

Graafinen ilme tapahtumalle

Aino Laukka

ALUMNI
Liiga
ALLST
2018

Kirjoittaja: Aino Laukka
Ohjaaja: Markku Seppälä

Opinnäytetyö

Turun Ammattikorkeakoulu

Julkaistu 2018

Kustantaja:
Turun ammattikorkeakoulu

TURKU AMK



Graafinen ilme tapahtumalle

Opinnäytetyön tavoitteena oli graafisen ilmeen suunnittelu loppukesästä 2018 järjestettävälle Alumni All Star 2018 Rauma-jääkiekkotapahtumalle. Opinnäytetyö tehtiin harjoittelupaikan kautta tulleen asiakkaan kanssa. Tavoitteena oli luoda tapahtumalle visuaalisesti sopiva ilme, joka samalla näyttää miellyttävältä muidenkin kuin jääkiekkoa seuraavien mielestä. Visuaalinen ilme sisältää valitun värimaailman, fontit, ilmeen keskiössä olevan logon, mainosposterin ja muita tapahtumaa markkinoivia esitteitä.

Työssä käytettävät tutkimusmenetelmät ovat benchmarking, haastattelut, moodboardit ja dokumenttianalyysi. Benchmarkingin avulla selviää eri keinot, joita muut jääkiekkoseurat käyttävät markkinooidessa itseään, ja joiden avulla tuovat esille visuaalisen identiteettinsä.

Moodboard-tekniikan avulla hahmoteltiin toimeksiantajan toivomuksia sekä graafisen ilmeen yleistunnelmaa. Suunnitteluvaiheessa luotiin erilaisia moodboardeja kuvista, joissa oli haluttua tyyliä ja tunnelmaa graafista ilmettä varten. Seuraavaksi suunniteltiin tapahtuman logo ja yleisilme, jotka edustaisivat tapahtumaa sekä sen ympäröimiä brändejä

Luonnosten pohjalta suunniteltiin erilaisia grafiikoita Adobe Illustratorin, Photoshopin sekä InDesignin avulla. Myöhemmässä vaiheessa tehtiin myös muun muassa painatukset paitoihin ja pelikiekkoihin, eli grafiikat fanituotteita varten.

Tapahtuman graafinen ilme koostuu kolmesta eri osiosta ja ne ovat: identiteetti, profiili ja imago.

Lopputuloksena opinnäytetyölle syntyi All Star-jääkiekkotapahtuman ilme ja graafinen ohjeisto, joka sisältää logon, typografian, visuaaliset elementit ja värit. Lopputuloksena opinnäytetyölle syntyi All Star-jääkiekkotapahtuman ilme ja graafinen ohjeisto, joka sisältää logon, typografian, visuaaliset elementit ja värit.

ASIASANAT:

Graafinen suunnittelu, visuaalinen identiteetti, yritysilme

Designing A Visual Identity For An Event

The aim of this work was to design visual identity for Alumni All Star 2018 Rauma-ice hockey event. This thesis was made for customer, that was found through my internship practice place. The goal of my thesis was to create an appealing visual identity for event that also appeals the consumers, as well as client and myself. Visual identity includes everything that the brand produces, such as logo design, which was the main focus in the beginning, fonts, photos, and other visual elements such as event poster and brochures. The research methods used in this thesis were benchmarking, interviews, and moodboards. Benchmarking was made to research more information about competitors of the same field; for example, how different ice hockey organizations use the brand and promote themselves and showcase their visual identity. Also, general research was made through reading literature in various kind of media. Results from the research were used in helping to create the visual identity for the event. Through using moodboard -technique the values of the employer as well as general feeling of visual identity was researched.

Based on sketches different kind of graphics were design with the help of Adobe Illustrator, Photoshop as well as InDesign. Later in the project graphics were also made for different kind of fan merch such as shirts and hockey pucks. The thesis included the All Star Rauma-event's visual appearance and a graphic guide with the logo, colors, visual elements and the typography.

KEYWORDS:

Graphic Design, Visual Identity

SISÄLLYS

1 JOHDANTO

2 TAVOITTEET JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

2.1 Tavoitteet ja design brief

2.2 Viitekehys

2.3 Tutkimuskysymykset

2.4 Prosessikaavio

2.5 Tutkimusmenetelmät

2.5.1 Benchmarking

2.5.2 Haastattelu

2.5.3 Moodboard

2.5.4 Dokumenttianalyysi

3 IDEOINTI JA SUUNNITTELU

3.1 Benchmarking tapahtumalle

3.2 Logo ja liikemerkki

3.3 Kuvitukset

4 VALMIS GRAAFINEN ILME

5 YHTEENVETO JA POHDINTA

KUVALÄHTEET

Kuva 1: Alumniähtien logovariaatiot. (Liiga alumni, 2017).

Kuva 2: Viitekehys.

Kuva 3: Prosessikaavio.

Kuva 4: Moodboard, All star -pelitapahtumien logoja

Kuva 5: Moodboard, All star pelitapahtumien logoja

Kuva 6: Jääkiekkoseurojen logoja, moodboard

Kuva 7: All star-tapahtuman tiedotustilaisuus raumalla. Kuvassa vas. Jussi Isotalo, Raimo Vahanto, Veli-Pekka Ketola, Matti Porvari, Esa Tommila ja Mikael Eklöf.

Kuva 8: Jääkiekkoseurojen verkkosivujen benchmarking

Kuva 9: Alustavia logoluonnoksia paperilla

Kuva 10: Wireframe -luonnos rauman vaakunasta.

Kuva 11: Ensimmäisiä illustraattoreissa tehtyjä logoluonnoksia

Kuva 12: Useita logoluonnoksia alkuvaiheilta

Kuva 13: Tunnettujen yritysten logoja

Kuva 14: Logon suunnittelua illustraattoreissa

Kuva 15: Fontit ja kaksi versiota lopullisesta logosta

Kuva 16: Logovariaatioita toimeksiantajalle arvioitavaksi

Kuva 17: Logovariaatioita

Kuva 18: Logon hienosäätöä ja sommittelua

Kuva 19: Lopullinen logo-design

Kuva 20: Kiekkoihin painettava logoversio, ilman liukuväriä

Kuva 21: Grafiikat

Kuva 22: All Star roll-up

Kuva 23: Ensimmäisessä tiedotustilaisuudessa käytetty roll-up

Kuva 24: Myyntiesitteen kansi

Kuva 25: Myyntiesitteen toinen puoli

Kuva 26: Sormusten herrat -mainosposteri

Kuva 27: Kiekkoon painettava, liukuväritön logo

Kuva 28: Mediakuutiomainos

Kuva 29: Mediakuutiomainospohja

Kuva 30: Facebook-tapahtuman banneri

Kuva 31: All Star- tapahtuman Facebook- sivut

Kuva 32: Ticketmaster -sivun mainosbanneri

Kuva 33: Ticketmaster -nettisivut

1 JOHDANTO

Olin syksystä 2017 alkukeväeseen 2018 saakka työharjoittelussa Viestintäliiga Oy:ssä. Tein päätoimisesti graafisen suunnittelun töitä, ja sitä kautta tarjoutui mahdollisuus tehdä opinnäytetyö harjoittelun aikana. Syksyllä SM-liiga Alumnin toiminnanjohtaja otti yhteyttä esimieheeni kysyen, jos Viestintäliigalla olisi joku, joka osaisi suunnitella syksyllä 2018 järjestettävään tapahtumaan logon. Ajatuksena oli, että logoa voitaisiin käyttää niin tapahtuman merkinä kuin myös kiekoissa, paidoissa, ja muussa markkinointimateriaalissa. Opinnäytetyön tavoitteena on luoda jääkiekkotapahtuman graafinen ilme, joka samalla on uskollinen toimeksiantajan, että minun tyylilleni. Opinnäytetyön alkuvaiheessa toimeksiantajalla oli mielikuva siitä, että esimerkiksi NHL:n käyttämät All Star-logot ovat toimivia, mutta ei vielä sen konkreettisempaa näkemystä logosta. Lähtökohtana moodboardeissa käytettiin näitä logoja. Oma toimeksiantona oli suunnitella

Rauman Äijänsuolla 17.8.2018 pelattavan Alumni All Star 2018 hyväntekeväisyystapahtuman graafinen ilme. Työn tutkimuksellisuus on pääasiassa muiden jääkiekkoseurojen benchmarkingia, sekä Liiga Alumnin oman materiaalin tutkimista ja havainnointia. Suunnitteluprosessin lopputuloksena syntyy graafinen ilme, joka toimeksiantajan lisäksi kuvastaa minun tyyläni, sekä noudattaa hyvän graafisen ilmeen perussääntöjä. Liiga Alumni on järjestö, jonka päämissiiona on parantaa entisten pelaajien työllistymistä ja kouluttautumista ja saada muita kiinnostavia mahdollisuuksia jääkiekon parissa (Liiga Alumni 2018). Järjestön toimintaan kuuluu muun muassa rakentaa mahdollisuuksia nykyisille ja entisille pelaajille yhteistyössä SM-liigan, Suomen Jääkiekkoliitto ry:n ja Suomen Jääkiekkoliijat ry:n kanssa koulutusmahdollisuuksia uran jälkeiseen työelämään siirtymisen helpottamiseksi. Järjestö auttaa myös auttavat yhteistyökumppaniverkoston-

sa kautta entisten pelaajien rekrytointia yritysmaailmaan. Edellä mainitun toiminnan lisäksi Liiga Alumni järjestää myös erilaisia tapahtumia jäsenille ja kerää varoja tapahtumien ja tuotteistamisen keinoin. Varoja käytetään toiminnan ylläpitämiseen ja hyväntekeväisyyteen, jonka tarkoituksena on tukea erityisesti nuorten liikuntaharrastusta (Liiga Alumni 2018). Ensimmäinen Alumnin järjestämä ottelu oli 8.10.2008 Helsingin Jäähallissa järjestetty yleisöottelu SM-Liiga Alumnin Legendat vastaan MM 95 -joukkue.

2 TAVOITTEET JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

2.1 Tavoitteet ja Design Brief

Tavoite

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda All Star Rauma 2018-tapahtumalle oman näköinen graafinen ilme samalla myötäillen Liiga Alumniin graafista ilmettä, sekä muiden jääkiekkoseurojen brändeissä käytettyjä elementtejä. Tarkoituksena oli luoda tapahtumalle logo, jossa on vaikutteita Alumnien tähdet-logosta, mutta joka on samalla oma tunnistettava logotyyli (Kuva 1).

Samalla tavoitteenani oli parantaa ymmärrystäni siitä, miten brändille/tapahtumalle luodaan visuaalinen identiteetti, jonka keskiössä on logo, ja miten graafista ilmettä voidaan soveltaa erilaisissa ympäristöissä. Samalla haluaisin myös kehittää omaa ymmärrystäni graafisen suunnittelun eri osa-alueista ja parantaa Adobe -ohjelmien käyttöosaamista



Kuva 1: Alumnien tähtien logovariaatiot. (Liiga Alumni, 2017).

DESIGN BRIEF

Toimeksiantaja: Liiga Alumni

Asiakas: Liiga Alumni

Yhteyshenkilö: Matti Porvari

Toimeksianto: Luoda graafinen ilme tapahtumalle. Tämä sisältää logon, värit, typografian ja mahdolliset kuvitukset

Tavoite: Tehdä asiakkaalle tuore, samalla jokseenkin perinteinen ja sopiva tapahtuman graafinen ilme. Visuaaliset elementit pitää olla Liiga Alumnin ja muiden jääkiekkoseurojen toimintaan viittaavia, sekä niissä pitää esiintyä yrityksen arvoja ja aatteita.

Haasteet: Työmäärän suuruus, aikataulun tiukkuus, huoli siitä, ettei graafinen ilme miellytä toimeksiantajaa

Lopputulos: Tapahtuman graafinen ilme toimeksiantajalle

2.2 Viitekehys

Viitekehukseen (Kuva 2.) olen koonnut osia, jotka muodostavat tapahtuman graafisen ilmeen. Viitekehysten keskiössä tässä työssä oli tapahtuman graafinen ilme. Keskiön ympärille tulivat tekijät, jotka vaikuttavat yrityksen graafiseen

ilmeeseen. Kolme tärkeintä asiaa olivat arvot, graafisen ilmeen elementit ja toimeksiantaja. Toimeksiantajalla on ennestään olemassa käsitys siitä miltä haluaa brändin näyttävän sekä samalla viestivän kuluttajille. Toimeksiantajan mielipiteet sekä vaatimukset vaikuttavatkin voimakkaasti siihen, miltä lopullinen ilme tulisi näyttää.

Muita tärkeitä osioita olivat graafisen ilmeen elementit, joihin sisältyy logo, liikemerkki, värit sekä typografia. Koin myös brändin arvot sekä identiteetin tärkeäksi osaksi viitekehyksessä, sillä näiden kautta muodostuu mielikuva yrityksestä kuluttajalle.



Kuva 2: Viitekehys.

2.3 Tutkimuskysymykset

1. Mitkä elementit muodostavat tapahtuman graafisen ilmeen?

Opinnäytetyöni lopullisena tavoitteena on luoda graafinen ilme, joka kuvastaa toimeksiantajani yritystä sekä omaa tyyliäni. Tämän kysymyksen avulla pyrin pääsemään opin-näytetyöni tavoitteeseen.

2.4 Prosessikaavio

Prosessikaavio (Kuva 3.) esittelee työn vaiheet ja sitä on samalla käytetty työn jäsentelyn helpottamiseksi. Suuntaa näyttävä, sekä avoin aikataulu sopi paremmin minulle kuin tiukka viikkoaikataulu. Ainoana takarajana oli, että logon pitäisi olla painossa roll-uppeja varten joulukuun alussa. Projekti alkoi lokakuussa pian toimeksiantajan yhteydenoton jälkeen. Alkuun oli tutustuttava toimeksiantajaan, aihepiiriin sekä rajattava työalue. Toimeksiantajan tutustumisen jälkeen siirryttiin luonnosteluun, moodboardien tekoon sekä tiedonhankintaan. Ensimmäisenä tein tiedonhankintaa, jossa oli keskitytty sen menetelmiin ja kerättyyn aineistoon, jotta kyetään vastaamaan tutkimuskysymyksiin

sekä tuottamaan paras lopputulos työlle. Hankitun tiedon hyödyntäminen on jatkunut graafisen ilmeen suunnittelun ja tekemisen lomassa.

Kerätyn aineiston pohjalta siirrytään suunnittelu- ja tekovaiheeseen, jossa hyödynnetään jo opittuja asioita tiedonhankinnan pohjalta, reflektoinnista sekä omasta jo olemassa olevasta ammatillisesta osaamisesta. Näiden asioiden taustalla koko projektin mukana kulkee työn dokumentointi ja kirjoittaminen, jokseenkin hieman viiveellä.

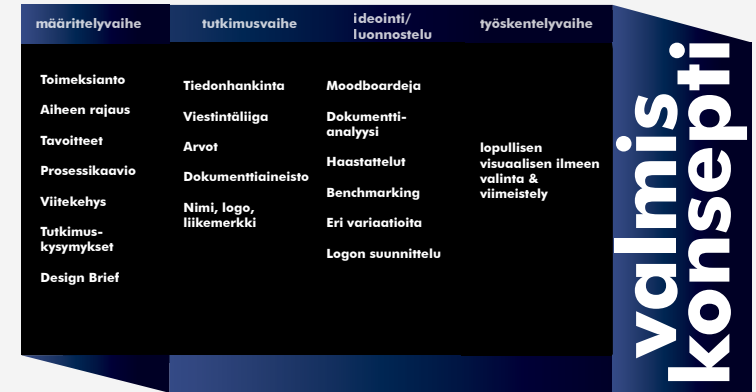
Tiedonhankinnan ja moodboardien teon jälkeen siirryttiin projektissa alustavien logo-luonnoksien tuottamiseen. Alkuvaiheessa lähetin toimeksiantajalle monenlaisia eri logovariaatioita, joihin hän kommentoi mielipiteensä samalla esittäen toiveita. Logon lopullinen muoto saatiin useiden kokeilujen jälkeen.

Logon ollessa keskiössä suunniteltiin muut materiaalit. Lopullinen tapahtuman ilme muodostui pitkälti sen jälkeen, kun toimeksiantajan kanssa löysimme yhdessä mieleisen logon sekä siinä käytettävät fontit ja yleisen typografian. Logosuunnittelun

aikana valikoitui myös tapahtuman värit sekä muut graafiset elementit.

Logon pohjalta suunniteltiin promootiojulistet, mediakuutiomainokset sekä esitteet, joiden avulla tapahtumaa markkinointiin edelleen kuluttajille.

Näiden elementtien pohjalta syntyi tässä opinnäytetyössä esitelty tapahtuman graafinen ilme.



Kuva 3: Prosessikaavio.

2.5 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyössäni käytetään kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen tutkimusmenetelmiä. Laadullisen tutkimuksen menetelmiä käytän muun muassa, kun tutkin toimeksiantajan yrityskuvaa sekä haastattelen yhteyshenkilöäni. Muita käytettyjä menetelmiä ovat muun muassa moodboardit, benchmarking, ja dokumenttiaineistot. Lisäksi hyödynnettiin Viestintäliigalla työharjoittelussa ollessa saatua tietoa.

Prosessin alkuvaiheilla perehdyin NHL:n järjestämien All Star-tapahtumien logoihin sekä tapahtumien graafiseen ilmeeseen. Perehdyin myös yleisesti niin suomalaisten kuin ulkomaalaistenkin jääkiekkoseurojen logoihin sekä yleisilmeisiin.

Visuaalisten ilmeiden tutkimiseen käytin benchmarkingia. Benchmarking, eli vertailuanalyysi tai vertaiskehittäminen on arviointia, jossa organisaatiot (tai sen osat) vertaavat toimintaansa ja prosessejaan toisen organisaation kanssa (Itä-Suomen yliopisto 2018).

2.5.1 Benchmarking

Benchmarkingissa eli vertailuanalyysissä vertaillaan omaa toimintaa esimerkiksi toisen yrityksen toimintaa. Oman yrityksen vertailun lisäksi benchmarking voi kohdistua myös prosessiin, tuotteeseen taikka strategiaan. Suomessa sekä muualla maailmalla on useita eri jääkiekkoseuroja, joiden toimintaan sekä graafista ilmeeseen perehdyin. Tutkin myös erilaisia graafisia ilmeitä sekä visuaalisia identiteettejä ja vertailin niissä toimivia sekä toimimattomia ominaisuuksia. Pysin benchmarkingia tekemällä saamaan uusia ideoita sekä lähestymistapoja omaan suunnitteluprojektiini.

2.5.2 Haastattelu

Haastattelu on yksi käytetyimpiä tiedonkeruutapoja. Haastattelussa tutkija ja haastateltava keskustelevat haastattelutyypistä riippuen enemmän tai vähemmän strukturoidusti (järjestelmällisesti) tai laxeasti asioista, jotka kuuluvat tutkimusaiheeseen (Hirsjärvi & Hurme 2001, 34).

Haastattelin yhteyshenkilöäni Matti Porvaria useaan otteeseen, puhelimitse sekä sähkö-postitse, samalla hahmottaen toimeksiantajani mieltymyksiä ja hänen edustamansa yhdistyksen arvoja jotta saisin alkusuunnan projektilleni. Tapasimme myös Viestintäliigan toimistolla projektin alettua, ja keskustelimme työn edistymisestä sekä tulevaisuuden suunnitelmista.

Projektin alkuvaiheilla toimeksiantajani toivoi, että logon pohjana voitaisiin käyttää Alumnien tähdet-logoa, jota käytetään liigaotteluissa valittaessa ottelun Alumnien tähtiä. Hän toivoikin, että jos pohjan mustia värejä vain muutettaisiin sekä päälle lisättäisiin uudet tekstit. Ehdotin kuitenkin useita eri logoluonnoksia, josta loppujen lopuksi löytyi tyyli ja suunta, joihin toimeksiantajani oli tyytyväinen ja halusi käyttää tapahtumassaan Alumnien tähdet logon sijaan.

2.5.3 Moodboard

Moodboard on kollaasi kuvia, videoita, tekstiä, piirroksia tai merkintöjä. Se on kätevä menetelmä visuaalisen tunnelman ja tavoitteen hahmottamiseen esimerkiksi tilasuunnittelussa, kuvakielen määrittelyssä, tuote- tai palveluilmeen suunnittelussa tai brändin tavoiteposition linjaamisessa. Moodboardin kautta aiheen moodi tai fiilis tulee näkyväksi, jolloin siitä on helpompi keskustella konkreettisella tasolla (Blink Helsinki, Antti Tolonen 2016). Oman suunnitteluprojektin alkuvaiheella puhelinkeskusteluiden lisäksi pyysin toimeksiantajaani keräämään kuvia, joissa on värejä, elementtejä, fontteja ja muita vastaavia piirteitä mistä hän pitää ja jotka inspiroivat häntä. Toimeksiantajallani teettämän moodboardin lisäksi tein itseäni varten useamman moodboardin joita käytin tunnelmien sekä inspiraation lähteenä (Kuvat 4. ja 5.) Näihin moodboardeihin kokosin eri All Star -tapahtumien logoja hahmottaakseni, millaisilla tyyleillä logoja on tehty vastaavissa tapauksissa. Toistuvia elementtejä olivat paksut fontit,

sekä sinisestä, punaisesta, keltaisesta ja valkoisesta muodostuvat värimaailmat. Tutustuin myös suomalaisten sekä ulkomaalaisten jääkiekkoseurojen logoihin saadakseni parempaa yleiskuvaa jääkiekkomaailmassa ilmenevistä graafisista elementeistä. Moodboardin kautta muodostuikin useita ideoita, joiden pohjalta aloin luonnostelemaan logoehdotuksia toimeksiantajalleni. Moodboardien avulla loin myös itselleni kokonaiskäsityksen muun muassa siitä, millaisia elementtejä jääkiekkoseurat käyttävät omissa logoissaan. Moodboardin kautta muodostuikin useita ideoita, joiden pohjalta aloin luonnostelemaan logoehdotuksia toimeksiantajalleni. Moodboardien avulla loin myös itselleni kokonaiskäsityksen muun muassa siitä, millaisia elementtejä jääkiekkoseurat käyttävät omissa logoissaan. Moodboardin kautta muodostuikin useita ideoita, joiden pohjalta aloin luonnostelemaan logoehdotuksia toimeksiantajalleni. Moodboardien avulla

loin myös itselleni kokonaiskäsityksen muun muassa siitä, millaisia elementtejä jääkiekkoseurat käyttävät omissa logoissaan.

2.5.4 Dokumenttianalyysi

Dokumenttiaineistona käytin muiden jääkiekkoseurojen ja -organisaatioiden graafisia ohjeistuksia sekä markkinointimateriaaleja. Näiden avulla muodostettiin visiota siitä, millaisia elementtejä sekä värejä jääkiekkoseurat yleensä käyttävät brändäyksessään. Dokumenteilla tarkoitetaan laajasti ottaen kaikenlaista ilmiötä dokumentoivaa aineistoa. Se voi olla julkaistuja tekstejä, arkistomateriaalia, kertomuksia, elämäkertoja, kirjeen-vaihtoa, valokuvia, elokuvia, videonauhotteita, jopa esineistöä (Anttila 1998). Harjoittelun kautta Viestintäliigassa jääkiekkoseurat olivat monella tapaa tulleet tutuksi: yrityksemme muun muassa vastaa Mestiksen viestinnästä täysin. Samalla yrityksessämme on useampi entinen jääkiekon pelaaja, minkä kautta

mielityksistä: työkaverini muun muassa kertoivat millaisia värejä ja elementtejä ei ainakaan kannata käyttää logossa. Logosta haluttiin sellainen, että se jollain tavoin toisi mieleen Alumnien tähdet logon. Muiden graafisten materiaalien haluttiin samalla hyödyntävän tämän logon elementtejä näkyvästi. Elementtien tuli kuvastaa jollain tavoin vastakkain ottelevia kokoonpanoja eli Länsi-Rannikon Alumnia sekä Liiga Alumnia. Länsi-Rannikon Alumni koostuu Lukon, TPS:n ja Ässien entisistä legendoista, sekä nykyisistä aktiivipelaajista, joista suurin osa on NHL-pelaajia. Liiga Alumnin joukkueen rungon muodostaa "Sormusten herrat" eli entiset ja nykyiset Stanley Cupin ja WHA:n Avco Trophyn voittaneet pelaajat (Liiga Alumni, 2017).



Kuva 4: Jääkiekkoseurojen logoja, moodboard

2.5.5 Semiotiikka

Semiotiikka tarkoittaa tiedettä, joka tutkii merkkejä ja käyttöä. Termi tulee kreikankielestä tarkoittaen ”merkkiä”. Käytän tätä tutkimusmenetelmää sekä kuvitusten tekemisessä, että brändin logon suunnittelussa. Käytän semiotiikan tutkimusmenetelmää pääasiassa logon suunnittelussa. Tutkin miten logosta saa sopivan sen toimintaympäristöön. Logon pitää toimia hyvin virallisissa yhteyksissä sekä erilaisilla pinnoilla ja printtimateriaaleissa. Logo tulee muun muassa roll-uppeihin, pelikiekkoihin, mediakuutionäytöille, mainoksiin, postereihin sekä paitoihin. Tutkin miten värit toimivat niiden käyttöympäristössä ja niiden lähettämää viestiä kohdeyleisölle.



Kuva 5: All Star-tapahtuman tiedotustilaisuus Raumalla. Kuvassa vas. Jussi Isotalo, Raimo Vahanto, Veli-Pekka Ketola, Matti Porvari, Esa Tommila ja Mikael Eklöf.

3 IDEOINTI JA SUUNNITTELU

3.1 Benchmarking tapahtumalle

Aloitin Benchmarkingin tutkimalla millaisia graafisia ilmeitä urheilujoukkueet ja -järjestöt käyttävät Suomessa sekä ulkomailla.

Ensimmäisenä tutkin Leijonat.fi verkkosivuja. Väriteemana oli yhtenäinen sinisen ja valkoisen yhdistelmä, visuaalisuutta lisäsivät korkealaatuiset pelaajien kuvat sekä jäähän/lumeen viittaavat efektit joita oli käytetty fonteissa (Kuva 8.) Ässien, NHL:n ja TPS:n verkkosivuilla jatkui samantyyppinen teema; sivuilla oli pääosassa jääkiekkoseurojen omat värit, sekä korkealaatuiset pelikuvat. Helposti nähtävillä oli myös pelituloksia, sekä tulevaisuudessa pelattavia pelejä. Hyväntekeväisyyspelissä pelaavien joukkueiden, Ässien, Lukon ja

TPS:n värejä oli hankala yhdistää logosuunnitelmiin – Ässät käyttävät kirkkaan punaista, valkoista ja mustaa. Rauman Lukolla taas on käytössään sininen ja kirkkaankeltainen. TPS:llä on hieman yksinkertaisempi valkoinen ja musta.

Vaikka seurojen värimaailma eroaakin selkeästi, jotain yhtenäistäkin seuroilta löytyi; oikeastaan kaikilla seuroilla oli käytössään paksut, selkeästi erottuvat fontit. Tämä tulisi olemaan yksi sitova tekijä lopullisessa logossa. Myös seurojen logot tulisivat pienellä näkyviin.

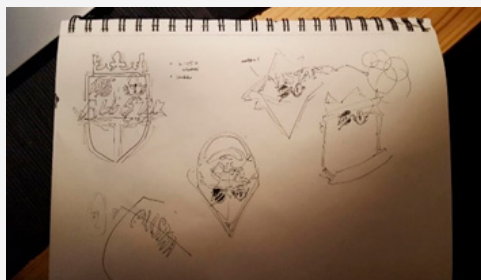


3.2 Logo ja liikemerkki

Logolla tarkoitetaan yksilöllisesti muotoiltua yrityksen tai tuotteen nimen kirjoitusasua. Usein myös käytetään liikemerkkiä logon yhteydessä. Yrityksen nimi voi olla myös osa tunnusta.

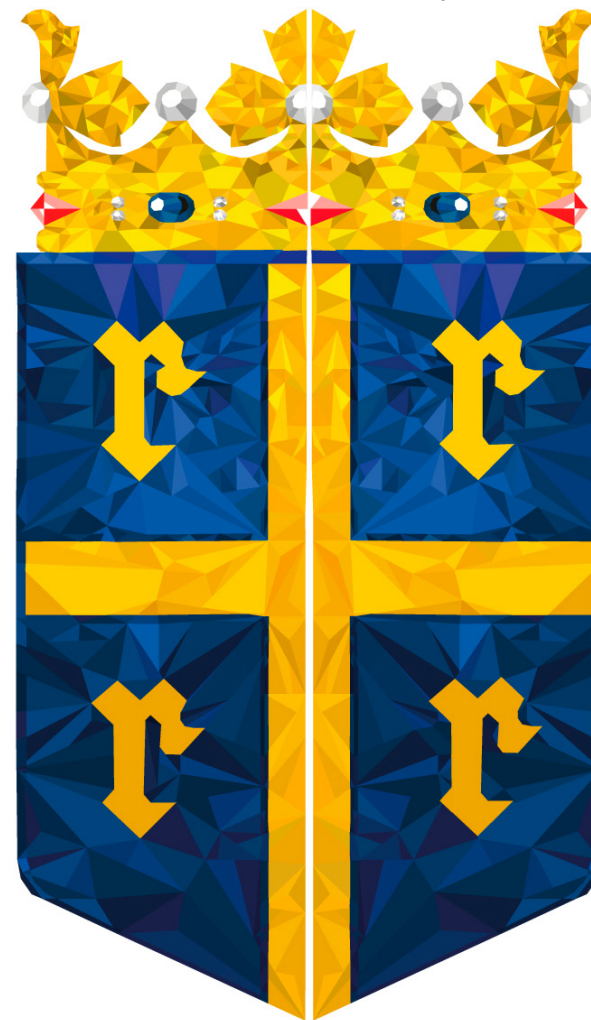
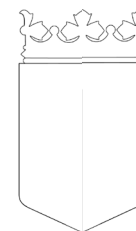
Logo on ehkä tärkein yksittäinen elementti yrityksen markkinoinnissa. Jos logo on huolellisesti muotoilu, se viestittää kiteytetysti yrityksen tahtotilaa ja asemoi yrityksen kilpailijoihinsa nähden, erottaa sen muista (Pekka Ruokolainen, 2016). Koko tapahtuman graafisen ilmeen suunnittelu lähti logosta ja sen suunnittelusta. Alussa toimeksiantajani sanoi, että logossa olisi näyttävä tekstit "All Star", "2018", ja "Rauma". Väritoiveista tai muista toiveista ei alussa oikeastaan ollut näkemystä.

Aloin perehtymään tapahtuman järjestyspaikkaa, eli Raumaan. Tutkiessani Raumaa kuvastavia elementtejä, vastaan tuli Rauman vaakuna. Rauman vaakunaa koristavat sininen ja keltainen väri, ja päällä istuu timanteilla koristeltu kruunu. Heti ensimmäisenä ajatuksenani olikin tehdä tuosta vaakunasta jonkinlainen logoversio



Kuva 6: Alustavia logoluonnoksia paperilla

Kuva 8: Wireframe -luonnos Rauman vaakunasta.



Kuva 7: Ensimmäisiä Illustratorissa tehtyjä logoluonnoksia

Ensimmäisen luonnoksen vaakuna koostui pienistä kolmioista, jotka muodostivat koko vaakunan yksityiskohtaisesti. Tässä versiossa käytetty väriskaala oli varsin laaja; vaakunan pohja muodostui laajasta sinisen sävyjen valikoimasta, ja mukana oli myös keltaista, harmaata ja valkoista (Kuva 7.) Vaikka lopputulos ei sinällään ollut täysin toimimaton, totesimme yhdessä toimeksiantajani kanssa, että se ei tulisi soveltumaan tässä käyttötarkoituksessa, pääasiassa yksityiskohtaisuuden takia ei tulisi soveltumaan tässä käyttötarkoituksessa, pääasiassa yksityiskohtaisuuden takia.

Valitsemiini väreihin toimeksiantajani kuitenkin tykästy: olin valinnut alkuun tummansinisen sekä keltaisen värin. Olin myös ajatellut käyttäväni valkoista ja mustaa fonteissa, mahdollisesti myös kultaista. Tässä vaiheessa jäi puuttumaan ainoastaan yksi väri kilpailuvien jääkiekkoseurojen väreistä; Ässien punainen. Kuitenkin totesin, että se on hankala yhdistää jo valittuihin väreihin, ja että punaista tulisi käyttää myöhemmin, esimerkiksi kiekkologossa, ja muissa oheismateriaaleissa. Ensimmäisen palautteen jälkeen lähdin tekemään kokeiluja, jotka erosivat

selkeästi edellisestä logoluonnoksesta. Päätin ainoastaan kokeilla, jos saisin ensimmäisissä luonnoksissa käytetyn kruunun toimimaan myös uusimmissa versioissa. Luonnoksien päämuodoksi valikoitui sininen kolmio, jonka päälle asettelin Liiga Alumnin logoa, Rauman Lukon logoa sekä vaadittuja tekstejä eri tavoin (Kuva 9).

Toimeksiantaja kuitenkin pyysi, että kruunustakin luovuttaisiin sen yksityiskohtaisuuden vuoksi. Koin tehdä vielä yksinkertaisempia versioita kruunusta, joissa oli pelkkä kultainen liukuväri. Kokeilin myös erilaisia variaatioita All Star-tekstistä liukuväreillä ja ilman. Sommittelin kolmion päälle logon elementtejä, lisäsin kehyksiä ja muuttelin pohjan kokoa (Kuva 12.). Kuitenkin logosta jäi edelleen puuttumaan jotain, ja päätin aloittaa luonnosteluprojektin kokonaan uusiksi.



Kuva 9: Ensimmäisiä Illustratorissa tehtyjä logoluonnoksia



Kuva 11: Tunnettujen yritysten logoja



Kuva 10: Useita logoluonnoksia alkuvaiheilta

Luovuttuani aikaisemmasta logoversiosta, tutkailin, mikä logossa toimii ja mikä ei. Kuten aikaisemmin huomattiin, pienet, yksityiskohtaiset kolmiot sekä muut pienehköt elementit tekivät logosta hankalakäyttöisiä; vaikkakin logo sellaisenaan saattaisikin toimia webkätöissä ja muun tyyppisessä printtimainonnassa, printattaessa paidoille, kiekkoihin taikka muihin oheistuotteisiin olisi hankalaa saada yksityiskohtaista kuviota näkymään kauniisti erilaisilla pohjilla. Tutkailtuani myös muita kuuluisia logoja, harvat niistä sisältävät suurta määrää yksityiskohtia (Kuva 11.). Yhtenäistä tunnetuissa logoissa oli yksinkertaisuus, selkeä värimaailma ja graafiset elementit.

Toimivaksi logossani osoittautui valittu värimaailma, sekä luonnoksissa käytössä ollut kolmioelementti. Kuitenkin sellaisenaan käytettynä kolmio

oli hieman tylsä – siitä jäi puuttamaan kolmiulotteisuutta mitä olin aikaisemmissa versioissa hakenut värittämällä logon puoliskot sinisen eri sävyillä ja lisäämällä kehyksiä. Aikaisempien logoluonnoksien pohjalta päätin ryhtyä tekemään kolmion muodosta erilaisia versioita. Hain aikaisemmista versioista puuttuvaa kolmiulotteisuutta muodostamalla tasoja eri läpinäkyvyyden omaavista kolmioista ja rakensin niistä muotoa logopohjalle. Pian muodostuikin ensimmäisten luonnosten inspiroimana kolmioista muodostuva, timanttia muistuttava muoto, johon molemmat minä sekä toimeksiantajani tykäsytimme. Pohjan päälle oli vielä rakennettava sopiva sommitelma käytettävistä tekstelementeistä sekä tapahtumassa mukana olevien joukkueiden logoista (Kuva 10.).

Olin jo alusta alkaen ajatellut käyttäväni logossa paksuja ja päätteettömiä fontteja, sillä kyseinen fonttityyli oli ollut käytössä suurimmalla osaa eri jääkiekkoseuroista. Paksut fontit erottuisivat tummaltakin pohjalta hyvin, ja kontrastin lisääminen olisi helpompaa näin. Pohdinnan jälkeen valikoiduin käyttämään logossa kolmea eri pääteetöntä fonttia – Futuraa, Ralewaytä ja Arialia. Futura-fonttia käytin päätekstissä "All Star", Raleway oli "Rauma"-tekstille ja Arial oli vuosilukua varten. Kolmen eri fontin käyttäminen yhtä logoa varten vaikutti alkuun liian sekavalta yhtälöltä, mutta fonttien samantapaisuuden ansiosta ne toimivat kuitenkin hyvin (Kuva 12.).

Osoittautui kuitenkin yllättävän haastavaksi löytää sopiva järjestys elementeille logopohjalla. Logossa olisi näyttävä Liiga Alumni selkeästi muiden elementtien keskeltä. Päädettiin jättämään seurojen logot kokonaan pois lopullisesta versiosta, koska ajateltiin, että ne tekisivät kokonaisuudesta liian sekavat. Muutin myös tässä vaiheessa All Star-tekstin kokonaan erilaisella fontilla, sillä

toimeksiantajani halusi siihen lisää erottuvuutta ja hank-kiutua melkein kokonaan eroon liukuväristä. Kultainen liukuväri itse "All Star"-tekstissä olisi ongelmallista sen takia, että printtituotteissa se olisi hankala saada näkymään siististi. Otsikko muutettiin Rauman Lukkojen väriarvojen mukaan keltaiseksi, ja siitä tehtiin muutenkin erottuvampi ja suurempi. Tarjosin toimeksiantajalle useita eri versioita, joissa elementtien paikkaa ja kokoa oli muutettu hieman (Kuva 13). Olin myös peilannut taustatimanttia vastakkaiseksi, mutta mielestäni se toimi parhaiten alkuperäisessä muodossa. Pitkään sommittelussa oli ongelmana se, että elementit eivät tuntuneet asettuvan hyvin, tai niiden suhde oli huono. Jouduinkin tekemään lukuisia versioita kaikista elementeistä, ennen kuin sain mielestäni toimivia versioita (Kuva 14). Tässä vaiheessa mukana oli vielä otsikon kultainen liukuväri, mutta siitä hankkiuduttiin eroon heti seuraavassa suunnitteluvaiheessa. Jouduinkin tekemään lukuisia versioita kaikista elementeistä, ennen kuin sain mielestäni toimivia versioita.



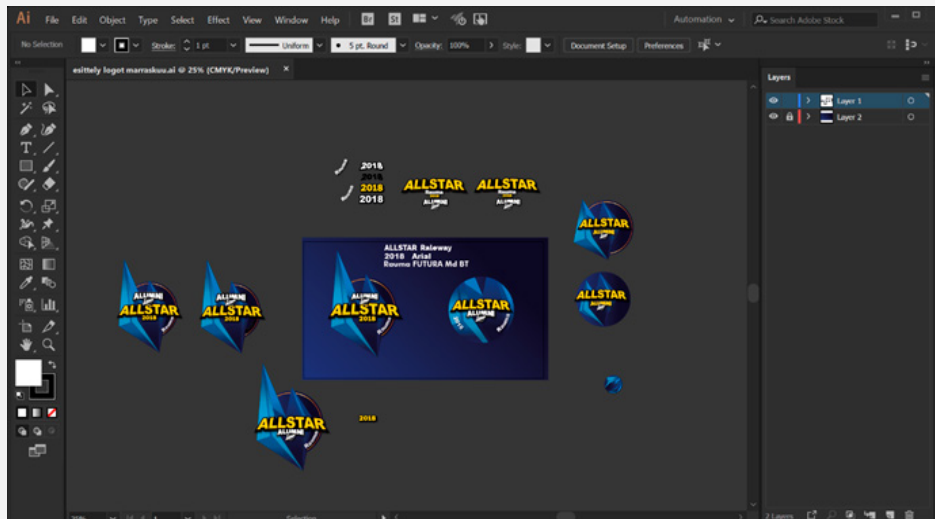
Kuva 13: Logovariaatioita toimeksiantajalle arvioitavaksi



Kuva 12: Fontit ja kaksi versiota lopullisesta logosta



Kuva 14: Logovariaatioita



Kuva 15: Logon hienosäätöä ja sommittelua

Logoluonnoksista itselleni oli valikoitunut oma suosikki, jota tarjosinkin toimeksiantajalle parhaana vaihtoehtona (Kuva 14.). Tässä versiossa myös All Star -otsikko oli muutettu niin, että nyt siinä oli tasaisen tekstin sijaan kevyt kalansilmä efekti. Tällä tyyllillä otsikko asetui paremmin timanttipohjalle.

Päädettyä sopivaan logovaihtoehtoon, tein siihen vielä hienosäätöä (Kuva 15.) Tässä vaiheessa haettiin vielä logoelementtien hierarkiaa sekä Rauma ja 2018 otsikoiden fontteja. Kun oltiin löydetty tasapainoinen järjestys, vielä lopuksi tein viimeistellyn version toimeksiantajalle (Kuva 16).



Kuva 16: Lopullinen logo-design

Lopullisen logon keskiössä on suurehko, eri sinisen sävyistä muodostuva timantti. Timantilla on kaksi kärkeä, joista toinen on suurempi, ja toinen jää pienempänä taustalle. Taustalle lisättiin hieman timanttia tummempi ympyräkuvio tuomaan logoon lisää ulottuvuutta sekä lisää tilaa asetella muun muassa tekstielementit tasaisemmin logopohjalle. Ympyrän reunaa kehystää kultainen liukuväri tuomaan logoon lisää väriä, vaihtelevuutta ja arvokkuutta. Logon keskiössä on keltaisella, suurella fontilla All Star-teksti, jonka alle sijoitettiin 2018 vuosiluku. Ympyrän reunalle sijoitettiin Rauma-teksti. Kaiken tekstin yläpuolella on järjestäjän, Liiga Alumnin-logo.

Seuraavana projektina oli tehdä versio, jota voitaisiin käyttää pelikiekoissa. Ongelmana oli jo ennestään tehdyn logon muoto: vaikka logon pohjalla oleva muoto oli ympyrä, päällä oli kuitenkin timantinmuotoinen objekti, joka ei sellaisenaan sopisi kiekkoihin. Toimeksiantajani myös toivoi, että tässä versiossa näkyisi pelaavien joukkueiden joukkuevärit; Rauman Lukon keltainen, TPS:n musta sekä Ässien punainen. Päädyin leikkaamaan timanttien kärjet pois, ja muodostamaan reunoille tasaisesti jakautuvan reunuksen, jossa pelaavien joukkueiden värit näkyvät (Kuva 18).

Kuva 17: Alumni All Star-logo





*Kuva 18: Kiekkoihin painettava logoversio,
ilman liukuväriä*

3.2 Typografia

Typografialla tarkoitetaan tekstiin, kirjasintyypeihin, kirjainten asetteluun ja värikyseen liittyvää suunnittelua sekä sommittelua. Päämääränä typografialla on helpottaa viestin oikeanlaista välittymistä. Typografia antaa kirjoitetulle kielelle halutunlaisen visuaalisen muodon (Graafinen, 2015).

Typografia on merkittävä osa graafista suunnittelua. Siihen liittyy oleellisesti myös kirjojen, lehtien ja digitaalisten sisältöjen taitto. Typografian (painoasun eli taiton) merkitys on nykyviestinnässä erittäin tärkeää.

Lopulliseen graafiseen ilmeeseen valikoituneet fontit olivat Futura, Raleway sekä Arial. Futura on

groteski eli Sans Serif -fontti, tarkoittaen sen olevan pääteviivaton. Sekä Arial että Raleway ovat myös Sans Serif -kirjasintyyppiä mitkä auttoivat fonttien yhteensopivuutta.

3.3 Kuvitukset

Logopohjassa käytetty timantin muoto tuli käyttöön myös esitteissä ja postereissa omana, erillisenä elementtinään. Timantit kuvastivat postereissa vastakkain pelaavia joukkueita eli TPS:ää, Rauman Lukkoa sekä Ässiä. Liukuväripohjalla timantit toivat mainoksille lisää syvyyttä ja omanlaista symbolismiaan (Kuva 19.). Timanttielementtien käyttö muuallakin kuin logossa toi myös yhtenäisyyttä ja lisää jatkuvuutta ilmeeseen.

4 VALMIS GRAAFINEN ILME

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda All Star Rauma 2018-tapahtumalle oman näköinen graafinen ilme samalla myötäillen Liiga Alumnin graafista ilmettä sekä muiden jääkiekkoseurojen brändeissä käytettyjä graafisia elementtejä. Tarkoituksena oli luoda tapahtumalle logo, jossa on vaikutteita Alumnin tähdet-logosta, mutta joka on samalla oma tunnistettava logotyyl. Samalla tavoitteenani oli parantaa ymmärrystäni siitä, miten brändille/tapahtumalle luodaan visuaalinen identiteetti, jonka keskiössä on logo, ja miten graafista ilmettä voidaan soveltaa erilaisissa ympäristöissä. Halusin myös oppia hallitsemaan graafisessa työkentelyssä paljon käytettävien Adobe-ohjelmien käytön.

Vaikka minulla olikin jo kyseisistä ohjelmista perusosaaminen, oli tämä toimeksianto kuitenkin ensimmäinen logoprojektini.

Logon ja värimaailman pohjalta tuotettiin ensimmäisenä roll-up. Roll-uppia käytettiin tiedotustilaisuuksissa, ja muissa hyväntekeväisyystapahtumaa mainostavissa tapahtumissa. Roll-upp kuvautettiin myös yhdessä Stanley-cup sormusten kanssa. Valokuvia käytettäisiin myöhemmissä vaiheissa muiden materiaalien teossa. Roll-upin teettäminen oli kaikista projektin osioista ensimmäinen osio, ja samalla kaikista kiireisin. Ensimmäisen tiedotustilaisuuden ollessa jo joulukuun alkupuolella, oli logon sekä pohjan oltava valmis marraskuun puolivälissä.

NÄE suomalaisten NHL-TAHTIEN, STANLEY CUP- VOITTAJIEN & KIEKKOLEGENDOJEN kohtaaminen

Liiga Alumni vs.
Länsirannikon Alumni

ALUMNI
Liiga
ALLSTAR
2018
Rauma



17.8.

**Kivikylän Areena,
Rauma**

Klo 12:00 Yritystapahtuma alkaa

Klo 13:00 Tulevaisuusseminaari

Klo 17:00 Yleisötapahtuma alkaa

Ilta-Sanomien isännöimä Kiekkofoorumi

Klo 18:30 All Star -ottelu ja taitokilpailu



Alumni – Liiga Allstar

17.08.2018 Rauma

Suomalaisten NHL-tähtien, Stanley Cup-voittajien
& kiekkolegendojen kohtaaminen.

Klo 12:00 Yritystapahtuma alkaa

Klo 13:00 Tulevaisuusseminaari

Klo 17:00 Yleisötapahtuma alkaa
Ilta-Sanomien isännöimä Kiekkofoorumi

Klo 18:30 AllStar -ottelu ja taitokilpailu
Länsirannikon Alumni vs. Liiga Alumni

Lippujen hinnat:

Seisomakatsomot **7€**

Päätykatsomot **12€**

Pääkatsomo **15€**

Aitiot 175 €/lippu, myydään vähintään 10 lippua. Lippu sisältää koko päivän ohjelman, Alkukeitto, tulevaisuusseminaari ja paneeli, väliajalla kahvit, lounaan, Ilta-Sanomien kiekkofoorumin, ottelun, sekä pre- ja aftergame-tapahtumat, kaulahuivin sekä tapahtumaa varten painetun Allstar-julkaisun. Mahdollisuus myös pienempään lippumäärään Aura Loungessa samaan hintaan. Seminaariin saa myös erillislippuja hintaan 100 €.

Yrityksille tarjotaan lisäksi:

Nimikkopelaajan paitaan (40 kpl) yrityksen mainos 1000 €. Mainos joukkueen pelipaitoihin 3000€. Yritys saa yhden paidan omakseen nimikirjoituksella varustettuna. Mainospaikkoja on tarjolla viisi kappaletta kumpaankin paitaan.

Allstar-julkaisuun koko sivun mainos 1000 €, kannet 1500 - 2000€.

Julkaisu jaetaan kaikille ottelulipun ostaneille (5000 kpl).

Mainos haastattelusermiin ja julisteisiin.

Lisäksi on mahdollista olla tapahtuman paikallinen pääsponsor (Rauma, Turku, Pori) 10000 €, näkyvyys sanomalehdessä (LS, TS, SK) mainos julkaisu, 10 hengen aatio lippuineen.

Lisätiedot:

Matti Porvari 040 -7798042, matti.porvari@liiga.fi

Raimo Vahanto 040 - 5330196, raimo.vahanto@gmail.com

Yhteistyökumppaneille ja tapahtumassa kiinnostuneille osapuolille jaettiin tapahtumasta lisätietoa antava kaksipuolinen myyntiesite (Kuva 20.). Myyntiesite oli kaksipuolinen – kannessa myytiin itse tapahtumaa logon ja "Näe suomalaisten NHL-tähtien, Stanley Cup-voittajien ja kiekkolegendojen kohtaaminen" otsikon avulla. Kannessa kerrottiin myös päivämäärä isolla, sijainti, sekä siitä että

tapahtuman tuotto menee kokonaisuudessaan hyväntekeväisyyteen. Toisella sivulla (Kuva 21.) kerrottiin tarkemmin tapahtuman aika-taulusta, sisällöstä sekä hinnoista. Loppuun tulivat yhteystiedot, jotta kiinnostuneet voisivat tarvittaessa ottaa yhteyttä. Esitteeseen myös liitettiin Gottippäi-tukirahaston logo.

Kuva 21: Myyntiesitteen toinen puoli



Kuva 22: All Star Roll-up



Kuva 23: Ensimmäisessä tiedotustilaisuudessa käytetty roll-up

Sormusten HERRAT

NÄE SUOMALAISET
STANLEY CUP-VOITTAJAT,
NHL-TÄHDET JA
KIEKKOLEGENDAT!

Kuva 24: Sormusten Herrat -
mainosposteri

ALUMNI
All Star
ALLSTAR
2018
Rauma

17.8.
Kivikylän Areena,
Rauma



Alumni All Star 2018 hyväntekeväisyystapahtuma

Myyntiesitteen valmistuttua tehtiin virallisempi, A3-koon mainosposterit (Kuva 24.) Myyntiesitteestä eroten mainosposterissa käytettiin tapahtumalle muodostunutta teemaa mikä oli "Sormusten Herrat" viitaten muun muassa Stanley Cup-voittajien NHL:ssä voittamiin sormuksiin ja heidän haltijoihinsa. Posterissa käytettiin samoja fontteja mitä aikaisemmissakin materiaaleissa oli käytetty, mutta mukaan tuli myös Castellar-fontti tuomaan arvokkuuden tunnetta. Castellar-fontti oli ainut Serif-fonttiperheen päätteellinen fontti, joten se erottui myös päätteettömistä, jo ennestään käytössä olevista fonteista. Posterin käyttö oli sekä netissä, että printtiversiona, molemmilla pyrittiin mainostamaan tapahtumaa lisää. Muista aikaisemmista materiaaleista eroten, taustalla ei tällä kertaa ollut sinisen sävyistä liukuväriä, vaan tasaisen musta pohjaväri.



Kuva 25: Kiekkoon painettava, liukuväritön logo

Alkuperäinen All Star- logo ei sellaisenaan sopinut kiekkoon printattavaksi, sillä timantin muotoa ei pystytty sijoittamaan ympyrän muotoiseen kiekkoon. Siksi teetettiin liukuväritön logo, jossa ei ollut timanttimuodon kärkiä, mutta timantin keskusta oli kuitenkin käytössä ympyrän muotoisessa logossa (Kuva 25.). Tehtiin kaksi versiota jossa toisessa ei ollut värikkäitä kehyksiä ja toisessa oli. Värikehysten ajatuksena oli symboloida kolmea hyväntekeväisyyspelissä pelaavaa seuraa – Ässien punainen, Rauman Lukon keltainen sekä TPS:n musta. Näin alkuperäisestä logosta puuttuva punainen pääsi mukaan. Kiekkoversioista myös poistettiin liukuväri kokonaan, sillä sitä ei pystytä printtaamaan kiekkoihin.

Tapahduman markkinointi jatkui eri kokoisten mediakuutiomainosten teettämällä. Myyntiesitteiden sekä mainosposterien lisäksi tapahtumaa markkinointiin jäähallien mainosnäytöillä sekä kaduilla pyörivillä mediakuutiomainoksilla. Mediakuutiomainoksista tehtiin valikoima eri kokoja sopimaan eri näytöille, tässä esimerkkinä 1920 x 1080 px kokoinen mediakuutiomainos (Kuva 27.) Jäähalleissa mainokset pyörivät väliaikojen aikana muun muassa peleissä, missä TPS, Ässät taikka Rauman lukko olivat mukana pelaamassa. Tällä tavoin kiinnitettiin myös kyseisten jääkiekkoseurojen kannattajien huomio, jotka eivät vielä olleet kuulleet hyväntekeväisyystapahtumasta.



Kuva 27: Mediakuutiomainos



Kuva 26: Mediakuutiomainospohja

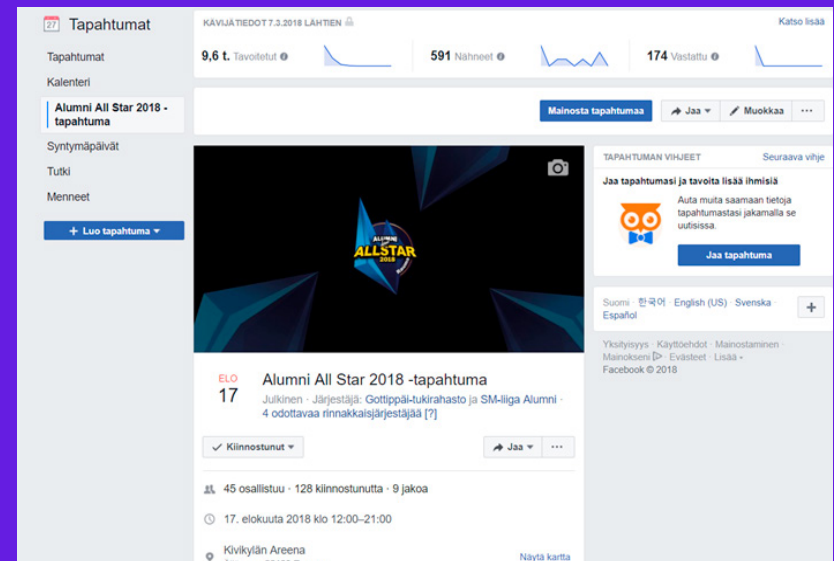
The logo features a central circular emblem with a blue and orange border. Inside the circle, the text 'ALUMNI' is at the top, 'Liiga' is in a script font below it, 'ALLSTAR' is in large yellow block letters, and '2018' is below that. The word 'Rauma' is written in white along the bottom curve of the circle. The entire emblem is set against a background of large, stylized blue and dark blue geometric shapes that resemble ice or crystals.

ALUMNI
Liiga
ALLSTAR
2018
Rauma

Kuva 28: Facebook-tapahtuman banneri

Perinteisen printtimedian lisäksi All Star -tapahtumalle luotiin oma Facebook -tapahtuma markkinoimaan tapahtumaa myös sosiaalisessa mediassa. Facebook -bannerissa tois-tuu sama teema mikä aikaisemmissakin materiaaleissa – taustalla on tosin tälläkin kertaa tummansinisen liukuvärien sijaan tasaisen musta väri, sekä himmeällä timanttigrafii-ka. Bannerin keskiössä on tapahtuman logo (Kuva 28.). Totesimme, ettei banneriin kannata lisätä mitään tekstiä, sillä se toimii lähinnä huomion kiinnittäjänä sekä graafisena elementtinä. Ylimääräinen teksti

bannerissa oletettavasti tekisi tapahtumasivusta tarpeettoman sekavan. Sen sijaan tapahtumasivulle lisättiin muut tarkemmat tiedot (Kuva 9.). Pikaisella vilkaisulla on huomattavissa tapahtuman päivämäärä, järjestäjät, sijainti sekä linkki Ticketmasteriin, missä tapahtuman lippuja myydään. Järjestäjän sivuilta näkee tiedot siitä, kuinka moni on kiinnostunut tapahtumasta ja kuinka monta ihmistä se on tavoittanut. Maaliskuun lähtien 7.3., tapahtumasivu oli tavoittanut lähes 10 000 ihmistä.

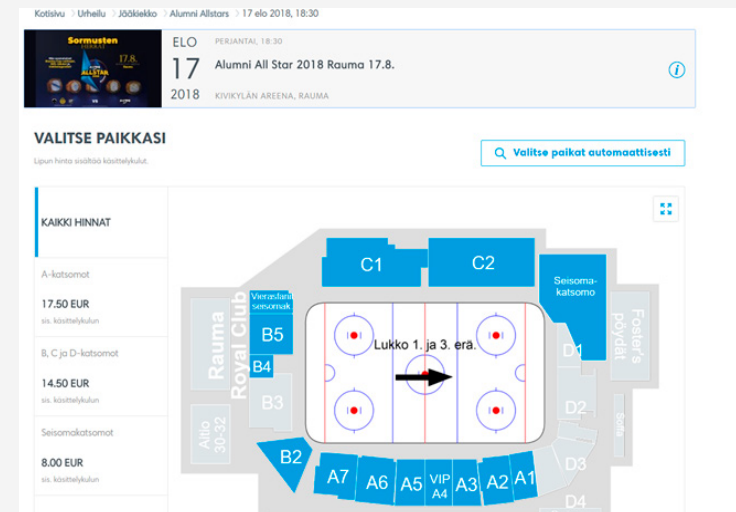


Kuva 29: All Star- tapahtuman Facebook-sivut

Tapahtuman kiinnostavuuden lisäämiseksi Ticketmasterin verkkosivuille tehtiin mainosbanneri (Kuva 30.). Pyrkimyksenä oli tehdä tapahtumasta erottuvampi mainosbannerin avulla – ennen banneria sivuilta puuttuivat kuvat täysin ja toimeksiantaja oli sitä mieltä, että tapahtuma ei tällä tavoin vaikuta ollenkaan kiinnostavalle. Siksi tehtiinkin banneri samalla tyylillä, kuin Sormusten Herrat- juliste, mutta tällä kertaa vaakaan. Muuten elementit olivat täysin samat, kuin pystyyn tehdyssä julisteessa. Bannerin lisäämisen jälkeen tapahtumasivuista tuli heti mielenkiintoisemman, ja enemmän huomiota herättävän näköiset (Kuva 31.).



Kuva 30: Ticket Master -sivun mainosbanneri



Kuva 31: Ticketmaster -nettisivut

5 YHTEENVETO JA POHDINTA

Tavoitteena oli luoda All Star Rauma 2018 tapahtumalle logo sekä graafinen ilme, joka on myös linjassa Liiga Alumnin visuaalisen ilmeen kanssa.

Projektin alussa laadittiin projektisuunnitelma ja aikataulu, joiden avulla voitiin seurata projektin etenemistä. Toimeksiantajan puhelini- ja sähköpostihaastatteluiden jälkeen alettiin tuottamaan moodboardeja sekä alustavia luonnoksia logoista. Muita opinnäytetyössä käytettyjä tutkimusmenetelmiä olivat benchmarking, semiotiikka, haastattelut ja dokumenttianalyysi.

Logoluonnoksien tekemisen jälkeen päädyttiin lopulliseen logo-designiin, jota käyttäen tuotettiin muita promootiomateriaaleja, kuten esitteitä, julisteita, Facebook-tapahtuman banneri, ja muita oheistuotteita. Lopuksi tehtiin mediakuutiomainokset sekä Ticketmasterin verkkosivuille mainosbanneri. Projektin aikana tullaan vielä tekemään lisää materiaaleja, mutta tässä opinnäytteessä on alustavasti käsitelty tähän mennessä tehdyt osiot.

Opinnäytteen tavoitteiden lisäksi tutkimuksessa oli vastattava kysymykseen: Mitkä elementit muodostavat tapahtuman graafisen ilmeen? Tämän kysymyksen avulla pyrin pääsemään opinnäytetyöni tavoitteeseen.

Tutkimuskysymykseeni sain vastaukset projektin edetessä. Oman opinnäytetyön graafinen ilme koostui logosta, typografiasta, väreistä sekä kuvituselementeistä. Näillä elementeillä pystyy luomaan asiakkaalle mielikuvan brändistä, tai tässä tapauksessa tapahtumasta.

Opinnäytteen lopputuloksena on tapahtuman graafinen ilme, jonka keskiössä on logo, ja ympärille rakentuivat muut graafiset elementit. Logon suunnittelu oli koko opinnäytetyön haastavin osio monesta syystä. Koko projekti lähti liikkeelle logon suunnittelusta, ja siitä minulla ei ollut ollenkaan aikaisempaa kokemusta. Olikin haastava lähteä liikkeelle tekemään tiedonhankintaa, moodboardeja ja luonnostelua. Alussa vaadittiinkin useita luonnoksia ja kokeiluja, ennen kuin sain oikeasti jotain toimivaa ja käyttökelpoista, ja suurin osa luonnoksista menikin suoraan poistoon.





Tehdessäni tätä kuitenkin kehityin Illustratorin käytössä nopeaa vauhtia, ja lopputuloksella hallitsin ohjelman käytön huomattavasti paremmin. Samalla tavoin saatuani vihdoinkin idean päästä kiinni, logosuunnittelukin muuttui huomattavasti helpommaksi ja miellyttävämmäksi. Lopputuloksena oli logo, johon sekä toimeksiantaja että minä olimme molemmat tyytyväisiä. Vaikkakin siinä oli vaikutteita Liigan Alumni-tähden logosta, oli se kuitenkin samaan aikaan oma tunnistettava logonsa, joka ottaa samaan aikaan huomioon sekä paikkakunnan, jossa tapahtuma järjestetään, että tapahtumaan osallistuvat jääkiekkoseurat. Kyseinen logo tulee jäämään Rauman kaupungille muistoksi, ja seuraavan vuoden hyväntekeväisyystapahtumaan suunnitellaan taas täysin uusi logo. Logon eri elementit sekä värimaailma ovat myös varsin toimivia erilaisilla medioilla – esimerkiksi pelkkä logon timantti toimii jo sellaisenaan graafisena elementtinä, sekä All Star -otsikko voidaan nostaa erilliselle pohjalle itsenäisenä, ja se silti on toimiva osa. Mielestäni graafinen ilme on helppo muunnella erilaisiin käyttötarkoituksiin. Kaikin puolin pidin All Star-logon suunnittelua hyvänä ensimmäisenä

logoprojektina, josta opin paljon. Olin alussa määritellyt omaksi tavoitteekseni kehittää käsitystäni siitä, miten tapahtumalle luodaan logo ja mistä muista elementeistä muodostuu graafinen ilme. Halusin myös samalla kehittää omia kykyjäni grafiikoiden luomisessa ja ohjelmien käytössä. Suurimmaksi haasteeksi koin suuren työmäärän, sekä ajoittaiset kommunikaatiokatkokset. Myös työharjoittelun sekä opinnäytetyön tekemisen yhdistäminen osoittautui stressaavammaksi yhtälöksi mitä olin alun perin odottanut. Kuitenkin harjoittelun sekä opinnäytetyön teon aikana hahmotin entistä paremmin, kuinka graafinen suunnittelu on se ala, jolla haluan tulevaisuudessakin työskennellä. Vaikkakin opinnäytetyöprojektin tekeminen oli monella tapaa haastavaa sekä stressaavaa, oli lopputulokseen pääseminen erityisen tyydyttävää, kun sai omat ideansa visualisoitua joksikin fyysiseksi. Voin tyytyväisenä seistä oman tekemäni työn takana, vaikka samalla koenkin, että omassa työskentelytavassa, sekä lopputuloksissa on aina kehittymisen varaa.

LÄHTEET

Itä-Suomen yliopisto. Benchmarking. Viitattu 14.2.2018. <https://www.uef.fi/benchmarking>

Liiga Alumni. Viitattu 26.1.2018. <http://liiga-alumni.fi/>

KvaliMOTV. Haastattelu. Viitattu 11.2.2018 http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3.html

Ässät. Benchmarking. Viitattu 20.3.2018 <https://assat.com/>

Rauman Lukko. Benchmarking. Viitattu 20.3.2018 <https://wwwhttp://hc.tps.fi/.raumanlukko.fi/>

Blink Helsinki. Moodboard. Viitattu 10.2.2018 <https://www.blinkhelsinki.fi/blogi/15-tapaa-luoda-ideoita>

Graafinen. Typografia. Viitattu 14.2.2018. <http://www.graafinen.com/suunnittelu/typografia/yleista-typografiasta/>

Pekka Ruokolainen. Brändin muotoilu. Viitattu 7.2.2018. <https://www.linkedin.com/pulse/br%C3%A4ndin-muotoilu-pekka-ruokolainen/>

Hirsjärvi & Hurme, 2001. "Tutkimushaastattelu"

Adrian Shaughnessy, 2010. "How to be a graphic designer without losing your soul" Laurance Kind Publishing

Aalto University, 2013. "RESOLUTIONS"

Michael Bierut, 2015. "How to Use Graphic Design to Sell Things, Explain Things, Make Things Look Better, Make People Laugh, Make People Cry, and (Every Once in a While) Change the World"

KUVALÄHTEET

http://icehockey.wikia.com/wiki/National_Hockey_League_All-Star_Game

https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_for_2016_nhl_all_star_game_by_fanbrandz.php

<https://www.nhl.com/lightning/news/nhl-and-tampa-bay-lightning-unveil-2018-honda-nhl-all-star-game-logo/c-291273244>

<https://en.khl.ru/news/2014/11/28/230907.html>

<https://www.pinterest.com/pin/492088696768589753/>

<https://www.pinterest.com/pin/586664288932142430/>

<https://fi.pinterest.com/pin/427630927110715718/>

<https://fi.pinterest.com/pin/411797959655448322/>

<http://www.oulunkarpat.fi/>

<https://www.pelicans.fi/>

https://fi.wikipedia.org/wiki/Suomen_j%C3%A4%C3%A4kiekkomaajoukkue#/media/File:Suomen_j%C3%A4%C3%A4kiekkomaajoukkueen_tunnus.svg

<http://blog.miniitab.com/blog/the-statistics-game/are-the-chicago-blackhawks-currently-the-luckiest-team-in-sports>

<https://www.ticketmaster.fi/artist/kalpa-lippuja/96823>

<https://pallomeri.net/tobias-salmelainen-hifk-urheilujohtaja/>

http://icehockey.wikia.com/wiki/File:2010_NHL_All_Star_Game_logo.jpg

<https://www.easports.com/nhl/hockey-ultimate-team/news/2018/hut-all-star-game>

<http://www.hockeybroad.com/2015/01/>

<https://us.blastingnews.com/sports/2016/07/mlb-all-star-game-in-san-diego-001001383.html>

<https://www.pyrotekfx.com/index.php/2016/02/03/pyrotek-excited-to-be-part-of-the-2016-nhl-all-star-game-in-nashville/>

<https://www.si.com/nhl/photos/2015/07/09/10-greatest-nhl-logos-all-time>

<https://www.easports.com/nba-live/news/2017/nba-live-mobile-all-star-program>

<http://www.urbo.com/content/hidden-messages-in-famous-logos-youve-probably-never-noticed>

<http://liiga-alumni.fi/uutiset/2017/12/13/alumni-all-stars-2018-rauma>

<https://fi.pinterest.com/>

