

DRÜBEN

DRÜBEN

*Sonja Tuulia Halttunen
Opinnäytetyö / syksy 2014
76 sivua*

*Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Viestinnän koulutusohjelma
Graafinen suunnittelu*

Sonja Tuulia Halttunen
Opinnäytetyö / syksy 2014
76 sivua

Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Viestinnän koulutusohjelma
Graafinen suunnittelu

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyökseni suunnittelin visuaalisen ilmeen pienimuotoiselle Drüben-koruteosnäyttelylle. Työ sisälsi tapahtumatunnuksen suunnittelun, värivalinnat ja kuvamaailman suunnittelun, sekä typografiamäärittelyt. Opinnäytetyöhöni kuului lisäksi näyttelyn kutsun, julisteen ja sähköisen kutsun suunnittelu. Luomani visuaalinen ilme on pelkistetty ja se sitoo yhteen koruissa esiintyvät teemat: pintojen kerroksellisuuden, Berliinin, sekä herkkyuden.

ABSTRACT

The subject of my graduation project was to design a visual identity for small jewellery exhibition Drüben. The task was to design a logo, decide the colour scheme and create picture style and also make typographical choices to be used in marketing materials. I designed invitations, posters and electrical invitation for the event. The simplistic visual identity combines themes: layered surfaces, Berlin and sensible forms of jewellery pieces.

AVAINSANAT

Visuaalinen ilme, tapahtumatunnus, korunäyttely, tapahtumailme

KEY WORDS

Visual identity, event logo, jewellery exhibition, exhibition visual identity

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	9
2. DRÜBEN-PROJEKTI	13
2.1. DESIGN-BRIEF	16
2.2. KÄSITTEISTÄ	18
2.3. OPINNÄYTETYÖN AIKATAULU	19
3. TAUSTAKARTOITUS	22
3.1. LOGO JA LIIKEMERKKI	22
3.2. VISUAALINEN ILME	23
3.3. TAPAHTUMAILME VS. YRITYSILME	24
3.4. KATSAUS KOLMEEN TAPAHTUMAILMEESEEN	26
3.4.1. Beyonderground	26
3.4.2. The Beauty in the Making	29
3.4.3. Paviljonki	32
4. SUUNNITTELUPROSESSI	34
4.1. MOODBOARD	35
4.2. DRÜBEN-TAPAHTUMATUNNUS	38
4.3. VÄRIT	46
4.4. KUVAT	50
4.5. TYPOGRAFIA	52
5. VISUAALINEN ILME	56
5.1. ENSIMMÄINEN SOVELLUS: KUTSU	56
5.2. TOINEN SOVELLUS: JULISTE	64
6. LOPUKSI	68
LÄHTEET	71

1. JOHDANTO

Valitsin opinnäytetykseni visuaalisen ilmeen suunnitteluun liittyvän tehtävän, koska siinä yhdistyy monia graafisen suunnittelun osa-alueita. Aiheekseni valikoitui ilmeen luominen Drüben-näyttelylle. Olen ollut projektissa mukana toisena tekijänä, kultasepän ja korumuotoilijan työparina.

Visuaalisen ilmeen suunnittelussa luodaan tunnus, sen lisäksi tehdään valintoja värimaailman, kuvallisen maailman ja kuvallisten elementtien sekä typografian suhteen. Pidin hyvänä seikkana sitä, että työlle voidaan asettaa selkeät raamit ajankäytön ja tehtävän rajauksen osalta.

Osallistuin kesällä 2011 LAMK:in Visuaalisen identiteetin suunnittelu -kurssille. Pidin kurssia hyödyllisenä ja koin, että tämän tyyppisten suunnittelutehtävien parissa haluaisin myös jatkossa tehdä töitä. Freelancer-työssäni olen suunnitellut logoja pienyrityksille ja tehnyt muutamia visuaalisia ilmeitä. Olen mahdollisuuksien mukaan hyödyntänyt kurssilla käyttämiämme metodeja työprojekteissa, vaikka usein aikataulu on ollutkin valitettavan kiireinen, ja tämä vaihe on jäänyt lyhyeksi. Opinnäytetyössä minulla oli jälleen mahdollisuus hyödyntää kurssilla käytettyjä visuaalisen ilmeen suunnittelun työkaluja perusteellisesti ja dokumentoida kaikki suunnittelun vaiheet.

Opinnäytetyö on ollut kokonaisuudessaan monivaiheinen ja haastavakin. Aikataulu on venynyt äitiyslomani vuoksi, mutta koen kuitenkin, että sain projektin pidettyä käsissäni melko hallitusti haasteista huolimatta.

Vaikka opinnäytetyössä suunnittelemani visuaalinen ilme ei olekaan konkretisoitunut alkuperäisen suunnitelman mukaisesti näyttelyn visuaalisena ilmeenä, voi ilmettä hyödyntää myöhemmin muulla tavoin. Kirjoittaessani tätä johdantoa syyskuussa 2014 Drüben-projektimme korut ovat esillä Fiskarsin ruukin kesänäyttelyssä Rajapinnat / Blurred Lines. Olemme hakeneet korukokoelmallamme jo seuraavaan ryhmänäyttelyyn, ja olemme pohtineet mahdollisuuksia jatkaa Drüben-projektia myös kaupallisessa tarkoituksessa. Tässä mielessä en koe, että työ olisi mennyt hukkaan millään tavoin.



2. DRÜBEN-PROJEKTI

Drüben on kahden suunnittelijan, kultaseppä-korumuotoilijan ja graafisen suunnittelijan, yhteistyöprojekti. Tällaisessa projektissa paitsi saa – myös joutuu – miettimään luomisprosessia toisen alan osaajan näkökulmasta käsin ja tekemään työtä tiiviisti yhdessä. Projektin lopputuotoksena ovat korut, joiden materiaalina on hopea, paperi ja puu.

Olemme kuvanneet Drüben-näyttelyn taustoja seuraavasti: ”Kaupunkitilassa, kaduilla, rakennusten seinissä on sekä tahallista että tahatonta visuaalisuutta, joita lähdimme dokumentoimaan ja tutkimaan tässä projektissa Berliinin katukuvassa. Ympäristö on täynnä värejä, rumuutta ja kauneutta – sikin sokin, sulassa sovussa, – usein tahattomasti ja kerrostuen muodostaen rikkaan ympäristön, josta ammentaa inspiraatiota luovaan työhön. Sattuma yhdistettynä rakennettuun ympäristöön luo omaa ainutlaatuista estetiikkaansa. Pinnat ovat runsaudensarvia, paikkoja ja tiloja, jotka ovat ajan myötä muodostuneet omanlaisikseen.” – ”Näyttelyn tausta pohjautuu ihmisten jättämiin jälkiin Berliinin katukuvassa ja havaintoihin, joita tekijät ovat tehneet ja tallentaneet valokuvin ollessaan Berliinissä taiteilijaresidenssissä syyskuussa 2012. Jäljet ymmärretään tässä laajasti siten, että ne ovat rakennusten seinissä ja kaduilla olevia kulumajälkiä, ihmisten tuottamien jälkien kerroksellisuutta eri pinnoilla, vanhoja repeytyneitä mainoksia seinissä, kulkemisen jälkiä, kulkuvälineiden tuottamia kulumajälkiä jne.”



Drüben-koruteoskuvat aukeamalla: Sonja Tuulia Halttunen ja Elina Makkonen

Berliini näyttäytyy 2010-luvun alussa nuorekkaana, värikkäänä, nopealla syklillä elävänä, synkkääkin historiaa nähneenä kaupunkina. Se on rosoinen ja rento suurkaupunki, jossa ainutlaatuista on se, ettei kaikkea kaupunkitilaa ole siistitty loputtoman kliniseksi. Aikoinaan kahtiajakautunut suurkaupunki on täynnä kaupunkikulttuurin jättämiä jälkiä kaikessa moninaisuudessaan.

Havaintomme Berliinistä olivat samankaltaisia, kaupungin rosoisuus ja kerroksellisuus viehättivät meitä molempia. Havaitimme, että kauniit pinnat voivat syntyä myös sattuman kautta ajan kuluessa ja eri toimijoiden vaikutuksesta. Valokuvassimme kiinnostavia pintoja ja aloitimme projektin ideoinnin tutkimalla niitä.

2.1. DESIGN-BRIEF

Design-brief on tärkeä työkalu suunnittelutyössä, siinä määritellään mihin suunnitella työllä pyritään tyylillisesti, ja mitä ominaisuuksia ja lähtökohtia työn tulisi viestiä. Briefissä määritellään myös työn konkreettiset tavoitteet ja sovellukset, jotka työtehtävä sisältää. Design-brief on keskeinen kommunikoinnin työkalu tilaajan ja suunnittelijan välillä, ja siihen voidaan aina palata työn edetessä esimerkiksi silloin, jos työn tavoitteet hukkuvat projektin edetessä.

Suunnittelupalaverissa tammikuussa 2013 laadimme opinnäytetyötä koskevan design-briefin ja asetimme tavoitteet, joiden mukaan etenisin työssäni. Brief osoitautui hyväksi työkaluksi ja siitä oli paljon hyötyä työn kannalta erityisesti siinä vaiheessa, kun aikataulu venyi. Pyrin koko projektin ajan pitämään työn tarkasti briefin mukaan rajattuna ja se oli tavoite, jossa onnistuin.

DESIGN-BRIEF

VISUAALINEN ILME SISÄLTÄÄ

- 1) logomaisen tunnuksen
- 2) väri- ja kuvamaailman elementteineen
- 3) typografiamäärittelyn

TEHTÄVÄNÄ ON LUODA

Markkinointimateriaalit:

- 1) juliste
- 2) kutsu
- 3) sähköinen kutsu

Näyttelyn avainsanoja ovat: pinnat ja niiden rosoisuus, kerroksellisuus ja sattumanvaraisuus. Näyttelyn sisällön symboliksi valittiin pyöränkumin jälki, jonka toivottiin näkyvän visuaalisessa ilmeessä mahdollisuuksien mukaan.

2.2. KÄSITTEISTÄ

Aihepiiriä koskevassa kirjallisuudessa visuaalisen ilmeen, visuaalisen identiteetin ja yrityskuvan käsitteitä on käytetty lähes synonyymeinä toisilleen. En ole kirjallisuudesta löytänyt käsitteille sellaisia määritelmiä, joilla ne olisi mahdollista erottaa toisistaan. (Wheeler 2013 ja Nieminen 2009.) Tässä opinnäytetyössä käytän käsitettä visuaalinen ilme.

Design-briefissä tehtäväksi määriteltiin luoda logomainen tunnus. Tässä opinnäytetyössä käytetään näyttelyn tunnukselta ilmausta tapahtumatunnus. Valitsin käsitteen tapahtumatunnus pelkän logon tai liikemerkin sijaan, koska kyseessä on rajatussa ajassa tapahtuva näyttely, jolle olen luomassa visuaalista ulkomuotoa. Näin sana kuvaa tarkemmin sitä, mitä olen tekemässä. Tapahtumatunnus on opinnäytetyössäni synonyymi sanalle tapahtumalogo.

2.3. OPINNÄYTETYÖN AIKATAULU

Olin alustavasti esitellyt aiheen kesällä 2012 sähköpostitse lehtori Kari Ojapellolle, ja virallisesti esitin aiheen aihe-seminaarissa lokakuussa 2012, jossa se hyväksyttiin. Projektimme alkoi siis jo syyskuussa 2012 Berliinissä, jossa olimme keräämässä aineistoa projektia varten valokuvaten ja ideoiden näyttelyä.

Talvella 2012–2013 jatkoin perehtymistä opinnäytetyöni aiheeseen kirjallisuuden ja taustatutkimuksen pohjalta. Samaan aikaan tein moodboardin ja toteutin ensimmäisiä luonnoksia tapahtumatunnuksesta.

Tammi-helmikuussa 2013 projektimme jäi tauolle ja päätimme jättää näyttelyn toteuttamatta kesällä 2013. Osallistuin silti väliseminaariin maaliskuussa 2013. Kävi niin, että luvattu näyttelyaikamme peruttiin meistä riippumattomista syistä, ja lisäksi vaikean raskauteni takia jouduin jättämään työskentelyn kokonaan. Päätimme kuitenkin työryhmässämme, että emme hautaa projektia kokonaan, vaan toteutamme sen myöhempänä ajankohtana ja toisessa muodossa.

Minun oli mahdollista palata seuraavan kerran opinnäytetyön ja näyttelyprojektin pariin vasta lähes vuoden päästä eli talvella 2014. Haimme projektideallamme Fiskarsin ruukin kesän 2014 näyttelyyn ”Rajapinnat” ja ideamme hyväksyttiin. Näyttelyssä tutkitaan ja etsitään nimenomaan tuotteiden ja taiteen välisiä rajapintoja. Tämä aihepiiri osui hyvin alkuperäisideamme toteuttaa koruja,

joiden inspiraatiopohjana ja visuaalisena innoittajina ovat kaupunkitilan pinnat, lisäksi lopputuotokset eli Drüben-korut ovat jossain taide-esineen ja tuotteen välimaastossa.

Maaliskuussa 2014 aloitin työn uudestaan tavoitteenani saattaa opinnäytetyöprosessi valmiiksi kesällä 2014 ja niin, että voisin esittää sen päättöseminaarissa syksyllä 2014. Tämä uusi alku oli hyvä kimmoke myös opinnäytetyöni suhteen. Aiheeni tuli uudestaan ajankohtaiseksi, ja sain uutta motivaatiota siitä, että projekti tulisi toteutumaan tässä muodossa.

Koska opinnäytetyön ohjaajani oli jäänyt virkavapaalle keväällä 2014, minun piti minun löytää työlleni uusi ohjaaja. Tapasin Christoffer Lekan toukokuussa 2014, ja häneltä sain hyviä eväitä ja kommentteja jatkaa työtäni kesän aikana. Kesällä 2014 suunnittelin visuaalisen ilmeen kaikki elementit: tapahtumatunnuksen, värimaailman ja kuvalliset elementit valmiiksi. Loppukesällä suunnittelin markkinointimateriaalit eli sovelsin visuaalista ilmettä eri sovelluksiin. Syksyllä 2014 sain opinnäytetyöni valmiiksi ja palautin kirjallisen osuuden.

OPINNÄYTETYÖN AIKATAULU

2012

Syyskuu: Aineistonkeruu Berliinissä

Lokakuu: Aihe-seminaari

2013

Tammi-helmikuu:

Moodboard, logoluonnokset ja taustatutkimus

Maaliskuu: Väliseminaari

2014

Maalis-toukokuu:

Tapahtumatunnuksen suunnittelu, väri- ja typografiavalinnat, kuvaelementtien valinta, ensimmäiset versiot sähköisestä kutsusta

Kesäkuu-syyskuu:

Lopullinen visuaalinen ilme valmis; Ilmeen sovellukset valmiit ja opinnäytetyön kirjallisen osuuden viimeistely

3. TAUSTAKARTOITUS

Ryhdyin jo varhaisessa vaiheessa prosessia tutustumaan aiheeseeni liittyvään kirjallisuuteen. Tässä kappaleessa perehdyn logon ja visuaalisen ilmeen käsitteisiin, ja pohdin myös sitä, mitä eroavaisuuksia tapahtumailmeen suunnittelutyössä on suhteessa yritysilmeen suunnittelutyöhön. Tämän kokonaisuuden lopuksi syvennän taustatutkimustani perehtymällä kolmeen minua miellyttäneeseen visuaaliseen tapahtumailmeeseen, jotka valitsin tutkimuskohteikseni keväällä 2013.

Kirjallisuus, johon perehdyin tämän aihepiirin tiimoilta, keskittyy pitkälti yritysilmeisiin ja niiden suunnitteluun. Teoreettista kirjallisuutta liittyen yksinomaan tapahtumailmeen suunnitteluun ei ole julkaistu. Tämän totesimme myös ensimmäisen ohjaajani Kari Ojapellon kanssa palaverissa kevättalvella 2013 ja sovimme, että käytän teoreettisena viitekehyksenäni visuaalisen ilmeen suunnitteluun liittyvää kirjallisuutta. Taustatutkimuksessa pohdin kuitenkin sitä, mitä mahdollisia erityispiirteitä tapahtumailmeen suunnittelutehtävässä on verrattuna yritysilmeen suunnittelutehtävään.

3.1. LOGO JA LIIKEMERKKI

Yritykset pyrkivät erottautumaan ja tulemaan tunnistetuiksi logon, liikemerkin tai niiden yhdistelmän avulla. Ojapellon mukaan logolla ja liikemerkillä on seuraavia merkityksiä: 1) se viestii yrityksen arvoja, 2) sen avulla luodaan ensivaikutelma ja odotusarvo, 3) se luo esteettisen lisäarvon, 4) se luo omistajalleen persoonallisuuden, 5) siitä kasvaa yrityksen tunnistettavuus, ja 5) sen pitää olla sopuinnussa liiketoiminnan laadun kanssa. (Ojapelto 2011.)

Arkielämässä puhutaan usein yleisesti logoista, olipa kyse sitten tekstimuotoisesta logosta tai liikemerkistä tai niiden yhdistelmästä. Tarkemmin määriteltynä logo on kirjaimin ilmaistu tunnus. Liikemerkki on puolestaan kuvio, joka voi olla myös kirjain, kirjainyhdistelmä tai monogrammi. Usein käytössä on yhdistelmä kirjainmuotoisesta logosta ja liikemerkistä. (Ojapelto 2011.)

Pitkän uran visuaalisten ilmeiden parissa luoneen Bart Crosbyn mukaan: ”Logon tai merkin tulee ilmaista olennaisin yrityksestä, tuotteesta tai palvelusta – se on visuaalinen manifesti yrityksen, tuotteen tai palvelun luonteesta, pyrkimyksistä, kulttuurista ja koko olemassaolosta (Wheeler 2013).

Nämä kuvaukset osuvat hyvin niihin tavoitteisiin, joihin omassa suunnitteluprosessissani pyrin. Vaikka kyseessä onkin tapahtumatunnuksen ja näyttelyn visuaalisen ilmeen suunnittelutyö, ne ovat relevantteja viitekehyksiä myös tässä työssä.

3.2. VISUAALINEN ILME

Visuaalisen ilmeen tarkoituksena on ilmentää kohteestaan jotakin omaleimaista ja tunnistettavaa, joka erottaa kuvattavan kohteen muista samankaltaisista kohteista. Ilme sisältää paitsi logon tai liikemerkin, sekä värivalinnat, typografiset määrittelyt ja kuvamaailman. Visuaalinen ilme toistuu eri medioissa tunnistettavalla tavalla tukien ja vahvistaen haluttua viestiä.

Visuaalisen yrityskuvan tarkoituksena on välittää yrityksen toimintaperiaatteita, tavoitteita, arvostuksia ja yksilöllisiä tunnuspiirteitä – omaleimaisuutta sekä persoonallisuutta (Nieminen 2009). Niemisen (2004, 84) mukaan yrityksen

visuaalinen ilme kertoo lisäksi vastaanottajalleen jotakin liikeideasta, tuotteista, asiakaskohderyhmästä ja tavoiteltavasta imagosta.

Työni visuaalisen ilmeen tulisi ilmentää projektille ominaisia taustoja ja kertoa niistä periaatteista, joille projekti on rakentunut. Toisaalta sen pitäisi sopia yhteen myös lopputuotteiden eli korujen visuaalisen ulkomuodon kanssa, joten ilmeen luomisessa pitää pystyä nivomaan yhteen monenlaisia vaatimuksia.

3.3. TAPAHTUMAILME VS. YRITYSILME

Tapahtuma-, ja näyttelyilmeiden suunnittelussa pyritään pitkälti samoihin tavoitteisiin kuin yritysilmeiden suunnittelussa. Erona on kuitenkin se, että tapahtuma tai näyttely on aina ajallisesti rajattu ja usein lyhytkestoinen. Missä määrin tämä muuttaa suunnittelutyön luonnetta vai muuttaako se sitä?

Tapahtumailmeen on oltava ainakin sellainen, että se puhuttelee kohderyhmäänsä tehokkaasti siinä hetkessä; ilmeen on tarkoitus olla niin kutsuva, että se saa katsojan kiinnostuksen heräämään kyseistä tapahtumaa kohtaan. Sen on oltava erottuva, viestiltään niin tehokas ja kiinnostava, että se houkuttelee kävijän saapumaan paikan päälle tapahtumaan tai näyttelyyn.

Tunnistettavuus perustuu pitkälti siihen, että toistokertoja on tarpeeksi usein monissa eri viestintäkanavissa ja -sovelluksissa. Tehokkaalla ja tarpeeksi usein toistetulla viestinnällä voidaan saavuttaa hyvä tunnistettavuus jopa suhteellisen lyhyessä ajassa. Katsauksessani kolmeen tapahtumailmeeseen olen etsinyt hyviä

esimerkkejä tehokkaista visuaalisista ilmeistä, jotka ovat hyvin tunnistettavia ja joiden ilme toistuu hyvin niin markkinointimateriaaleissa kuin sisällä tapahtumatai näyttelytilassakin.

Suunnittelussa on hyvä ottaa myös huomioon se, että visuaalinen ilme saakin olla ns. ajassa kiinni. Tästä keskustelimme myös ohjaajani Kari Ojapellon kanssa kevään 2013 palaverissa. Suunnittelussa ei tarvitse ottaa huomioon sitä, että tunnus ja visuaalinen ilme toimisivat visuaalisesti vielä vuosienkin päästä tai että se olisi ajallisesti erityisen kestävä. Ei siitä toki mitään haittaa ole, mutta se ei ole tapahtumailmeen suunnittelutyössä keskeistä.

3.4. KATSAUS KOLMEEN TAPAHTUMAILMEeseen

Suunnittelun taustaksi päätin perehtyä aiheeseen paitsi kirjallisuuden pohjalta, myös analysoimalla lyhyehkösti muutamia minua miellyttäneitä näyttely- tai tapahtumailmeitä. Tämän perehtymisen toteutin etsimällä materiaalia internetistä, koska halusin säästää aikaa. Tämä on mielestäni perusteltua siksi, että nykyään lähes kaikista tapahtumista on sähköistä visuaalista materiaalia verkossa ja koin saavani riittävästi materiaalia analyysiini tällä tavalla.

Asetin taustatutkimuksen tavoitteeksi löytää muutaman vuoden sisällä toteutuneita tapahtumia, joiden visuaalinen maailma olisi jollain tavalla kiinnostava tai minua miellyttävä. Olin kiinnostunut myös visuaalisista ilmeistä, joissa on hyödynnetty markkinointikanavia tehokkaasti tai poikkeuksellisesti. Seuraavaksi esittelen lyhyesti kiinnostukseni herättäneet tapahtumailmeet. Valinnat tein keväällä 2013, ja keräsin niitä koskevan kuvallisen aineiston internetistä samaan aikaan.

3.4.1. Beyonderground

Beyonderground, graafisen suunnittelun festivaali pidettiin Belgiassa 26.–27.4.2013. Festivaalin visuaalinen ilme on moninainen ja värimaailmaltaan rikas [1.–5.]. Logo sinällään on aika rauhallinen muutokieleltään, teksti sijoitettu vasemmalle tasattuna palstana laatikkomaiseen muotoon. Logo on mustavalkoinen värimaailmaltaan [2.]. Typografiassa ollaan sen sijaan leikitelty enemmän ja logossa on käytetty kokeilevaa geometrista ja ei-muodollis-



1.



4.



2.



3.



5.

1.–5. Beyonderground-tapahtuman markkinointimateriaaleja, www.beyonderground.com

ta kirjaintyyppiä. Runsaus ja elävyys visuaaliseen ilmeeseen on luotu muiden kuvallisten elementtien avulla.

Löysin tämän festivaali-ilmeen kevättalvella 2013. Projektimme aineistonkeruu oli tapahtunut jo syksyllä 2012, joten on täyttä sattumaa, että ilmeessä on samoja elementtejä kuin omassa ideassamme; kerroksellisissa maalipintoja ja -roiskeita. Esimerkiksi nettisivujen etusivu sisältää kuvan roiskeilla maalatusta seinäpinnasta rouhean karulla betoniseinätaustalla. Päätin ottaa Beyondergroundin visuaalisen ilmeen osaksi tätä taustakartoitusta välttääkseni tuottamasta liian samanlaista tapatumunnusta ja visuaalista ilmettä.

Sovelluksesta riippumatta markkinointimateriaaleissa logo on sijoitettu aina sivupohjan keskelle halliten sitä ja luoden stabiilin vaikutelman. Taustat vaihtelevat maalatusta roisketaustasta [4.] luonnonmukaiseen, ruskeasävyiseen ympäristöpaperiin [5.]. Tulkitsen kuvamateriaalia siten, että maaliroiskeet ja niiden päällekkäisyys kuvaavat festivaalin kokeilevaa luonnetta: "Heitetään maalia pintaan ja katsotaan, mitä siitä yhdessä syntyy". Tapahtuma oli luonteeltaan interaktiivinen, ja ilme onnistuu mielestäni viestimään hyvin yhdessä tekemisen iloa.

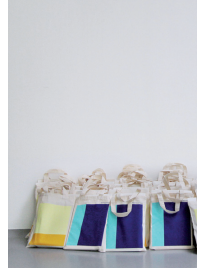
Festivaalin ilme viestii luovuutta ja monimuotoisuutta, mutta on kuitenkin yhtenäsilmeeltään tarpeeksi vahva vaihtuvista kuvamateriaalista huolimatta, koska logo on vahvasti esillä ja aina samalla tavalla sommiteltuna. Jos etsin ilmeestä jotain parannettavaa, liittyy se mielestäni logoon. Logossa on mielestäni hieman hiomista kirjainten välistysten suhteen [1. ja 5.]. Se on visuaalisen ilmeen pieni heikkous, mutta muulla tavoin visuaalinen ilme on onnistunut ja tehokas.

3.4.2. The Beauty in the Making

Toisena tapahtumailmeenä tarkastelin *The Beauty in the Making* -näyttelyn visuaalista ilmettä. Näyttely oli paperivalmistaja GF Smithin ja suunnittelutoimisto *Made Thoughtin* yhteistyön tulos. Se pidettiin viisipäiväisenä Lontoossa keväällä 2012. Näyttely toi esiin hienosti paperin ainutlaatuisuutta materiaalina, ja se oli myös eräänlainen kunnianosoitus printtimateriaalin kauneudelle digitaalisella aikakaudella. Perinteikkäällä paperivalmistajalla on toki ollut myös kaupallinen tavoitteensa hyötyä tapahtumasta imagollisesti. Pidän ilmettä erittäin onnistuneena ja upeana kokonaisuutena.

Näyttely kertoi kattavasti paperista materiaalina, paperinvalmistuksen historiasta ja paperintuotannosta, sekä paperin laajoista käyttömahdollisuuksista. "Pikemminkin juhlat kuin näyttely, pikemminkin työpajoja kuin vain galleria. Hieno esimerkki upeista ihmisistä, jotka tietävät paljon aiheesta ja haluavat siirtää sen kiinnostuneille, jotka eivät alunperin tienneetkään kuinka paljon aiheesta olisi mahdollista oppia", kirjoittaa Liv Siddall (2012) kuvaavasti "Stunning new show from GF Smith celebrates the making as an art form" -artikkelissa. Näyttely sisälsi siis myös työpajoja ja keskustelutilaisuuksia ja se oli suunnattu erityisesti graafisille suunnittelijoille.

Visuaalinen ilme on värimaailtaan rikas ja runsas. Värit ovat kauttaaltaan vaaleita, joten ne yhdistyvät kauniiksi kokonaisuudeksi. Muodot ovat graafisia mm. eri mallisia kolmioita, neliöitä ja suunnikkaita. Rikkaus muodostuu paitsi väreis-



6.



7.



8.



9.



10.



11.

tä, myös leikatun paperin kerroksellisuudesta. Laajan väripaletin ansiosta niistä syntyy rikkaita värikombinaatioita. Tekstit on leikattu paperiin ja kirjaintyyppinä on päätteen stencil-fontti, joka soveltuu laserleikkaamiseen. Paperista leikatun alueen alta paljastuu aina toinen väri, samalla tavoin paperista leikatut kuviot paljastavat altaan toisen väripinnan. Värejä ei ole siis painettu paperiin, vaan ilme syntyy väripapereista, jotka on laserleikattu. Paperin tuntu materiaalina välittyy hyvin, kun painettu pinta jää kokonaan pois [6.–11.].

Ilme toteutuu läpi linjan tehokkaana. Merkille pantavaa on myös se, kuinka näyttely-ympäristö tukee ilmettä ja antaa sille tilaa. Ympäristö eli korkea, vaalea ja karuhko tila antaa visuaaliselle ilmeelle tilaa ja nostaa värit hyvin esille. Kokonaisuus olisi kokonaan toinen ahtaassa ja tummassa tilassa. Oheismateriaalit, esimerkiksi painetut kangaskassit ja näyttelyrakenteet tukevat myös ilmettä hyvin. Näyttelyrakenteet eli tasot ovat OSB-levyä eli raakaa kerrostettua suurlastulevyä, joka luo sopivaa karumpaa kontrastia pehmeille ja täyteläisille väreille [10.].

Kuvista syntyi minulle halu päästä konkreettisesti paikan päälle hypistelemään paperimateriaaleja. Visuaalinen ilme rakentuu materiaalien laadukkuudesta ja värien sekä leikattujen graafisten elementtien yhdistelmästä. *The Beauty in the Making* on hyvä esimerkki siitä, miten näyttelyn visuaalinen ilme on rakennettu tilassa viimeistellysti alusta loppuun noudattaen kantavaa ideaa.

3.4.3. Paviljonki

Kolmanneksi perehdyin Paviljongin visuaaliseen ilmeeseen. Paviljonki oli yleisölle avoin tila Designmuseon ja Suomen arkkitehtuurimuseon välissä. Se oli osa WDC Helsinki 2012 designpääkaupunkivuoden ohjelmaa, ja se toimi myös kaupunkilaisten kohtaamispaikkana. Paviljongissa oli kahvila, tapahtumia, työpajoja, keskusteluja sekä musiikkia ja elokuvia viikottain vaihtuvan kalenterin mukaisesti.

Kokoro & Moin suunnittelema visuaalinen ilme on raikas, se täydentää WDC:n visuaalista ilmettä, mutta on kuitenkin oma tunnistettava kokonaisuutensa. Ilme rakentuu pitkälti syaanin ja keltaisen väriyhdistelmään sekä rakenteissa käytettyyn vaaleaan puupintaan [13.–16.]. Visuaalista ilmettä on sovellettu johdonmukaisesti kaikessa materiaalissa läpi linjan kuitenkin sortumatta tylsyyteen. Ilme sisältää kaksi erilaista logoa: Toinen on negatiivinen logo kolmion sisällä [12.] ja toinen erilaisista kirjaintyypeistä sommiteltu kirjainmuodostelma [15.]. Ilmeessä ollaan onnistuneesti otettu huomioon tila, jossa tapahtuma pidetään, ja siitä on otettu vaikutteita visuaaliseen ilmeeseen. Logon kolmiokuvio viittaa Paviljongin rakennuksen kolmionmallisiin kattorakenteisiin.

Paviljongilla on kaksi muodoltaan täysin erilaista logoa käytössä. Valinta on poikkeuksellinen; kahden logon käyttö rinnakkain ei ole ymmärtääkseni kovin yleinen käytäntö. Kuitenkin voimakas ja selkeä värimaailma sekä muuten yhtenäinen ilme sallivat myös tällaisen ratkaisun.

Tämän esimerkin valitsin paitsi kaksoislogon poikkeuksellisen käytön vuoksi ja toisaalta myös sen vuoksi, että olin mieltynyt tapaan, jolla ilme oli onnistuttu



12.



13.

14.



15.



16.

12.–16. Paviljonki -tapahtuman ilme ja markkinointimateriaaleja, www.kokoromoi.com/work/wdc-helsinki-2012-pavilion/

jalkauttamaan katukuvaan ja materiaaleihin. Ilme näkyi Helsingissä mm. katuihin maalattuina opasteina, joiden avulla paitsi ohjattiin ihmiset perille, myös kerrottiin symbolisesti siitä, että tapahtuma kuuluu kaikille ja on osa kaupunkitilaa.

Pidän ilmettä kokonaisuudessaan onnistuneena ja hyvänä esimerkkinä tapahtumailmeestä, joka sopii yhteen WDC:n visuaalisen ilmeen kanssa, mutta on kuitenkin tarpeeksi erottuva toimiakseen itsenäisesti omana visuaalisena ilmeenään.

4. SUUNNITTELUPROSESSI

Perehdyttyäni taustatutkimukseen ryhdyin varsinaiseen suunnittelutyöhön. Suunnitteluprosessi alkoi moodboardin luomisella, seuraavaksi siirryin luonnostelemaan ensimmäisiä tapahtumatunnuksia. Tein monia versioita muuttaen välissä tapahtumalogan perusideaa ja tyyliä. Suunnittelussa tärkeimpänä työkalunani oli ehdottomasti design-brief. Lopulta löysin minua miellyttäneen ratkaisun tapahtumatunnuksen suhteen. Suurin oivallukseni suunnittelussa oli se, ettei kaikkien design-briefissä määriteltyjen seikkojen tarvitse tulla esiin tapahtumalogossa, vaan ne voivat tulla ilmi lopullisissa materiaaleissa myös muiden visuaalisten elementtien avulla.

Seuraavaksi perehdyin muiden visuaalisten elementtien suunnitteluun, joita kehitin yhtäaikaaisesti. Lopuksi etenin konkreettisten markkinointimateriaalien suunnitteluun eli eri sovelluksiin. Olin jo opinnäytetyöaihetta esittäessäni rajannut markkinointimateriaalin koskemaan ainoastaan printtikutsua ja -julistetta sekä

sähköistä kutsua. Ajatuksenani oli se, että visuaalinen ilme toistuisi näyttelyssä myös esillepanon osalta, mutta se ei kuuluisi varsinaisen opinnäytetyöni sisältöön. Tämä oli hyvä päätös, ja se piti suunnitteluprosessin tiukoissa rajoissa.

4.1. MOODBOARD

Moodboardia tai miellekarttaa käytetään luovan suunnitteluprosessin apuna sen alkuvaiheessa. Moodboardin avulla voidaan hahmotella tyyliä ja tunnelmaa, ja siihen voidaan kerätä erilaisia visuaalisia elementtejä, kuten valokuvia, kuvituskuvia, värimaailmaa ja typografiaa. Se on hyödyllinen ja konkreettinen työkalu, jota olin käyttänyt suunnitteluprosessissa apuna jo mm. Visuaalisen identiteetin suunnittelu -kurssilla. (Ojapelto 2011.)

Moodboardissa pystyin hahmottelemaan visuaalisesti ominaisuuksia, joita visuaaliselta ilmeeltä hain. Keräsin moodboardiin internetistä kuvia rosoisista ja kerroksellisista seinä- ja lattiapinnoista [22.–23. ja 26.]. Moodboardissa on mukana myös omia valokuviamme pinnoista [24. ja 27.]. Toisaalta etsin miellekarttaan kuvia minimalistisesta graafisesta materiaalista, joissa kerroksellisuus on hallitseva elementti [17. ja 19.]. Keskeinen ideani ja myös haasteeni oli yhdistellä nämä kaksi erilaista tyyliä toisiinsa. En halunnut lopullisen visuaalisen identiteetin olevan liian rosoinen ja ns. grunge-tyylinen, vaan sen tulisi olla myös harmonisen rauhallinen, jotta se sopisi Elinan muotokieleen ja koruteemaan. Tunsin työparini tyylin melko hyvin ja tiesin, että liian rosoinen lopputulos ei sopisi yhteen hänen muotokielenä

MOODBOARD



17. Bianca Changin kerroksellista paperitaidetta, www.papercrave.com/bianca-chang
18. Relis script-tyylinen logo, www.melkeveien.no
19. Pelkistetty karttapiirros, jossa viivojen kerroksellisuutta. www.chasin-pigeons.com
20. Pyöränkumin kuvio, kuva Sonja Tuulia Halttunen
21. Sarah Kellyn paperikoru www.pinterest.com

22., 23. ja 26. Rosoinen ja kerroksellisen kulunut seinäpinta, www.chasin-pigeons.com
24. ja 27. Kerroksellinen seinäpinta Berlinissä, kuva Elina Makkonen ja Sonja Tuulia Halttunen
25. Karttapiirros, jossa viivojen ja kuvituksen kerroksellisuutta. www.chasin-pigeons.com
28. TipTop script-tyylinen logo, www.melkeveien.no

ja tyyliänsä kanssa. Halusin myös karsia rosoisuutta, koska tavoitteenani oli puhutella myös rauhallisemman ja minimalistisemmän tyylin ystäviä.

Moodboardissa on myös script-logoja [18. ja 28.], koska alunperin ajattelin tyylin sopivan yhteen projektin taustan kanssa. Lopullisessa tapahtumatunnuksessa päädyin kuitenkin toisenlaiseen ratkaisuun.

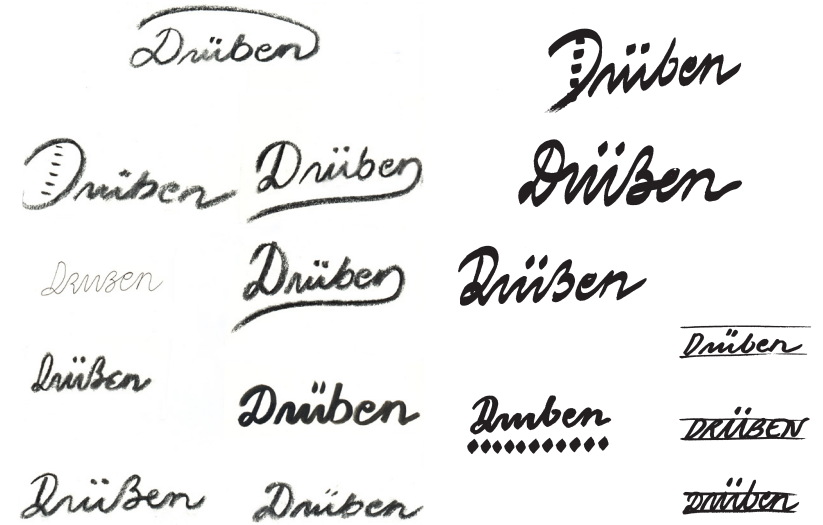
Miellekartassa on myös yksi koru [21.], jossa on ideamme mukaisesti runsasta kerroksellisuutta ja kuvallista pintaa pitääkseni mielessä näyttelyn lopputuotokset.

4.2. DRÜBEN-TAPAHTUMATUNNUS

Tapahtumatunnuksen suunnittelussa alkuperäinen ajatukseni oli, että se voisi olla tekstin ja typografian osalta script-tyylinen. Ajatukseni oli käyttää vapaata käsialaa jäljittelevää kirjaintyyppiä, jonka yläluokitukseksi on kalligrafiset kirjaintyypit (Itkonen 2003, 53).

Tämä idea pohjautui ajatukseen siitä, että vapaalla käsialalla kirjoitettu kirjaintyyppi ilmentää ihmisten persoonallista kädenjälkeä ja samalla tavoin ihmiset jättävät persoonallisia jälkiä ympäristöönsä. Kirjaintyyppi viestisi siis projektin taustoja tällä tavalla.

Ensimmäiset käsinpiirretyt luonnokset [29.] tuntuivat hyvin kömpelöiltä, enkä saanut luonnoksiin merkittävää kantavaa ajatusta. Pohdin ajatusta pyöränkumista osana tapahtumatunnusta, mutta päätin kuitenkin jättää pyöränkumin jäljen pois.



29.

Koin, että se ei asettunut luontevasti osaksi tunnusta, vaan se olisi väkinäinen ja irrallinen osa sitä. Aloin pohtia, että tapahtumatunnus voisi olla pelkästään tekstimuotoinen ilman liikemerkkiä.

Väliseminaarissa minulle ehdotettiin perehtymistä *Experimental Typography*-käsitteeseen. Innostuin itsekin ajatuksesta ja se vaikutti sopivan yhteen visuaalisen inspiraatiomateriaalini kanssa. Tutkiessani käsitettä se osoittautui kuitenkin monitulkintaiseksi ja hyvin laajaksi. Kirjallisuuden ja internetistä löytyneen aineiston perusteella syntyi kuva, että *Experimental Typography* -käsitettä käytetään yleisimmin kuvaamaan tekstejä, jotka on luotu poikkeuksellisista materiaaleista ja usein tekstit ovat jollain tavalla kolmiulotteisia. Pohdin erilaisia ratkaisuja, mutta en löytänyt suuntaa saattaa logosuunnittelua tämän avulla eteenpäin. Pelkäsin, että viestistä ja visuaalisesta ilmeestä tulisi liian sekava, eikä koruissa mukana oleva herkkyys tulisi esiin tai se riitelisi tapatumatunnuksen muodon kanssa.

Päätin ensimmäisten logoluonnostelujen jälkeen unohtaa script-tyylin kokeilun kokonaan. Tavoitteeni oli suunnitella mahdollisimman ehjä ja selkeä tapahtumatunnus, joka jättäisi tilaa ilmeen muille elementeille ja koruille itsessään. Saksalainen *u, umlaut-kirjain*, jossa on pisteet *u*-kirjaimen päällä, on visuaalisesti mielestäni niin kaunis, että päätin korostaa sitä logossa. Parhaiten se korostuisi, jos kirjaintyyppi olisi muodoltaan selkeälinjainen ja yksinkertainen.

Olen tyytyväinen, että jatkoin selkeämmällä linjalla. Päätin kokeilla valmiita fontteja oikean tyylin löytämiseksi. Etsimäni puhtaat muodot löysin *Brandon Grotesque* fontin *black-leikkauksesta* [30.]. Se on muotokieleltään tasapaksu, selkeä

DRÜBEN

30.

DRÜBEN

31.

DRÜBEN

32.

DRÜBEN

33.



34.

30. *Brandon Grotesque*

31. *Code Pro*

32. *Folio*

33. Kuvapintakokeilu tunnuksen kanssa

34. Kuvapintakokeilu negatunnuksella

ja luettava. Brandon Grotesque on kirjaintyyppiltään geometrinen groteski, joiden paksuusvaihtelu on vähäinen (Itkonen 2003, 46.) Mielestäni siro, ohut, koristeellinen tai päätteellinen kirjaintyyppi olisi voinut viedä huomiota pois korujen omilta rikkailta ja kerroksellisilta muodoilta.

Tavoitteenani oli luoda logo, joka sopisi yhteen korujen muotojen kanssa ja antaisi niille tilaa. Valitsin paksun ja päätteettömän geometrisen groteskin kirjaintyyppin kolmesta syystä. Ensimmäkin kirjaintyyppin paksuus luo sopivaa visuaalista kontrastia korujen muotokieleen verrattuna. Toiseksi päätteetön kirjaintyyppi antaa mahdollisimman paljon tilaa korujen muodoille. Uusgroteskin kirjaintyyppin etuna on kolmanneksi myös se, että niiden muodot pohjautuvat pitkälti perusmuotoihin, neliöön ja ympyrään. Drüben-koruissa on neliökuvioitua kerroksellista pintaa, ja kirjaintyyppin muodot sopivat näin ollen hyvin yhteen koruihin painetun pinnan kanssa.

Kokeilin Brandon Grotesquen lisäksi myös kahta muuta päätteetöntä ja geometrisia muotoja noudattavaa kirjaintyyppiä, Code Pro:ta bold-leikkauksella [31.] sekä Foliota bold-leikkauksella [32.]. Mielestäni Brandon Grotesque näytti kuitenkin ehdottomasti parhaimmalta, koska kirjainten kulmat ovat hieman pyöristetyt, joka luo aavistuksen pehmeämmän vaikutelman kuin täysin kulmikkaat Code Pro ja Folio. Olin tyytyväinen myös siihen, miltä saksalainen umlaut-u-kirjain näyttää logoluonnoksessa [30.]. Pisteet ovat suurehkot, ja ne näyttävät voimakkailta ja hieman kruunumaiselta kuviolta.

Liitin seuraavaksi tapahtumatunnuksen luonnoksen kerrokselliseen ja rosoiseen kuvapintaan [33. ja 34.], sillä suunnitteluprosessin alusta alkaen ajatuksenani

oli ollut, että kuvaamamme rosoiset pinnat esiintyvät visuaalisessa ilmeessä jollain tavalla. Tämä kokeilu oli mielestäni onnistunut, ja se oli tyyliiltään sellainen, joka sopisi myös korumaailmaan. Rosoisen, mutta vaalean ja rauhallisen, kuvataustan yhdistäminen tunnuksen näytti hallitulta ja tasapainoiselta.

Vaikka olin tyytyväinen tapahtumalogoluonnokseen [30.], kokeilin vielä kirjainten uutta sommittelua Brandon Grotesque-kirjaintyyppillä. Halusin nähdä miltä kirjaintyyppi näyttäisi ei-stabiilissa sommitelmassa. Asettelin kirjaimia kokeellisemmin epäsymmetrisesti ja myös hieman päällekkäin [35.]. Liitin kirjaimiin myös rosoista, värikästä pintaa, mutta jälki ei miellyttänyt minua [36. ja 37.]. Logo muistutti mielestäni pikemminkin katuvaatemerkkin tai skeittimerkin logoa, eikä se sopisi koruille. Lisäksi kokeilin jo ensimmäisissä luonnoksissa esitettyä ajatusta viivoista rajaamassa kirjaimia ja symboloimassa pyöränkuminjälkeä [38.].

Tulin siihen lopputulokseen, että mahdollisimman yksinkertainen ja selkeä tyyli toimisi paremmin tässä suunnittelutyössä siksi, että ilme pysyisi hallittuna ja rauhallisena. Samalla tein havainnon, että pintojen värimaailma olisi hyvä pitää sävyiltään harmonisina [33.,34. ja 39.]. Vaikka ratkaisuni tunnuksen suhteen oli yksinkertainen, päätin pitää siitä kiinni, koska tunnus oli sinällään onnistunut.

Vaikka olin tyytyväinen tapahtumatunnuksen [30.], sen kirjainvälistystä piti mielestäni kasvattaa. Näin kirjaimet ja niiden puhtaan kauniit muodot pääsisivät parhaiten esiin. Lopullinen tapahtumatunnus muodostui kaikessa yksinkertaisuudessaan kirjainyhdistelmäksi [40.]. Olin nyt tyytyväinen lopputulokseen. Määrittelin tunnukselle myös turva-alueen [41.]. Koin parhaaksi alkaa pohtia logon

35.

36.

37.

38.

39.

suhdetta muihin elementteihin, värimaailmaan ja kuvamateriaaliin. Sen, minkä värinen tapahtumattunnus on ja käytetäänkö sitä negana [42.], päätin jättää tarkoituksella avoimeksi vielä tässä vaiheessa. Mielestäni tunnus negalogona näytti kuitenkin hyvältä, joten pidin ajatuksen mielessäni suunnittelun seuraavassa vaiheessa.

Kaikki vaiheet tapahtumatunnuksen suunnittelussa olivat hyödyllisiä. Niiden kautta hahmottui, että yksinkertainen ja rauhallinen tyyli ja sommitelma ovat oikea lähtökohta visuaalisen ilmeen suunnittelulle.

35. Kokeellinen sommittelu Brangon Grotesque

36.–37. Sommittelu rosoisella, väritetyllä kuvapinnalla

38. Pyöränkuminjälkeä tavoitteleva muoto

39. Rauhallinen kuvapinta ja värisommittelu

40.

41.

42.

40. Lopullinen tapahtumatunnus, jonka välistystä muokattu

41. Tapahtumatunnus turva-alueineen

42. Lopullinen tapahtumatunnus negatiivisena kuvapohjalla

4.3. VÄRIT

Värejä käytetään visuaalisessa suunnittelussa herättämään tunteita ja ilmaisemaan yrityksen tai tapahtuman persoonallisuutta. Värien avulla viestitään ja vahvistetaan ilmeen tunnettuutta. Usein visuaalinen ilme sisältää yhden primaarivärin ja yhden tai useamman sekundäärivärin, jotka täydentävät primääriväriä. Suunnittelijan tulee ymmärtää värien kulttuurisia merkityksiä ja rakentaa värimaailma ja -hierarkia viestin kannalta oikeanlaiseksi. (Wheeler 2013, 150–151.)

Kuten Wheeler (2003, 150) teoksessa *Designing Brand Identity* toteaa, värien sovittaminen eri käyttötarkoituksiin eri medioissa ei ole aivan yksinkertainen tehtävä. Värit toistuvat eri tavalla eri käyttötarkoituksissa ja eri sovelluksissa. Pyrin miettimään värit heti alussa niin, että mukana olisi yksi pääväri ja kaksi lisäväriä, joista toinen toimisi myös kuvien värinä.

Kun aloin suunnitella visuaalisen ilmeen värimaailmaa, otin värimaailman suunnittelussa huomioon korujen värit ja sovitin värimaailman niihin sopiviksi. Koruissa käytetään hopean ja puun lisäksi paperia. Paperin toinen puoli on vaalean marjapuuron värinen [43. ja 44.]. Tehostevärinä korussa on vaalea omenanvihreä [43. ja 45.].

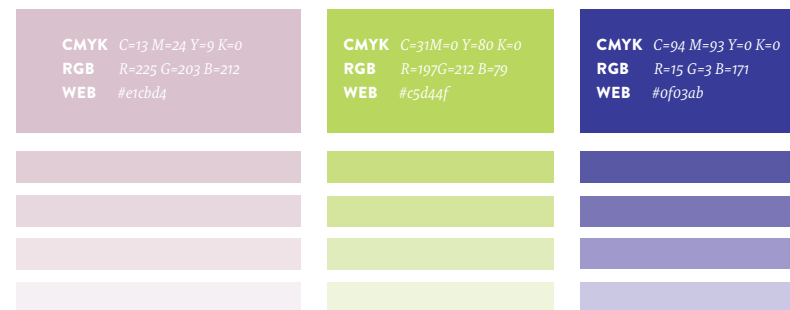
Valitsin marjapuuronpunaisen ja vaalean omenanvihreän lähtökohdikseni värimaailmaa rakentaessani. Marjapuuronpunainen [44.] on pääväri ja omenanvihreä [45.] ensimmäinen lisäväri.

Punainen ja vihreä vastaväreinä saavat aikaan tehokkaan värisomittelun (Nieminen 2009, 191). Värit ovat murrettuja, mutta vaaleusasteeltaan samankal-



43.

47.



44.

45.

46.

43. Koru, jossa marjapuuronpunaista ja omenanvihreää

44. Marjapuuronpunainen muokattu eri väriavaruuksiin ja voimakkuusasteisiin

45. Omenanvihreä väri muokattu eri väriavaruuksiin ja voimakkuusasteisiin

46. Sininen lisäväri muokattu eri väriavaruuksiin ja voimakkuusasteisiin

47. Tapahtumatunnus yhdistettynä väreihin

taisia ja sen vuoksi harmonisia. Oikeissa määrasuhteissa käytetyillä vastaväreillä tehdään vakaa ja määrätietoinen kuva vaikutus (Itten 2004, 50–56).

Koruissa vaalea marjapuuronpunainen ja vaalea omenanvihreä ovat tummien sävyjen rinnalla [43.], ja siten ne näyttävät kirkkailta. Lisäksi korujen muut materiaalit, hopea ja vaalea puu, nostavat värit esiin kuulaina ja raikkaina.

Marjapuuronpunainen pääväri ja omenanvihreä lisäväri vaativat rinnalleen kuitenkin mielestäni voimakkaamman lisävärin. Sopiva väri löytyi tummasta sinisestä, joka taittuu hieman liilaan. [46. ja 47.] Päädyin siniseen, koska sininen viestii keveyttä, ilmavuutta ja raikkautta (Nieminen 2009, 193). Rakensin valitsemistani pääväristä ja lisäväreistä väri viuhkat asteittain vaalenevaan suuntaan, jotta niitä voisi käyttää myös vaaleampina sävyinä tarvittaessa [44.–46.]

Värisomittelussa oli mukana myös jo suunniteltu tapahtumatunnus [47.]. Koin värien rikastavan yksinkertaista tunnusta kuitenkin tekemättä siitä liian hentoa. Tunnuksen voimakkaat ja selkeät muodot suhteessa melko hempeään värimaailmaan luovat sopivan kontrastin niiden välille, mikä miellyttää minua.

Pohdin lisävärivalintaa tehdessäni myös sitä, miten värit sovitettaisiin yhteen valokuvien kanssa ja miten valokuvat tulisivat mahdollisimman hyvin esiin. Värin pitäisi olla aika tumma ja voimakas, jotta valokuvissa olisi tarpeeksi kontrastia. Etsin inspiraatiota kirjoista ja muista materiaaleista, ja löysinkin muutaman minua miellyttäneen esimerkin, joissa kuvat ovat sävyiltään sinisiä [49., 50. ja 52.]. Näissä esimerkeissä on myös tyyllisesti sellaista yksinkertaista, mutta voimakasta ilmettä, jota olin hakemassa. Esimerkeissä on graafisia elementtejä tai kirjaimia yhdistetty

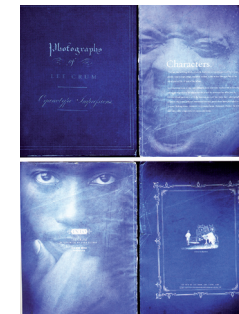


48.



Design: IAAI / iamabvhygrry | Origin: New Orleans, USA
Lee Crum Self Promo
Book design
Photographer Lee Crum wished to own a simple yet engaging portfolio for his unusual portrait, and IAAI went for the look of cyanotypes to bring out his effect in a unique and innovative way. The artist's name was split out gradually from page to page, with individual letters appearing in the centre of every page.

49.



50.



51.



52.

48. Berlin Art Week 2012-ohjelma

49.–50. Lee Crum Self Promo-portfoliokirja (Colour Mania 2010, 168–169)

51.–52. Nya Upplagan -lehti

valokuvaan ja ne muodostavat yhdessä kiinnostavan ja tehokkaan sommittelun sivupohjalle. Esimerkeissani valokuvat ovat yksivärisiä monotone-kuvia, cyano-type-kuvia tai mustavalkoisia kuvia [48.–52.]. Huomasin myös käytännössä, että vaaleammat sävyt eivät toista kuvia yhteä selkeästi [vrt. 51. ja 52.]

4.4. KUVAT

Seuraavaksi ryhdyin suunnittelemaan markkinointimateriaalien kuvallista materiaalia. Ajatukseni oli käyttää paitsi muutamaa kuvaa koruista, myös valokuvia tekijöistä osana ilmettä. Ideani oli, että valokuvissa tekijät esitettäisiin seinäpin-tojen katsojina ja tulkitsijoina. Tällä tavoin voisin tuoda projektin taustaa esiin ilmeessä välttämättä liian vakavaa ja totista henkeä. Lisäksi ajattelin, että ilmeeseen tulee henkilökohtaisuutta lisää, kun materiaalissa esiintyy ihmisiä.

Ideakuvanani oli passikuva-automaatin kaverikuva [53.]. Pidän tästä kuvatyylistä, koska siinä on mukana hauskuutta ja rentoa lähestymistapaa. Henkilövalokuvat otettiin tätä tyyliä jäljitellen. Ohjaamassani valokuvaustilanteessa valokuvaaja etsi passikuva-automaatin sommitelmaa ja hyvää, hauskaa tunnelmaa. Lopullisiin kuviin valitsin kuvat, jotka ovat keskenään tarpeeksi erilaiset ja joissa välittyy projektin hyvä ja rento tunnelma [54.]

Seuraavaksi käänsin kuvat valitsemaani siniseen sävyyn [55.]. Minusta ne näyttivät hyviltä; kuvissa oli sellaista raikkautta ja rentoutta, jota olin kuva-



53.

54.



55.

53. Passikuva-automaatin kuva; haettu tyyli

54. Passikuva-automaatin tyyliä jäljittelevät kuvasarja mustavalkoisena, kuvat Kari Nyyssönen

55. Passikuva-automaatin tyyliä jäljittelevä kuvasarja käännettynä lisävärin, kuvat Kari Nyyssönen

tyyliltä etsinyt. Lisäksi sininen väri on tarpeeksi voimakas toistamaan kuvien ykstyiskohdat ja kontrastit.

Valokuvissa ei haettu tyypillistä korukuvien maailmaa oikeilla malleilla, vaan nimenomaan tarkoitus oli tuoda esiin näyttelyn taustaa, ei niinkään kertoa lopputuotteista. Tarkoitus oli, että katsoja näkisi korut kunnolla kokonaisuudessaan vasta näyttelyssä. Sillä tavoin visuaalinen ilme ja myös kuvamaailma eroavat yrittäjästä ja sen sovelluksista. Korukuvat eivät siis ole pääroolissa materiaalissa.

4.5. TYPOGRAFIA

Seuraavaksi ryhdyin luonnostelevaan sopivaa tekstityyppiä tapahtumatunnuksen rinnalle. Tapahtumatunnuksen fonttina olin päätenyt yksinkertaiseen ratkaisuun käyttäen Brandon Grotesque-fonttia tunnuksen pohjana, oli luonnollista ja perusteltua kokeilla konseptissa samaa kirjaintyyppiä sekä kirjaintyyppin muita leikkauksia. Kokeilin Brandon Grotesquen black-leikkauksen lisäksi myös light-leikkausta [57.–58.]. Päätin pidättäytyä yhden kirjaintyyppin typografiassa, koska se loisi osaltaan hakemaani rauhallisuutta ilmeeseen.

Kuvamaailmaa miettiessäni nousi myös ajatus luoda symboli viestimään Berliinistä projektin innoittajana. Symbolia voitaisiin käyttää yhdessä tekstin keskellä ja esimerkiksi jäsentämään tekstikenttiä omiksi ryhmikseen. Olin mieltynyt tekstin vertikaaliseen sommitteluun [56.–57.], ja löysin heti muodon, joka toimisi tässä tarkoituksessa ja viestisi myös projektin alkuperästä. Piirsin Berliiniä symboloivan tv-tornin vektorimuotoon ja



56.



57.

DRÜBEN

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.

The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.

58.

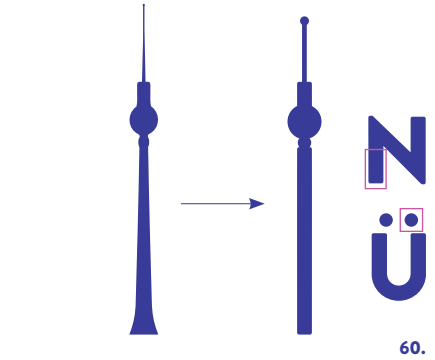
56.–58. Brandon Grotesque typografiakokeiluja

sovitin sitä osaksi typografiaa [59]. Tässä vaiheessa olin päättänyt jo jättää pyöränku-minjäljen pois visuaalisesta ilmeestä, koska se ei asettunut luotevasti osaksi ilmettä. Sain vahvistusta tälle ajatukselle myös tapaamisessani uuden ohjaajani Christoffer Lekan kanssa, joka oli myös sitä mieltä, että on turha yrittää väkisin liittää visuaaliseen ilmeeseen mukaan elementti, joka ei siihen luotevasti asetu.

Tv-torni toimi mielestäni hyvin tekstinjakajana, mutta koin, että muotoa pitäisi vielä hioa. Pyöristin tornin muotoja hieman käyttämällä tapahtumatunnuksen kirjainten muotokieltä. Otin kirjaimista osia ja piirsin niistä muokkaamalla tv-tornin uudelleen [60]. Nyt elementti muodostui luotevaksi osaksi tekstikenttää [61].



59.



61.

59. Tv-torni symboli osana tekstikenttää

60. Muokattu muoto tv-tornista

61. Muokattu tv-torni osana tekstikenttää

5. VISUAALINEN ILME

Nyt minulla oli koossa kaikki visuaalisen ilmeen elementit, jotka on koottu viereiselle sivulle [62.–66.]. Tästä kokonaisuudesta lähdin rakentamaan sovelluksia eli suunnittelemaan kutsua ja julistetta.

Kerroksellisuus ja sattumanvaraisuus oli kirjattu jo design-briefissä näyttelyme ydinajatuksiin. Valokuva rosoisesta seinäpinnasta [63.] päällekkäisenä läpinäkyvänä pintana ilmentää kerroksellisuutta ja se sopii myös minimalistiseen tyyliin. Valokuvasta tuli ehjä osa kuvamateriaalia, kun käänsin sen muiden kuvien tapaan siniseksi monotone-kuvaksi. Koska ilme oli muuten rauhallinen ja minimalistinen, olin pelännyt, että liian rouhea pinta pilaisi vaikutelman. Päätin käyttää tätä kuvaa sekä henkilökuvien että tuotekuvadetaljin pohjalla [63.].

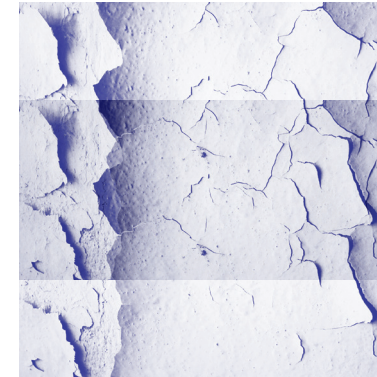
5.1. ENSIMMÄINEN SOVELLUS: KUTSU

Design-briefissä oli määritelty, että suunnittelisin kutsun printtimuodossa ja sähköisessä muodossa. Jo suunnittelun alussa minulle oli selvää, että kutsu ja juliste olisivat tyyliltään mahdollisimman pelkistettyjä ja sommitelussa sivupinnalle jätettäisiin tyhjää tilaa.

Lähdin kutsun suunnittelussa grid-ajattelusta. Gridin käsitteen toivat esiin alunperin ns. Swiss typography -tyylin perustajat Sveitsissä toisen maailmansodan jälkeen. Sveitsiläinen typografia ja gridin käsite perustuvat ajatukselle, että



62.



63.



64.



65.



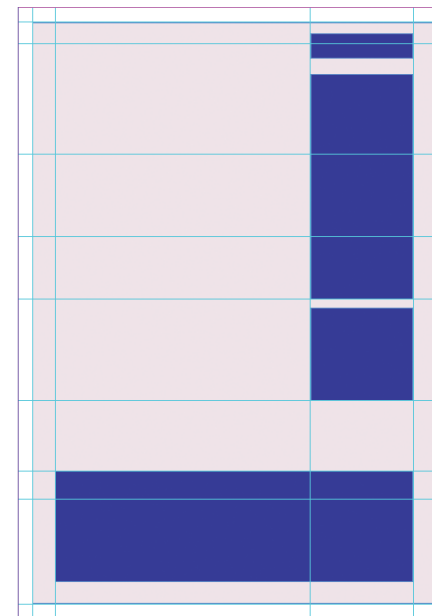
66.

62.–66. Kaikki visuaalisen ilmeen elementit; värit, kuvatyyli, kerroksellisuus ja kuvien värit, typografia, vektorelementti ja tapahtumatunnus.

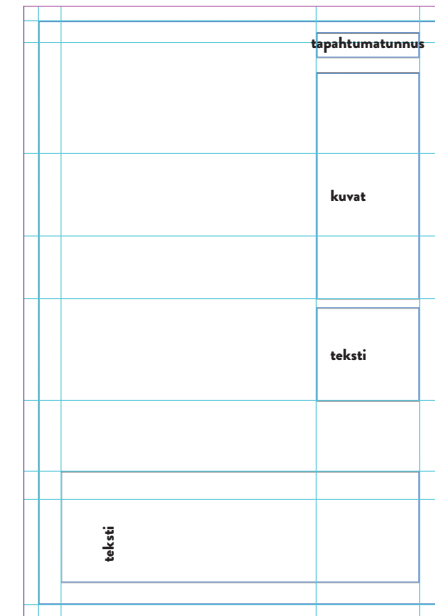
sivupohja jaetaan pysty- ja vaakaviivoin osiin ja erilaisille sivupohjan elementeille on määritelty omat paikkansa sivupohjassa. Grid on sovellettavissa erilaisiin sivupohjiin ja medioihin. Sen käyttö luo yhdenmukaisen ja koherentin ilmeen kaikille sivuille. Sveitsiläisen tyylin perustajan Müller-Brockmannin mukaan ihminen kaipaa visuaalista järjestystä samaan tapaan kuin mitä tahansa muuta järjestystä ympärilleen, ja grid tarjoaa eväitä tähän. (Roberts 2011, 16–17.) Ajattelin siis, että gridin käyttö tarjoaa minulle apuvälineen pitää elementit koossa eri sovelluksissa.

Olimme keskustelleet näyttelytyöryhmässämme jo projektin alkumetreillä, että kutsut toteutettaisiin A5-muodossa. Tällä tavoin saisimme pidettyä painokustannukset kurissa. Toiseksi standardikokoista kutsua olisi myös helppo lähettää kirjekuorissa ja tarjota kutsua mukaan postitse alueen sidosryhmille ja toimijoille lähetettävään A5-kokoiseen markkinointi- ja tiedotuspakettiin. Koin, että oli perusteltua pysytellä tässä standardikokoisessa kutsukoossa mainitsemiäni hyötyjen vuoksi.

Ryhdyin suunnittelemaan gridiä A5-kokoiselle sivupohjalle. Tavoitteenani oli luoda layout, jossa olisi paljon tyhjää tilaa ja selkeät alueet eri elementtikentille eli kuville ja teksteille [67.–68.]. Pysin sommitelmassa melko stabiiliin vaikutelmaan ja tasapainoisuuteen. Sijoitin tekstit kahteen tekstikenttään, sekä tapahtumatunnuskenttään. Hahmottelin vertikaalisen tekstin käyttöä alhaalla sijaitsevaan tekstikenttään. Lisäksi minulla oli ajatus käyttää tv-tornin muotoa osana tekstimassaa. Kuvat sijoitin tekstikentän kanssa samaan linjaan sivupinnan oikealle sivulle [68.].



67.



68.

67.–68. Grid, kutsu A5-koko

Hahmottelin gridiin tyhjän alueen sivun vasempaan reunaan. Koska lukusuuntamme on vasemmalta oikealle, on rauhallisempaa sijoittaa teksti ja kuvat oikealle sivupinnalla kuin vasemmalle. Vasemmalla sijaitsevat kuvat olisivat lukusuunnasta katsottuna heti painavana elementtinä vastassa. Kun kuvat ovat oikealla, ne eivät ole niin hyökkääviä.

Kutsun suunnittelu sujui lopulta yllättävän helposti gridin avulla. Jo ensimmäinen versio kutsusta oli mielestäni onnistunut ja tyyliiltään sekä sommittelultaan tasapainoinen [69.]. Ainoastaan tapahtumatunnus näytti minusta liian pieneltä ja irralliselta. Sijoitin seuraavaksi tapahtumatunnuksen kuvien vasemmalle puolelle vertikaaliseen linjaan [70.]. Tämä ratkaisu oli mielestäni suhteellisen onnistunut, mutta tapahtumatunnus ei noussut kuitenkaan tarpeeksi vahvasti esiin. Sinisenä se näytti taas aivan liian raskaalta elementiltä. Lisäksi muutin alatekstikentän tekstit sinisiksi, mutta ne veivät mielestäni liian paljon pois huomiota kuvilta.

Valmiissa kutsussa [71. ja 72.] tapahtumatunnus on hieman suurempana kuin ensimmäisessä versiossa [69.], mutta sijoitettuna kuitenkin samaan kohtaan. On järkevää nostaa sivupinnalla yksi asia vahvimmin esiin. Kutsussa kuvat ja tapahtumatunnus ovat visuaalisesti vahvimpia elementtejä, koska ne on painettu tummansinisellä värillä vaalealle pohjalle. Jätin muut tekstikentät valkoisiksi ja lisäksi muutin alatekstipalkin tekstit kokonaan Brandon Grotesque black-leikkaukseksi. Kuvien alla olevat tekstit ovat sen sijaan Brandon Grotesque light-leikkauksella. Nostin ainoastaan päivämäärän esiin vihreällä värillä, jotta väri säilyisi pienenä värimausteena layoutissa.

Olimme keskustelleet ohjaajani Christoffer Lekan kanssa, että voisin suunnitella kutsuista samaa layoutia hyödyntäen pari erilaista versiota. Toisessa versiossa korukuva on erilainen, ja taustaväri on vaaleampi sävyaste sinisestä [72.].




69.

70.

69. Kutsun ensimmäinen versio

70. Kutsun toinen versio

DRÜBEN




**NÄYTTELY
EXHIBITION**
15.5.–16.9.2014
KUPARIPAJA
COPPER SMITHHOUSE
FISKARS

Uniikkeja koruja
paperista, puusta
ja hopeasta.
Unique jewellery from
paper, wood and silver.

Drüben on
korumuotoilija
Elina Mäkkösen
ja graafinen suunnittelija
Sonja Tuulia Halttusen
yhteistyöprojekti.
Projektin juuret ovat
Berliinissä.
Drüben is a collaborative
Berlin based project by
Jewellery designer
Elina Mäkkönen
and Graphic designer
Sonja Tuulia Halttunen.

71.

DRÜBEN



**NÄYTTELY
EXHIBITION**
15.5.–16.9.2014
KUPARIPAJA
COPPER SMITHHOUSE
FISKARS

Uniikkeja koruja
paperista, puusta
ja hopeasta.
Unique jewellery from
paper, wood and silver.

Drüben on
korumuotoilija
Elina Mäkkösen
ja graafinen suunnittelija
Sonja Tuulia Halttusen
yhteistyöprojekti.
Projektin juuret ovat
Berliinissä.
Drüben is a collaborative
Berlin based project by
Jewellery designer
Elina Mäkkönen
and Graphic designer
Sonja Tuulia Halttunen.

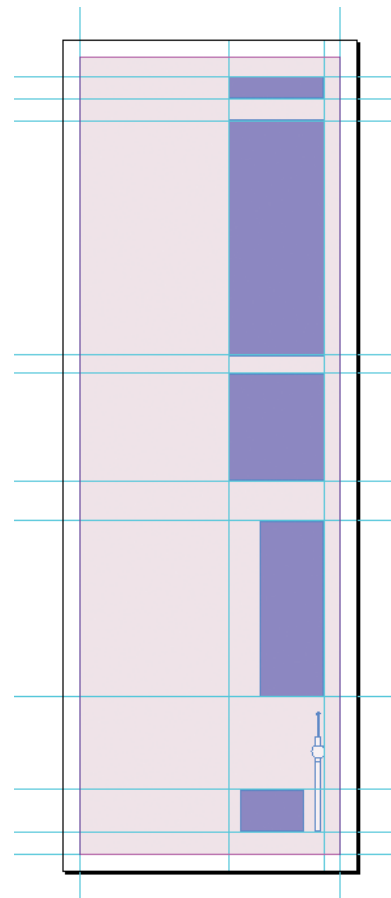
72.

Design-briefissä oli määritelty tehtäväkseni myös sähköisen kutsun suunnittelu. Sähköpostin liitteenä lähetettävän kuvan tein formaatiltaan ja sommittelultaan identtiseksi printtikutsun kanssa. Näin se olisi ilmeeltään samanlainen kuin painettu kutsu, mikä on mielestäni perusteltua viestin samankaltaisen toistuvuuden vuoksi.

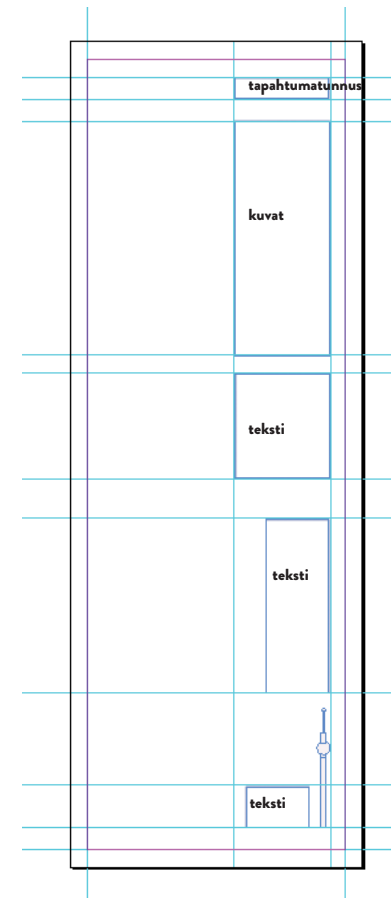
5.2. TOINEN SOVELLUS: JULISTE

Julisteen suunnittelussa päätin luopua standardikokoisesta paperikoosta. Koska painokustannukset ovat kuitenkin projektissamme ratkaisevia, päätin ratkaista asian käyttämällä kahtialeikattua standardipaperikokoja. Näin muoto on poikkeava, mutta kustannukset pysyvät kuitenkin hallinnassa. Julisteen koko on 210 x 594 mm. Mielestäni pitkä pystyformaatti sopii yhteen kutsun layoutin kanssa, jossa elementit on sijoitettu vertikaaliseen linjaan päällekkäin oikealle puolelle sivupintaa.

Julisteenkin suunnittelussa sovelsin gridin käyttöä. Julisteen layout noudattelee samaa ilmettä kuin kutsu yhtenäisen ilmeen saavuttamiseksi. Sijoitin kuvat ja tekstit oikealle puolelle sivupintaa [73.–74.]. Jätin julisteesta pois kutsussa olevan alatekstipalkin, jossa tekstit on sommiteltu vertikaaliseen muotoon. Tekstin sijoittelu vertikaalisesti ei ollut ongelma kutsussa, koska A5-kokoinen kutsu on helppo kääntää kädessä tekstin lukemiseksi, mutta julisteessa ratkaisu ei toimi. Juliste on



73.



74.

73.–74. Grid, juliste, koko 210 x 594 mm

seinällä tai muulla pinnalla kiinni, eikä sen kääntäminen ole mahdollista, lisäksi julisteen koko estää paperin kääntämiseen. Päätin siis luopua vertikaalisen tekstin käytöstä julisteessa.

Hahmoteltuani layoutia pelkäsini sen olevan liian hajanainen, mutta julisteesta tuli mielestäni kuitenkin ehyt kokonaisuus. Yhtenäinen vaikutelma syntyy pitkälti typografian yhdenmukaisuudesta ja tekstin valkoisesta värivalinnasta.

Julisteen korkea ja kapea muoto oli mielestäni onnistunut valinta. Poikkeava koko herättää huomiota, eikä se vie leveysuunnassa liikaa tilaa. Se voidaan kiinnittää helposti kapeille pinnoille, kuten pylväisiin ja pienikokoisille ilmoitustauluille.

Julisteessa huomio kiinnittyy kutsun tavoin valokuviiin ja siniseen tapahtumattunnukseen. Julisteesta on kaksi erilaista väri- ja kuvaversiota [75.–76.]. Henkilökuvat on samoja, mutta tuotokuva vaihtuu. Juliste ja kutsu ovat selvästi samaa perhettä, mutta muodon erilaisuus tuo niihin kuitenkin tarpeeksi eroavaisuutta.



75.

76.

75.–76. Juliste, kaksi väri- ja kuvavaihtoehtoa

6. LOPUKSI

Opinnäytetyöni aihepiirin valinta oli onnistunut. Koen, että tällainen suunnittelun dokumentointi on ollut hyödyllistä jatkon kannalta. Vaikka valinnat pitää asiakasprojekteissa perustella asiakkaalle ja itselleen suunnittelua tehdessä, on valintojen perustelu ja suunnittelun dokumentaatio ollut perusteellisuuksaan kuitenkin poikkeuksellista verrattuna asiakasprojekteihin.

Opinnäytetyöni hyviin puoliin kuuluu myös opetus siitä, että vaikeat ja haastavat projektit on mahdollista saada valmiiksi. Olen myös tyytyväinen siihen, että sain pidettyä projektin hallinnassa, eikä se lähtenyt rönsyilemään liian laajaksi.

Valmiissa työssä näkee aina jälkikäteen jotain parannettavaa. Vaikka olen tyytyväinen tapahtumatunnuksen ulkoasuun, olisin saanut tuotua ammatillista osaamistani paremmin esiin, jos en olisi valinnut siihen valmista kirjaintyyppiä. Toisaalta pohdin, onko tarpeen hylätä onnistunut tapahtumatunnus, jos se toimii kuitenkin visuaalisesti hyvin?

Visuaalisen ilmeen suunnittelussa onnistuin mielestäni hyvin yhdistämään ilmeeseen melko moninaiset teemat ja tyylit: kerroksellisuuden, projektin rentouden, selkeyden ja Berliinin. Tehtävä ei ollut missään määrin yksinkertainen, mutta lopputuloksissa teemat ovat kuitenkin esillä. Koromme saivat positiivista näkyvyyttä mediassa Rajapinnat -näyttelyssä [77]. Olen iloinen, että sain suunnitella tälle koruteossarjalle näyttelyilmeen.



77.

77. Drüben-korut Rajapinnat -näyttelyssä, kuva Sonja Tuulia Halttunen

LÄHTEET

KIRJALLISET LÄHTEET

Itkonen, M. 2004. *Typografian käsikirja*. Jyväskylä: Gummerus.

Itten, J. 2004. *Värit taiteessa*. Helsinki: Kustannus Oy Taide.

Nieminen, T. 2009. *Visuaalinen markkinointi*. Helsinki: WSOY.

Roberts, L. 2011. *GRIDS 2nd edition. Creative Solutions for Graphic Designers*.
Mies: RotoVision SA.

Wheeler, A. 2013. *Designing Brand Identity. An essential guide for the whole branding team*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

ELEKTRONISET LÄHTEET

Siddall, L. 2012. *Stunning new show from GF Smith celebrates the making as an art form.* <URL:<http://www.itsnicethat.com/articles/gf-smith-beauty-in-the-making>>.

MUUT LÄHTEET

Ojapelto, K. 2011. *Visuaalisen identiteetin suunnittelu-kurssi 3.6.–18.6.2011.*

KUVALÄHTEET

Sivu 25.

1., 3. ja 4. Beyonderground 2013. [viitattu 6.3.2013]

<URL: www.beyonderground.com>.

2. Beyonderground 2013. [viitattu 27.2.2014]

<URL: play.google.com/store/apps/details?id=com.cleardigital.beyondergroundapp>.

5. Beyonderground 2013. [viitattu 27.2.2014]

<URL: <http://70percentpure.blogspot.fi/2013/08/beyonderground-bookazine.html>>.

Sivu 28.

6.–11. Made thought 2012. [viitattu 7.3.2013]

<URL: <http://www.septemberindustry.co.uk/madethought-gfsmith/>>.

Sivu 31.

12.–16. Paviljonki 2012. [viitattu 7.3.2013]

<URL: www.kokoromoi.com/#work/helsinki-design-week>.

Sivut 34.–35.

17. Bianca Chang paper sculpture letters. [viitattu 6.3.2013]

<URL: <http://papercrave.com/bianca-chang/>>.

18. Relis logo. [viitattu 6.3.2013]

<URL: <http://www.melkeveien.no/portfolio/2013/relis-as/>>.

19. ja 25. Pop up city. [viitattu 6.3.2013]

<URL: <http://www.chasin-pigeons.com/popup.html>>.

21. Sarah Kelly's paper jewellery. [viitattu 6.3.2013]

<URL: <http://www.pinterest.com/pin/11118330300037553/>>.

22. ja 26. Urbex the forgotten. [viitattu 6.3.2013]

<URL: <http://www.chasin-pigeons.com/urbex.html>>.

23. Iphoto Berlin. [viitattu 6.3.2013]

<URL: <http://www.chasin-pigeons.com/iphotoberlin.html>>.

28. TipTop logo. [viitattu 6.3.2013]

<URL: <http://www.melkeveien.no/portfolio/2012/tip-top/>>.

20., 24. ja 27. Kuvat. Sonja Tuulia Halttunen ja Elina Makkonen.

Sivu 47.

49. ja 50. Lee Crum Self Promo. Näyte portfolio-kirjasta. Teoksessa Colour Mania. 2010. Viction: workshop ltd.

51. Nya Upplagan 074-kansi. [viitattu 6.7.2014]

<URL: <http://www.pinterest.com/pin/261490322086807878/>>.

52. Nya Upplagan 049-kansi. [viitattu 6.7.2014]

<URL: <http://www.pinterest.com/pin/127156389451443294/>>.

KIITOS.

Lämpimät kiitokset: Kari Ojapelto, Christoffer Leka, Penni Osipow, Jonna Penanen, Elina Rantapuska, Elina Makkonen ja Kari Nyysönen. Grasu09:n ja Grasu10:n opiskelukavereille kiitokset opiskeluvuosista. Suurin kiitos kuuluu perheelleni: Markolle ja poikani isovanhemmille, joiden ansiosta sain aikaa puristaa työni valmiiksi. Kiitos myös yön pimeille tunneille – olitte korvaamattomia projektin loppuunsaattamisessa!

