



[www.jadesoturi.net](http://www.jadesoturi.net)

Liikegrafiikan käyttö ja ilmaisu elokuvasivustolla

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Viestinnän koulutusohjelman tutkintotyö  
Visuaalinen suunnittelu  
Kevät 2006  
Ville Lempiäinen  
a0000411

## OPINNÄYTETIIVISTELMÄ

|   |   |
|---|---|
| Osasto<br><b>Viestintä</b>  | Erikoistumisala<br><b>visuaalinen suunnittelu</b> |
| Tekijä<br><b>Ville Lempiäinen a0000411</b>  |   |
| Työn nimi<br><b>www.jadesoturi.net – Liikegrafiikan ilmaisu ja käyttö verkkosivustolla</b>  |   |
| Lopputyön laji<br><b>Mediateko</b>  |   |
| Työn valmistumisaika<br><b>21.4.2006</b>  | Sivumäärä<br><b>40</b>                            |
| Tiivistelmä   |   |
| <p>Liikegrafiikka (motion design / motion graphics) tarkoittaa graafista suunnittelua, jossa liike on osana ilmaisua. Tutkintotyöni kirjallisessa osassa tarkastelen liikkuvan grafiikan suunnitteluun liittyviä periaatteita, sekä liikkuvaa grafiikkaa ilmiönä elokuvasivustoilla Internetissä. Varsinainen lopputyöni on syksyllä 2006 elokuvateattereihin tulevan Jadesoturi-elokuvan verkkosivusto (<a href="http://www.jadesoturi.net">http://www.jadesoturi.net</a>), jonka toteutuksessa keskiössä on ollut animaatioilmaisun, liikkuvan grafiikan, typografian sekä videokuvan käyttö vaikuttavan ja viestivän käyttäjäkokemuksen luomiseksi. Verkkosivuston suunnittelussa on pyritty luomaan konsepti, joka palvelee ja viihdyttää käyttäjiään. Sivusto toimii sekä elokuvan markkinointikanavana että elokuvan brandia tukevana kokonaisuutena.</p> <p>Lopputyöni kirjallisessa osassa kuvataan liikegrafiikan perusteiden lisäksi Jadesoturi-sivuston suunnitteluprosessi työryhmän kokoamisesta sivuston välivaiheisiin sekä lopullisen sivuston konseptin luomiseen. Aikataulujen venymisestä johtuen lopullinen sivusto valmistuu vasta kesällä 2006, joten lopullista sivustoa ei tämän kirjallisen osuuden yhteydessä voi esitellä.</p> |   |
| Aineisto<br><b>Kirjallisuus, verkkosivustot</b>   |   |
| Asiasanat<br><b>Liikegrafiikka, Jadesoturi, Elokuväsivusto</b>  |   |
| Säilytyspaikka<br><b>TAMK / Taide ja viestintä</b>  |   |
| Muita tietoja   |   |

# SISÄLLYSLUETTELO

---

|           |   |           |
|-----------|---|-----------|
| <b>1.</b> | <b>JOHDANTO</b> .....                               | <b>1</b>  |
| <b>2.</b> | <b>LIIKEILMAISUN ELEMENTIT</b> .....                | <b>2</b>  |
| 2.1.      | LIIEGRAFIIKAN ASEMA MEDIASSA.....                   | 3         |
| 2.2.      | TILA .....  | 4         |
| 2.3.      | AIKA .....  | 5         |
| 2.4.      | MUOTO .....   | 6         |
| <b>3.</b> | <b>ELOKUAELÄMYS VERKKOSIVUILLA</b> .....            | <b>9</b>  |
| 3.1.      | TRAILERISTA VERKKOSIVUIHIN .....                    | 9         |
| 3.2.      | ELOKUVASIVUSTOJEN ANATOMIA .....                    | 10        |
| <b>4.</b> | <b>MEDIATEKO: JADEOSTURI.NET</b> .....              | <b>12</b> |
| 4.1.      | TYÖRYHMÄN JA ROOLIN KUVAUS.....                     | 12        |
| 4.2.      | PROJEKTIN ETENEMINEN .....                          | 12        |
| 4.2.1.    | <i>Ylimääräinen teaser-sivusto</i> .....            | 12        |
| 4.2.2.    | <i>Pääsivuston suunnittelu jatkuu</i> .....         | 13        |
| 4.2.3.    | <i>Kriisin kautta uuteen teaser-sivustoon</i> ..... | 14        |
| 4.3.      | PÄÄSIVUSTON SUUNNITTELUPROSESSI .....               | 17        |
| 4.3.1.    | <i>Prosessimalli</i> .....                          | 17        |
| 4.3.2.    | <i>Strategia</i> .....                              | 18        |
| 4.3.3.    | <i>Vaatimusmäärittely</i> .....                     | 19        |
| 4.3.4.    | <i>Rakennesuunnitelma</i> .....                     | 21        |
| 4.3.5.    | <i>Käyttöliittymäsuunnitelma</i> .....              | 22        |
| 4.3.6.    | <i>Visuaalinen konsepti</i> .....                   | 25        |
| <b>5.</b> | <b>LOPUKSI</b> .....                                | <b>28</b> |
| <b>6.</b> | <b>LÄHDELUETTELO</b> .....                          | <b>29</b> |
| <b>7.</b> | <b>LIITTEET</b> .....                               | <b>30</b> |

# 1. JOHDANTO

---

Liikegrafiikka (motion design / motion graphics) on käsite, jolla tarkoitetaan graafista suunnittelua, jossa liike on osa ilmaisua. Se on graafisten elementtien manipulointia ajassa ja tilassa.

Tässä tutkintotyössä tarkastelen liikkuvan grafiikan suunnittelun periaatteita, sekä liikkuvaa grafiikkaa ilmiönä elokuvasivustoilla Internetissä. Mediateko on Lokakuussa 2006 elokuvateattereihin tulevan Jadesoturi –elokuvan verkkosivuston suunnittelu ja toteutus. Keskeisenä seikkana toteutuksessa on animaatioilmaisun, liikkuvan grafiikan, typografian ja videokuvan käyttö vaikuttavan ja viestivän käyttäjäkokemuksen luomiseksi. Verkkosivuston suunnittelussa on pyritty luomaan konsepti, joka sekä palvelee ja viihdyttää käyttäjiään että luo kiinnostusta elokuvaa kohtaan ja tukee sen brandia.

Jadesoturi -elokuvan tuotantoa on edeltänyt pitkälinen jakso, jossa elokuva on hakenut muotoaan tekijöiden ja yhteistyökumppaneiden välillä. Elokuvalle on haettu rahoitusta kansainvälisesti. Tämän tueksi on suunniteltu erinäisiä promootiosivustoja, viimeisimmän suunnittelin minä joulukuussa 2003 . Elokuvan verkkomarkkinoinnissa on alusta asti toiminut sama työryhmä, johon itse liityin edellä mainitussa vaiheessa. Työryhmään kuuluu itseni lisäksi Juha Siirtola sekä Mikko Kutvonen, jotka ovat olleet elokuvaprojektin verkkomarkkinoinnin kanssa tekemisissä alkuajoista lähtien. Konseptia on kehitetty tiiviisti elokuvan tuotantoyhtiön Blindspot Picturesin kanssa ja projektin tuottajatahona toimii tamperelainen Mediaporras Oy. Elokuvan markkinointikampanjasta ja sen visuaalisesta ilmeestä vastaa helsinkiläinen mainostoimisto W. Steinmann. Verkkosivusto toteutetaan alusta loppuun itsenäisellä työryhmällä markkinointikampanjan visuaalista konseptia noudattaen.

Lopputyöni kirjallinen osuus jäsentää liikegrafiikan suunnittelun kannalta olennaista teoriaa, jota olen hyödyntänyt mediateon suunnittelussa ja

toteutuksessa. Lopputyöni alkupuoli koostuu johdannosta ja liikeilmaisun elementtejä käsittelevästä osasta. Tämän jälkeen siirryn tarkastelemaan elokuva sivustojen ominaispiirteitä, ja lopuksi käsittelen mediatekoani, Jadesoturin verkkosivustoa, sen suunnitteluprosessia ja toteutusta.

## 2. LIIKEILMAISUN ELEMENTIT

---

**an·i·mate** [Latin animare, animat-, from anima, soul.]

1. To give life to; fill with life.
2. To impart interest or zest to; enliven.
3. To fill with spirit, courage, or resolution; encourage.
4. To inspire to action; prompt.
5. To impart motion or activity to.
6. To make, design, or produce so as to create the illusion of motion.

<http://www.answers.com/animate>

**an·i·ma·tion**

1. The act, process, or result of imparting life, interest, spirit, motion, or activity.
2. The quality or condition of being alive, active, spirited, or vigorous.
3. The art or process of preparing animated cartoons.

<http://www.answers.com/animation>

Animaatio sanana liittyy elävöittämiseen, liikkeeseen ja toimintaan, ja sen latinalainen kantasana ”anima” sieluun. Voidaankin ajatella, että animoitu grafiikka on elävää ja ajassa liikkeessään sielukasta ja läsnä olevaa. Graafinen tai typografinen symboli saa liikkeessään uutta ilmaisuvoimaa. Erilaisia tunnetiloja ja konnotaatioita voidaan ilmaista animaation avulla: animoitujen symbolien ja sanojen merkityksiä voidaan täydentää liikkeen luomilla viesteillä ja eleillä. Liikegrafiikassa muoto, liike ja mahdollinen sanojen merkitys kohtaavat, luoden tavan kommunikoida, joka on enemmän kuin osiensa summa ja muistuttaa

luonteeltaan enemmän ihmisten välistä, välitöntä kommunikaatiota, jossa elekieli, äänensävy ja merkitys kohtaavat. (Laybourne 1998, 12-13)

Motion designerin osaaminen koostuu monesta osaamisalueesta. Hänessä on graafista suunnittelijaa, kuvittajaa, animaattoria, elokuvantekijää, kuvanveistäjää ja arkkitehtia (Woolman 2004, 6). Staattisen grafiikan lainalaisuudet saavat uusia ulottuvuuksia liikkeen myötä. Tila-aika -avaruudessa grafiikka ja typografia ovat aktiivisessa liikkeessä. Kokemus on varsin erilainen verrattaessa paikallaan olevan informaation havainnointiin. Liike muuttaa pysähtyneen ajan tapahtumien virraksi, jossa katsojaa johdatellaan sisään viestiin.

### **2.1. Liikegrafiikan asema mediassa**

Liikkuvaa grafiikkaa on perinteisesti nähty elokuvien alkuteksteissä ja televisio-ohjelmissa; musiikkivideot ja videopelit ovat nykyisen kehityksen edelläkävijöitä. Viime vuosina liikkuva grafiikka on ottanut teknologisen edistyksen avulla valtavia harppauksia ja on entistä jalostuneempaa ja hienostuneempaa.

Verkkomediassa liikkuvaa grafiikkaa esiintyy enenevässä määrin. Ohjelmistojen, Internet-yhteyksien ja kotipäätteiden kehittyessä mahdollisuudet liikkuvan grafiikan toteuttamiseen ja julkaisemiseen ovat erinomaiset. Sen ilmaisu on alkanut vakiintumaan ja löytämään muotoaan. Tuottaminen on mahdollista kuluttajatasen laitteilla ja julkaisukanavana Internet tarjoaa näkyvän ja avoimen median. Verkkomedia on nyt ja tulevaisuudessa liikkuvan grafiikan keskeinen pelikenttä. Mahdollisuudet elämyksien luomiseen ja kokemiseen ovat otolliset. (<http://adobe.com/designcenter/dialogbox/digitalmedia/main.html>)

Tv-grafiikoiden ja elokuvien animaatioiden kokemus virtaa ohi ja katoaa menneeseen aikaan. Internetissä teos on koettavissa aina ajasta riippumatta, ja kokemuksen voi toistaa rajattomia kertoja laajalle yleisölle. Lisäksi verkossa oleva multimedia on interaktiivista, mikä tuo siihen lisää ulottuvuuksia, ajan

kokemus ei välttämättä ole lineaarinen vaan voi saada monia muotoja ja jaksottua yksilöllisesti.

## 2.2. Tila

Kolmiulotteista tila-avaruutta hahmotetaan neljällä geometrisella käsitteellä; piste, viiva, taso ja tilavuus. Jotta näiden elementtien avulla voitaisiin muodostaa kolmiulotteinen vaikutelma tilasta kaksiulotteiselle pinnalle, käytetään perspektiiviä. Perspektiivi jaotellaan käytännössä kolmeen esitystapaan katoamispisteiden määrän mukaan.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Perspective\\_%28graphical%29#Varieties\\_of\\_perspective\\_drawings](http://en.wikipedia.org/wiki/Perspective_%28graphical%29#Varieties_of_perspective_drawings)

Liikkuva grafiikka esiintyy tilallisesti aina sitä toistavan välineen kehyksen sisällä (engl. frame). Kuvasuhteet vaikuttavat tilakokemukseen muotonsa ja asentonsa mukaan. Vaakasuora kuvasuhde ilmentää etäisyyttä koska havaitsemme sen maisemana, ja pystysuora puolestaan kuvastaa paremmin korkeutta.

Tilan rajat voi nähdä myös ”ikkunana” tai ”huoneena”. Ikkunankaltaisen kehyksen kautta tila esiintyy laajempina kokonaisuutena josta osa näkyy kehyksessä. Huoneenomaisessa tilassa taas esiintyy elementtejä, joita ympäröi kehyksen seinät, joiden sisään tila rajautuu. Liikkeellä näitä tilallisia rajoja voidaan yhdistellä ja rikkoa moniulotteisemman tilakokemuksen luomiseksi (Kuva 1). Koska syvyysvaikutelmaa voidaan simuloida animoimalla elementtien kokoa ja perspektiiviä, on mahdollista liikkua kehyksen sisä- ja ulkopuolella sijaitsevien tilojen välillä. Objektit voivat esimerkiksi ilmestyä pienenä pisteenä kuva-alan sisälle, ikään kuin kaukana etäisyydessä, ja ylisuureksi kasvamalla ikään kuin lentää ulos kehyksestään. Kehyksen sisäpuolisen tilan rinnalle tulee ulottuvuus sen ulkopuoliseen tilaan (Kuva 3). (Woolman, 2004,16-21.)

Etualan ja taka-alan havainnointiin vaikuttaa myös objektien välinen kontrasti. värikontrastia korostamalla etualan ja taka-alan etäisyys kasvaa. Tilavaikutelmaan voidaan lisäksi vaikuttaa syväterävyydellä (engl. depth of field). Tarkennuksen

kohde on tilallisesti eri paikassa epätarkkoihin nähden aivan kuten valokuvissa. Selkeät objektit ovat havainnon keskipisteessä epätarkkojen jäädessä taustalle. Tarkennusta muuttamalla voidaan havaintokohtaa liikuttaa syvyysuunnassa ilman että objektit itse liikkuvat. Esimerkiksi Kill Bill 2 sivustolla on käytetty tehokeinoa hyväksi juuri tällä tavoin, tausta on aluksi tarkka ja hahmo epäterävä, huomio siirtyy taustasta hahmoon tarkennuksen muuttuessa päinvastaiseksi (Kuva 2). Syväterävyys voi myös pysyä paikallaan ja objektit tarkentua liikkeessaan syvyysuunnaisesti tilassa sen mukaan missä tarkennuskohta sijaitsee.

([http://en.wikipedia.org/wiki/Depth\\_of\\_field](http://en.wikipedia.org/wiki/Depth_of_field))

### **2.3. Aika**

*Liikkeellä* tarkoitetaan tässä tapahtumia, jotka tapahtuvat näkökentässä. Liikkeen ominaispiirteitä ovat dynamiikka, suunta, asento, ryhmitys, kerroksellisuus ja muodonmuutokset. Liike tapahtuu aina ajassa.

Paikallaan olevan objektin alkaessa liikkua ajan merkitys korostuu. Kiihdytys ja hidastus ovat olennainen osa liikkeen dynamiikkaa. Liikkeen nopeus määrittyy suhteessa matkaan ja aikaan. Lineaarinen liike on neutraali ja ilmeetön eikä esiinny luonnossa, koska luonnonlakien mukaan liikkeen alku ja loppu vaativat ajanjakson, jolla kiihdytys ja jarrutus tapahtuvat. Animaatiossa käytetään termejä ”ease in” ja ”ease out”. Suomeksi tämä tarkoittaa, että liikkeen alku- ja loppukohtien välillä objektin liikenopeus on joko kiihtyvää tai hidastuvaa. Kiihtyvyys voi myös vaihdella tällä välillä, ja liikkeen luonne ja ilmeikkyyt ovat hyvin pitkälle kiinni nopeutusten ja hidastusten vaihtelusta ja hallinnasta. (Laybourne 1998, 190)

Liikkeen nopeuden lisäksi merkitystä on suunnalla. Elementit voivat liikkua kuvaruudun tilassa horisontaalisesti, vertikaalisesti, diagonaalisesti sekä loittonevasti ja lähenevästi. Sitä voidaan kääntää akselinsa ympäri joko kaksiulotteisessa tasossa tai kolmiulotteisessa perspektiivissä. Suunta vaikuttaa sekä tilakokemukseen että sisällön tulkintaan. Esimerkiksi tekstiä luetaan



länsimaissa vasemmalta oikealle, jolloin ajan kokemus liittyy tähän konventioon siten, että oikealla on tuleva, vasemmalla mennyt aika.

Liikkeen avulla ryhmittämällä voidaan objekteja ja informaatiota jäsentää kokonaisuuksiin. Samankaltaisuus liikkeessä vastaa samankaltaisuutta graafisessa muodossa. Samalla nopeudella ja samaan suuntaan tai samankaltaisesti muotoaan muuttava liikkuvat objektit mielletään samaan ryhmään kuuluviksi. Ryhmitys pätee myös objekteihin, jotka eivät ole näkyvissä samanaikaisesti, mutta sisältävät peräkkäin esiintyessään samat liikeominaisuudet. Esimerkiksi tekstit jotka liikkuvat peräkkäisissä näkymissä vaakasuoraan muodostavat ryhmän. Pienemmistä ryhmistä voi yhdessä muodostua uusi ryhmä, esimerkiksi vaakasuoran liikkeen leikkaava pystysuora elementti muodostaa ryhmän tekstin kanssa, jos vastaava vuorovaikutus toistuu muidenkin samankaltaisten elementtien kesken. Liikkeellä on olennainen vaikutus myös informaation hierarkiaan, huomiota herättävin liike nousee yleensä ylimmälle tasolle. (Woolman 2004, 48-57.)

#### **2.4. Muoto**

Liikegrafiikassa muoto tarkoittaa kaksiulotteista kuvaa, 3-D –objektia tai typografiaa. Muoto on jotain taustasta erillistä ja sen erityispiirteisiin kuuluvat muoto, koko, väri, pinta ja ulottuvuus. Typografisten muotojen erityispiirteisiin kuuluvat lisäksi muun muassa kirjasinkoko, ja –tyyppi (Woolman, 2004, 30).

Muoto voi liikkua eri tavoin tilassa. Muoto voi olla pysyvä ja liikkeessä, tai muuttua liikkeen aikana. Muodon muutoksella voi ilmaista muun muassa näkökulman muutosta, tai objekti voi liikkeen aikana vääristyä, tai muuttua kokonaan toiseksi. Muodon muutos voi ilmaista myös tunnetilaa ja kokemusta.

Useista eri muodoista koostuvia kompositioita voidaan liikkeessä muokata ja muuttaa toiseksi, toisin kuin staattisessa grafiikassa. Tästä johtuen liikkuva grafiikka on ilmaisuvoimaltaan monipuolisempaa – esimerkiksi staattisen

grafiikan hyödyntämiä kontrasteja voidaan monipuolistaa tai kokonaan korvata esimerkiksi liikkeen nopeudella tai aktiivisuudella. Myös objektien liikeradoista voi muodostua uusia muotoja, joka pysäytettynä eivät ole olemassa, vaan saavat ilmaisunsa vasta liikkeessä.

Typografian voi nähdä muodon erikoistapauksena. Aivan kuten eri kirjasinleikkaukset antavat muodostamilleen sanoille luonteenpiirteitä, toimii myös liike eräänlaisena äänensävynä graafisessa ilmaisussa. Puhekielessä sanoja voidaan esimerkiksi venyttää, mikä on mahdollista ilmaista typografiassa esimerkiksi animoimalla sanojen kirjainvälejä. Aggressiivinen intonaatio voitaisiin kuvata nopealla ja aggressiivisella liikkeellä.

Koska liike liittyy myös elekieleen, jota käytämme kommunikoidessamme puheen ohella, on kineettinen ilmaisu rikkaampaa kuin staattinen. Adjektiiveista, kuten yllättävä, hätäinen, rauhallinen, innostunut, epävarma ja sulava, on helpompi muodostaa mielikuva liikkeen kautta. Staattinen grafiikka pyrkii samankaltaisten mielikuvien jäljittelyyn esimerkiksi vauhtiviivoilla, tai muilla sarjakuvamaailmasta lainatuilla staattisilla representaatiokeinoilla (Mc Cloud 1994, 118-138).

Sanoja voidaan korostaa liikegrafiikan keinoin esimerkiksi muuttamalla siirtymänomaisesti kirjasimien kokoa, väriä, asemointia, lihavuutta sekä etäisyyttä syvyys suunnassa. Ja koska esitys on aikasidonnainen, tulee rakenteeseen narratiivisia elementtejä, koska näitä eri elementtejä varioimalla sanojen painotuksia on mahdollista korostaa lineaarisessa järjestyksessä. Tämä on yksi osatekijä yleisön katseen vangitsemisessa - katsoja ikään kuin johdatetaan tekstiin tarjoamalla visuaalisia ärsykeitä, jotka auttavat ja miltei pakottavat kiinnittämään katseen ja huomion sisältöön tietyssä järjestyksessä. Kirjasimia voidaan myös manipuloida lukuisin efektein, jolloin ilmaisuun tulee edelleen uusia konnotaatioita. Kirjasinten välistyksiä ja etäisyyksien muutosta (kerning) voidaan animoida. Tekstiä voidaan sumentaa ja häivyttää taustaan, rikkoa osiin ja muotoa

vääristää, käyttää liikkuvina maskeina kuvien päällä tai muuttaa kuviksi morffausten ja transitioiden avulla. (Woolman 2000, 32.41.)

## 3. ELOKUVAELÄMYS VERKKOSIVUILLA

---

### 3.1. Trailerista verkkosivuihin

Elokuviensa trailerien tarkoitus on tiivistää ja mainostaa elokuvan tarinaa. Erityisesti korostetaan kohtia, joiden uskotaan tuovan yleisöä elokuvateattereihin. Trailerilla on tärkeä tehtävä elokuvan markkinoinnissa. Se pyrkii lyhyessä ajassa luomaan tunteisiin vetoavan elämyksen ja välittämään elokuvan idean katsojille. Kullakin elokuvalla on tietyt erityispiirteet, syvin olemus, jota markkinoinnissa halutaan korostaa. Se voi olla esimerkiksi huumori, mystiikka, hahmojen väliset suhteet tai dramaattinen toiminta.

<http://adobe.com/designcenter/dialogbox/storytelling/main.html>

Trailerin rinnalla elokuvien verkkosivustot ovat nykyään toinen merkittävä markkinointikanava. Elokuvasivustot laajentavat trailerin lyhyttä kokemusta lisäinformaatiolla ja –palveluilla. Sivustot voivat olla myös interaktiivisia trailereita, jotka johdattavat katsojaa elokuvamaailmaan elämyksellisen multimediallisen keinoin.

Adobe Flash 8 on tämän hetken paras teknologia online-multimediaelämyksen tuottamiseen. Erilaiset mediatyypit kuten videot, kuvat, äänet, animoidut tekstit ja grafiikat voidaan esittää samassa kokonaisuudessa, johon lisäksi voidaan ohjelmoimalla rakentaa interaktiivisuutta. Videon hyväksikäyttö kuvituksessa ja erikoistehosteissa on myös mahdollista Flashin kehittyneen video-ominaisuuksien avulla. Monimutkaisemmat animaatiot ja erikoistehosteet voidaan luoda Adobe After Effects –ohjelmistolla, joka on liikegrafiikan luomiseen eräs käytetyimpiä ja monipuolisimpia nykyisiä työkaluja (Laybourne 1998, 127). Nämä tekniikat yhdessä mahdollistavat rikkaan ja monipuolisen tarinankerronnan toteuttamisen verkkosivustolla.

Useimmilla nykyisillä suurilla elokuvatuotannoilla on jo vahva läsnäolo Internetissä ja ilmiö on vahvassa nousussa myös Suomessa. Esimerkkinä tästä on Kummelin Jackpot –elokuvasivusto, joka palkittiin Grafian vuoden huiput 2005 –gaalassa hopeahuippupalkinnolla.

[https://www.grafia.fi/index.php?grafia=11453986987e24c00abbad1f9fafb23d7963d3340e&article\\_id=4928&search\\_type=article\\_search&profile1=42188&source\\_id=4855](https://www.grafia.fi/index.php?grafia=11453986987e24c00abbad1f9fafb23d7963d3340e&article_id=4928&search_type=article_search&profile1=42188&source_id=4855)

### **3.2. Elokuvasivustojen anatomia**

Elokuvan trailerilla ja sivustolla on tärkeä yhteys, ne kuuluvat samaan kokonaisuuteen, jolla kohdeyleisöä tavoitellaan. Sivustoilla voidaan kuitenkin kertoa elokuvasta paljon muutakin kuin tarinan kohokohdat. Sivustoilla on omat lisäarvoa tuovat kokonaisuutensa. Jaan tässä nämä ominaisuudet kolmeen kategoriaan; *informaatio, viihde ja oheismateriaali*.

Sivustolla voidaan tarjota lisäinformaatiota elokuvasta, jota on esimerkiksi elokuvan synopsis tai tarina, tuotantotiedot, näyttelijöiden ja tekijöiden esittelyt, sekä valokuvia ja videomateriaalia elokuvasta ja sen tuotannosta. Tämä osio ei palvele ainoastaan tiedonnälkäistä yleisöä, vaan se toimii myös eräänlaisena sähköisenä lehdistömateriaalina medialle.

Elokuvan trailerin elämystä voidaan syventää luomalla interaktiivista tarinankerrontaa, jolla syvennetään henkilöahmoja sekä elokuvan maailmaa ja miljöötä. Interaktiivisella tarinankerronnalla luodaan mielikuvia ja näyttävällä toteutuksella luodaan kiinnostusta ja vahvistetaan elokuvan brandia. Tarina voi sisältää myös pelattavia osuuksia, tai sitten elokuvan tarinaan on tehty itsenäinen laajempi pelikonsepti, joka voi olla jopa monipelattava. Sivuston kokonaisilme ja erikoistehosteet ovat myös osa tätä mielikuvatasoa, joka toimii eräänlaisena viihteellisenä vetonaulana verkkosivustolle.

Elämyksellisen sisällön ei kuitenkaan tarvitse rajoittua vain kerronnalliseen osaan sivustoa, vaan se voi limittyä ja välittyä muihinkin osa-alueisiin visuaalisessa ilmaisussa. Myös informaatio sisällön esitystapa voi olla viihteellinen ja

mielikuvia herättävä, vaikka ilmaisun pääpaino ei olisikaan elokuvan tarinassa. Jotta sivusto kokonaisuudessaan olisi vakuuttava, elokuvan maailman ja syvimmän olemuksen on välityttävä läpi koko sisällön.

Oheistuotteet ja ilmaislahjat ovat osa markkinointia myös verkkosivuilla. Näitä ovat esimerkiksi ladattavat työpöydän taustakuvat, näytönsäästäjät, elokuvajulisteet, ikonit, kännykkälogot ja –soittoäänet. Nämä houkuttelevat toisaalta käymään sivuilla, mutta toimivat myös markkinoinnin jatkeena kun sivustolta poistutaan. Sivujen kautta jaettava materiaali palvelee faniyleisöä ja lisää elokuvan näkyvyyttä ja läsnäoloa arkitodellisuudessa.

## 4. MEDIATEKO: JADEOSTURI.NET

---

### 4.1. Työryhmän ja roolin kuvaus

Projektin tuotantoyhtiönä toimii Mediaporras Oy, jonka toimitusjohtaja Juha Siirtola toimii projektissa tuottajana. Graafisesta suunnittelusta vastaa Mikko Kutvonen. Omaan vastuualueenani on motion design/flash –toteutus, jonka lisäksi olen osallistunut myös visuaaliseen suunnitteluun. Tämä ydinryhmä on yhdessä suunnitellut verkkosivujen konseptin. Myös elokuvan ohjaaja, A.J. Annala, on osallistunut elokuvasivun konseptointiin. Jadesoturin markkinointikampanjan visuaalisen ilmeen ja key artin on luonut W. Steinmann Oy.

### 4.2. Projektin eteneminen

Jadesoturi.net –työryhmä koottiin kesällä 2003. Elokuvan varsinainen tuotantoprosessi kuitenkin alkoi vasta kesällä 2005, jolloin aika oli kypsä myös web-toteutuksen aloittamiselle. Web-toteutuksen suunnittelu alkoi elokuvan käsikirjoitukseen tutustumalla ja samalla alettiin miettiä kokonaiskonseptia sivustolle. Tässä vaiheessa mainoskampanjan toteuttaja oli jo tiedossa, mutta varsinaista visuaalista materiaalia ei ollut saatavilla alustavia luonnoksia ja logoa lukuun ottamatta.

#### 4.2.1. Ylimääräinen teaser-sivusto

Alkusyksystä Jadesoturi-elokuva alkoi näkyä mediassa, mikä loi tarpeen verkkosivustolle. Tavoitteena oli saada lähinnä nopealla aikataululla verkko-osoitteeseen jotain sisältöä, koska elokuva alkoi saamaan julkisuutta ja kiinnostusta tiedotusvälineissä. Muuta markkinointia ei tästä huolimatta ollut julkaistavissa. Julkisuus tuli sivuston työryhmälle yllätyksenä; ensimmäinen teaser-sivusto ei sinänsä ollut osa suunnittelemaamme verkkomarkkinointistrategiaa, mutta koimme tärkeäksi, että verkko-osoitteesta löytyy muutakin kuin tyhjä sivu. Tämän osalta työryhmä ei ehtinyt tehdä kokonaisuuteen integroituvaa suunnittelua: Elokuvaa ei oltu kuvattu,

käsikirjoitusta muuteltiin vielä, markkinointikampanjaa ei oltu suunniteltu logoa lukuun ottamatta. Materiaalina oli muutama studiossa otettu promootiokuva ja elokuvassa keskeisen lippaan kuvat. Visuaalisen materiaalin vähyden vuoksi sivuston toteutuksessa keskityttiin herättämään mielenkiintoa luomalla tunnelmaa informatiivisuuden sijasta. Tarkoituksena oli pikemminkin esittää kysymyksiä, korostaa mystisyyttä ja viitata elokuvassa esiintyviin mytologioihin kuin tiedottaa elokuvasta tarkemmin.

Sivustolle luotiin mystiseen sumuun verhoutuva ylimaallinen tila, jossa Loviatar-myytin mukaiset Loviattaren poikia kuvaavat symbolit kiertävät sumupyörrettä (Kuva 7.1). Kun hiiren vie symbolin päälle, symbolin nimeä alkaa valumaan satunnaisissa paikoissa ruutua. Symboleita painamalla sumupyörteeseen ilmestyy teksti, joka kertoo Loviattaren legendan (Kuva 7.2). Legenda päättyy demoniin (joka elokuvassa sijaitsee mystisessä lippaassa), minkä jälkeen sumupyörteen keskelle ilmestyy lipas (Kuva 7.3), jota painamalla näytetään lyhyt elokuvan päähahmoista ja repliikeistä koostuva animaatio. (Kuvat 7.4, 7.5).

Pääpaino sivuilla oli siis lähinnä mielikuvien ja uteliaisuuden luominen. Sivustolle tehtiin kuitenkin myös valikko, jonka kautta saattoi rekisteröityä sähköpostilistalle, lähettää linkin sivuun ystävälle ja päästä käsiksi lehdistömateriaaliin. Sivusto julkaistiin syyskuun alussa 2005. Lokakuun loppupuolella, kun kuvaukset olivat päässeet alkuun ja kuvamateriaalia alkoi olla saatavilla, sivustolle lisättiin vielä kuvagalleria (Kuva 7.6).

#### **4.2.2. Pääsivuston suunnittelu jatkuu**

Ennakkosivuston verkossa julkaisemisen jälkeen alettiin suunnitella lopullisen sivuston konseptia. Muuta visuaalista markkinointimateriaalia odotettaessa sivuston rakennetta suunniteltiin ja asiakkaan tarpeita pohdittiin. Asiakkaalle esitettiin ehdotuksia ja heidän toiveidensa pohjalta tehtiin perussisältösuunnitelma. Kun tämä suunnitelma oli hyväksytetty asiakkaalla, varsinainen rakenne saatettiin lyödä lukkoon.



Rakennesuunnitelman rinnalle kehiteltiin koko ajan myös ”taiteellista konseptia”, jonka tarkoituksena oli erottaa sivusto perusratkaisusta, herättää suurempaa mielenkiintoa ja tarjota lisäarvoa myös asiakkaalle. Tavoitteena oli kokonaisvaltainen käyttäjäkokemus, jossa informatiivisuus, elämyksellisyys ja viihteellisyys yhdistyvät saumattomaksi kokonaisuudeksi. Aluksi tämä konsepti perustui pelilliseen ideaan, jossa sivuston kokonaisuus olisi koostunut episodeista ja joka olisi hyödyntänyt epäkonventionaalista käyttöliittymää (ks. esim. <http://www.sawmovie.com> , kuva 5). Asiakas kuitenkin hylkäsi idean liian kokeellisena ja toivoi selkeämmin informatiivista sivustoa. Narratiivista ideaa ei kuitenkaan täysin hylätty, vaan se säilyi osana konseptia. Navigaatiota ja rakennetta selkeytettiin - kuitenkin sivuston tyyli säilytettiin immersiivisenä ja elämyksellisenä. Tarinalliset episodit saivat tilansa informatiivisen osan rinnalla omassa osiossaan.

Uusi konsepti esiteltiin asiakkaalle ja sivuston suunnittelua jatkettiin. Marraskuussa 2005 varsinaisen sivuston tuotantovaiheen oli määrä alkaa, mutta sekä elokuvatuotannon että markkinointikampanjan aikataulujen venyessä, myös sivuston tuotantoaikataulu myöhästyi. Kuvamateriaalin vähyyden vuoksi sisältösuunnitelmasta ei päästy eteenpäin visuaaliseen toteutukseen, koska visuaalinen konsepti perustui vahvasti elokuvan valokuvamateriaaliin.

#### **4.2.3. Kriisin kautta uuteen teaser-sivustoon**

Ensimmäinen teaser sivusto alkoi käydä vanhaksi ja Jadesoturin markkinointikampanjan visuaalisuus oli kehittymässä sivustosta poikkeavaan suuntaan. Tästä huolimatta markkinoinnin visuaalinen linja oli vielä osittain avoin ja lopullisen verkkosivun sisältö ja rakenne vasta suunnitelma-asteella. Elokuvan tuotantoyhtiö oli tekemässä elokuvastaan ensimmäistä teaser-videota, ja oli innokas saamaan sen pian julkaistua myös verkkosivuilla. Suunnitelmissamme oli korvata ensimmäinen teaser-sivusto tällä videolla, kunnes varsinaiset sivut olisivat valmiit. Silloisen aikataulun mukaan oletimme että pääsivusto valmistuisi tammikuussa 2006.

Markkinoinnista vastaava mainostoimisto W.Steinmann kuitenkin yllätti marraskuun loppu puolella suunnittelemalla oman versionsa verkkosivustosta, jota se ehti markkinoida myös asiakkaalle meidän tietämättämme. Ratkaisu, jonka he esittivät perustui graafikon tekemään mielivaltaiseen visuaaliseen ideaan vailla rakenne- tai sisältösuunnittelua. Sivuston toteutusmallina olisi ollut tavalliset html-sivut ilman elämyksellistä multimediaa. Tämän lisäksi suunnitelmissa oli julkaista sivut keskeneräisinä, tarkoituksena päivittää sivulle sisältöä kevään mittaan. Esitettyssä ratkaisumallissa alisivujen linkit olisivat valmiiksi näkyvissä, mutta toimimattomia, kunnes sisältö valmistuisi. Olimme järkyttyneitä tästä yrityksestä viedä projekti käsittämme ja huolestuneita suunnasta, johon sivustoa oltiin viemässä. Mielestämme sivusto tulisi näistä lähtökohdista epäonnistumaan. Suunnitelmissamme oli paljon kunnianhimoisempi lopputulos, emmekä halunneet tehdä sen suhteen kompromissia, tai antaa mainostoimiston johtaa asiakasta harhaan.

Työryhmän näkemys kokonaisvaltaisemmin elämyksellisestä sivustosta ja sisällön merkityksestä kuitenkin saatiin perusteltua asiakkaalle. Teaser-vaiheeseen tarjosimme visuaalisesti näyttävää ratkaisumallia, joka silti erottuisi pääsivustosta selkeänä välivaiheena. Näin lopullisen sivuston suunnittelussa ei tarvitsisi tehdä hätäisiä kompromisseja. Teimme nopeasti layout-ehdotuksen ratkaisustamme. Asiakas mieltyi työryhmän esitykseen ja projekti saattoi jatkua alkuperäisen suunnitelman mukaan. Suunnittelemamme teaser-sivusto julkaistiin verkossa, tosin vasta maaliskuussa 2006 varsinaisen teaser-videon valmistuttua. Pääsivuston aikataulu siirtyi jälleen eteenpäin elokuvan tuotantoyhtiön toimittaman sisällön myöhästyessä. Hieman myöhemmin keväällä tuotantoyhtiö irtisanoi sopimuksensa mainostoimiston kanssa tuloksettomana ja kalliiksi käyvän yhteistyön jälkeen.

Teaser-video on sivuston keskeisin sisältö ja on selkeästi etusijalla myös navigaatiossa (Kuva 8.3). Uudella teaser-sivulla tuodaan elokuvan päähenkilöt esiin sivujen taustakuvissa. Tällä korvattiin kuvagalleria, joka säästetään pääsivustolle. Markkinoinnin visuaalisuudessa keskeiseksi nostettu kalligrafia on

myös vahvasti esillä. Elokuvan tarina esitellään omalla sivullaan. Kokonaisuuteen kuuluu myös rekisteröityminen sekä linkin lähetys –sivut (Kuvat 8.4, 8.5, 8.6).

Sivujen liikegrafiikka on hienovaraista, tällä ilmennetään elokuvallekin ominaista maalailevaa ja viipyilevää kuvakerrontaa. Esitys alkaa kalligrafian piirtyessä sulavasti ruutuun (Kuva 8.1). Logo pyyhkäistään näkyviin ja sen pinnalla kulkee kimalle-efekti. Sivun aukeaa etusivuun kuvalla jadesoturista (Kuvat 8.1) . Sivujen latautuessa navigaatioelementit tulevat asteittain näkyviin, sivu kerrallaan. Sivusta toiseen siirrytään yhdenmukaisella transitiolla. Katsottavan sivun elementit häipyvät ensin näkyvistä sulavasti ja taustakuva häipyä mustaan. Seuraavalle sivulle tultaessa taustakuva tulee samantapaisesti esiin mustasta ja sisältöelementit animoituvat sulavasti paikoilleen.

Teaser-video toteutettiin Flash8 sisäisellä videosoittimella. Videon kuvanlaatu on tällä tekniikalla erittäin korkealaatuista ja pakkautuu pieneen tiedostoon. Käyttäjältä ei täten myöskään edellytetä erillisen videonkatseluohjelman asennusta, Flash 8 selainlaajennus riittää. Videot myös toistuvat ja latautuvat nopeasti verrattain hitaillakin laitteistolla ja yhteyksillä. Video ladataan sivulle dynaamisesti ulkoisesta Flash-video (flv) –tiedostosta. Valittavana on kolme erilaatuista vaihtoehtoa yhteyden nopeudesta riippuen. Videot ovat kuvakooltaan yhdenmukaisia, mutta kuvapakkauksen määrä vaihtelee kokoluokan myötä.

Sivuston toteutuksessa kiinnitettiin huomiota myös nopeaan latautumiseen. Preload-vaiheessa piiryy kalligrafia maalailevaan tyyliin ruudulle, tämän tarkoitus on viihdyttää käyttäjää ja saada odotusaika tuntumaan lyhyemmältä (Kuva 8.1). Sivustoa ei ladata kokonaisuudessaan heti. Näin preload-vaihe jää mahdollisimman lyhyeksi. Kun ensimmäinen sisältösivu on latautunut, se avautuu. Navigaatioon päivittyy uusia linkkejä sitä mukaan kun muut sivut latautuvat taustalla, käyttäjä voi selata sillä aikaa jo latautuneita sivuja. Laajakaistayhteydellä yli 600 kilotavun kokoinen sivusto latautuukin taustalla niin huomaamattomasti, ettei varsinaista latausaikaa ole selkeästi havaittavissa, ja hitaimmilla yhteyksilläkin ne tuntuivat varsin siedettäviltä.

Toisena erikoisuutena oli huomioida käyttäjät, joilla on mahdollisuus katsoa sivustoa suuriresoluutioisella näytöllä. Oletuksena on, että kohderyhmässä on paljon käyttäjiä, joiden laitteisto on vaatimuksen tasolla. Sivuston minimiresoluutio on XGA (1024x768 pikseliä), johon sivun elementit mahtuvat vielä sopusointuisesti. Suuremmalla näytöllä elementit skaalautuvat dynaamisesti hieman laajempaan kompositioon paljastaen enemmän taustagrafiikkaa. Näin sivut saadaan erottumaan tavanomaisista web-sivustoista ja teaser-sivuston julisteenomainen visuaalisuus tulee paremmin esiin (Kuva 8).

Teaser-sivuston tekemisen rinnalla työryhmä jatkoi lopullisen sivuston konseptin eteenpäin viemistä. Sisältö- ja rakennesuunnitelmat tarkentuivat ja lopullista layoutia suunniteltiin ja toteutettiin. Myös markkinointikampanja valmistui ja visuaalista ilmettä voitiin tarkentaa sen pohjalta. Kokonaiskonsepti layouteineen esiteltiin asiakkaalle alkuvuodesta 2006, jolloin konsepti lopullisesti lyötiin lukkoon, vaikka layoutiin toivottiin vielä parannuksia. Layout-suunnittelu on hakenut vielä lopullista muotoaan ja valmistuu toukokuun aikana.

### **4.3. Pääsivuston Suunnitteluprosessi**

Huolella suunniteltu on puoliksi tehty. Tällä ideologialla on suunnitteluprosessia pyritty viemään eteenpäin. Tarkoituksena on ollut, että idea ja kokonaisuus on viimeistelty sekä asiakkaan että projektin tavoitteiden mukaiseksi ennen tuotannon aloittamista. Asiakkaan hyväksymä suunnitelma on toiminut myös projektin rajauksena, jolloin osapuolten kesken ei ole jäänyt epäselvyyttä toteutettavan työn laajuudesta.

#### **4.3.1. Prosessimalli**

Vaikka sivusto tähtääkin esteettiseen ja visuaalisesti näyttävään lopputulokseen, tätä ei ole pidetty suunnittelun lähtökohtana vaan pikemminkin konseptia palvelevana tavoitteena, joka tuo sisällön esille kiinnostavalla ja ”myyvällä” tavalla.

Suunnitteluprosessin lähtökohtana on ollut työstää konseptia sisällön ja käytettävyyden lähtökohdista. Jesse James Garretin teos *The Elements of User Experience* (Kuva 6), esittää mallin, joka soveltuu tämän kaltaiseen prosessiin. Tuotannon suunnittelu on edennyt tätä rakennetta mukaillen suurista linjoista yksityiskohtiin tarkentuen. Suunnittelu alkaa sivuston strategian luomisella, johon kuuluu käyttäjäprofiilin määrittely ja sivujen markkinoinnillisten tavoitteiden asettelu. Sisältövaatimukset, sekä teknisen toteutuksen valinta määrittää tuotannolliset lähtökohdat. Tästä varsinainen konsepti ja käsikirjoitus rakentuvat ja täsmentyvät vaihe vaiheelta kohti näkyvää lopputuotetta.

#### **4.3.2. Strategia**

Sivuston tavoitteena on markkinoida elokuvaa. Suomessa tehtyjen elokuvien verkkosivuihin ei tyypillisesti ole panostettu, joten Jadesoturin verkkosivulla on mahdollisuus erottua joukosta edukseen. Tuotantoyhtiölle perusteltiin verkkosivujen merkitystä ja asemaa mediassa, jotta saataisiin heidät sitoutumaan verkkomarkkinointistrategian suunnitteluprosessiin. Tuotantoyhtiöllä ei ollut vahvaa näkemystä siitä, mitä sivuilla tulisi kertoa, joten ensimmäinen vaihe oli keskustella ja selvittää asia heidän kanssaan.

Tuotantoryhmämme painotti, että kyse on tänä päivänä merkittävästä mediasta. Näin ollen on mahdotonta tehdä hyvää markkinointiviestintää myöskään verkkoon jos asiakkaalle ei ole käsitystä siitä mitä hän haluaa sanoa. Vastaavasti, jos Jadesoturia ajatellaan brandina (mitä se kieltämättä jo onkin), on tärkeää ymmärtää, että asiasisältö, joka elokuvassa ja muussa markkinoinnissa brandiin liitetään pitää olla esillä ja aistittavissa (visuaalisuus, animaatiot, värit, kuvat, tarinat, äänet jne) myös web-sivustolla. Tiivistettynä tämä tarkoittaa, että sivuston on tarkoitus luoda "Online brand experienceä". Tavoitteena on, että käyttäjät myös palaavat sivustolle useamman kerran.

Verkkosivun kohdeyleisön voi ajatella olevan yhteneväinen elokuvan kohdeyleisön kanssa. Elokuvan ensisijainen kohderyhmä on kansainvälinen,

toimintafantasiasta kiinnostunut 15–35 -vuotias yleisö. Tämä yleisö pyritään yhdyttämään elokuvan kanssa tarjoamalla syventävää tietoa elokuvasta ja tuomalla elokuvan genre ja fantasiamaailma vahvasti esiin sivuilla. Toissijaisena kohdeyleisönä voidaan pitää elokuvan tiedotusvälineissä saaman julkisuuden myötä kiinnostunutta yleisöä. Tälle toissijaiselle yleisölle elokuvan poikkeuksellinen lähtökohta yhdistää suomalaista ja kiinalaista mytologiaa on kiinnostava. Tätä yleisöä johdatellaan elokuvateattereihin myös luomalla verkkosivuilla kuvaa laadukkaasta ja ainutlaatuisesta, mutta helposti lähestyttävästä elokuvakokemuksesta.

#### **4.3.3. Vaatimusmäärittely**

Esikuvana elokuvasivustolle on suurten kansainvälisesti markkinoitujen elokuvien verkkosivut. Perehdyimme näihin selaamalla ja analysoimalla useita elokuvasivustoja. Tutkimme niiden rakennetta, kerrontatapaa, visuaalista tyyliä sekä sisältöjä. Tämän valmistautumisen pohjalta kävimme keskustelua elokuvan tuotantoyhtiön kanssa sivuston luonteesta ja rakenteesta. Tuotantoyhtiön tavoitteena oli sivusto, jossa tieto on helposti ja selkeästi esillä, mutta tuotantoyhtiöllä ei ollut tarkkaa näkemystä verkkosivujen markkinoinnillisen osuuden merkityksestä ja luonteesta, saati siitä mitä sisältöä sivuilla tulisi olla. Tuotantoyhtiö teki rajauksia sen suhteen mitä elokuvasta saa paljastaa verkkosivuilla, ja toisaalta määritteli mitkä hahmot ja elokuvan kohtaukset ovat markkinoinnin kannalta keskeisiä.

Esitimme tuotantoyhtiölle erityyppisiä, valikoimiamme elokuvasivustoja, joiden avulla haimme yhteistä kieltä sekä linjaa suunnittelun lähtökohdiksi. Valikoitujen elokuvasivustojen joukossa oli Legend of Zorro, Kill Bill, Memoirs of a Geisha, Saw the Movie, The Da Vinci Code, War of the Worlds, Sin City ja The Three Extremes. Olimme vahvasti sillä kannalla, että verkkosivun tuli erottua tavallisuudesta poikkeavalla, elämyksellisellä, elokuvan brandiin tukeutuvalla ilmaisulla, joka välittää elokuvan tunnelmaa käyttäjille. Toisaalta otimme huomioon informaation selkeän esillepanon merkityksen. Esitimme sisältömalleja

esimerkkisivustojen avulla ja selvitimme minkälaisia sisältöjä asiakas haluaa ja mitä markkinoinnin näkökulmasta on suotavaa tuoda julki verkkosivuilla.

Tavoitemielikuvaksi hahmottui genren ominaispiirteet kuten seikkailu, fantasia, toiminta, sekä elokuvan melodramaattinen rakkaustarina. Sivuston tulee erottua näyttävällä ja laadukkaalla toteutuksella, joka luo uutuusarvoa tyypillisiin suomalaisiin elokuvasivustoihin nähden. Mielenkiinnon herättäminen aikaansaadaan huomiota herättävällä liikegrafiikkatoteutuksella ja elokuvan tematiikan noudattamisella sivuston estetiikassa. Sivun tematiikka sidotaan markkinointikampanjan mukaisesti Kiina-estetiikkaan, elokuvan Suomi-näkökulmaa tuodaan esiin alisteisesti sen rinnalla. Elokuvan miljööt tuodaan informatiiviseen osioon taustoina ja tiloina, keskeisiä roolihahmoja korostetaan sivun kuvituksessa.

Sivun sisältö koostuu elokuvasivuille tyypillisesti elokuvan teaser- ja trailer-videoista, synopsiksesta, tuotantotiedoista, näyttelijöiden ja roolihahmojen esittelyistä ja elokuvan tekijöiden esittelystä. Lisäarvoa tuodaan näyttämällä videosarjaa elokuvan tekemisestä, jota annostellaan sivuille kuukausittain lisääntyvänä sarjana. Sivuille tulee kuvagalleria, joka sisältää kohtauksia elokuvasta sekä sen tuotannosta. Rekvisiitta ja konseptikuvat ovat myös nähtävissä. Erikoisuutena on elokuvan maailmaan ja tarinaan johdatteleva osuus, joka suunnitellaan ja käsikirjoitetaan varta vasten elokuvasivustoa varten. Lisäarvoja tuotetaan ladattavilla taustakuvilla, näytönsäästäjillä, julisteilla ym. lisäpalveluilla. Sivuston kautta myös tiedotusvälineiden on mahdollista saada tarvitsemaansa aineistoa pressipaketin muodossa.

Teknisesti sivusto päätettiin toteuttaa Flash 8 versioon. Perusteena tälle oli seuraavat tekniset seikat: Videokuvan laatu on huomattavasti laadukkaampaa kuin aiemmassa Flash-versiossa. Videon stream-ominaisuudet ja pakkauksen korkea laatu, sekä suorituskykyinen toisto, antavat videonkäytölle loistavia mahdollisuuksia. Lisäksi video voidaan upottaa sivulle läpinäkyvyysinformaation kanssa, jolloin voidaan aikaansaada näyttäviä erikoistehosteita. Esimerkiksi

ilmassa lentävät lehdet tai loimuavat tulenlieskat voidaan toteuttaa 3d-ohjelmistolla. Aineistoon voidaan sisällyttää alpha-kanava eli läpinäkyvyysinformaatio. Video voidaan siis tuoda muun layoutin päälle siten, että videossa oleva läpinäkyvyys säilyy. Flash 8 mahdollistaa myös reaaliaikaisten efektien, kuten heittovarjojen ja sumennusten toteuttamisen ja animoimisen. Tämä ei ole ollut aiemmilla versioilla mahdollista ilman ulkopuolisilla ohjelmilla tuotettavaa aineistoa, jonka tekeminen ei ainoastaan ole on hidasta ja työlästä, vaan kasvattaa myös tiedostokokoa.

#### **4.3.4. Rakennesuunnitelma**

Päädyimme suunnittelemaan ratkaisua, jossa viihde ja informaatioisisällöt toimisivat limittäin mahdollisimman hyvin. Sivuston tulee vahvistaa brandia käyttäjiä viihdyttäen ja tiedotusvälineitä palvellen ja samalla luoden mielikuvaa tulevan elokuvan tarinasta ja estetiikasta. Sivustolle luodaan elokuvallisia kohtauksia sisältävä osio, jossa elokuvan miljöötä esitellään keskeisten hahmojen kautta. Informaatioisisältö tuodaan esiin omana kokonaisuutenaan, joka tyyliellään ja tematisoidaan elokuvalliseen osioon sopivaksi.

Elokuvallinen osio toteutetaan elokuvasta leikattujen video-otosten avulla, jotka tuotantoyhtiö suunnittelee työryhmämme kanssa. Eri tarinoiden välille luodaan elokuvan juonen mukaisia linkityksiä, joiden kautta voidaan myös navigoida tarinasta toiseen. Kerronnallisten osioiden juonellinen yhdistäminen jää käyttäjän tutkittavaksi. Elokuvan henkilöhahmojen väliset suhteet ja jännitteet ovat aistittavissa ja käyttäjällä on mahdollisuus luoda alustava käsitys ja tunneside hahmoihin. Näin elokuvan juonta ei paljasteta, mutta siitä tuotetaan käyttäjän mielikuvitusta ruokkiva virtuaalinen ennakkonäytös/traileri.

Sisältösivut esitetään visuaalisesti rikkaalla tavalla elokuvan kuvakieltä hyväksikäyttäen ja liikegrafiikan tehokeinoja hyödyntäen. Ilmaisuu toteutetaan kuitenkin sisällön ehdoilla siten, että sivujen selaaminen on nopeaa ja navigoiminen selkeää. Elokuvan maailma elää taustalla tunnelmaa luoden, mutta



ei keskeytä tai viivästyä informaation selaamista. Sisällön rakenne ja kokoonpano käy ilmi liitteenä olevasta rakennesuunnitelmasta. (Kuva 9).

#### **4.3.5. Käyttöliittymäsuunnitelma**

Käyttöliittymäsuunnitelmassa pyritään yhdistämään selkeys ja helppokäyttöisyys persoonalliseen ja visuaalisesti kiinnostavaan toteutukseen. Peruseriaatteet ja esitystapa esitetään tässä kohtaa konseptin tasolla, visuaalisen suunnittelun osiossa täsmentyvät yksityiskohtaisemmat ratkaisut.

Päänavigaation linkit ovat koko ajan näkyvissä, eivätkä piilotu ylimääräisen valinnan taakse. Päälinkistä klikkaamalla siirrytään osioon, joista jokaisella on oma elokuvan mukainen visuaalinen teema. Joillain sivuilla on lisänavigaatio, jossa sisältö on järjestetty hierarkkisesti alempiin kokonaisuuksiin. Näissä osioissa ei ole varsinaisia alasivuja; sivun teema ja ulkoasu pysyy paikallaan ja hierarkkisesti alisteinen sisältö on selattavissa kuhunkin sisältöön ja sen esitystapaan sovelletussa lisänavigaatioissa. Alasivut vallitsevat visuaalisesti siinä tilassa ja teemassa, johon osion etusivulla tullaan. Alanavigaation valinnat tuovat tilasta esiin kunkin kategorian mukaisia sisältöjä ja alanavigaatio muuttuu dynaamisesti kunkin tason sisällön mukaan. Alanavigaatio on siis ensimmäiseltä tasoltaan horisontaalinen, eli sisältää rinnakkaisia vaihtoehtoja, ja toiselta tasoltaan vertikaalinen, eli syventyvä, josta palataan hierarkkisesti ylempiin kategorioihin peruuttamalla edelliseen valikkonäkymään. Tällä pyritään siihen, että käyttöliittymä pysyy yksinkertaisena ja helposti hahmotettavana, valintamahdollisuudet rajataan ja suunnitellaan kuhunkin sisältötyyppiin keskittyen ja käyttötilanteeseen sovittaen.

Sisältösivuista irrallaan on rekisteröidy ja kerro eteenpäin –sivut, jotka aukeavat miltä tahansa sivulta sivun päälle omaan ikkunaan, jossa lomakkeen voi täyttää ja lähettää. Ponnahdusikkunan voi sulkea ja palata sisältösivulle tai se sulkeutuu automaattisesti jos sivun päänavigaatioissa siirrytään jollekin toiselle sisältösivulle. Jokaisella sivulla on valittavissa myös äänen päälle ja pois - kytkentä.

Etusivulla on pikalinkkejä ja nostoja päivitettyihin tai muuten priorisoituihin sisältöihin. Tämä navigaatio sijaitsee sisältöalueen alareunassa irrallaan päänavigaatiosta. Linkit ovat toteutukseltaan myös visuaalisia; linkki muodostuu sisältöä kuvaavasta tekstistä ja siihen liittyvästä kuvasta. Etusivulla on myös uutispalsta, joka voi sisältää linkkejä ulkoisille sivustoille, nämä linkit avataan uuteen selainikkunaan.

”Tarina” –sivulla ei ole alanavigaatiota, sivu sisältää animoidun taustan ja lyhyen esittelytekstin, jossa avataan elokuvan tarinaa.

”Video” –sivulla on hierarkkisesti järjestetty sisältö trailereihin, musiikkivideoihin ja making of -sarjaan. Osion etusivulla on ensin valittava jokin näistä pääkategorioista. Sisällön hierarkiaa jäsennetään sivun taustan tilavaikutelman tuntua hyödyntäen. Kun alakategoria on valittu, sivun taustakuva kasvaa hieman, eli kameralla ajetaan hieman lähemmäs, mikä kuvaa saapumista tilallisesti syvemmälle tasolle. Videokategoriasta toiseen liikutaan palaamalla takaisin osion etusivulle, jolloin näkökulma laajenee takaisin alkuperäiseen. Kategoria valitaan horisontaalisesti rullaavan navigaation avulla, taustakuva panoroi sen liikkeen mukana aavistuksen verran horisontaalisesti luoden tilailluusiota. Kussakin videokategoriassa on videon sisältöalueen yhteydessä oma navigaationsa, josta voi valita yksittäisiä videoita niiden kuvakkeita klikkaamalla. Kun videokuvakkeen päälle vie hiiren, näytetään kolme valintaa, joista video käynnistyy. Videosta on valittavana käyttäjän Internet-yhteyden nopeuden mukainen korkealaatuinen (mutta isompi) tai huonompilaatuinen (mutta pienempi) tiedosto, sekä kolmanneksi ladattavana tiedostona Apple Ipod –versio.

Elokuvan tekemisestä ja taustoista kertova ”Elokuva” –osion navigointi noudattaa edellä kuvattua tyyliä, jossa taustakuvan maiseman panoroinnit ja syvyysuuntaiset ”kamera-ajot” jäsentävät sisällön hierarkiaa. Osion alanavigaatio ei kuvaa sisältöjä visuaalisesti vaan on tekstiä ja muistuttaa tyyliltään päänavigaatiota, mutta sijaitsee siitä irrallaan. Osio jakaantuu näyttelijöiden

esittelyyn, elokuvan työryhmän esittelyyn, tuotantotietoihin ja konseptitaiteen (elokuvan visualisointi) galleriaan. Näyttelijöiden, työryhmän ja konseptitaiteen esittelyssä on sisältöalueen yhteydessä kullakin oma valikkonsa sisällön selailua varten, kukin näyttelijä/tekijä/konseptikuva avautuu kerrallaan sisältöalueeseen tästä valikosta valitsemalla. Näyttelijöiden ja tekijöiden alavalikot toteutetaan visuaalisin kuvakkein joissa on henkilön kuva ja nimi. Konseptitaiteen kohdalla visuaalisessa kuvakkeessa on yksityiskohta konseptikuvasta ja kuvatun kohteen selite.

”Kuvagalleria” –sivulla ei ole alasivuja. Sivulle siirryttäessä sisältöalueeseen piirtyy gallerian ensimmäinen kuva ja gallerian navigaatio. Navigaatioissa on kuvakkeita, joita klikkaamalla sisältöalueen kuva vaihtuu valittuun kuvaan. Galleriaa voi selata myös lineaarisesti seuraavaan tai edelliseen kuvaan siirtyen, tai valitsemalla automaattisen kuvaesityksen, jolloin kuvat vaihtuvat itsestään valitusta kuvasta eteenpäin loputtomasti kiertäen.

”Ladattavat” –osiossa on kolme sisältöluokkaa, joiden selaaminen noudattaa alussa kuvattua horisontaalis-vertikaalista mallia.

Elokuvallinen ”hahmoesittelyosio” sisältää sivun päänavigaatiosta irrallisen navigaation ja rakenteen. Navigaatio muodostuu elokuvan keskeisten henkilöhahmojen kuvista, joiden kautta kunkin hahmon tarinaa voi siirtyä katsomaan. Elokuvallisen osion hahmonavigaatio on lisäksi vallitseva jokaisella sisältösivulla, jolloin käyttäjällä on mahdollisuus saapua tähän osioon miltä tahansa sisältösivulta. Elokuvalliset kohtaukset toteutetaan noin kymmenen sekunnin mittaisilla videoilla, joita on keskimäärin kolme hahmoa kohden. Kukin videokohtaus päättyy pysähdyskuvaan, joka toteutetaan videosta irrallisena kuvaloopina. Tässä kohtaa tuodaan kuvaan interaktiivisia elementtejä, jotka liittyvät kyseessä olevaan hahmoon ja häneen liittyviin muihin hahmoihin ja tarinoihin. Kustakin videosta on tällaisen pysähtyneen hetken kautta mahdollisuus siirtyä toisen hahmon tarinaan kuvalinkkiä klikkaamalla. Kussakin pysäytyskuvassa on linkkeinä toimivat elementit rajattu siten, että ne yhdistävät

vain tietyt hahmot toisiinsa. Esimerkiksi Sintaista kertovan ensimmäisen videon lopussa kuvaan tulee jadeamuletti, jota klikkaamalla siirrytään Pinjun tarinaan, koska amuletti on Pinjun antama. Toisena elementtinä on Sintain miekka, josta siirrytään eteenpäin seuraavaan Sintain tarinaan. Kolmantena elementtinä ovat Loviatar-myyttiin liittyvät symbolit, jotka johtavat elokuvan Demonin tarinaan. Tällä tavoin rakennetaan hahmojen väliset merkitysverkostot abstraktilla tasolla, näiden vihjeiden perusteella käyttäjä voi päätellä hahmojen välisiä suhteita.

#### **4.3.6. Visuaalinen konsepti**

Sivusto pyrkii tuomaan katsojan sisään elokuvan näyttämölle. Sivujen ulkoasu perustuu elokuvan hahmoihin ja miljöihin abstraktilla ja tyyllitellyllä tavalla. Eri sivuilla tuodaan esiin elokuvan keskeiset miljööt ja tapahtumapaikat henkilöineen. Tilallinen vaikutelma on tärkeä immersion luomiselle. Immersiolla tarkoitetaan uppoutumista, jonkin sisään, jonkin valtaan joutumista. Se on kokemus, joka kohdistaa käyttäjän havainnon kohteeseensa niin, että muut ärsykkeet ympäristössä jäävät toissijaisiksi. (<http://tampub.uta.fi/tup/951-44-5939-3.pdf>) Sivujen monikerroksisella rakenteella luodaan illuusiota kolmiulotteisuudesta. Visuaalinen toteutus tapahtuu tässä kappaleessa esitettyjä periaatteita noudatellen.

Tilailuusiota luodaan sommittelemalla liikettä ja grafiikkaa useisiin tasoihin. Keskenään eri nopeuksilla, mutta samassa rytmisessä ja skaalassa liikkuvat tasot luovat illuusion kolmiulotteisuudesta. Alin taso liikkuu hitaimmin, koska on kauimpana havaitsijasta ja lähimpänä olevat ovat mittakaavaltaan suurempia ja liikkuvat nopeammin. Kaksi tasoa riittää jo efektin luomiseen, mutta parhaiten sen havaitsee kun tasoja on kolme tai enemmän (ks. luku 2.2) .

Takimmaiselle tasolle sijoitetaan syvyyttä luovaa taustaa, joka näyttää esimerkiksi horisontilta. Taustaan lisätään pientä liikettä yksityiskohtiin tuomaan siihen eloa, esimerkiksi tuulessa heiluva puu, tupruavaa savua, lepattavia lippuja tai pyykkinarulla heiluvat pyykit. Taustaa voidaan skaalata ja liikuttaa siirtymävaiheissa, siihen voidaan sukeltaa, lentää yli tai siinä voidaan panoroida pysty- ja sivusuunnassa. Taustan animaatio on luonteeltaan reaaliaikaista, eli

jäljittelee todellisuutta. Taustaan voidaan lisätä myös taustahenkilöitä keskeisimmän henkilön sijaitessa aina etualalla.

Taustan etupuolella on taso, johon tuodaan sisältöelementit, kuten tekstit ja navigaatioelementit. Layout rakentuu dynaamisesti. Sivuilta toiselle mentäessä elementit ilmestyvät kuin tyhjistä ja liikkuvat omille paikoilleen. Layout voi vaihdella sivukohtaisesti tarpeen mukaan - minkään elementin paikka ei ole täysin lukittu. Näitä elementtejä animoidaan implikoiden, eli esittäen. Liike on kuitenkin tunnistettavaa ja johdonmukaista, ei täysin abstraktia. Elementtien liikkeen ja sijainnin ei tarvitse jäljitellä todellisuutta, vaan ne voivat ikään kuin kellua ilmassa taustan ja etualan välisessä tilassa.

Etualaan tuodaan elokuvan hahmoja. Hahmot on syvätty irti taustoista, jolloin niitä voidaan liikutella itsenäisesti alla olevia tasoja vasten. Yhdessä sivussa on kerrallaan yksi hahmo, jolloin jännite luodaan katsojan ja hahmon välille, tai sitten sivussa on kaksi hahmoa, joiden keskinäinen vuorovaikutus luo jännitteen. Hahmot animoituvat sivulle sisään ja ulos taustan liikkeeseen sitoutuen. Hahmojen liikkeen ei tarvitse olla reaaliaikaista vaan implikoitua, eli ne ovat pääasiassa liikuteltavia graafisia elementtejä eivätkä liikkuvaa kuvaa.

Joitain kohtauksia voidaan esittää videomateriaalina, jolloin hahmot esitetään elokuvan sisällä. Tämä tapahtuu etu- ja taka-alan välisessä sisältötasossa omassa kehyksessään, tai vaihtoehtoisesti taka-alan horisontin takana olevassa avarassa tilassa, ikään kuin maiseman taivaalla.

Aivan päällimmäisenä edessä on vielä yksi taso, joka toimii rajana sivuston maailman ja selainikkunan välillä. Tässä rajakohdassa luodaan hienovarainen siirtymä, tarkoituksena välttää suurikontrastinen hyppäys. Tarkoituksena on maksimoida immerssiivinen kokonaisnäkyminen käyttäjien toisistaan poikkeavista ruuturesoluutiosta huolimatta. Ratkaisumalleina käytetään orgaanisen näköistä aineistoa, joka tulee etualan eteen, jatkuen pehmeästi yhtenäiseen väriin teoksen alapuolelle. Etualassa voidaan käyttää esimerkiksi seuraavia konkreettisia

peruselementtejä: mustaa savua, ruskehtavia hiekkapölypilviä, tuulessa siroavia hiekkadyynejä, vaaleaa usvaa, vihertävää heinikkoa, tulenliekkejä tai vettä.

Taustakuvan miljöö määrää minkälainen etualan rajausta kullakin sivulla on.

Etummaiseen alueeseen voidaan lisätä myös hienovaraista elävöittävää liikettä kuten taustakuvaankin, esimerkiksi ruohikko voi heilua tullessa.

Etummaisen reuna-alueen kuvitus voi joissain tapauksissa olla luonteeltaan sumeaa, jolloin syväterävyys (depth of field) luo lisää tilailluusiota tarkennuspisteen sijaitessa alapuolella olevassa tilassa, jossa sisältö ja hahmot ovat. Sumennuksia voidaan animoida sisältöalueessakin syväterävyyden vaihtelua jäljitellen ja tällä tavoin ohjata havaitsemisen fokusta ja luoda immersiiivistä vaikutelmaa tilassa liikkumisesta.

Sivuilla luodaan kokonaisuus, jonka immersio ei saa katketa missään vaiheessa. Siirtymät sivulta toiselle animoidaan sulavasti maisemasta toiseen liikkuen. Sivun sisällä sisältöä selattaessa voi liikettä tapahtua samassa maisemassa pysty-, sivu- tai syvyys suunnassa. Latausajat, jolloin käyttäjä joutuu odottamaan jotain sisältöä eivät ole täysin staattisia vaan sisältävä pientä liikeärsykettä. Tämä vaikuttaa ajan kokemiseen ja saa odotusajan tuntumaan lyhyemmältä.

## 5. LOPUKSI

---

Tässä lopputyöni kirjallisessa osassa olen käsitellyt mediatekoani varten tekemääni taustaselvitystä liikegrafiikan peruselementeistä ja teoreettisista käsitteistä sekä käytöstä Internet-sivustoilla. Erityisen mielenkiinnon kohteena ovat olleet elokuvasivustot, jotka viihteellisestä luonteestaan johtuen hyödyntävät liikegrafiikkaa monipuolisesti. Pelkän informatiivisuuden sijasta elokuvasivustojen tarkoituksena on myös viihdyttää ja parhaassa tapauksessa tuottaa kävijälle immersiiivinen kokemus. Tästä johtuen sivustoille kehitetään usein luovia ratkaisuja muun muassa ajan, tilan ja kerronnan suhteen.

Lopputyöni mediateossa, Jadesoturi-elokuvaan liittyvän verkkomarkkinoinnin ideoinnissa, suunnittelussa ja koostamisessa, olen hyödyntänyt keräämääni aineistoa ja tietoa käytännössä. Liikegrafiikan tutkiminen ja esimerkkien analysoiminen on monipuolistanut ajatteluni ja osaamistani niin sisällöllisesti kuin teknisestikin. Jadesoturi-sivuston tekeminen on ollut opettavainen kokemus myös projektin kulun ja siinä ilmenneiden haasteiden vuoksi.

Pääsivuston toteutusaikataulu on siirtynyt eteenpäin tuotannollisista syistä joihin en ole voinut vaikuttaa. Layout-suunnittelu on vielä meneillään ja valmistuu toukokuun aikana, minkä jälkeen koostovaihe voi alkaa. Elokuvan tuotantoyhtiö on luvannut toimittaa sisällöt viimeistään kesäkuun aikana, minkä jälkeen sivusto on valmis julkaistavaksi. Mediateon kirjallisessa osuudessa olen kuvannut suunnitteluprosessin etenemisen, välivaiheen sivustojen toteutuksen ja tulevan sivuston suunnitelmat niin monipuolisesti kun tässä tilanteessa on mahdollista.

## 6. LÄHDELUETTELO

---

Garret, Jesse James. 2003. The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web. USA: AIGA.

Laybourne, Kit. 1998. The Animation Book. USA: Three Rivers Press

Mc Cloud, Scott. 1994. Sarjakuva –näkyvätön taide. Suomi: Painatuskeskus Oy

Woolman, Matt. 2004. Motion Design. Moving Graphics for Television, Music Video, Cinema and Digital Interfaces. Sveitsi: Rotovision.

Woolman, Matt. 2000. Moving Type. Designing for Time And Space. Sveitsi: Rotovision.

Nettilähteet:

<http://www.answers.com/animate>

<http://www.answers.com/animation>

<http://adobe.com/designcenter/dialogbox/digitalmedia/main.html>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Perspective\\_%28graphical%29#Varieties\\_of\\_perspective\\_drawings](http://en.wikipedia.org/wiki/Perspective_%28graphical%29#Varieties_of_perspective_drawings)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Depth\\_of\\_field](http://en.wikipedia.org/wiki/Depth_of_field)

<http://adobe.com/designcenter/dialogbox/storytelling/main.html>

<http://tampub.uta.fi/tup/951-44-5939-3.pdf>



## 7. LITTEET

<http://killbill.movies.go.com/vol1/flash>

### Kuva 1



### Kuva 2



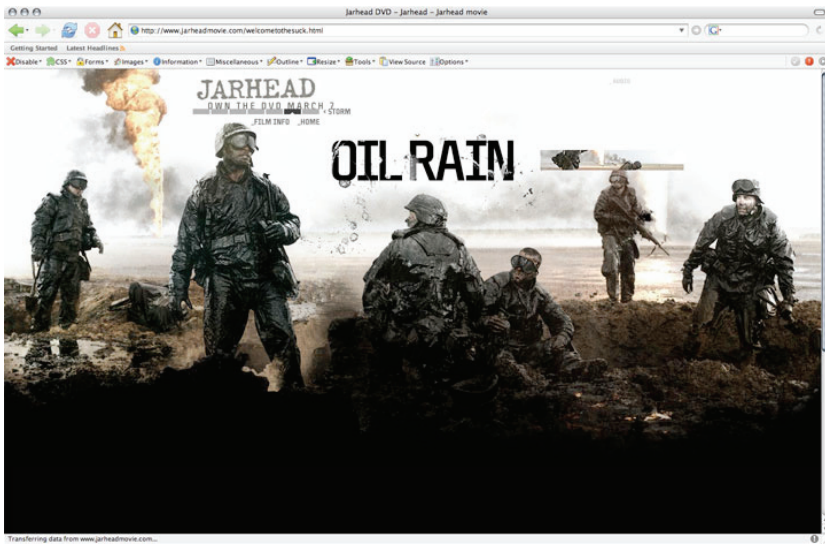
<http://www.greygoosevodka.com>

### Kuva 3



<http://www.jarheadmovie.com>

### Kuva 4

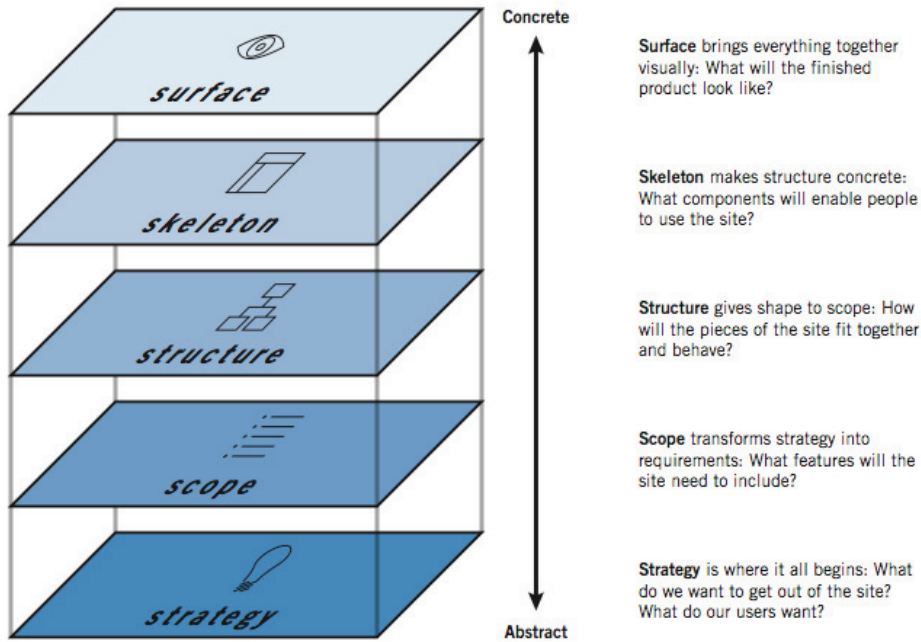


<http://www.sawmovie.com/>

### Kuva 5



## Kuva 6



Jesse James Garrett  
**THE ELEMENTS OF  
USER EXPERIENCE**

NOW AVAILABLE  
IN BOOKSTORES EVERYWHERE

[jjg.net/elements](http://jjg.net/elements)



# Kuva 7

1



2



3



4



5



6





Kuva 8

1



2



3



4



5



6



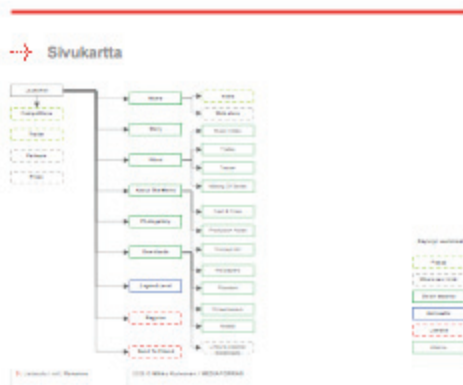
[http://www.jadesoturi.net/flash\\_fi.html](http://www.jadesoturi.net/flash_fi.html)

## Kuva 9



### → Sisältö

- Sivukarta
- Launcher
- Home
- Story
- Video
- About The Movie
- Photogallery
- Downloads
- Hahmojen esittelyt
- Register
- Send To Friend



### → Launcher

- Nopeasti latautuva aloitussivu jonka kautta käydään elokuvan pääsivustoon. Sisältää myös seuraavat asiat:
- Linkki Elokuvan Press sivulle.
  - www.jadesoturi.net/presskit
- Linkki trailerin ja teaserin
  - Traileri ja teaser avautuu suoraan QuicktimePlayeriin.
    - Suuri, pieni, HD, mahdollisesti myös ipod versio.
- Linkit mahdollisiin sponsoreiden järjestämiin kilpailuihin.
  - Kilpailut avautuvat uusien pop-up ikkunoihin tai järjestäjän ylläpitämiä kilpailukohtaisille sivuille.
- Yhteistyökumppanit
  - Linkit ja logot
- Neuvoohojaja käyttäjää asentamaan Flash + Quicktime playerin

### → Home

- Suom. Koti tai etusivu
- Visuaaliset nostot sisäisivuille. Max 3 kpl.
- Nostot elokuvan dvd/verkkokauppaan (ulkoinen sivusto).
- "Whats New" palaista, jossa viimeiset tiedot sivujen päivityksistä ja uutisia elokuvasta.
  - Esim. Watch Special Effects Featurette featuring A.J. Annala. (linkki päivitettyyn sisältöön)
  - Esim. Jadewarrior ehdolla Cannesissa – Lue lisää... (otsikoista linkki uutiseen (sisäinen flash pop up))
- Hahmonavigaatio pääosassa

### → Story

- Suom. Tarina
- Elokuvan tarina

---

## → Video

- Trailerit (kuinka monta?)
  - Suuri, Pieni, (HD, Ipod -> ladattavana tiedostona)
- Teaserit (kuinka monta?)
  - Suuri, Pieni, (HD, Ipod -> ladattavana tiedostona)
- Musikkivideot (kuinka monta?)
  - Suuri, Pieni, HD
- Making Of Jadewarrior sarja (kuinka monta?)
  - Päivitys asteittain

© 2007 Universal Studios. All Rights Reserved. WETA DIGITAL

---

## → Photogallery

- Suom. Galleria
- Sisältää pääasiassa kohtauksia esitteleviä kuvia, sekä making of kuvia.
- Kuvat vaakakuvinä.
- N. 20kpl

© 2007 Universal Studios. All Rights Reserved. WETA DIGITAL

---

## → Hahmojen esittelyt, "Legend Level"

- Sivuston visuaalisen "elokuvamainen" fiktio-osio
- Elokuvan keskeiset Hahmot esiteltynä "elämää suurempina"
  - Kai?
  - Berg?
  - Pin Yu?
  - Ronja?
  - Sinta?
  - Demon?
  - Lipas ja Sampomytti?
- Muut hahmot voivat esiintyä satunnaisesti sivurooleissa
- Hahmot esitellään elokuvan kohtauksia ja kuvamateriaalia soveltaen, tästä oma suunnitelmadokumentti.

© 2007 Universal Studios. All Rights Reserved. WETA DIGITAL

---

## → About The Movie

- Suom. Elokuva
- Voidaan otsikoida myös Behind The Scenes (suom. Kulissien Takana)
- Sisältää linkit alaosioihin
  - **Cast & Crew** (suom. Elokuvan Tekijät) esittely
    - Tuotantoryhmä -> mahdollisesti videohaastattelu (vain päätekojosta)
    - Näyttelijät -> mahdollisesti videohaastattelu
  - **Production Notes** (suom. Tuotantotiedot)
    - Tekstin sisältöä riippuen ko. osio voidaan Production Notes otsikoida myös About The Production nimellä.
    - Aluksi mahd. Lyhyt, jota päivitetään laajemmaksi (onko tarpeen?)
    - Sisältää mahdollisesti "location scouts" kappaleen
  - **Concept Art tai Production Art**
    - Tuotantoluonnoksia esitettynä kuvina. Hahmotelma vs. Lopputulos kuvana

© 2007 Universal Studios. All Rights Reserved. WETA DIGITAL

---

## → Downloads

- Suom. Ladattavat
  - Taustakuvat (Wallpapers) 2-4 kpl
  - Julisteet (A4 150dpi)
  - Screensaverit
  - Kännylogot soittoäänet ja teemat.
  - Linkit ukosin sivuihin, jossa lisää ladattavaa materiaalia

© 2007 Universal Studios. All Rights Reserved. WETA DIGITAL

---

## → Register

- Suom. Kirjautu tai Rekisteröidy

---

## → Send To Friend

- Suom. Lähetä kaverille

© 2007 Universal Studios. All Rights Reserved. WETA DIGITAL

[www.jadesoturi.net](http://www.jadesoturi.net)

Elementtikartat/wireframes v. 0.5  
4.3.2006

### → Sisältö

- Muistilpanoja
- Launcher
- Home
- Story
- Video
- About the Movie
- Photogallery
- Downloads

### → Muistilpanoja

- Huomioitavaa:
  - Rautalankamallit eivät estä elementtien lopullisia asemointipaikkoja. Ainoastaan elementit joita yksittäisille sivuille tulee.
  - Feature Contentin määrittely ja linjaus
- Tarkennukset asiakkaalta:
  - Video
    - Kuinka monta erilaista videota ja traileria sivulle tulee?
    - Kuinka monta musiikkivideota?
    - Tarkka määrittely Making Of osiosta (monta osaa)?
  - About The Movie
    - Cast & Filmmakers: Käytetäänkö videota vai tekstiä? Entä henkilön valokuvia?
  - Concept Art: sisällön määrittely?
    - Miten toteutetaan käytetäänkö kuvia, tekstiä vai jotain muuta?
    - Ki. Wireframe tehdään loppuun loppuun, kun sisältö on määritelty

### → Launcher Template



### → Home template

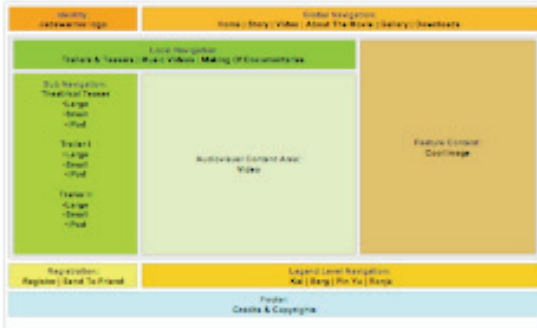


### → Story template



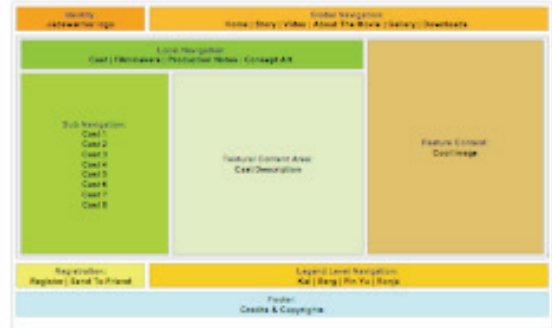


### Video template



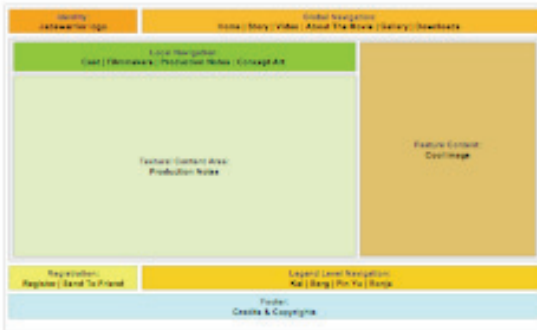
1) Information | Release | 2013 © Mike Rosewell | 800x1000px

### About the Movie(Cast & Filmmakers) template



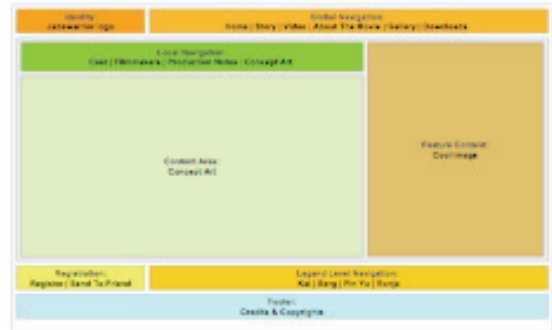
1) Information | Release | 2013 © Mike Rosewell | 800x1000px

### About the Movie(Production Notes) template



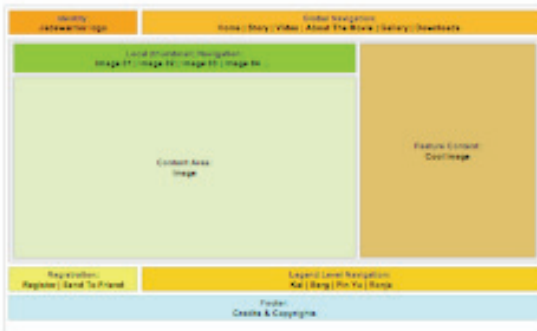
1) Information | Release | 2013 © Mike Rosewell | 800x1000px

### About the Movie(Concept Art) template



1) Information | Release | 2013 © Mike Rosewell | 800x1000px

### Gallery template



1) Information | Release | 2013 © Mike Rosewell | 800x1000px

### Downloads template (wallpapers)



1) Information | Release | 2013 © Mike Rosewell | 800x1000px

| THESIS  |   | SUMMARY |  |
|---|---|---------|--|
| Department<br>Media Programme   | Area of specialisation<br>Visual Design |         |  |
| Author<br>Ville Lempiäinen  |   |         |  |
| Title<br>www.jadesoturi.net - Motion graphics expression and usage on a movie website.  |   |         |  |
| Sort of Final Thesis<br>Project   |   |         |  |
| Date<br>April 21 <sup>st</sup> 2006   | Number of pages<br>40                   |         |  |
| <p>Summary:</p> <p>Motion graphics is an art of graphic design where motion has an essential role. In the written part of my thesis I study the principles of motion design and also motion graphics as a phenomenon on movie websites. The actual project is about a website (<a href="http://www.jadesoturi.net">http://www.jadesoturi.net</a> ) for an upcoming movie "Jadewarrior", which will be in theaters in October 2006. Animation, motion in graphics and video is essential to the design of the site, which goal is to produce an entertaining and communicating user experience. The concept and purpose of the site is to serve and entertain the user. The site functions as a marketing medium and a support to the brand identity of the movie.</p> <p>The written part of the thesis also describes the design process of the project, starting from gathering the production team, through the different stages in production, ending with the final concept. Because of changes and delays in the production schedule the final website will be ready in June 2006, thus the final result cannot be entirely documented in it.</p> |   |         |  |
| Material<br>Literature, websites  |   |         |  |
| Key words<br>Motion graphics, Jadewarrior, moviesite  |   |         |  |
| Filing<br>Tampere Polytechnic, Art and Media  |   |         |  |
| Other information   |   |         |  |