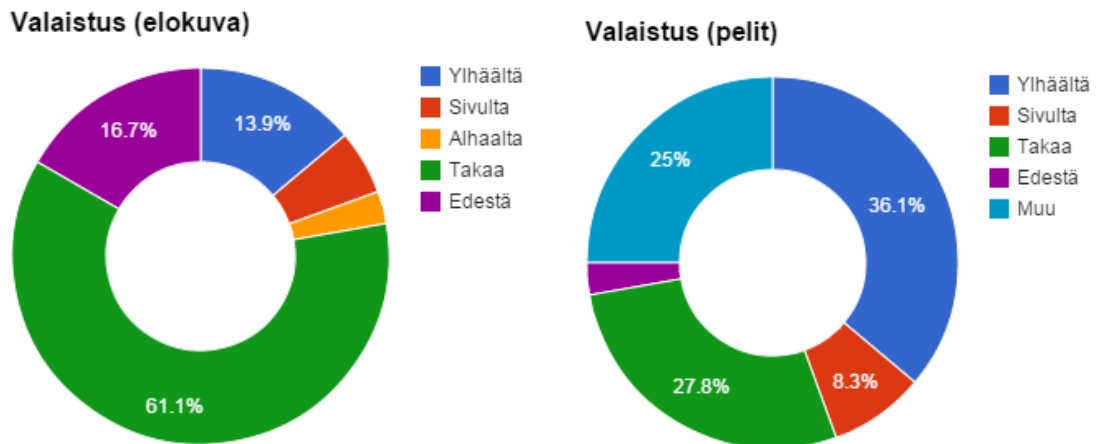


Kuvio 6. Logon asettelu

Kuten kuviossa 6 näkyy, suurimmassa osassa otannan elokuvajulisteista logo sijaitti lähellä alalaitaa muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Elokuvajulisteissa hajonta oli suuri, ja logojen asettelu vapaampaa. Marginaalisesti suurin osa pelijulisteiden logoista oli julisteen yläaidassa, päinvastoin kuin elokuvajulisteissa, joissa useiten käytetty alalaita. Selitys voi löytyä länsimaisesta lukusuunnasta tai sommittelullisista seikoista ja kuvan tasapainottamisesta, mutta en löytänyt asiaan selkeää selitystä.

Valaistus

Tarkastelen julisteiden valon tulosuuntaa. Luokkani ovat valon tulo *ylhäältä*, *sivulta*, *alhaalta*, *edestä*, *takaa* ja *muu*. Luokkaan “muu” laitan ne julisteet, joissa selkeää valonlähdettä ei voida havaita.



Kuvio 7. Julisteiden päävalonlähteen suunta.

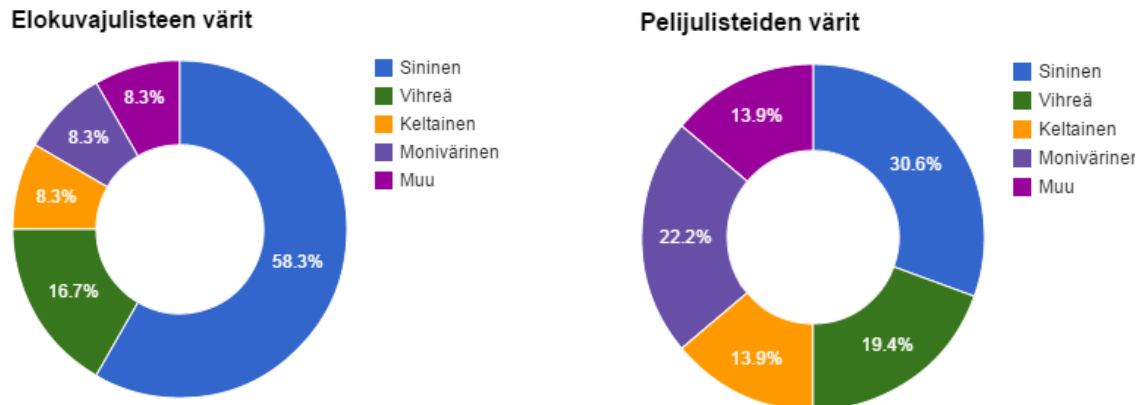
Tässä kategoriassa julistetyyppien erot ovat huomattavat (kuvio 7). Elokuvajulisteissa huomattavasti yleisin valonlähde oli hahmojen ja muiden pääelementtien takana (61,1 % / 22 kpl). Niissä kaikissa oli kuitenkin selkeästi jokin valon tulosuunta, kun taas hyvin monet pelijulisteet oli tehty niin, että oli käytännössä mahdoton sanoa, oliko kuvassa ns. valonlähdettä ollenkaan.

On vaikea sanoa, mitä tuloksista voidaan päätellä. Pelijulisteet tuntuivat päätyvän useammin neutraaleihin valoratkaisuihin, kun taas elokuvajulisteissa valolla lisättiin usein dramatiikkaa esimerkiksi laittamalla valonlähde hahmojen taakse.

Julisteessa käytettävä pääväri

Monissa julisteissa oli selkeästi käytössä jokin yksi tietty pääväri. Erottelin julisteet tämän päävärin mukaan luokkiin *Sininen*, *Vihreä*, *Keltainen*, *Monivärinen* ja *Muunvärinen*. Jotta laskin julisteiden “jonkin väriseksi”, tätä väriä täytyi olla silmämääräisesti yli 50 % kuvasta. Jos en pystynyt päättämään väriä varmasti (esimerkiksi sinisen ja vihreän välillä), pyysin mielipidettä riippumattomalta taholta. Tässä tapauksessa riippumaton taho tarkoittaa

lähistöllä olevaa ihmistä, jolta voi kysyä puolueetonta mielipidettä, esimerkiksi samassa työpaikassa työskentelevää ihmistä.



Kuvio 8. Julisteen pääasiallinen väri

Väreissä ilmeni suuria eroja. Pelijulisteissa väriskaala oli melko tasainen, ja niiden luokittelu väreihin oli hankalampaa kirjavuutensa takia. Elokuvajulisteissa oli taas hyvin merkittävä jakauma. Yli 70 % otantani julisteista olivat pääosin joko sinisiä (58,3 % / 21 kpl) tai vihreitä (16,7 % / 6 kpl), kuten on nähtävissä kuviosta 9.

Värien käyttö liittyy usein niiden vaikutukseen ja tuottamiin tunteisiin. Siihen, miten ne vaikuttavat käytännössä, on olemassa 6-tasoinen portaikko, jonka avulla värien vaikutusta voidaan tarkastella. Kyseisessä portaikkomallissa aloitetaan hyvin yleisestä tasosta, jossa tarkastellaan valmiita biologisia ja neurologisia malleja, ja paneudutaan lopulta tasoon, jossa huomioidaan hyvin yksilölliset tunnetason vaikutukset. (Huttunen 2004.)

Mahdollinen syy sinisen suosimiselle voi kenties selittyä osittain aihepiirini valinnalla. Kaikki tarkastelemani julisteet ovat science fiction tai fantasiagenreä, joihin liittyen sininen voi ilmaista avaruutta tai taivasta. Monet liittävät myös sinisen värin hengellisyyteen ja uskontoon (Huttunen 2004).

3.3 Yksittäisten julisteiden semioottinen analyysi

Tässä osiossa käsittelen tarkemmin otannasta valikoituneita neljää eri julistetta, joiden koen vastanneen erityisen tarkasti useata sisällön erittelyssä esiin nousutta yleisintä luokkaa (elokuvajulisteissa oli esimerkiksi yleistä sininen väri ja logon sommittelu julisteen alalaitaan), ja vertailen niitä lopuksi keskenään.

Etsin vastausta kahteen kysymykseen: *vastaavatko saman kategorian rakenteellisesti samankaltaiset julisteet toisiaan myös syvemmän kuva-analyysin tasolla ja löytyykö peilijulisteista huomattavia syvällisempiä piirteitä, jotka erottavat ne elokuvajulisteista.* Molemmat kysymykset ovat tarkennettuja versioita opinnäytetyöni pääkysymyksestä.

Merkit ja Merkitys

Fiske kuvailee merkkiä fyysiseksi, aisteilla havaittavaksi olioksi, joka viittaa johonkin muuhun asiaan kuin itseensä ja käytännössä lähes jokainen merkki on viestintää. Merkki voi olla niinkin yksinkertainen asia kuin tietyn värinen kuvio, tai monimutkainen kuin mainos (Fiske, 1992). Tässä työssä merkki on juliste.

Käytän kuvia analysoidessani hyödykseni Roland Barthesin mallia merkitysten järjestelmälliseen analysointiin, jota John Fiske avaa kirjassaan *Merkkien kieli*. Mallissa on käytössä kaksi eri tasoa, denotaatio ja konnotaatio, joilla voidaan tarkastella merkkejä ja niiden välittämiä merkityksiä eri tasoilla. Hyödynnän näitä tasoja tässä luvussa, kun analysoin julisteita.

Denotaatiossa, merkityksellistämisen ensimmäisessä tasossa, on kyse merkkien tutkimisesta ilman niiden suhdetta esimerkiksi kulttuuriin tai siihen, missä yhteydessä ne esiintyvät. Merkin tulkinta perustuu ainoastaan fyysiseen olemukseen objektiivisesti. Konnotaatiossa taas korostuvat kuvan subjektiivisemmat merkitykset, kuten sen suhde merkin vastaanottajaan ja se, mitä merkki saa hänet tuntemaan. Myös muut ulkopuoliset seikat, kuten vaikkapa merkin poliittisuus ovat konnotaatiota. (Fiske 1992.)

Analyysi

Jokaisen julisteen analyysiin kuuluu kaksi osaa. Denotatiivisessa osassa tarkastelen julisteita hyvin pintapuolisesti keskittyen rakennetason ilmaisuun. Erittelen lisäksi julisteissa esiintyvät pääelementit. Konnotatiivisessa osassa pohdin julisteita henkilökohtaisemmin hyödyntäen esimerkiksi semiotiikan keinoja.

3.3.1 Elokuvajuliste 1



Kuvio 9. Inception-juliste - Christopher Nolan

Denotatiivinen analyysi

Juliste on pystyrajattu, kuten useimmat otannan elokuvajulisteet. Julisteen suurin elementti on sen kuva, joka esittää seitsemää ihmistä seisomassa mahdottomissa asennoissa olevien muotojen pinnoilla niin, että osa heistä on katsojaan nähden sivuttain tai ylösalaisin. Heistä suurin osa on pukeutunut siisteihin asuihin, kuten pukuun ja monella on kädessään pistooliksi tunnistettava esine. Julisteen värimaailma on lähes kokonaan sinisensävyinen lukuun ottamatta hahmoja ja julisteessa esiintyvien elementtien takaa tulevaa kellertävää valonlähdettä. Julisteessa on kaksi merkittävää paikkaa tekstielementeille, yläreuna, jossa luetellaan nimiä, ja alareuna, jossa on enemmän tekstiä. Yksi sana on merkitty suuremmalla ja erivärisellä kirjasintyypillä.

Konnotatiivinen analyysi

Hahmojen epätavallisesta asettelusta ja taustasta, jonka koen mahdottomaksi reaali-maailmassa, voin päätellä, ettei tässä julisteessa kuvata todellista tapahtumaa. Pystyn tunnistamaan mm. tekstielementtien asettelusta ja tutuista nimistä, että kyse on luultavasti elokuvajulisteesta.

Suurin osa julisteen hahmoista on pukeutunut asusteisiin, jotka miellän jollain tavoin asiallisiksi ja melkein juhlaviksi. Tämän hahmojen pukujen ja asujen luoman ammattimaisuuden kontrastina monilla hahmoilla on kuitenkin hallussaan aseita, ja heidän asentonsa vaikuttavat jännittyneiltä. Hyvin harvoissa tilanteissa nämä kaksi asiaa tuntuvat liittyvän yhteen, joten ensimmäinen miellelyhtymä kuvaa katsoessa onkin usein ammat-tirikollisuus.

Yksi hahmo erottuu selkeästi joukosta, sillä tämä on muista hahmoista poiketen selkeässä liikkeessä. Lisäksi, vaikka hahmojen joukossa onkin toinen nainen, julisteessa nousee myös selkeä sukupuolikontrasti. Suurimman osan muista hahmoista ollessa asiallisesti pukeutuneita miehiä, joilla on hallussaan aseita ja muuta rekvisiittaa, nousee liikkeessä oleva aseeton naishahmo helposti huomion keskipisteeksi, vaikka tämä ei olekaan suurimpana tai lähimpänä kuvattu hahmo.

Kuvan sinisyys luo osaltaan rauhallista, hillittyä tunnelmaa. Auttaa, että sininen värinä koetaan usein rauhallisemmaksi kuin monet muut värit. Tämän rauhallisen väriskaalaan rinnalla logoelementin punainen väri herättää heti huomion. Varsinkin sinistä taustaa

vasten kirkkaan punainen vaikuttaa usein ihmisestä hyvin aggressiiviselta. Julistetta katsoessa tuntuu selvältä, että sen tekijä haluaa katsojan kiinnostävän mahdollisimman nopeasti huomiota logoelementtiin.

3.3.2 Elokuvajuliste 2



Kuvio 10. Pacific Rim -juliste

Denotatiivinen analyysi

Julisteen keskiössä on metallinen, humanoidi hahmo, joka seisoo korkeiden muotojen keskellä. Tämän alla tapahtuu räjähdyksiä, joiden seassa on sirpaleita, ja joiden yllä, hahmon jalkojen välissä leijuu savua. Katsojan ja hahmon välissä on tiekaistale, jonka reunoilla on useita tuhoutuneita autoja.

Juliste on pääosin sinisen ja harmaan sävyissä, mutta räjähdyksistä, valonlähteestä hahmon takana, hahmon rinnasta ja visiiristä tulee kuvaan myös joitain punaisen ja keltaisen sävyjä. Julisteen alalaidassa on aseteltuna tekstiä muutamilla eri kirjasintyypeillä ja -koilla. Kaikki teksti on joko valkoista, tai beigeä.

Konnotatiivinen analyysi

Julisteen päähenkilönä on hahmo, jonka tunnistan jonkinlaiseksi suureksi robotiksi. Robotti on asennossa, joka tuntuu viestivän toimintaa. Räjähävät autot ja suuret värikontrastit lisäävät hyvin maskuliinista tunnelmaa.

Koska olen itse nähnyt monia muita samankaltaisia hahmoja konteksteissa, jotka kielivät suurista hyvän ja pahan välisistä konflikteista, tulee minulle tästäkin julisteesta mielikuva, että suuri maskuliininen robotti on jonkinlaisessa suuressa osassa taistelussa ihmisten tulevaisuuden puolesta.

Vaikka robotti onkin suuri, ja sitä ympäröi tuhoutuneita autoja, se vaikuttaa silti sankarilliselta. Tämä saattaa johtua robotin hahmosuunnittelusta. Vaikka se antaakin minulle mielikuvia karskista ja väkivahvasta hahmosta, robotti on kuvattu silti melko ihmisenkaltaiseksi, ja siinä on käytetty paljon pyöreitä muotoja. Nämä kaksi piirrettä ovat nähdäkseni voimakkaita tekijöitä suunniteltaessa hahmoa, johon katsojan halutaan samaistuvan.

Myös julisteessa käytettävät värit luovat konnotaation sankarillisesta hahmosta. Päävärejä, varsinkin punaista ja sinistä, on käytetty erilaisten mielikuvitussankarien väriytyksenä. Esimerkkejä ovat esimerkiksi Teräsmies ja Kapteeni Amerikka. Koska nämä usein tarinan "hyvikselle" tarkoitetut värit ovat käytössä julisteessa, voidaan ne mieltää tarkoittamaan osaltaan sitä, että julisteen suuri robotti on tarinassa sankarillinen hahmo.

3.3.3 Pelijuliste 1



Kuvio 11. Dragon's Crown pelijuliste ja kansikuva

Denotatiivinen analyysi

Julisteessa (kuvio 11) on ryhmä tyyliteltyjä ihmisenkaltaisia hahmoja keskitetysti kirjainten alla. Hahmojen takana sijaitsee useita muita hahmoja, jotka ovat keskenään samannäköisiä, ja joilla on useimmilla kädessään erilaisia pitkiä esineitä. Kaikkien näiden hahmojen takana on iso puolikaaren muoto. Tämän puolikaaren edessä on muodoiltaan hyvin pyöreää tekstiä.

Julisteessa on monia eri värejä, mutta silmiinpistävimpinä esiin nousevat vihreä ja keltaisen eri sävyt. Kuvassa on monia muitakin värejä, mutta ne esiintyvät vain pienillä alueille. Teksti on pääosin keltaista, mutta siinä on myös oranssia ja jotakin sinertävää sävyä.

Konnotatiivinen analyysi

Kuvassa on kaksi erillistä ryhmää suuren oven edessä. Hahmoryhmien asettelusta syntyy heti mielikuva vastakkainasettelusta, varsinkin, koska kaikki kuvan hahmot vaikuttavat aseistautuneilta.

Kuvan keskiössä olevat hahmot ovat pukeutuneet asusteisiin, joita ei käytetä juurikaan tänä päivänä nykymaailmassa. Vaikka hahmojen vaatteet eivät itsessään sitä suoraan paljasta, ne tuovat vahvan mielikuvan jonkinlaisesta yliluonnollisesta, fantastisesta tilanteesta, sillä samankaltaisia tavallisesta poikkeavia vaatteita käytetään fantasiatarinan tai sadun merkinä myös hyvin monissa muissa teoksissa.

Keskellä olevat hahmot ovat pukeutuneet värikkäästi ja tyyliinhuolimatta tuovat mieleen selkeästi ihmisen. Asettelu keskelle kontrastina reunojen luurankoihin saa helposti aikaan mielikuvan sankarijoukosta. Reunoille asetellut luurangot vahvistavat mielikuvaa melkein koko olemuksellaan. Luuranko itsessään koetaan jo usein pahaksi asiaksi, sillä se viittaa kuolemaan. Kun asia, jonka ei pitäisi olla enää elossa, liikkuu, se luo helposti negatiivisen reaktion. Niiden tummat värit, terävät muodot, aggressiiviset asennot ja ilmeet, sekä käsissä olevat aseiksi mielletävät esineet lisäävät kontrastia entisestään. Kuvasta saa kaiken kaikkiaan helposti sen mielikuvan, että keskiössä olevat värikkäät hahmot ovat ne, joiden puolelle katsojan tulisi asettautua.

Julisteen väripaletti on niin ikään kirjava ja se käyttää hyvin täyteläisiä värejä. Tämä värien pirteys yhdistettyinä hahmojen liikkeessä oleviin asentoihin saa aikaan mielikuvan aktiivisesta pelistä. Erityisesti, koska oman kokemukseni mukaan monet nopeatempoiset seikkailupelit (mm. The Legend of Zelda) käyttävät samankaltaista väripalettia, kuvasta voi nousta heti mielleyhtymä sen tyyppiin peleihin.

3.3.4 Pelijuliste 2



Kuvio 12. Deus Ex: Human Revolution -pelijuliste/kansikuva

Denotatiivinen analyysi

Julisteen (kuvio 12) keskellä on hahmo, jonka ympärillä on monia särmikkäitä muotoja, joiden pinnoilla on havaittavissa erilaisia kuvioita. Valonlähde on suoraan keskellä olevan hahmon takana, ja sen tuottama valo hiipuu tummempihin värisävyihin reunoja kohti mentäessä.

Hahmon yläpuolella on tekstiä kahdella erilaisella fontilla, ja siinä on käytetty kahta eri väriä: valkoista ja kellertävän ruskeaa.

Konnotatiivinen analyysi

Kuvan keskellä on selkeästi havaittavissa mieshahmo, jolla on yllään mahdollisesti nahasta, tai muusta samankaltaisesta materiaalista valmistetut vaatteet. Mustan nahan käyttäminen liitetään usein tietynlaiseen miehisyyteen, melkeinpä machoiluun, jonka tarkoitus on etenkin länsimaissa viestiä käyttäjänsä aggressiivisuudesta. Tämän lisäksi hahmo on itsevarmalta vaikuttavassa asennossa ja hän katsoo kohti kameraa, ikään kuin haastaen katsojan. Tämä ohjaa heti katseeni hahmon kasvoihin.

Kaikista näistä piirteistä syntyy helposti vaikutus, että kuvan mies on aggressiivinen ja toiminnallinen, ja luultavasti julisteen mainostaman pelin päähahmo. Ilman informaatiota hahmon taustoista on vaikea sanoa suoraan hahmosuunnittelusta, onko kyseessä hyvä vai paha hahmo, mutta jotkin tekijät voivat antaa viitteitä sisimmiltään hyvää tarkoittavaan hahmoon. Tällaisia viitteitä ovat esimerkiksi hahmon kasvojen huomattava sileyys verrattuna muuten karskiin ulkomuotoon, ja suhteellisen positiivinen ilme kasvoilla.

Hahmon ympärillä olevat muodot voidaan tunnistaa nopeasti lasinsiruiksi, joiden pinnoilta heijastuu muiden hahmojen kasvoja ja muita epämääräisempiä muotoja. Koska kyseessä on juliste, voidaan helposti olettaa, että nämä muut hahmot ovat osa tarinaa tai maailmaa, johon kuvan keskiössä oleva päähenkilökin kuuluu.

Väriensä puolesta kuvamaailma on epätavallinen. Keltainen mielletään usein pirteäksi ja iloiseksi väriksi, mutta sen kontrastina on kuvassa musta. Nämä värit yhdessä tuovat mieleen erilaiset varoitusvärit, joita näkee usein luonnossa. Keltainen on kuitenkin suhteellisen pehmeä ja rusehtava verrattuna vaikkapa ampieisessa esiintyvään mustan ja keltaisen huomioväriin, joten konnotaatio ei ole aivan yhtä vahva.

Logoteksti on muodoiltaan kulmikas ja vaikuttaa joillain tavoin futuristiselta. Kirjaimien korvaaminen erilaisilla tutuilla muodoilla voi lisätä tätä tunnetta. Esimerkiksi kirjain A on korvattu kolmiolla.

3.4 Semioottisen analyysin havainnot

Havainnoidessani tarkemmin muutamia (kts kuvat 1-4) keskenään hyvin samankaltaisia julisteita hieman syvemmin, huomioni kiinnittyi kahteen selkeään eroon, jotka vaikuttivat toistuvan myös koko katsannassa, ja joita myös sisällön erotteluni tukee.

Kummatkin koskevat tekstiä, sen määrää ja asettelua. Molemmissa elokuvajulisteissa logo on selkeällä fontilla ja se on aseteltu alas keskelle. Julisteissa on myös muuta tekstiä, esimerkiksi näyttelijöiden nimiä, ohjaaja, ja muita elokuvan tekoon osallistuneita henkilöitä ja tahoja.

Vastaavasti pelijulisteissa logoelementti on molemmissa julisteissa ainoa teksti, ja se on aseteltuna ylös keskelle. Tätä tukee myös luvussa 3. esittelemäni tulos logon asettelusta (kuva 7.). Havaitsin myös, että ainakin näiden julisteiden tapauksessa elokuvajulisteiden logoelementtien fontit vaikuttivat selkeämmiltä kuin pelijulisteiden vastaavat. Se, pitääkö tämä paikkansa kun tarkastellaan suurta määrää julisteita, on kuitenkin epävarmaa.

Semioottinen kuva-analyysi vaikuttaisi tukevan aikaisemmin luvussa 3. saamiani sisällön erittelyn tuloksia ainakin jossain määrin, ja pystyin havaitsemaan ainakin muutamia selkeitä eroja, kuten logon asettelun kahden eri julistetyypin välillä. Saman kategorian (pelitai juliste-) sisällä olevat julisteet myös vaikuttivat ainakin asettelullisesti vastaavan toisiinsa jossain määrin.

4 Käytännön työ: julisteiden konseptointi

Luvussa 4. esittelen kaksi suunnittelemaani julistekonseptia perustuen luvussa 3. suorittamaani sisällön erittelyyn. Julistekonseptit perustuvat Yasutaka Ikedan *Sahdow Hunters* -lautapeliin.

4.1 Tekemisen ja Shadow Huntersin erittely

Tässä käytännön vaiheessa aion hyödyntää sisällön erittelyn ja semioottisen analyysin pohjalta saamiani tuloksia, ja luoda niiden pohjalta kaksi julistekonseptia, yhden elokuvajulisteeseen ja yhden pelijulisteeseen. Alun perin työn tarkoituksena oli myös toteuttaa julisteet, mutta aikataulurajoitusten takia jään konseptoinnin tasolle.

Aion tuottaa julistekonseptit siten, että otan huomioon kaikki julistetyypissä vallitsevat kategoriat, jotka loin luvussa 3, ja luon niistä itselleni raamit, joiden puitteissa teen työni. Esimerkiksi elokuvissa yleisimpiä asioita olivat mm. sinisyys, kokokuvat ja takaa tuleva valaistus.

Molemmat julisteet perustuvat lautapeliin *Shadow Hunters* (Suunnittelijana Yasutaka Ikeda), jossa on jo olemassa tietty taiteellinen tyyli ja tarinakehys mutta jonka sisältöjä voi melko vapaasti soveltaa fantasia-aiheiseen julisteeseen. Tällä tavoin minulla on olemassa tietty tyyli- ja tarinarunko, johon minun täytyy soveltaa analyysissäni huomiamiani asioita.

Shadow Hunters on kauhufantasia-aiheinen lautapeli, jossa pelaajat ovat jakautuneet ryhmittymiin, metsästäjiin, varjoihin ja neutraaleihin hahmoin. Pelaajat eivät aluksi tiedä mitään muuta kuin oman hahmonsa, ja pyrkivät pelin edetessä selvittämään muiden pelaajien roolit. Metsästäjät pyrkivät tuhoamaan varjot ja päinvastoin, kun taas neutraaleilla hahmoilla on omia henkilökohtaisia voittotavoitteitaan. Pelaajien apuna on erilaisia esineitä ja tapahtumia. Peli loppuu kun joko kaikki metsästäjät tai varjot ovat kuolleet, kolme neutraalia on kuollut, tai jos neutraali hahmo onnistuu täyttämään voittotavoitteensa.

Kumpaankin julistekonseptiin kuuluu luonnos julisteeseen lopullisesta asettelusta, selitys eri elementtien ja muiden huomioitavien asioiden asettelulle sekä julisteeseen tuleva väripaletti. Väripaletissa on 5-10 huomattavinta julisteessa esiintyvää väriä.

4.2 Elokuvajulistekonsepti

Suunnittelun elokuvajulisteeseen konseptiin niin, että toteutus tapahtuisi näyttelijöillä ja kuvamanipulaatiolla

Sisällön erittelystä saamieni tulosten perusteella (kts. luku 3.2 ja kuvat 1-9) elokuvajulisteella ovat seuraavat rajoitukset:

- Julisteessa tulee olla useita (3 tai enemmän) hahmoja.
- Julisteessa on vertikaalinen asettelu.
- Ainakin julisteen päähenkilö on kuvattu suoraan edestä.
- Päähenkilö katsoo ulos kamerasta.
- Käytössä on joko yleiskuva tai kokokuva.
- Logoelementti on aseteltuna alas keskelle.
- Julisteessa valonlähde on sijoittuneena taakse.
- Julisteen pääväri on sininen.

Julisteen logo tulee olemaan samantapainen kuin lautapelin logo, mutta sitä voi tarvittaessa muokata kyseiseen julisteeseen sopivammaksi teoreettisessa toteutusvaiheessa. Logo on melko koristeellinen versio pelin nimestä. Kirjainten sisus on punainen tai pinkki, ja niiden reunat ovat vaaleat.

4.2.1 Elokuvajulisteen suunnittelu

Aloitin elokuvajulisteen suunnittelun keskittymällä päähenkilön asetteluun ottaen huomioon sen, että tämä on kuvattuna suoraan edestä päin. Vasta tämän jälkeen siirryin asettelemaan muita hahmoja tämän ympärille (kts. kuvio 13). En laittanut alalaitaan juurikaan elementtejä, sillä alalaidan pääelementtinä on logo.



Kuvio 13. Elokuvajulisteluonnokset.

Koska *Shadow Hunters* on niin ikään kauhuaiheinen lautapeli, ja valon täytyi tulla rajoitteideni mukaan takaapäin, lisäsin valonlähteeksi kuun. Kuuta vasten näkyy myös yksi pelin varjopuolen hahmoista, ihmissusi. Vasta aseteltuani hahmot päädyin miettimään tarkemmin, ketkä lautapelin hahmoista ovat julisteessa.

Valitsin hahmot melko satunnaisesti metsästäjäkategorian hahmoista, sillä lautapelissäkään ei ole yhtä selkeää päähenkilöä, vaan mukana olevat hahmot valikoituvat peliin sattumanvaraisesti. Lisäsin kauimmaiseksi hahmoksi vielä yhden neutraalikategorian hahmon, Catherinen, sillä tämä olisi selkeästi lyhempi kuin muut hahmot. Tarkoituksena on jatkaa henkilöhahmojen ylle muodostuvaa kaarevaa linjaa, joka ohjaa omalta osaltaan katsojan katseen suuntaa.

. Kauhufantasia kuuluu usein toimintagenreen, *Shadow Hunters* mukaan lukien. Tästä syystä annoin vielä osalle hahmoista pelissä saatavilla olevia esineitä ja aseita, joilla pyrin saamaan tietynlaista aktiivisuutta hahmoihin.

4.2.2 Väripaletti - elokuvajuliste

Koska julisteessa on paljon tapahtumaa monen eri hahmon ja elementin muodossa, päädyin pitämään julisteen värit rauhallisina (kts. väripaletti 1).



Kuvio 14. Väripaletti 1. Elokuvajuliste.

Käytin saamieni tuloksien mukaan eniten sinisen sävyjä suunnitellessani väripalettia, mutta päädyin murtamaan niitä vahvasti. Halusin tällä tavoin tehdä kuvasta raskaamman. Keltaisen värit tulevat lähinnä valonlähteestä, hahmojen takana olevasta kuusta, ja toistuvat esimerkiksi heijastuksissa ja joissakin hahmojen pitelemissä esineissä.

4.3 Pelijuliste

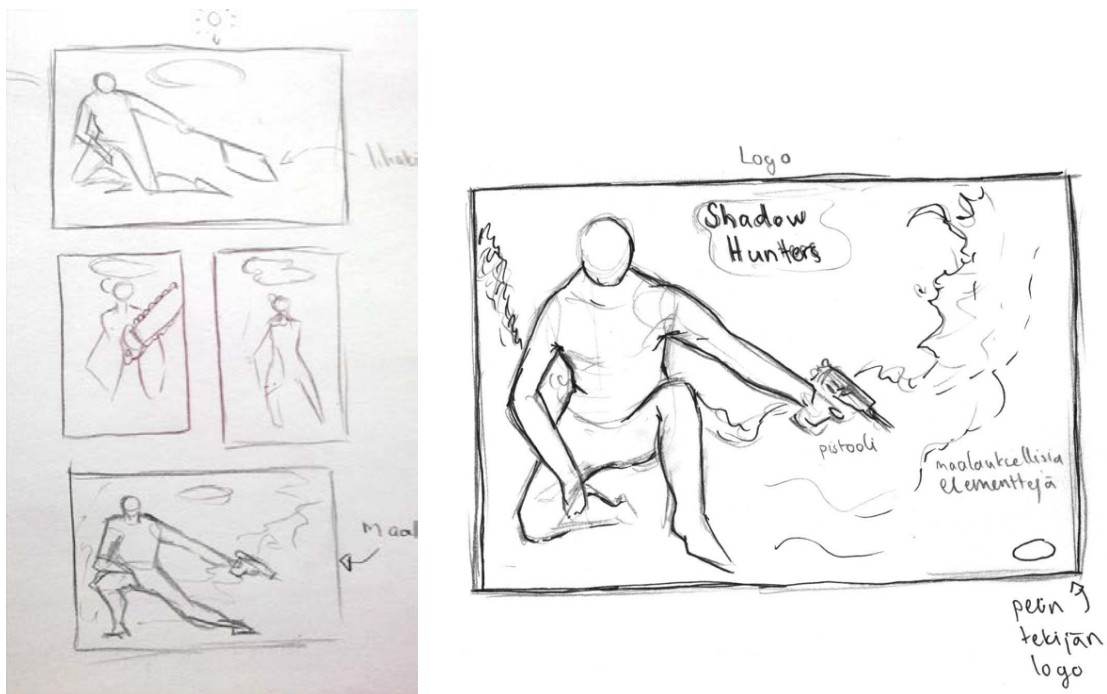
Suunnittelen pelijulisteen lähinnä niin että toteutus tapahtuisi käsin digitaalisesti piirtämällä. Sisällön erittelystä saamieni tulosten perusteella (kts. luku 3.2 ja kuvat 1-9) pelijulisteella ovat seuraavat rajoitukset:

- Julisteessa on yksi hahmo.
- Juliste voi olla aseteltu joko pysty- tai vaaka-asentoon.
- Julisteen päähenkilö on kuvattu suoraan edestä.
- Hahmo katsoo suoraan eteenpäin kohti "kameraa".
- Juliste on kokokuva
- Logoelementti on aseteltuna ylös
- Julisteen valonlähde sijaitsee ylhäällä.
- Julisteen pääväri on sininen

4.3.1 Pelijulisteen suunnittelu

Pelijulisteen suunnittelu antoi jo alkuvaiheessa paljon enemmän vapauksia ja samalla hankaluuksia sen suunnitteluun. Koska sisällön erittelyssäni oli yhtä paljon sekä pysty-, että vaakamallisia julisteita, sain valita asetellun vapaasti. Koska julisteessa tulisi olemaan yksi kokonainen edestä kuvattu hahmo, oli paperin asetellulla huomattavasti merkitystä.

Päätin lopulta erojen korostamiseksi valita vaaka-asetellun pinnan, johon olisi myös tilan vuoksi asetettava aktiivisempi, liikkeessä oleva hahmo, jotta juliste olisi tasapainoinen (kts. kuvio 15).



Kuvio 15. Luonnokset pelijulisteesta

Koska julisteeseen valikoitui vain yksi hahmo, juliste on suhteessa paljon rauhallisempi, kuin elokuvakonseptissa. Päätin myös, että tausta on epäesittävä ja maalausmainen, jollaisia oli useita myös teoriaosioni pelijulisteotannassa useita.

Vaikka en tarkastellutkaan sitä lähemmin sisällön erittelyn osiossa (luku 3), päätin ottaa päähahmoksi mieshenkilön, sillä vielä ainakin toistaiseksi suuri osa pelien päähenkilöistä on miespuolisia. Konsepti toimii kuitenkin myös tarvittaessa naishahmolla.

4.3.2 Väripaletti - pelijuliste

Pelijulisteen pääväriksi valikoitui sininen samaan tapaan kuin elokuvajulisteessa. Toisin kuin elokuvajulisteessa, pelijulisteessa on mahdollista käyttää enemmän kirkkaita värejä, koska elementtejä on vähemmän (kts. väripaletti 2).



Kuvio 16. Väripaletti 2. Pelijuliste

Päädyin ottamaan runsaamman ja kirkkaamman lajitelman sinisen eri sävyjä, joita voi käyttää sekä hahmossa, että taustassa. Koska julisteeseen valaistus ei ole yhtä dramaattinen kuin elokuvajulisteeseen (pelijulisteeseen valonlähde on ylhäältä päin tuleva), voidaan vapaammin käyttää myös eri värejä.

Päädyin kontrastiksi ottamaan yhdeksi väriksi mukaan yhden hyvin vahvan punaisen, jolla voi korostaa julisteeseen hahmon aktiivisuutta. Tämä väriyhdistelmä sopii myös yhteen luvussa 3. suorittamani konnotatiivisen analyysin kanssa, jossa huomasin kokevani punaisen, sinisen ja joissain tapauksissa keltaisen väriyhdistelmän tuottavan usein mielikuvan hahmon tietynlaisesta sankarillisuudesta. Toivoin saman vaikutuksen tulevan ilmi suunnittelemani pelijulisteesta, koska irrallisena sen sisältämä hahmo voi vaikuttaa asentonsa takia jopa aggressiiviselta.

5 Yhteenveto

Tämän opinnäytetyön aikana minun oli tarkoitus tutkia, onko pelien mainosjulisteissa selkeitä eroja verrattuna elokuvajulisteisiin. Tätä asiaa selvittääkseni käytin hyödykseni sisällön erittelyn ja semioottisen kuva-analyysin keinoja. Koska työn aloittamisen jälkeen

tuli nopeasti ilmi, ettei pelijulisteista löydy kovin paljoa edellistä tutkimusta, jouduin tuottamaan suurimman osan niihin liittyvistä tuloksista itse, joka ei ollut tarkoituksena työtä aloitettaessa.

Koska en ollut tehnyt ennen juurikaan tämän kaltaista tutkimustyötä, työ oli ajoittain haastavaa. Erityisen vaikeaksi koin valitsemieni tutkimusmenetelmien sitomisen työhöni. Koin kuitenkin onnistuneeni siltä osin, että sain joitain vastauksia alkuperäiseen tutkintokysymykseeni. Konseptoinnin tarkoituksena oli alun perin tuoda teoriaosuudessa havaitsemiani asioita visuaalisesti esille, mutta aikataulurajoitukset vaikeuttivat tämän toteuttamista.

Vaikka käyttämäni tutkimusmenetelmät, sisällön erittely ja denotatiivinen ja konnotatiivinen kuva-analyysi, vaikuttivat toimivan ja tuottavan joitain selkeitä tuloksia, niiden tulokset eivät välttämättä pidä paikkaansa suuremmalla otannalla julisteita. Sekä julisteiden suhteellisen pieni määrä, että tietyn aihealueen rajaus saattavat vääristää tuloksia. Tämän lisäksi varsinkin sisällön analyysissa on mahdoton ottaa huomioon kaikkia julisteisiin vaikuttavia tekijöitä, joten se, millaisia eroja kykenin etsimään julistetutyypeistä, oli myös rajallinen.

Olisin toivonut, että minulla olisi ollut enemmän aikaa toteuttaa konsepti myös käytännössä, koska jo opinnäytetyötä suunnitellessani toivoin pääseväni tekemään kuvitus-työtä. Työni anti itselle olikin pääosin teoriaosiossa. Toivon, että varsinkin sisällön erittelyssä avautuneet seikat joistakin peli- ja elokuvajulisteiden eroista olisivat hyödyksi myös muille asiasta kiinnostuneille ja alalla työtä tekeville.

Pelit ovat jo jonkin aikaa kasvaneet viihdemuotona, joten niiden mainonnankin voidaan olettaa lisääntyvän. Tämän takia onkin outoa, ettei pelimainoksista löydy paljoa tietoa. Oma työni oli pienen otantansa, rajatun aiheensa ja rajoittuneiden tutkimusmenetelmiensä takia vielä hyvin suppea, joten jatkotutkimustarve on olemassa. Erityisesti kokisin tarpeelliseksi tutkia, pitävätkö saamani tulokset paikkansa myös isommalla otannalla, millaisia erot ovat jos julisteiden aihe on erilainen ja millaisilla muilla tutkimusmenetelmillä aihetta voisi lähestyä.

Lähteet

Barry, Pete 2008. The Advertising Concept Book. Thames & Hudson.

Davis, Meredith 2012. Graphic Design Theory - Graphic Design in Context. Thames & Hudson.

Fiske, John 1992. Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen. Jyväskylä: Vastapaino.

Huttunen, Martti 2005. Värit pintaa syvemmältä. Werner Söderström osakeyhtiö.

Hatva, Anja 1993. Kuvittaminen. Helsinki: Rakennustieto Oy.

Laitinen Karri, Raike Antti, Viikari Timo. Kuvakoko. Elokuvantaju. <http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/kuva/kuvakoko.jsp> (Luettu 12.2.2015).

Loiri, Pekka & Juholin, Elisa 1998. HUOM! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Jyväskylä: Infoviestintä Oy.

Kotimaisten kielten keskus. Juliste. Kielitoimiston sanakirja. <<http://www.kielitoimiston-sanakirja.fi>> (Luettu 7.4.2015).

Naillon, Buffy. Types of Posters. EHow. <http://www.ehow.com/facts_6152556_types-posters.html> (Luettu 24.3.2015)

Poster.< http://en.wikipedia.org/wiki/Film_poster> (Luettu 12.2.2015)

Routio, Pentti, Taideteollinen korkeakoulu. Luokittelu. Virtuaaliyliopisto. <http://www.uiah.fi/virtu/materiaalit/tuotetiede/html_files/14113_totea.html> (Luettu 11.2.2015).

Seppänen, Janne 2005. Visuaalinen kulttuuri: Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle. Keuruu: Vastapaino.

Sisällön erittelytaulukko

Sisällön erittelyssä tuotettu taulukko, jonka pohjalta luvun 3. piirakkagraafit on tehty.

Liite 1.

Kuvajutut	Elokuva (36)	Peli (36)
Pääsiallinen väri		
Sininen	21	11
Vihreä	6	7
Keltainen	3	5
Monivärinen	3	8
Muu	3	5
Hahmon asento		
Edestä	17	17
Etuviistosta	8	5
Sivusta	4	5
Takaviistosta	1	5
Takaa	4	0
Julisteessa ei ole hahmoa	2	4
Hahmojen määrä		
Nolla	2	4
Yksi	12	18
Kaksi	5	7
Useita	17	7

Valaistus		
Ylhäältä	5	13
Sivulta	2	3
Alhaalta	1	0
Takaa	22	10
Edestä	6	1
Muu	0	9
Rajaus		
Yleiskuva	10	10
Kokokuva	10	13
Puolikuva	9	8
Lähikuva	3	1
Erikoislähikuva	1	1
Muu/usea	3	3
Logon asettelu		
Ylhäällä	3	13
Keskellä	2	6
Alhaalla	31	8
Muu	1	9
Julisteen malli		
Vaaka	1	13
Pysty	32	13
Muu	1	0
Katseen suunta		
Kamera	11	16
Pois kamerasta	16	7
Muu	9	13

