

Riina Roms

Musikaalin graafinen ilme

Case: Kullervo-musikaalin ilmeen ehdotus

Opinnäytetyö

Kevät 2012

Muotoilun yksikkö

Graafinen muotoilu



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Kulttuurin yksikkö

Koulutusohjelma: Muotoilun koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Graafinen muotoilu

Tekijä: Riina Roms

Työn nimi: Musikaalin graafinen ilme, Case: Kullervo-musikaalin ilmeen ehdotus

Ohjaaja: Saija Sillanpää

Vuosi: 2012 Sivumäärä: 88 Liitteiden lukumäärä: 4

Työssä suunniteltiin Kullervo-musikaalin graafinen ilme ja tapahtuman mainosgrafiikat. Yhteistyökumppanina oli Seinäjoen ammattikorkeakoulun kulttuurituotanto, jonka opiskelijoiden tuottama ja toteuttama musikaali oli.

Tutkimusmenetelmänä työssä käytettiin sisällönanalyysiä, jolla haettiin Kullervo-teeman ja rockin yhdistämiseen pohjaa, validiteettia ja suuntaviivoja. Tutkimusongelmana oli ”Miten yhdistää musikaalin ilmeessä Kalevala ja rock?”, jota selvitettiin analysoimalla teoksia Kalevalan Kullervosta ja suomalaisten rockyhtyeiden visuaalisia ilmeitä.

Produktiona toteutettiin ilmeen ohjeisto, jossa on esitelty ilmeen käyttö valituissa markkinointivälineissä.

Avainsanat: graafinen suunnittelu, sisällönanalyysi

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Culture and Design

Degree programme: Design

Specialisation: Graphic design

Author/s: Riina Roms

Title of thesis: Graphic design, Case: Kullervo-musical

Supervisor(s): Saija Sillanpää

Year: 2012 Number of pages: 88 Number of appendices: 4

Objective of the thesis was to create a visual identity for Kullervo-musical. The work was commissioned by Cultured Management Seinäjoki University of Applied Sciences.

Research part of the thesis aims to answer the question of how to create a consistent visual identity and how to incorporate characteristics of Kalevala and rock- music events to it. Research method being used was content analysis.

Keywords: graphic design, content analysis,

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet	8
1 JOHDANTO.....	9
2 TOIMEKSIANTO	11
2.1 Tavoitteet	12
3 KULLERVO	13
3.1 Kalevala ja Kullervo.....	13
3.2 Kullervon hahmo	14
4 TUTKIMUSOSA	16
4.1 Sisällönanalyysi.....	17
4.1.1 Akseli Gallen-Kallela	18
4.1.2 Kalervo Palsa.....	20
4.1.3 Gene Kurkijärvi	22
4.1.4 Sanna Annukka.....	23
4.2 Rock osaksi ilmettä	28
4.2.1 Apocalyptica.....	29
4.2.2 Amorphis.....	32
4.2.3 Teräsbetoni.....	34
4.3 Taulukot	36
5 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ SISÄLLÖNANALYYSISTÄ ILMEEN	
SUUNNITTELUA SILMÄLLÄ PITÄEN	43
5.1 Johtopäätöksiä tuloksista	43
5.1.1 Värit.....	43
5.1.2 Merkit/symbolit	46
5.1.3 Logo.....	46
5.2 Pohdintaa sisällönanalyysin onnistumisesta	47

6	MUSIKAALIN GRAAFISEN ILMEEN SUUNNITTELUPROSESSI.	49
6.1	Musikaalin ilme.....	49
6.1.1	Työn alku 2010	50
6.2	Värit.....	53
6.3	Tunnus	55
6.4	Kuvitus	59
6.5	Typografia	62
6.6	Graafiset lisäelementit.....	66
6.7	Sovellukset.....	67
6.7.1	Flyer	68
6.7.2	Lehtimainos.....	70
6.7.3	Ulkomainos - Jumboscreen.....	70
6.7.4	Nettisivuston ilme	72
6.7.5	Käsiohjelma	77
6.7.6	Magneetti	82
7	OHJEISTO	83
8	POHDINTA.....	85
	LÄHTEET	87
	LIITTEET	88

Kuvio- ja taulukkoluetelo

- Kuva 1. Kullervon kirous
- Kuva 2. Gallen-Kallelan taulun värit
- Kuva 3. Palsan taulun värit
- Kuva 4. Kullervo
- Kuva 5 Kullervo
- Kuva 6. Teoksen värit
- Kuva 7. Sanna Annukka 1
- Kuva 8. Sanna Annukka 2
- Kuva 9. Sanna Annukka 3
- Kuva 10. Värit Sanna Annukka 1
- Kuva 11. Värit Sanna Annukka 2
- Kuva 12. Värit Sanna Annukka 3
- Kuva 13. Apocalyptican nettisivut ja oheismateriaaleja
- Kuva 14. Apocalyptican nettisivujen fontti, logo ja kuvat yhtyeestä
- Kuva 15. Apocalyptigan nettisivujen värit
- Kuva 16. Eclipse-albumin värit
- Kuva 17. Amorphiksen nettisivut ja oheistuotteita
- Kuva 18. Amorphicsen nettisivujen fontti, logo, Eclipse albumi ja bändin kuva
- Kuva 19. Teräsbetonin nettisivu ja oheistuotteita, yhtyeen logo
- Kuva 20. Teräsbetonin nettisivujen fontti ja logo 2010
- Kuva 21. Ilmeen ehdotus 2010 Nettisivuluonnoksen kanssa
- Kuva 22. Valitut värit
- Kuva 23. Käytetty kirjaintyyppi
- Kuva 24. Muokkaus ja välistys
- Kuva 25. Logon suoja-alueen määrittäminen
- Kuva 26. Logo minimikoossa 20mm
- Kuva 27. Logo mustana valkoisella pohjalla
- Kuva 28. Negatiivi; Logo valkoisena mustalla pohjalla
- Kuva 29. Oranssi logo mustalla pohjalla
- Kuva 30. Kuvitus
- Kuva 31. Luonnos kuvituksen käytöstä vaattessa
- Kuva 32. Esimerkki x-korkeudesta
- Kuva 33. Adobe Garamond Pro variaatioineen pistekoossa 12
- Kuva 34. Arial variaatioineen pistekoossa 12
- Kuva 35. Esim. 18/16pt, Arial Black
- Kuva 36. Suorakulmio A4 pohjat; vasemmalla 1, oikealla 2.
- Kuva 37. Neliö pohja
- Kuva 38. A5 kokoinen flyer
- Kuva 39. Lehtimainos 10cm x 10cm
- Kuva 40. Jumboscreen dia
- Kuva 41. Musikaalin kuvat avautuvat kallon silmää klikatessa.
- Kuva 42. Linnusta avautuu Kullervon tarina.
- Kuva 43. Käsiohjelman kansi, reaalikoko A4
- Kuva 44. Käsiohjelma, sisäaukeaman vasen puoli, reaalikoko A4
- Kuva 45. Käsiohjelman takakansi, reaalikoko A4
- Kuva 46. Magneetti

Taulukko 1. Kuvateosten sisällönanalyysin ryhmät

Taulukko 2. Yhtyeiden sisällönanalyysin ryhmät

Taulukko 3. Värit

Taulukko 4. Logon ominaisuudet

Taulukko 5. Merkit/Symboli

Käytetyt termit ja lyhenteet

Liikemerkki	Tai symboli on tunnuksen kuvaosa, esimerkiksi Karhu-oluen karhun kuva, tai Facebookin F-merkki
Logo	Tunnuksen nimiosa, esimerkiksi Facebookin kirjainosa, tai logotyyppi Google
Tavoitemielikuva	On kuvaus asioista, joilla yritys haluaa erottautua kilpailijoistaan ja minkä se itse määrittelee brandikseen
Tunnus	Koostuu logosta ja liikemerkistä

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä suunniteltiin Kullervo-musikaalille graafinen ilme. Projekti aloitettiin 2010 keväällä ja jatkettiin loppuun keväällä 2012. Työn välivaihe oli ehdotus syksyllä 2010 esitetyn Kullervo-musikaalin ilmeeksi. Luokkatoverini Heidi Pirttijärvi teki omana opinnäytteenään musikaalin ilmeeksi toisen ehdotuksen, joka valittiin musikaalin käyttöön.

Tutkimusongelmana työn pohjalla oli ”Miten yhdistää musikaalin ilmeessä Kalevala ja rock?”.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin sisällönanalyysiä, jonka avulla pyrittiin löytämään yhteneviä muuttujia Kalevalan visuaalisista ilmeistä, sekä suomalaisen rockmusiikin tunnettujen artistien ilmeistä ja oheistuotteista. Sisällönanalyysin tuloksia suunnattiin vielä kullervomaiseen suuntaan valitsemalla analyysiaineistoon useampi Kalevalan Kullervo kuvaava, kuin rockia kuvaava osa.

Sisällönanalyysissä eritellyinä Kalevalan graafisen ilmeen esimerkkeinä oli eri käyttötarkoituksiin suunnattuja visuaalisia ilmeitä, aina perinteisestä maalaustaiteesta modernimpaan tuotegrafiikkaan. Keskenään hyvin erihenkisiä visuaalisia ilmeitä oli tarpeen vertailla monipuolisten tulosten saamiseksi ja asiakkaan ilmeeltä toivomien seikkojen täyttämiseksi; toisaalta asiakas toivoi ilmeeltä perinteistä maanläheistä henkeä, toisaalta ”ei pikkusievää” viestiä. Ilmeen suunnittelussa tuli ottaa huomioon myös siltä toivottu modernius, joka vetoaisi tavoitelluihin kävijöihin.

Rock-puolen sisällönanalyysin pyrkimyksenä oli löytää asiakkaan toivomia ”ei pikkusieviä” asioita ja asenteellisuutta kuvaavia muuttujia. Kalevala-aiheiden sisällönanalyysillä etsittiin perinnettä ja Kalevalan tarinaa henkiviä osia.

Halutun tuotekuvan osa-alueita ovat viestintä, tuote, käyttäytyminen ja toimintaympäristö. Graafinen suunnittelu on osa tuotetta ja käsittää visuaalisen muotoilun lisäksi käytettävyyden, materiaalit, ekologian, ergonomian, tuotantotekniikan, jakelutieratkaisut, promootiot jne. Halutun sanoman

välittymiseen vaikuttaa kokonaisuudessaan hyvin moni muu seikka kuin vain graafinen ilme (Pohjola, 2003, 30).

Muotoilijan taitona ovat värin, harmonian, geometrian, kosketuksen, mielikuvituksen, yksityiskohtien tajua ja visualisoinnin laatu. Muotoilijan palveluista arvostetaan synteiesien teon, havainnointikyvyn ja ongelman ymmärtämisen tajun takia. Usein muotoilijan työ mielletään vain asiakkaan tai käyttäjän näkökulman ottamiseksi, mutta liiketoiminnan näkökulman ymmärtämiseen laajemmin liittyy yhteistyö- ja keskustelukykyä ja dialogia (Pohjola, 2003, 33).

Ilmeen rakentamisessa tarvitaan muotoilun keinoja erityisesti silloin kun sitä sovelletaan eri viestimiin; esimerkiksi nettisivustolle tai perinteiseen painotuotteeseen.

2 TOIMEKSIANTO

Kullervo-musikaalia tapahtumana ja sen graafisen ilmeen suunnittelua tulee lähestyä graafisen suunnittelun kentällä mainosgrafiikan ja tapahtumamarkkinoinnin näkökulmista. Musikaali on kokemuksellinen markkinointitoimenpide, jossa musikaali-tuote kohtaa asiakkaansa, eli kävijät.

Seinäjoen ammattikorkeakoulun kulttuurituotanto tuotti musikaalin, joka oli kulttuurituotannon opiskelijoiden versio Seppo Parkkisen näytelmästä. Yhteistyövuotena muotoilun ja kulttuurituotannon välillä vuosi 2010 oli ensimmäinen. Musikaalin kohderyhmänä oli työryhmän määrittämä 14-29 vuotiaat nuoret.

Kohderyhmä määriteltiin hyvin laajaksi, joten tarkensin sitä vielä SeAMKin opiskelijoihin. Heidät huomioidaan markkinointivälineiden levittämisessä.

Musikaali oli taidonnäytteenä kulttuurituotannon omaa markkinointia, mikä tuli ottaa huomioon ilmeen suunnittelussa. Markkinoinnin on aina tarkoitus saavuttaa positiivinen muistijälki yleisössä ja tässä tapauksessa sillä haluttiin synnyttää ja vahvistaa muistijälkeä Kulttuurituotannon opiskelijoiden osaamisesta.

Tuote- ja yristysidentiteetin kehittäminen mielletään visuaalisuuden näkökulmasta yleisesti yhtenäisyyden luomiseksi. Brandin tavoitteena on luoda erottuva, persoonallinen ja selkeä mielikuva tuotteesta, palvelusta tai organisaatiosta. Se luo tarkoituksenmukaisia mielikuvia, joilla vahvistaa imagoa ja tunnettuutta. (Pohjola, 2003, 13)

Visuaalisen ilmeen ohjeistamisen avulla ilme pysyy ehjänä. Graafisen ohjeistuksen tärkeimmät käyttäjät ovat sisäiset kohderyhmät tai yhteistyökumppanit, jotka tarvitsevat usein konkreettisiakin työkaluja ja ohjeita sovellusten tuottamiseen. (Pohjola, 2003, 152).

Toimeksiantona tehdyn ohjeiston kohderyhmänä oli ensisijaisesti SeAMK Kulttuurin opiskelijatyöryhmä ja toissijaisena musikaalin ilmeen sovellukset toteuttavat tahot; paino ja mainosmateriaalien valmistajat.

Ohjeistukselta vaaditaan eri tasoja, koska organisaatioissa eri tasoilla informaation tarvekin on erilainen; tavoitteen kuvauksessa määritellään tavoitemielikuva, brandin määrittelyt sekä sovellusalueen rajoitukset ja tavoitteet. Näiden tulisi osoittaa visuaalinen yhteys tavoitemielikuvaan. Visuaalisuuden kuvaus taas liittyy kuvailevaan tasoon. Se osoittaa visuaalisen identiteetin pysyvät elementit ja konseptin soveltamisen sovelluksissa käyttöön liittyvät rajoitukset huomioiden. Tekninen taso sisältää selkeät toteutusohjeet sovellusten toteuttamiseksi. Sähköisessä ohjeistossa hyödytään valmiin tiedoston avusta, joka pitää valmiit määrittelyt sisällään. (Pohjola, 2003, 154)

Ohjeistuksen tasot tuli huomioida, koska ohjeiston lukijatkin olisivat eri lähtökohdista graafiselta lukutaidoltaan. Ohjeisto tulee aina toteuttaa kohderyhmänsä huomioon ottaen, jotta sen sisältämä ilme pysyy koossa.

2.1 Tavoitteet

Opinnäytteeni tavoitteena oli luoda Kullervon tarinaa henkivä ilme, joka herättäisi musikaalin kävijöiden mielenkiinnon ja lisäisi SeAMK Kulttuurin tunnettuutta.

Graafisen muotoilun tarkoitus ja tehtävä on yhtenäistää tapahtuma visuaalisesti ja luoda vaikutelma tasokkaasta ja hallitusta tapahtumasta. Näin houkutellaan sponsoreita lähtemään tapahtuman tukijoiksi. (Finke, 1999, 13)

3 KULLERVO

3.1 Kalevala ja Kullervo

Suomen kansanrunouden arkisto on maailman suurin.

Vuonna 2010 tuli kuluneeksi Vanhan Kalevalan ilmestymisestä 175 vuotta ja Kantelettaren ilmestymisestä 170 vuotta.

Kalevala on vaikuttanut suuresti suomalaiseen taiteeseen erityisesti 1800-1900 – lukujen vaihteessa. Kalevalasta on esitetty nationalistisia, pasifistisia ja kommunistisiakin tulkintoja ja se on inspiroinut taiteilijoita kaikilla taiteen osa-alueilla. Aihe on löytänyt tiensä kirjallisuuteen, musiikkiin ja kuvataiteeseen. Musiikin taiteessa siitä on tehty sinfonioita ja oopperoita. Kuvataiteen taiteilijoita se on innostanut aina maalaustaiteesta kuvanveistoon.

Akseli Gallen-Kallela on tunnetuin Kalevalalle kasvot antanut suomalainen kuvataiteilija. Kalevalasta ovat vaikutteita saaneet myös mm. Aleksis Kivi ja Eino Leino.

Suomen ulkopuolella se on löytänyt tiensä myös Don Rosan kautta Aku Ankkaan. J.R.R. Tolkien on inspiroitunut Kalevalasta suuresti ja mm. Taru Sormusten Herrasta trilogiasta löytyy viitteitä Kalevalan mytologiaan.

Kalevalan on yksiin kansiin kerännyt Elias Lönnrot, joka otti oletettavasti myös runoilijataiteilijan vapauksia kirjatessaan kansalliseeposta ja yhdistäen juonikuvioita. Hän on siten vaikuttanut Kalevalan tarinan muovautumiseen. Kalevalamitan runojen kieliasuja on muutenkin yhtenäistetty, sekä runojen paikkaa järjestetty asiayhteyksien mukaan.

Koko Kalevala ei kuitenkaan ole Lönnrotin keräämä. Kullervon tarina on kotoisin Inkeristä, josta sen on kerännyt ja Lönnrotille toimittanut Europaeus.

Kalevalalla on ollut suuri vaikutus suomalaisuuteen niin kielen, musiikin, kuvataiteen kuin monien tuotebrändienkin osalta. Tunnettuja Kalevala-pohjaisia

brandeja ovat esimerkiksi; Kalevala-korut, Ilmarinen vakuutusyhtiö ja Sampo pankki.

Vaikuttaisi siltä, että Kalevalaan kohdistuva arvostus ja sen luomat mielikuvat ovat vahvasti juurtuneet suomalaisten mieleen, minkä takia moni yritys ja tuotebrandi on siihen tukenut liiketoimintansa.

Tänä päivänä Kalevala kohtaa vuosien jälkeen taas uudenlaista arvostusta Kalevalan juhlavuoden tapahtumien arvottaessa sitä. Kansanrunous perinteenä muistetaan jälleen ja tuodaan lähelle ihmistä.

Jari Halonen käsittelee Heikkisen seurassa Seija Tuohesmaan kanssa (Yle Areena viitattu 3.2.2010) elokuvallista tulkintaansa Kalevalan ideasta. Radiojutussa keskustellaan aihetta sivuten myös Kalevalan käänteiden sijoittumista viikinkiajalla tapahtuneiksi, minkä kautta jatketaan pohtimalla Lönnrotin osuutta tarinan juonen kehtykseen, muokkaamiseen ja värittämiseen. On varmasti ollut hyvin haasteellista kirjoittaa kynä savuten sanasta sanaan laulajan lyriikoita.

Kullervon tarinaan kuuluvat myös sen vanhinta ainesta edustavat myyttirunot, jotka kertovat kaukaisen alkuajan luomisteoista, maailman ja inhimillisen kulttuurin synnyintarinan muodossa.

3.2 Kullervon hahmo

”Kullervo, Kalervon poika, sinisukka äijön lapsi, sai tuosta elelemähän alla varjon vanhempien; ei saanut älymähän, miehen mieltä ottamahan, kun oli kaltoin kasvateltu, tuhmin lasta tuuteltu luona kalton kasvattajan, tuon on tuhman tuuttajan” (Kalevalan 35. runo, säkeet 1–10).

Henkilönä Kullervo on uhmakas. Hänessä palaa halu tuhota. Joko osana persoonaa, tai on kömpelö ja voimakkuudestaan johtuen tahtomattaan vain onnistuu tuhoamaan kaiken. Jo syntyessään Kullervo on orpo ja erilainen. Hänen äitinsä on säästetty suvun ainoana Kalervon ja Untamon veljesriidan aiheuttaneessa teurastuksessa. Kullervo syntyy vankeudessa orjaksi.

Kullervo kasvaa traumaattisen lapsuutensa Untamolassa. Hän on väkivahva ja kaunis, eikä pysty tavallisen ihmisen tavoin mihinkään tavalliseen kotiaskareeseen. Hänet koetaan uhaksi ja koitetaan siksi poistaa; saada hengiltä, mikä osoittautuikin kaikin tavoin mahdottomaksi.

Kullervoa koitetaan polttaa, hukuttaa ja hirttää. Tarinan edetessä Ilmarisen vaimon ilkeyttään leivän sisään leipoma kivi katkaisee Kullervon puukon terän. Puukko on ainoa muisto Kullervon isästä ja sen murtuminen saa Kullervon raivon valtaan. Kostoksi hän kiroaa metsän pedot tappamaan Ilmarisen vaimon.

Kullervo karkaa ja eksyy. Löydettyään viimein takaisin kotiin hän päätyy sisarensa kanssa sammalvuoteelle. Kun sisaruussuhde selviää, sisko hukuttautuu ja Kullervo lähtee raskaan henkisen painolastinsa ajamana kostoretkelle Untamolaan. Tapettuaan koko Untamolan väen Kullervo palaa kotiin, jossa odottaakin tieto siitä, että kaikki perheenjäsenet ovat kuolleet. Kaikkensa menettäneen Kullervon ratkaisu on tappaa itsensä miekallaan.

Eri aikakausina Kullervoa on esitetty kutakin aikaa henkivällä tavalla; milloin sankarina, milloin tragedian uhrina ja milloin punkkarina. Kullervon tapahtumia on kuvattu eri tyylein ja eri aikakausina million mitäkin painottaen.

4 TUTKIMUSOSA

Visuaalisen markkinoinnin tehtävä on täydentää yrityksen markkinointikokonaisuutta toimien osana yrityksen markkinointiviestintää. Välineenä se luo yrityksestä ja sen tuotteista mielikuvaa, jonka pyrkimyksenä on vahvistaa identiteettiä ja luoda ostohalua. Mielikuvan kautta visuaalinen markkinointi tavoittelee asiakkaan ostotarpeen aktivoimista. Pyrkimyksenä on saada asiakas valitsemaan yrityksen ja kilpailijoiden välillä. (Nieminen 2004, 8 – 9)

Asiakkaan käyttäytymisen syistä ja siihen vaikuttavista tekijöistä tarvitaan aikaisempaa enemmän syvällistä ymmärtämistä. Muotoilun ja viestinnän näkökulma syventää tiedon hankintaa käyttäen luontevaa yhdistelytapaa demografisten tekijöiden ja taloudellisten tunnuslukujen sijaan ja tarjoaa tuloksia ymmärrettäväksi ja hyödynnettäväksi kokonaisuudeksi. (Pohjola 2003, 49)

Nykypäivän kuluttajista jopa 80% pitää tutkimusten mukaan ostamista ikävyyttävänä ja jopa epämiellyttävänä kokemuksena. Tämä tekee kuluttajasta vaativan ja haastavan asiakkaan, joka osaa vaatia tuotetarjonnalta valmiiksi ajateltuja selkeitä kokonaisuuksia. (Nieminen 2004, 210)

Palvelujen markkinoinnissa visuaaliset mielikuvat korvaavat puuttuvan tuotteen. Mielikuvia luodaan kuvien, symbolien, värien ja tarinoiden avulla toimitilojen designin ja palvelukulttuurin myötä visualisoimalla palvelut nähtävään muotoon. Pieni budjetti ei ole este visuaalisen markkinoinnin toteuttamisessa, vaan huomioarvoisinta on oikeanlainen kokonaisuus; värit, valaistus, rakenteet ja kalusteet. (Nieminen 2004, 211)

Asiakkaan tavoittaminen alkaa usein mainonnasta. Onnistuneella mediamainonnalla luodaan asiakkaalle tarve lähteä liikkeelle. Tuote, eli tässä tapauksessa musikaali, esitellään asiakkaalle mainosgrafiikan välittämien mielikuvien kautta.

Tunnistaminen on kaiken ydin. Tunnistettavuuden mahdollistaa tehokas, eli lyhyt ja yksinkertainen verbaalinen viesti visualisoituna selkeästi tunnistettavaan

muotoon kampanjan omalla väriteemalla, joka erottuu yrityksen muusta viestinnästä. (Nieminen 2004, 233)

4.1 Sisällönanalyysi

Sisällönanalyysiä laadullisen tutkimussuuntauksen menetelmänä on usein käytetty tekstin ja/tai kuvan tutkimisen analysoinnissa.

Sisällön erittely -termi on toinen sisällönanalyysistä käytetty ilmaisu. Sen täydellisestä tarkoitusperänsä vastaavuudesta ollaan tutkijoiden parissa montaa mieltä.

Vilka (2005, 139) tuo teoksessaan esille Tuomen, Sarajärven ja Anttilan eri näkökulmat termistä sisällönanalyysi. He esittävät termin olevan laadullinen metodi, jossa tutkimusaineisto kuvataan sanallisesti. Vilka itse esittää termin olleen alkujaan kvantitatiivinen menetelmä, joka koostuu havaintoyksiköistä ja yksilöidyistä numerojärjestelmistä, joiden avulla materiaali tilastoidaan.

Seppänen (2005, 142) toteaa sisällönanalyysin olevan pelkistetyimmillään kuvien ja tekstien järjestelmällistä luettelointia numeroiksi muuttamalla.

Sisällönanalyysin päämääränä on luoda pohjaa musikaalin ilmeen suunnittelulle analysoimalla aiheesta tehtyjä erilaisia ilmeitä. Aihetta pyritään analyysistä saadulla avulla käyttämään kulttuurillisessa ja tarkoituksenmukaisessa kontekstissaan. (Tuomi, Sarajärvi, 2009, 86)

Sisällönanalyysin osana on Kalevalaa kuvallisesti esittävät Akseli Gallen-Kallela, Kalervo Palsa, Gene Kurkijärvi ja Sanna Annukka. Taiteilijoiden töistä valitsin Kullervo kuvaavat työt. Sanna Annukan kohdalla valitsin katselman useampaan hänen työhönsä, koska suunnittelija Sanna Annukka pohjaa kaikki työnsä suomalaiseen luontoon ja Kalevalaan. Kalevalapuolen aineiston esimerkit ovat keskenään eri aikakausilta ja tyyliltään erilaisia.

Rock-puolen esimerkkeinä toimivat Amorphis, Apocalyptica ja Teräsbetoni, jotka valitsin nykypäivän suomalaisen musiikin tunnetuina edustajina. Teräsbetonin erityisesti vielä "sankarifiilisen" viestijänä. Kullervollahan on tarinassaan

eräänlainen sankarin rooli taistellessaan vastoinkäymisestä toiseen, vaikka kohtaakin tarinassaan surullisen lopun.

4.1.1 Akseli Gallen-Kallela

Akseli Gallen-Kallela on antanut Kalevalalle tunnetuimmat kasvot. Hän oli eläessään Suomen kansainvälisesti tunnetuimpia taiteilijoita ja on vieläkin hyvin arvostettu. Gallen-Kallelan tyyliä ovat kansallisromantiikka, symbolismi ja realismi.

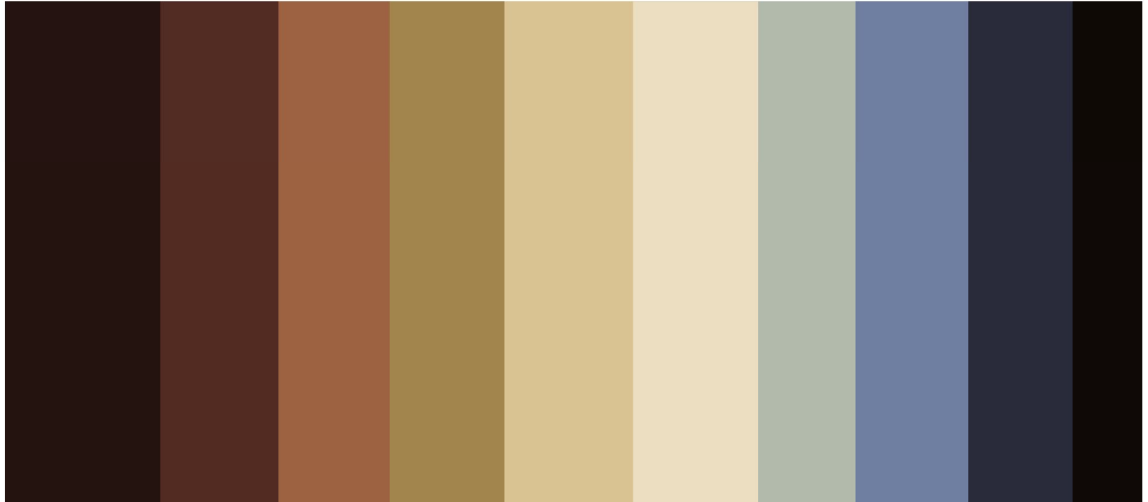
Hänen tunnetuimpiin teoksiinsa kuuluu Kalevalan tarinoiden osalta ”Sammon puolustus”, 1896, joka kuvaa sammon ryöstön tilannetta; Väinämöinen miehineen on veneessä puolustamassa Pohjolasta ryöstettyä sampoja Louhelta ja tämän miehiltä.



Kuva 47. Kullervon kirous

(Lähde: http://www.ateneum.fi-a.innofactor.com/kullervonkirous/kullervon_kirous)

Valitsin sisällönanalyysin osaksi Gallen-Kallelan työn "Kullervon kirous" 1899 (Kuva 1.), koska Kalevalaa paljon maalanneena taiteilija Gallen-Kallelan voi olettaa olleen perehtynyt Kullervon tarinaan ja siten tuoneen maalaukseen paljon hyödyllistä informaatiota. Gallen-Kallelan töille on ominaista värien maanläheisyys (Kuva2).



Kuva 48. Gallen-Kallelan taulun värit

4.1.2 Kalervo Palsa

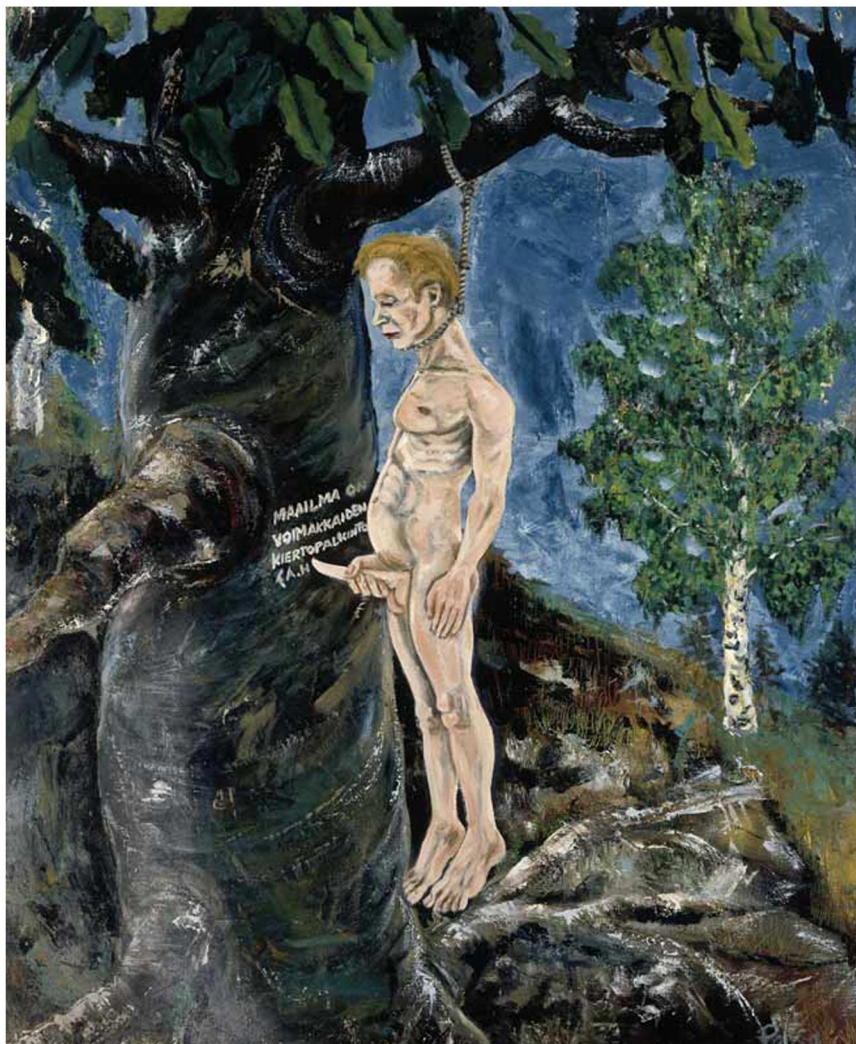
Valitsin Kalervo Palsan ”Kullervo” –työn (Kuva 4) 1983 osaksi sisällönanalyysiä, koska se on mielipiteitä herättävä; Teoksessa hirttosilmukassa roikkuva Kullervo kaivertaa siittimellään puun runkoon ”Maailma on voimakkaiden kiertopalkinto” - Hitler-sitaattia. Teos on kannanotto natsismiin.

Kuvan asettelu muistuttaa R.W.Ekmanin vuonna 1864 piirtämälle ”Kullervo piirtää puuhun” -luonnokselle ja se on pastissi Väinö Blomstedtin työlle ”Episodi Kalevalasta”, 1897.

Värien (Kuva 3) sävyt ovat tummat ja valo on kuin kaamoksesta. Palsan työ on paitsi metafora tämän omasta elämästä, on se myös kannanotto ihmisen asemaan maailmassa.



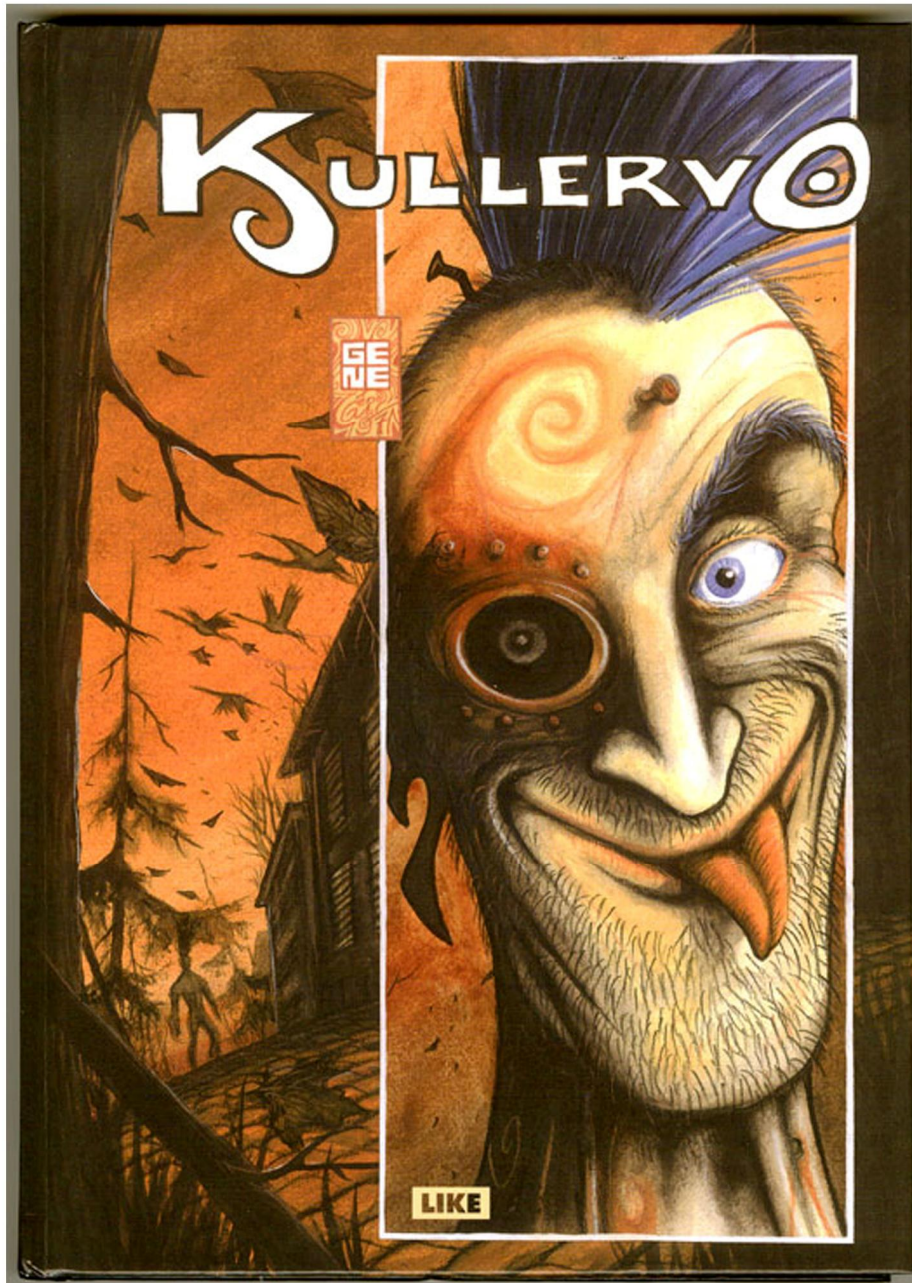
Kuva 49. Palsan taulun värit



Kuva 50. Kullervo
(Lähde: <http://www.ateneum.fi/kalevalataidetakouluille/kullervo.html>)

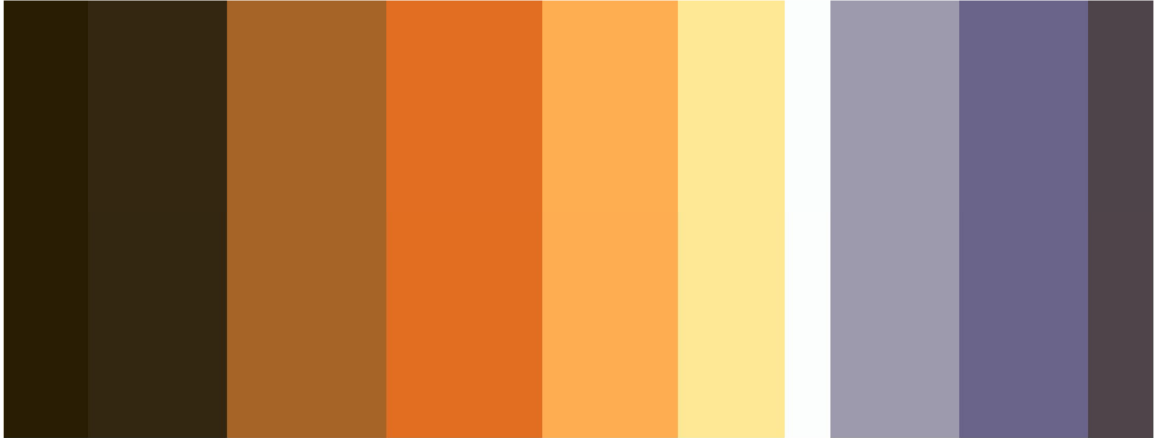
4.1.3 Gene Kurkijärvi

Gene Kurkijärven Kullervo –sarjakuva-albumi (Kuva 5) on julkaistu 2009. Julkaisussa Kalevalan Kullervon tarina sijoittuu kirkasväriseen (Kuva6) kyberpunkmaailmaan, jossa kalevalamitta on Helsingin puhekieltä ja Kullervo itse on naulapäinen punkkari.



Kuva 51 Kullervo

(Lähde:<http://www.kalevalaseura.fi/kaku/sivu.php?n=p1a3&s=p1a3s7&h=hp1a3&f=fp1s>)



Kuva 52. Teoksen värit

4.1.4 Sanna Annukka

Sanna Annukka edustaa Kalevala-osion modernia puolta ja hänen töidensä yleisenä tyylinä voidaan pitää selkeyttä ja hahmojen pelkistämistä (Kuvat 7, 8 ja 9). Sanna Annukka on puoliksi suomalainen, puoliksi englantilainen suunnittelija, joka pohjaa työnsä Kalevalaan ja suomalaisen luonnon synnyttämään inspiraatioon. Värejä on käytetty harkiten ja ne ovat usein kylmiä (Kuvat 10, 11 ja 12).



Nettisivu



Sampo -aiheinen Taikamyllly -retrokangas Marimekolle



Kanteleen kutsu -postikortit



Navajo- muistikirjat

Kuva 53. Sanna Annukka 1
(Lähde: <http://www.sanna-annukka.com/>)



1973-card range kortit;
hopea, kulta ja pronssi

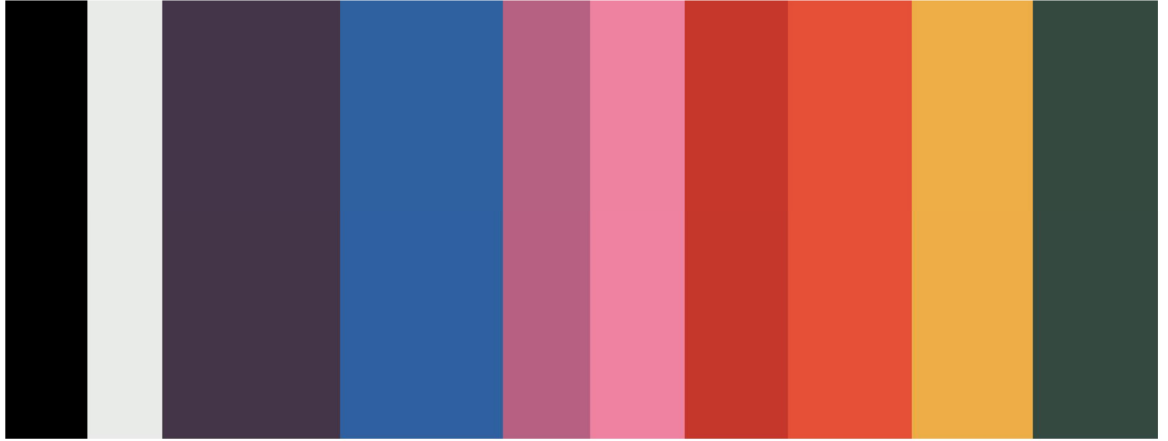
1973-card range käärepaperit

Kuva 54. Sanna Annukka 2
(Lähde: <http://www.sanna-annukka.com/>)

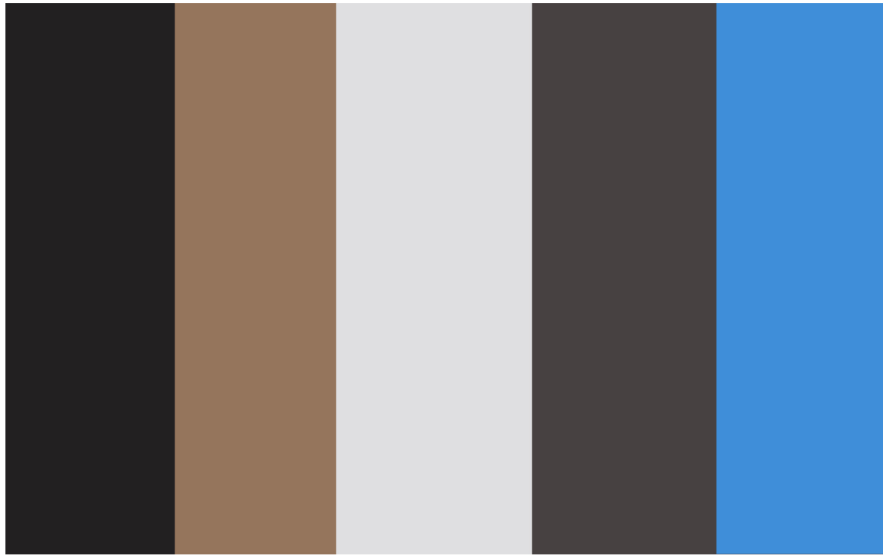
Keane -materiaaleja



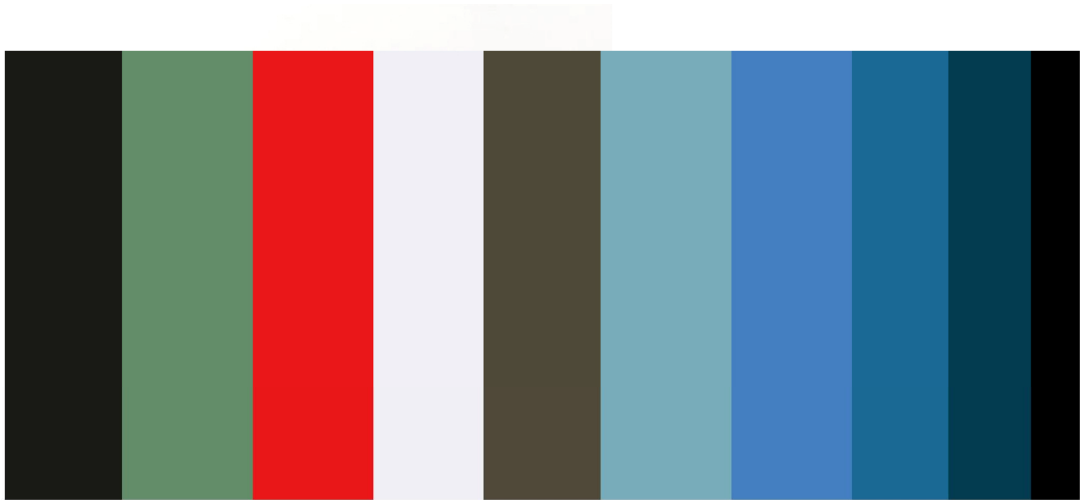
Kuva 55. Sanna Annukka 3
 (Lähde: <http://www.sanna-annukka.com/>)



Kuva 56. Väritys Sanna Annukka 1



Kuva 57. Väritys Sanna Annukka 2



värit

Kuva 58. Värit Sanna Annukka 3

4.2 Rock osaksi ilmettä

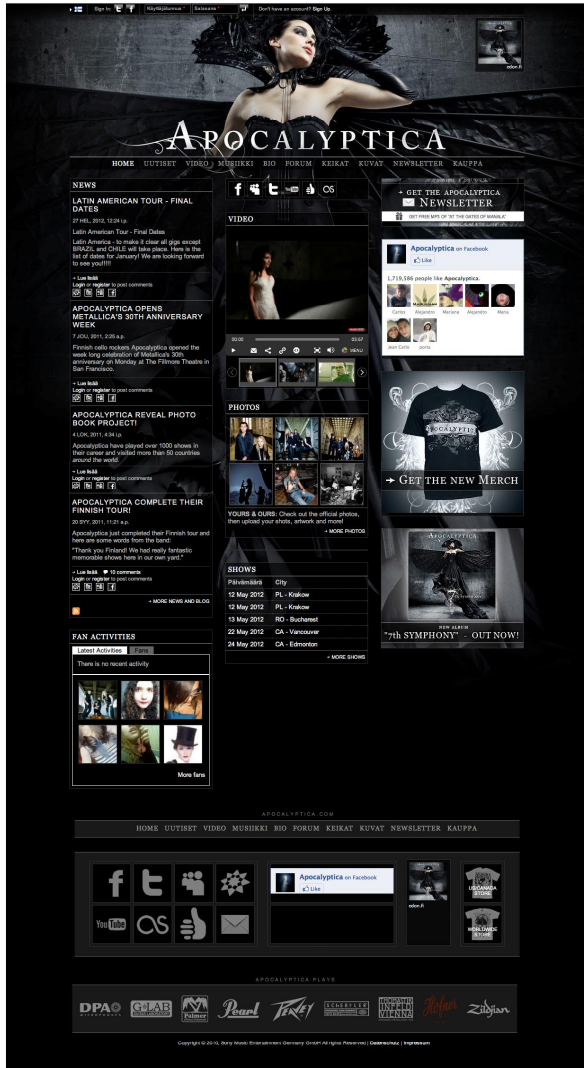
Rock-puolen analyysin tarkoituksena oli sitoa suunniteltava ilme musikaalin luonteeseen. Analysoitavista yhtyeiden ilmeistä jokainen tuo oman erilaisen näkökulmansa sisällönanalyysiin, josta ilmeen suunnittelussa voidaan hyötyä.

Toimeksiannon saadessani musikaalin musiikkityyli ei ollut tiedossa, mutta asiakkaan ja musikaalin ohjaajan mielikuvat tarinasta kuuluani ja tutustuttuani Kullervon tarinaan, lähdin heti työstämään ”rock”-ideaa, koska se juurtui Kullervon tarinan hengestä. Valmiissa ilmeessä sai olla asenteellisuutta ja synkkyyttä, koska Kullervon tarinakin oli. Valitsin ”rockin”, tyyliänsä, koska se on kohderyhmään vetoava ja sävyltään laajasti mielletävissä.

Kalevalan innoittamiin suomalaisiin yhtyeisiin kuuluu mm; Amorphis, Ajattara, CMX, Ensiferum, Kalevala, Kotiteollisuus, Korpiklaani, Stam1na, Viikate ja Värttinä.

4.2.1 Apocalyptica

Apocalyptica on suomalainen rock-yhtye, joka tuli maailmanlaajuisesti tunnetuksi julkaisemalla albumillisen Metallica:n kappaleita selloilla soitettuna. Yhtyeen musiikki on soitinpainotteista pääosin instrumentaalista orkestraali sello-rockia.



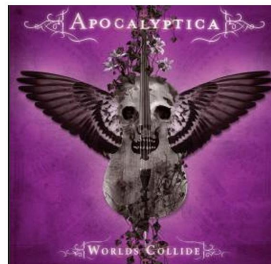
Nettisivu



T-paitoja



7th Symphony
-levynkansi



Worlds Collide
-levynkansi

Kuva 59. Apocalypican nettisivut ja oheismateriaaleja

ni kuulosu karmiaita, joten halusimme tehdä uuden
 sa Inquisition Symphonyssa Apocalyptica uudellee
 säksi he saivat paremmin levyn tuotetuksi Otto Dor
 ään, myös tällä levyllä esiintyi Metallicaa, mutta my
 aalia. "Oli hauskaa, sillä ensimmäisen albumin jälk
 ', ja sitten taas toisen albumin jälkeen ihmiset sand
 pää. Apocalyptican aika on ohi.' Mutta olemme vielä
 Apocalyptica tiesi, että heidän tulisi tehdä joitain m
 e coveria ja loput olivat Toppisen orginaaleja. Bändi
 Nasic ja Matthias Sazein. Albumi ei istunut levy-y
 Onneksi Apocalyptican sopimus levy-yhtiön kanssa



Logo

Nettisivujen fontti

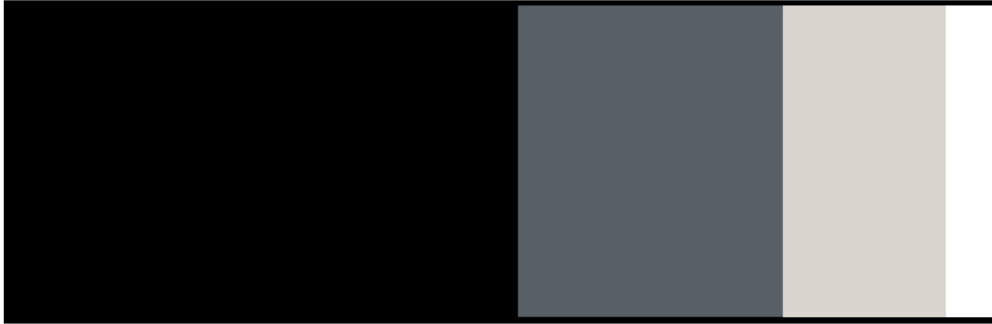


Pressikuva



Livekuva

Kuva 60. Apocalyptican nettisivujen fontti, logo ja kuvat yhteestä



Kuva 61. Apocalyptigan nettsivujen värit

4.2.2 Amorphis

Amorphis on suomalainen metalliyhtye, jonka musiikin lyriikat pohjautuvat Kalevalan tarinoihin.

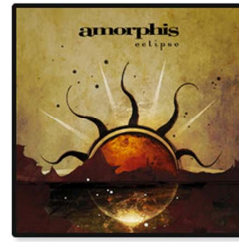
Yhtyeen Eclipse- albumi kertoo Kullervon tarinan.



Kuva 62. Eclipse-albumin värit

The screenshot shows the Amorphis website for their album 'The Beginning of Times'. At the top, the album title is displayed in a stylized font against a dark, atmospheric background. Below the title, there are navigation links: HOME, BAND, DISCOGRAPHY, TOUR, MULTIMEDIA, PRESS, CONTACT. The main content area is divided into several sections:

- Official Webshops:** Links to Art Work and Spotify.
- Official Forum:** A link to the band's official forum.
- Gigs:** A section for upcoming live performances.
- Social Media:** Facebook and YouTube icons.
- Amorphis on Facebook:** A small Facebook widget.
- Amorphis:** A section with a quote: "Amorphis has set up their next tour...".
- Amorphis on Facebook:** Another social media widget.
- Amorphis Mobile Backstage: Official Fan Community:** A section promoting a mobile app.
- Support acts in Europe:** A section listing support acts for the European tour.
- Summer's end... and beyond:** A section with a photo of the band performing live on stage.
- Thank you Tuska!:** A section with a photo of the band performing live on stage.
- Amorphis:** A section with a quote: "Amorphis will play 4 shows all over Finland...".
- Number 1 in Finland & Top 20 in Germany!:** A section celebrating the album's chart success.



Eclipse-albumi kertoo Kullervon tarinan



Eclipse-albumin T-paita

<-Nettisivu

Kuva 63. Amorphiksen nettisivut ja oheistuotteita

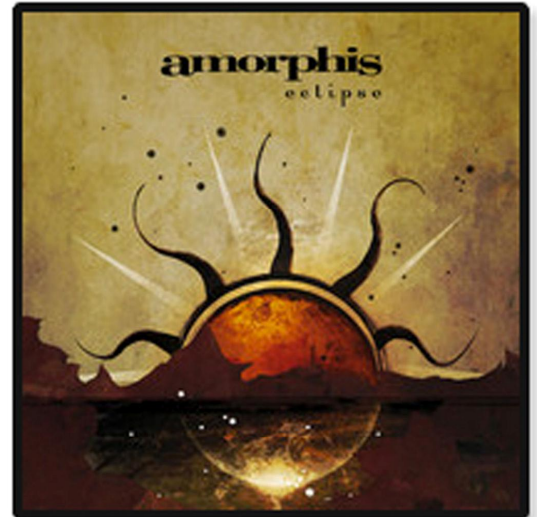
classical concert halls in major Finnish towns. The band's environment very different from the usual. After the recent territory.

to be expected: "The shows will include songs we have better-known tunes. However, it is not going to be a ears now, and with this concert hall setting and the ourselves. We noticed that in fact we have rather many their compositions.

which at least multi-instrumentalist Sakari Kukko is w tier occasions and also played on the albums Tuonela Nettisivujen fontti



Logo



Kuva 64. Amorphicsen nettisivujen fontti, logo, Eclipse albumi ja bändin kuva

4.2.3 Teräsbetoni

Teräsbetoni on suomalainen power-metal yhtye, jonka musiikki kertoo sankaritarinoita. Yhtye edusti Suomea Euroviisuissa vuonna 2008 kappaleellaan "Missä miehet ratsastaa".



Maailma tarvitsee sankareita -levynkansi



T-paita



logo 2008



studiokuva 2008 Jere Hietala



studiokuva 2010 Eero Kokko

Kuva 65. Teräsbetoni nettisivu ja oheistuotteita, yhtyeen logo

alta Etelä-Pirkkalasta vain Tampereen rajalle,
 ppua tai mitään muutakaan niin dramaattista;
 a Teräsbetonin tiimoilta ja kun sopiva aika ko
 kuitenkin helppo suunnata isot kiitokset kai
 dollistaneet paljon, KIITOS!

kaa satavarmasti musiikin parissa. Itseäni saa
 -bilebändin keikoille ja eiköhän uutta perush
 nttyvät terasbetoni.comissa tauon ajaksi, mutt

Nettisivun fontti



Logo 2010

Kuva 66. Teräsbetonin nettisivujen fontti ja logo 2010

4.3 Taulukot

Analyysin aluksi määrittelin sopivia ryhmiä, joista tarkentaa ilmeen suunnitteluun tarvittavat muuttujat.

Kuvateos-aulukossa (Taulukko 1) on listattuna Gallen-Kallelan, Palsan, Kurkijärven ja Sanna Annukan. Niistä ryhmittelin värejä, tunnelmaa, merkkisymboleita ja muotoa.

Taulukko 6. Kuvateosten sisällönanalyysin ryhmät

Kuvateos	Värit	Tunnelma	Merkit	Muoto
Gallen-Kallela Kullervon kirous	maanläheiset; puun ruskea metsän vihreä veden sininen vaalea lämmin valo	lämmin iltapäivä, hiusten heilahdus, nyrkin kohoaminen	kullervon ilme, nyrkki, koira, leipä, katkennut puukko, mänty, neu- lasat, pihlajanmarja, nouseva myrskypilvi,	luonnon- mukainen, realistinen, siloteltu,
Palsa Kullervo	maanläheiset, kylmät, puun ruskea metsän vihreä veden sininen kylmä, sininen valo	ilta tai kaamos, pysähtynyt hetki	hirttosilmukka, siitin, kaivertava puukko, kaiverrus, vanha puu, nuori koivu,	maalauksjälki näky, surrealisismi vs. realismi,
Kurkijärvi Kullervo	vastavärit; oranssi sininen, yleislämpötila lämmin, runsas kontrasti,	ilta, auringon- lasku, lämmin oranssi, lintujen liike, Kullervon virnistys	puun oksa, lentävät linnut, kullervon kasvot, kuusi, metsä, mökki	piirros, yksityis- kohtainen, sarjakuva
Sanna Annukka Kalevala	perusvärejä, välivärejä, raikas, moderni,	kylmää ja läm- mintä, myös vastavärejä, printin liike, hahmot pysähtyneet	kasvimaailma, eläi- met, orava, karhu, lintu, hevonen, nelikulmio, ympyrä, kolmio,	pelkistetty, graafinen, terävä,
Sanna Annukka 1973	kääreissä ruskea ja sininen, kor- teissa kulta, hopea, pronssi	tekstuuria, kiil- toa "arvo- väreissä"=kulta/ hopea/pronssi, pysähtynyt hetki	voikukan siemenosa, lintu, talo, lehden ruoto, savu, puu, kuusi, kukka, veden aallot, vene, aurinko, silmä	pelkistetty, graafinen, pehmeä,
Sanna Annukka Keane	vedensininen, metsänvihreä, punainen musta ja valkoinen kovuus, moderni	moderni, liikehtivä	hevonen, aallot, kuu- mailmapallo, pääkal- lo, maatuskanainen, riikinkukko, aurinko, kirkko/linna, kuusi, sydän, kaupunki, kupla	pelkistetty, moderni, pyöreät muodot, paikoin terävä

Taulukko 2. Kuvaa Yhtyeiden ryhmittelyä. Otin huomioon nettisivuilla ja oheismateriaalissa käytetyt värit, tunnelman, symbolimerkit, kuvan tyylin ja logotyypin muodon.

Taulukko 7. Yhtyeiden sisällönanalyysin ryhmät

Yhtye	Värit	Tunnelma	Merkit	Kuvan tyyli	Logo
Amorphis	nettisivulla musta pohja, kylmän sävyinen kuva-aihe, tumma sininen, harmaa sumu teksti valkoinen T-paidassa tumma pohja, kuva-aihe ruskea, oranssi	nettisivun kuvassa odottava, kylmä valo Eclipse-albumissa oranssi aurinko, lämmin, maanläheinen tunnelma	muna, metsä, kuusi, aurinko, tai lonkeroinen kuu	nettisivun taustakuva; realistinen, yksityiskohtainen t-paita; tyylitelty, yksinkertainen, graafinen	pääteellinen, kirjainmuotona pehmeä ja pyöreä gemena, kirjainten linja tasassa, välistys tiivis
Apocalyptica	nettisivulla musta pohja, kylmän sävyinen kuva-aihe; musta, harmaa, teksti valkoinen T-paidoissa pohja musta, kuvassa tehosteena punainen, yleisväri musta	nettisivun kuvassa kylmä, kolea, kova valo,	nainen, sellon kielet, pääkallo, sello, siivet,	nettisivun kuva; studiokuva, yksityiskohtainen t-paidoissa; valokuvaa tai tietokonegrafiikkaa, yksityiskohtaisia	pääteellinen, versaali, kirjainten linja tasassa, välistys suuri
Teräsbetoni	nettisivulla musta pohja; lämpimän sävyinen kuva-aihe; musta, ruskeat, okra, vaalea harmaa teksti valkoinen T-paidan pohja musta, painatus valkoinen	nettisivun kuvassa lämmin, sankarillinen henkilön asennon ja tuulen takia, lämmin valo	heraldinen tunnus, sankarihahmo, teräase, lippu, metsä, kallio	nettisivun kuva; piirroskuva, yksityiskohtainen t-paidassa vaakunamainen sommitelma miekasta ja kilvestä	pääteellinen, versaalia ja gemenaa sekaisin, kirjainteninja rikkonainen ja "tanssiva", välistys tiivis

Ryhmätaulukoiden pohjalta määritellyihin muuttujataulukoihin poimin värit, logotyypin ja kuvasymbolit.

Väriosan analyysin helpottamiseksi tein aineiston eri osien pohjalta väripaletit; jokaisesta omansa. Kuvataiteen puolelta kollaasit koskivat yksittäisiä teoksia, Sanna Annukan graafisista töistä erittelin värit eri tuotteiden käyttötarkoituksen mukaan; ryhmittelin työt yleensä Kalevalaa kuvaaviksi, 1973-projektiin ja Keane-materiaaleja analysoiviksi.

Ryhmittely auttoi muuttujien valinnassa ja jo heti ryhmittelyvaiheen väripalettien tekemisen aikana alkoi mielessäni työstyä yleiskatsantana Kullervo-musikaalin mahdolliset väri vaihtoehdot.

Sisällönanalyysitaulukoissa lasketaan muuttujien toistumista jokaisessa aiheessa, jolloin tuloksiksi saadaan koottua aineiston yleisimmät muuttujat.

Taulukko 8. Värit

	musta	puhdas valk.	sininen	punainen	keltainen	violetti	oranssi	vihreä	ruskea
1	x		x				x	x	x
2	x		x					x	x
3	x	x	x		x	x	x		x
4.1	x	x	x	x	x	x	x	x	
4.2	x	hopea	x		kulta		pronssi		x
4.3	x	x	x	x				x	x
5	x	x					x		x
6	x	x							
7	x	x							x
yht.	9/9	7/9	6/9	2/9	3/9	2/9	5/9	4/9	7/9

1= Akseli Gallen-Kallela, Kullervon Kirous

2= Kalervo Palsa, Kullervo

3=Gene Kurkijärvi, Kullervo

4.1= Sanna Annukka Kalevala, 4.2= Sanna Annukka 1973, 4.3= Sanna Annukka Keane

5=Amorphis

6=Apocalyptic

7=Teräsbetoni

Väreillä on hyvin tärkeä rooli visuaalisissa ilmeissä mielikuvaa luovana osana. Siksi ilmeessä käytettäviä värejä valitessa tulee tarkoin pohtia välittävätkö ne viestiä halutuista ja toivotuista asioista.

Pidin tärkeänä poimia värejä sekä Kalevalan Kullervon, että rockin aineisto-osista, jotta saisin suunnittelutyöhöni maksimaalisen hyödyn värien otannasta;

- Erottelin analyysiin päävärit; sinisen, punaisen ja keltaisen.
- Välivärit; vihreän, oranssin ja violetin.
- Neutraaleina; mustan ja valkoisen,
- sekä murrettuna värinä ruskean.
- Pronssin huomioin oranssin sarakkeessa. Vaihtoehtoisesti sen olisi voinut lukea ruskean sarakkeessa, riippuen sen lämpöasteesta ja tummuudesta.
- Kullan luokittelin keltaiseen ja hopean valkoiseen heraldisten määritysten mukaisesti.

Tuloksena värien kohdalla selvisi mustan olevan käytetyin värin visuaalisissa ilmeissä. Se löytyi jokaisesta aineiston aiheesta. Puhdas valkoinen ja ruskea olivat jaetulla toisella sijalla. Sininen väri oli kolmanneksi käytetyin ja oranssi neljäs. Seuraavaksi vihreä, minkä jälkeen keltainen ja viimeisenä saman arvoisina punainen ja violetti.

Taulukko 9. Logon ominaisuudet

	Amorphis	Apocalyptica	Teräsbetoni
päätteelliset kirjaimet	x	x	x
gemena	x		x
versaali		x	x

Logon ominaisuuksien taulukkoon otin suoraan analyysissä näkyvillä olevat logot, jotka rajasin tulevaksi rock-aineiston puolelta.

Tuloksista selvisi, että kaikissa logoissa oli käytössä päätteelliset kirjaimet. Lisäksi vertailin gemenan ja versaalin valintaa logoissa ja selvisi, että molempia on

käytetty; Amorphiksen ja Apocalypticin kohdalla erikseen ja Teräsbetonin logossa yhdessä.

Taulukko 10. Merkit/Symboli

	Lintu	Kullervo/ mieshahmo	Nyrkki	Puukko/ teräase	Puu/Kasvi	Pääkallo	Vesi	Aurinko	Rakennus
1		x	x	x	x		x		
2		x		x	x				
3	x	x			x				x
4.1	x				x			x	
4.2	x				x		x	x	x
4.3	x	x			x	x	x	x	x
5					x		x	x	
6					x	x			
7		x	x	x	x		x	x	
yht.	4/9	5/9	2/9	3/9	9/9	2/9	5/9	5/9	3/9

1= Akseli Gallen-Kallela, Kullervon Kirous

2= Kalervo Palsa, Kullervo

3=Gene Kurkijärvi, Kullervo

4.1= Sanna Annukka Kalevala, 4.2= Sanna Annukka 1973, 4.3= Sanna Annukka Keane

5=Amorphis

6=Apocalyptic

7=Teräsbetoni

Poimin taulukkoon ryhmäluettelon pohjalta symboliaihteita, joista voisin valita aiheen merkkiin. Taulukossa tuli ottaa huomioon molemmat osat; sekä Kalevala,

että rock, jotta merkin valikoimasta tulisi mahdollisimman kattava ja tuloksissa toistuvimman merkin valinnanvara vaihtoehtoisempi.

Tuloksena selvisi, että valitsemistani merkin muuttujista yleisimmin toistuva symboli oli puu tai kasvi. Toiseksi yleisimmät symbolit olivat Kullervo/mieshahmo, vesi ja aurinko. Jaetulla kolmannella sijalla olivat puukko/teräase ja rakennus. Harvinaisimpia valituista muuttujista olivat nyrkki ja pääkallo.

5 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ SISÄLLÖNANALYYSISTÄ ILMEEN SUUNNITTELUA SILMÄLLÄ PITÄEN

Rajaamalla tutkittavat muuttujat väreihin, merkkeihin ja logoon pyrin saamaan suoraviivaisesti ja loogisesti tarvitsemani tiedon, jonka tarvitsin musikaalin ilmeen värien, merkin ja logon suunnittelutyöhön. Ilmeen rakentamisen pohjana olivat tulokset muuttujien toistuvuudesta, joiden löytämiseen ja yhdistämiseen tehtävän ilmeen osiksi vaadittiin muotoilijamaista päättelykykyä; eri osien tulee toimia kokonaisuutena ja viestiä toivottua mielikuvaa.

5.1 Johtopäätöksiä tuloksista

5.1.1 Värit

Väriaineiston muuttujina olivat ruskea, musta ja valkoinen, sekä päävärit ja välivärit.

Hansenin kuvaamien Heraldisten värien merkitysten mukaan värit selitetään;

- Kulta/keltainen viestii kunniaa ja luotettavuudesta
- Hopea/valkoinen. viestii uskollisuudesta ja puhtaudesta
- Punainen (ruusu) viestii rohkeudesta ja palveluinnosta
- Sininen (taivas) viestii hurskaudesta ja vilpittömyydestä
- Vihreä (maa) viestii nuoruudesta ja hedelmällisyydestä
- Purppura/violetti viestii kuninkuudesta ja korkeasta säädystä
- Musta (nahka) viestii surusta ja katumuksesta
- Oranssi (turkis) viestii ankaruudesta ja kestävyydestä

(Pohjola, 2003, 136)

Kun sisällönanalyysin antamat väritulokset yhdistetään heraldisiin merkityksiin, saadaan värien osalta ”Miten yhdistetään musikaalin visuaalisessa ilmeessä

Kalevala ja rock"-tutkimuskysymykselle hyvä lähtökohta vielä lisäperusteluja vaativasta vastauksesta.

Järjestämällä heraldiset värit analyysiaineistossa ilmenneiden värien toistuvuuden mukaan voidaan todeta, että suunniteltavalle ilmeelle potentiaalisimmat värit ovat;

1. musta (nahka) = suru ja katumus
2. valkoinen/hopea = uskollisuus ja puhtaus
ruskea = ei heraldista merkitystä
3. sininen (taivas) = hurskaus ja vilpittömyys
4. oranssi (turkis) = ankaruus ja kestävyys
5. vihreä (maa) = nuoruus, hedelmällisyys
6. keltainen/kulta = kunnia ja luotettavuus
7. violetti/purppura = kuninkuus ja korkea sääty

Merkityksiä voidaan ilmeen rakentamisen seuraavana suunnitteluaskeleena tutkia Kullervon tarinan kautta; Kullervon tarinaan tutustumisen ja Kullervon hahmon pohtimisen jälkeen voidaan värejä arvottaa vielä tarinan tapahtumien ja sen luomien mielikuvien kautta. Näin perustellaan sisällönanalyysistä tulleiden tulosten käyttöä (jotka jo suuntaavat värien merkityksiä lähtökohtiensa vuoksi sekä Kalevalan Kullervoon, että rock-tyyliin) juuri tämän graafisen ilmeen pohjana ja haetaan taustatyön osalle reliabiliteettia.

Analysoimalla Kullervon tarinaa vielä ilmeen suunnittelijalle tarinan pohjalta syntyneitä mielikuvia ja edelleen niiden pohjalta tulevia värimuuttujia, saadaan ilmeeseen valittavia värejä perusteltua jälleen vankemmalle pohjalle. Mielikuvien pohtimisessa tulee muistaa kriittisyys.

Kullervon tarinasta jäi päällimmäisenä mieleeni sen dramaattinen sävy; Kullervoa yritettiin polttaa, hukuttaa ja hirttää. Tapahtumaympäristöstä jäi mielikuvaksi metsä ja Untamon kylä. Kullervon sisko hukuttautui järveen. Kullervo kosti perheensä kokemaa vääryyttä ja kuoli nuorena oman kätensä kautta.

Näihin mielikuviiin yhdistän seuraavat Heraldiset merkitykset;

1. suru = musta

2. ankaruus = oranssi
3. nuoruus = vihreä
4. kunnia = keltainen/kulta

Suunnittelijan mielikuvat on hyvä ”tarkistaa” samasta lähteestä kuin sisällönanalyysin tulokset, tässä tapauksessa edellä mainitun heraldiikan merkityksistä. Suunnittelijan omien mielikuvien lisäksi ilmeen pohjalla tulee ottaa huomioon vielä asiakkaan toiveet ilmeen viestistä.

Asiakkaan, eli musikaalin työryhmän mielikuvia kuultiin toisessa asiakaspalaverissa, 22.2.2010. Tuolloin myös musikaalin ohjaaja kertoi omista mielikuvistaan. Työryhmän ja musikaalin ohjaajan mielikuviin sopi heraldisista merkityksistä parhaiten tapahtumien surullinen sävy, eli värinä musta ja Kullervon maailman vääryyteen kohdistuva, väkivaltana purkautuva raivo, minkä sitoisin ankaruuteen, eli värinä oranssiin.

Tämän prosessin läpikäymällä musikaalin ilmeen pohjatyöhön tavoiteltiin jälleen sisällönanalyysin reliabiliteetin kasvamista. Sillä pyrittiin painottamaan, suuntaamaan, sekä tarkistamaan ”kullervolähtöisyyden” ominaisuuksia.

Kullervo-musikaalin tehtävänähän on kertoa Kalevalan Kullervon tarina, eikä ”mikä, tai mitä on rock”.

Luotettavampi näkökulma ilmeen ”kullervolähtöisyyden” perusteluille saataisiin vielä lisäämällä tutkimusaineistoa tutkittavan aiheen osalta. Reliabiliteettia voitaisiin lisätä haastattelemalla musikaalin kävijöiksi toivottujen ikäisiä ja selvittämällä heidän mielikuviaan Kullervon tarinasta. Tuloksia voitaisiin verrata sisällönanalyysin tuloksiin.

5.1.2 Merkit/symbolit

Sisällönanalyysin aineiston mukaan toistuvien symbolien merkitys on puu/kasvi. Aineistossa useimmin toistuvat muuttujat olivat tapahtumaympäristöä kuvaavia ja siksi sellaisen ottaminen osaksi musiikkialan merkkiä olisi perusteltua.

Merkit saa mielestäni olla värejä vapaammin suunnittelijan oman valinnan alla ja se mahdollistaa oman tyylin esilletuonnin kuvallisena osana.

5.1.3 Logo

Tuloksista tein johtopäätökset, että päätteellisten kirjainten käyttö on yleistä. Kuitenkin, koska aineiston osana oli vain kolme logoa, en halunnut tätä piirrettä alleviivata liian vahvasti.

Tuloksista voidaan vetää gemenan ja versaalin käytön osalta johtopäätös, että molempia on mahdollista käyttää. Suurten ja pienten kirjainten muoto ei aineiston pohjalta katsottuna vaikuta suoraan siihen ”onko logo rock”.

Nämä tulokset saatuani totesin tarvitsevani logon suunnitteluun vielä lisää informaatiota ja tarkastelin logoja uudelleen.

Aineistoa silmäillessäni havaitsin Teräsbetoni-logon olevan leikkisimmän ja rennoimman oloinen. Se sopi Teräsbetonin mielikuvaanikin sankaripaatoiltaan. Apocalyptic on logoista hienostunein ja Amorphis rauhallisin ja tasapainoisin, ikään kuin pysähtynyt. Näihin tulkintoihin vaikuttivat sisällönanalyysissä selvinneiden versaalin ja gemenan käytön lisäksi kirjainvälistys ja kirjainten väliset kokoerot.

Muuttujien ominaisuuksia kartoittaessani huomasin vielä, että yhtyeiden logoista enemmistö; Amorphis ja Teräsbetoni, olivat paksuina kirjaimin toteutettuja, kun Apocalypticilla kirjaimet olivat siroja.

Kirjainten paksuus Apocalypticin kohdalla luo siroa ja hienostuneen ilmeen. Sellaisen miltä sellon instrumentaalinen ääni kuulostaa; lennokkaalta ja

hengittävältä. Välistys logossa on runsas, mikä ilmavan ilmeen viestin välittämisen lisäksi vaikeuttaa sanan hahmottamista ja hidastaa sen lukemista.

Tämä oli hyvä huomio Kullervon logon pohjatyön osana, sillä esimerkiksi ulkomainoskäytössä olevassa Jumboscreen -mainoksessa logo on esillä vain hetken. Tuona aikana tulee katsojan pystyä lukemaan nimi ja yhdistää sen luoma mielikuva aiempaan informaatioon mitä hänellä Kullervosta on. Välistyksen on hyvä olla lukemista helpottava.

Palasin vielä kerran erikseen analysoimaan Sanna Annukan logoa kun huomasin yhtyeiden logojen päätteellisten kirjainten viestivän arvokkuudesta ja ”historian tunnusta”. Huomasin, että Sanna Annukan ilmeen viesti on modernimpi kuin yhtyeiden logot.

Sanna Annukan logo sisältää muiden aineiston logojen tavoin päätteellisen kirjaintyylin ja sisältää sekä gemenoita että versaaleja. Moderniutta päätteellisiin kirjaimiin on tuotu kirjainten ohuudella ja pyöreämmällä muodolla.

Amorphis -logonkin gemenoissa on pyöreyttä, mutta kirjaimet ovat paksumpia ja aseteltu tiiviimmin; kirjainväli on pieni ja tämä vaikuttaa lukemisen nopeuteen sitä hidastavasti. Lisäksi logo ei toimi pienessä koossa.

Sanna Annukan logojen kirjaimet ovat jopa niin ohuita, että logoa on hankala hahmottaa kaukaa tai pienessä koossa.

5.2 Pohdintaa sisällönanalyysin onnistumisesta

Sisällönanalyysi osoittautui validiksi ja innostavaksi tutkimusmenetelmäksi, vaikka alkuasenteeni sitä kohtaan oli epäilevä.

Aineistonkeruumenetelmänä sisällönanalyysi oli sopiva tämän työn tutkimusmenetelmäksi. Haasteena sen käyttämisessä huomasin olevan tiedon jäsentämisen ja muuttujien valinnan, joihin hain apua ryhmittelyn välivaiheesta, mikä auttoikin.

Pyrin valitsemaan lähdeaineistot loogisesti ja niin että niiden välillä olisi sen verran eroavuuksia ja variaatioita visuaalisuudessa, että tuloksista tulisi aineiston suppeudesta huolimatta riittävän kattavat ja musikaalin ilmeen rakentaminen saisi hyvän pohjan.

Tutkimusaineiston osalta jäi mietityttämään, ovatko Kalevalaa määrittävät lähteet keskenään riittävän yhdenmukaisia. Toisaalta Kalevalan ja Kullervon vanhemmista kasvoista vain on aikojen kuluessa tehty aikansa Kullervoa henkiviä ja siksi tuotokset ovat hyvin erilaisia verrattuna modernimpiin tuotoksiin, eli lähteiden yhdenmukaisuuteen en voinut juuri enempää vaikuttaa. Tietysti olisin voinut käyttää enemmän aikaa sisällönanalyysin osien valinnassa, mutta toisaalta nämäkin tapaukset olivat aivan hyvät tulokset antavia.

Sisällönanalyysin tuloksia yhdistelemällä saavutin yhden tavoitteistani; löysin vastauksen tutkimusongelmaani. Yhdistelemällä merkkien, logon ja värien useimmiten toistuvia muuttujia, syntyy pohja rockia ja Kullervoa viestivälle visuaaliselle ilmeelle. Hyvänä lisäominaisuutena se, että vastaukset suuntaavat ilmeen pohjaratkaisut Kullervon tarinaa painottavasti ja moderniudenkin huomioon ottaen.

6 MUSIKAALIN GRAAFISEN ILMEEN SUUNNITTELUPROSESSI

6.1 Musikaalin ilme

Graafinen ulkoasu lähettää viestin, jonka tehtävänä on luokitella ja vahvistaa haluttua markkinointiviestiä.

Otsikon ja ulkoasun tyylit kertovat viestin vastaanottajalle taustaryhmän ja onko kyseessä virallisempi, vai viihdepainotteisempi juttu. Otsikon ja valokuvien koilla ja sijoittelulla taas arvotetaan jutun kiinnostavuus. Tärkein asia määritetään kiinnostavimmaksi ja huomion herättäjäksi suurimmalla kirjainkoolla. (Huovila, 2006, 11)

Suunnittelun päämäärinä voidaan pitää esitetyn informaation järjestämisen lisäksi myös lähetettävän viestin arvon tai sisällön luokittelua. Vaihtoehtoisesti sen ensisijaisena tavoitteena voidaan pitää myös tunnistettavan identiteetin luomista yhteisölle tai medialle, jonka tulee visuaalisuudeltaan olla yhtenäinen ja kertoa lähettäjäyhteisönsä päämääristä, tai toimintatavoista. (Huovila, 2006, 12)

Päämääränä voidaan pitää myös vastaanottajan mielenkiinnon herättämistä, jolloin esimerkiksi kadunvarsimainos vangitsee ohikulkijan mielenkiinnon, jolloin katsoja pysähtyy ja jää tutkimaan ja pohtimaan julisteen hänelle antamia ajatuksia. Julkaisuissa pääsivu ja osastojen aloitussivut toimivat perinteisesti huomion houkuttelijoina, jotta lukija jatkaisi visuaalisten ärsykkeiden etsintää sisäsivuihin syventyen.

Organisaation täytyy saada vastaanottaja oppimaan, tekemään tai nauttimaan, jolla ansaitsee paikkansa. Persoonattomalla ja jo nähdyllä visuaalisella ilmeellä ei todennäköisesti ole voimakasta vaikutusta ihmisen mielessä syntyvään mielikuvan kehittymiseen. Visuaalisen ilmeen on hyvä puhutella katsojaa ja olla mielenkiintoinen. (Pohjola, 2003, 28)

Musikaalin ilme voi olla tapahtuman ilmeenä trendisidonnaisempi kuin esimerkiksi yritysilme. Tässä työssä trendikkyyttä oltaisiin voitu saavuttaa vaihtamalla rock-puolen osat trendikkäisiin esimerkkeihin. Tai ottamalla erilliseksi lisäosaksi

useamman modernin suunnittelijan tuotosten analyysi. Eri asia on moniko suomalainen suunnittelija pohjaa työnsä Kalevalaan ja löytyisikö Sanna Annukkaa vastaavia suunnittelijoita riittävän monta, jotta lisäanalyysin rakentaminen olisi mielekästä.

6.1.1 Työn alku 2010

Opinnäytetyöprosessi alkoi helmikuussa 2010, jolloin sain koulun puolesta ehdotuksen opinnäytteeni aiheeksi tehdä graafisen ilmeen Kullervo-rockmusikaalille.

Ensimmäinen asiakaspalaveri työryhmän kanssa pidettiin helmikuun alussa 9.2.2010, jolloin määriteltiin asiakastyöosat; musikaalin ilme ja mainosgrafiikkasovellukset; t-paita, käsiohjelma, nettisivuleiskat, iso ulkomainos, flyeri, juliste ja lehtimainos.

Musikaalin aiheeksi kulttuurituotanto oli valinnut Kullervon, koska vuosi 2010 oli Kalevalan 175v. teemavuosi. Musikaalin esittämisajankohta oli marraskuussa 2010.

Musikaalin markkinoiminen oli tarkoitus aloittaa loppukesän 2010 aikana. Tästä johtuen sovittiin, että muotoilussa opinnäytteinä tehdyt ilmeen ehdotukset toteutetaan muotoilun opinnäytteen aikataulun mukaan ja mahdollisuus konseptiasteelle jättämisestä oli mahdollinen siten, että konseptissa olisi esitelty suhteellisen pitkälle vietyä esimerkiksi muoto ja hyöty. Tekniikka sai jäädä vähemmälle.

Vaihtoehtona oli myös yhdistellä molemmista ilmeistä onnistuneimmat osat ilmeen käyttöön. Toteutukseen valittu ilme sovittiin jatkettavaksi valmiiksi kesän 2010 aikana.

Aikataulujen poikkeavuus rajasi produktion toteuttamista siten, että opinnäytteen tuotoksien pohjana mielikuvia luomassa ei ollut mahdollista käyttää esimerkiksi valmista musiikkia tai puvustusta.

Toisessa asiakaspalaverissa (22.2.2010) alettiin tarkemmin avata musikaalin visuaaliselta ilmeeltä tavoiteltavaa viestiä. Musikaalin ohjaajan kanssa käyty keskustelu avasi musikaalin tulevan puvustuksen olevan todennäköisesti yksinkertaisen pelkistettyä, harmaasävyistä ja maanläheisen murrettua. Lavastuksen visioitiin pitävän sisällään projisointia tulen, veden, maan ja puun (tammi) välillä. Kyselin erikseen tiedot puvustuksesta ja lavasteista taka-ajatuksenani saada enemmän informaatiota irti asiakkaalla ja musikaalin ohjaajalla Kullervon tarinasta olemassa olevista mielikuvista. He määrittelivätkin pohjamielikuvakseen Akseli Gallen-Kallelan maalausten värimaailman.

Musikaalin graafisesta ilmeestä toivottiin olevan aistittavissa värien kautta Gallen-Kallelaa ja nykypäivää. Tämän kohdan jätin suunnittelussa vähemmälle, koska aivan kaikkia asiakkaan toiveita oli mahdoton lähteä toteuttamaan, jos samalla halusin ilmeen pohjautuvan tutkimustuloksiin.

Palaverista sain käteeni Seppo Parkkisen käsikirjoituksen, jonka pohjalta syntyviä mielikuvia asiakas pyysi päivittämään 2000-luvulle. Lisäksi asiakas määritteli graafisen ilmeen tyylistä; ei pientä, sievää ja kivaa. Enemmänkin brutaalia ja dramaattista jälkeä, henkistä munaa, aitoutta. Tyyliä perusteltiin sillä että Kullervon tarina on täynnä sotia ja surullisia tarinoita joissa sosiaalisia kanssakäymisen taitoja ei osata. Kullervoa koitetaan polttaa, hukuttaa ja hirttää. Ilmekin saisi olla sen mukainen.

Kolmannessa, eli viimeisessä, kasvatusten pidetyssä palaverissa ilmeen väreissä toivottiin olevan magentaa, koska se oli kulttuurituotannon koulutusohjelman väri SeAMKin väreissä. - Musikaalin ilmeellä oli siis tarkoitus tuoda julki myös Seinäjoen Ammattikorkeakoulua ja kulttuurituotantoa koulutusohjelmanä. Tuolloin kehittämäni ilme jäi harmaa, magenta ja valkoinen –väreihin.

KULLERVO

Ote ensimmäisestä runosta OTE ENSIMMÄISESTÄ RUNOSTA

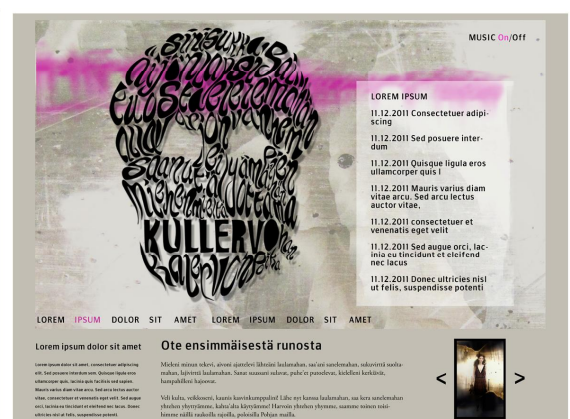
Lyökämme käsi kätehen, sormet sormien lomahan, lauloaksemme hyviä, parahia pannaksemme, kuulla noien kultaisien, tietä mieliteh-toisien, nuorisossa nousevassa, kansassa kasuavassa: noita saamia sanoja, virsiä viritämiä vyöltä vanhan Väinämöisen, alta ahjon Ilmarisen, päästä kalvan Kaukomielen, Joukahaisen jousen tiestä, Pohjan peltojen periltä, Kalevalan kankahilta.

Ote ensimmäisestä runosta OTE ENSIMMÄISESTÄ RUNOSTA

Viel' on muitaki sanoja, ongelmaita oppimia: tieohesta tempomia, kanervoista katkomia, risukoista riipomia, vesoista vetelemä, päästä heinän hieromia, raitiolta ratkomia, paimenessa käyessäni, lasna karjanlaitumilla, metisillä mättähillä, kultaisilla kunnahilla, mustan Muurikin jälessä, Kimmon kirjavan keralla.

Ote ensimmäisestä runosta OTE ENSIMMÄISESTÄ RUNOSTA

Niit' ennen isoni lauloi kirvesvartta vuollessansa; niitä äitini opetti vääressänsä värttinätä, minun lasna lattialla eessä polven pyöriessä, mai-topartana pahaisna, piimäsuuna pikkaraisna. Sampo ei puuttunut sanoja eikä Louhi luottehia: vanheni sanoihin sampo, katoi Louhi luottehisin, virsihin Vipunen kuoli, Lemminkäinen leikkälöihin.



Kuva 67. Ilmeen ehdotus 2010 Nettisivuluonnoksen kanssa

Vuonna 2010 ehdottamani ilme jäi luonnosasteelle. Merkin pohjalla oli idea ”Kullervon laulusta” joka olisi sommiteltu pääkallon muotoon. Kallo viesti tarinan synkkyyttä ja draamaa. Asettelu kallomerkinä jäi kovin kesken.

Tunnuksen oli jo tuolloin tarkoitus olla musta, tosin värivalinta perustui vain asiakkaan, ohjaajan ja suunnittelijan omiin mielikuviin.

Ehdottamani ilmeen luonnos ei pohjautunut sisällönanalyysiin, vaan pitkälti ainoastaan asiakkaan toiveisiin. Näin pohjautui myös välivaihe (Liite 3). Palattuani aiheeseen uuden tutkimuksen ja luonnosten (Liite 1) kautta olen paljon tyytyväisempi lopputulokseen ja visuaaliseen ilmeeseen. Tartuttuani uudelleen ilmeen työstämisen keväällä 2012 väliseminaarin jälkeen, huomasin sisällönanalyysin työn pohjana todellakin olevan tarpeellinen työn onnistumiseksi.

”Yrityksen kulttuurin ymmärtäminen ja identiteetin analysointi on suunnittelijan kannalta yksi edellytys työn onnistumiselle”, toteaa Pohjola (2003, 40). Tätä voidaan soveltaa myös musikaalin ilmeen suunnitteluun; suunnittelijana minun tuli ymmärtää Kalevalan kulttuuri ja osata analysoida Kalevalan ja Kullervon identiteettiä.

6.2 Värit

Värit ovat muotoa tärkeämpi erottelutekijä, koska aivot hahmottavat ja rekisteröivät sen ennen muotoa. Värit muodostavat ensimmäisen osan syntyvästä mielikuvasta. (Wheeler, 2009, 128)

Kokonaisuus on selkeä jos mustan tai vastaavan värin rinnalla käytetään yhtä tunnusväriä. Kahden tai useamman värin käyttö mahdollistaa värien välisellä vuorovaikutuksella pelaamisen (Pohjola, 2003, 136).

Väripsykologiassa puhutaan paljon muistiväreistä, jotka syntyvät kun sama väri nähdään samassa yhteydessä usein. Ihmisen mielentilaan vaikuttavien värien väitetäänkin perustuvan ympäristöön ja luontoon; taivaan sinisyyteen, ruohon vihreyteen (Pohjola, 2003, 52).

Väreihin liittyy symbolisisältöjä ja tunteisiin sidottuja ominaisuuksia. Niillä on sekä psykologisia että fysiologisia vaikutuksia; punainen on aktivoiva ja sininen rentouttava ja verenpainetta laskeva, rauhoittava väri (Pohjola, 2003, 136).

Tietty väri ei aina viesti samaa asiaa, vaan kohderyhmän mukaan värit voidaan liittää kokemuksiin, tai alapidonnaisesti merkitykseltään eri asioihin. Väriin ilme muuttuu kun sen viereen laitetaan toinen väri. (Pohjola 2003, 137)

Joillakin väreillä on vahvasti eri merkitykset eri kulttuureissa. Esimerkiksi valkoinen viestii länsimaissa puhtaudesta ja on perinteisesti käytössä morsiamen hääpukuna, kun Aasian maissa se on yhdistettävissä kuolemaan. Tämän takia markkinointiviestinnässä on tarpeen ottaa huomioon kansainvälisyys, jos käyttöyhteys sitä vaatii. (Pohjola, 2003, 136)

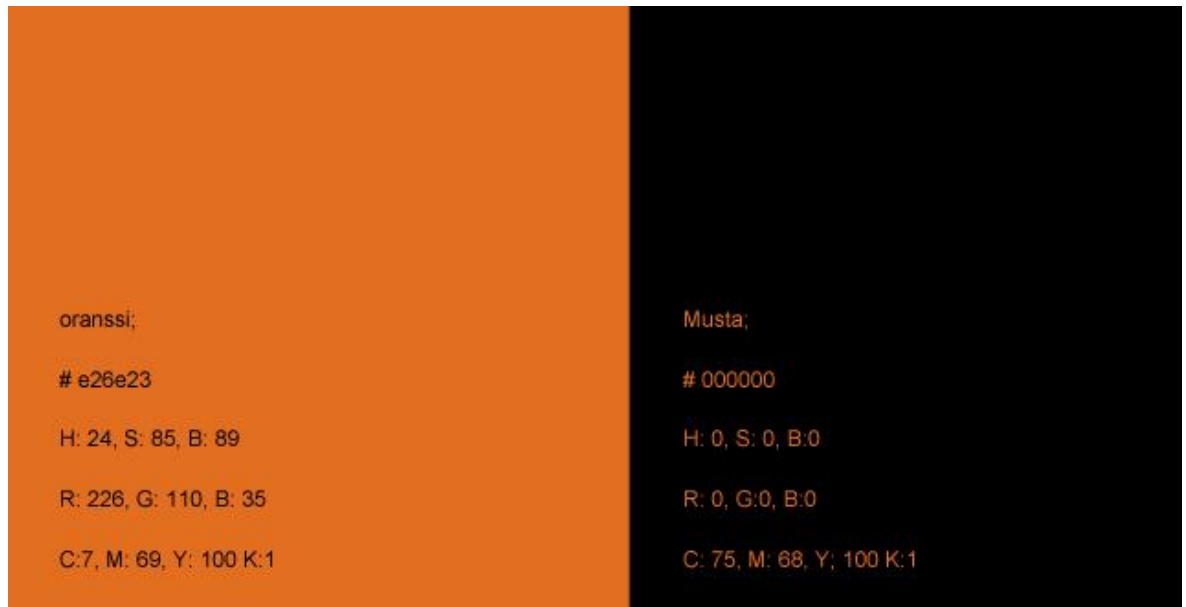
Valitut värit poimittiin sisällönanalyysistä. Päädyin valittuihin väreihin niiden yhteensopivuuden ja heraldisen merkityksen mukaan; Tunnukseen valitsin pelkän mustan (nahka, suru ja katumus). Lisäväreiksi, eli markkinointimateriaaleissa käytettäväksi valitsin oranssin (turkis, ankaruus ja kestävyys). Omaan värisilmääni pohjaten yhdistin oranssin sävyihin kellertäviä sävyjä ja toin rinnalle ruskean.

Oranssi väri viestii Huovilan mukaan voimaa ja onnellisuutta. Väriin viesti riippuu aina asiayhteydestä (Huovila, 2006, 46).

Kylmillä ja lämpimillä väreillä on vaikutusta syvyysvaikutelman luomisessa. Lämpimät sävyt tuovat objektin lähemmäs ja kylmät taas pakenevat taaksepäin ja toimivat varjostuksen osana hyvin. Kylmien ja lämpimien värien käyttö on toimiva tapa luoda tilavaikutelmaa kaksiulotteiseen kuvaan.

Ennen sisällönanalyysistä tulleiden väriratkaisujen käyttöönottoa kokeilin tunnuksen kallovaiheen yhdistämistä magentaan ja mustaan. Ne eivät viestineet Kalevalasta, vaan väreistä syntyvä ilme oli turhan jäykkä ja kovin kalsea. Näissä luonnoksissa on merkinäkin vain kallo, mikä yksinään Kullervo-logon kanssa oli turhan luotaantyöntävä. Lisäksi havaitsin, että magenta suurina määrinä käytettynä on rauhaton ja sitä on hyvin hankala yhdistää muihin väreihin kuin neutraaleihin valkoiseen ja mustaan –näihinkin pääosin tehosteväriinä.

Eri väreillä on eri merkitykset eri kohderyhmien piirissä ja kohderyhmästä riippuen väri voi muuttaa merkitystään. Katsoin siksi parhaaksi pohjata omat värini paitsi heraldiikkaan, myös luonnosta tuleviin merkityksiin, jotka kaikki ihmiset mieltävät suunnilleen samalla tavoin; oranssia ilmenee auringonlaskussa ja ruskeaa maassa, sekä puiden rungoissa.



Kuva 68 Valitut värit

6.3 Tunnus

Ilmeen suunnittelussa tulee ottaa huomioon tunnuksen toimivuus; sen tulee toimia, vaikka ilmeen sovellukset muuttuisivat alkumäärittelyjen jälkeen (Pohjola, 2003, 36).

Tunnus kehittyi sisällönanalyysin pohjalta, tuloksia yhdistellen. Tutkimus merkin suunnittelun pohjana oli tärkeässä asemassa, koska oli tarpeen hankkia paljon tietoa siitä minkä näköinen Kullervo on. Tutkimuksen tulokset ohjasivat yllättävän suorasti ja selkeästi tiettyihin elementteihin.

Musikaalin tunnuksena toimii logo. Liikemerkkiä ei ollut tarpeen suunnitella osaksi tunnusta, vaan ilmeessä on käytetty graafista kuvitusta sisällön viestistä. Logotyyppiä suunnitellessa keskityin päätteettömiin groteskeihin kirjaistyyppeihin, joilla halusin kuvata moderniutta ja nuorekkuutta.

Logon osalta tein sisällönanalyysiin pohjautuen seuraavia ratkaisuja;

- Paksuista kirjaimista huomasin tulevan raskaamman tunnun ja siksi päädyin käyttämään musikaalin logossa ohuempia kirjaimia
- päätin että kirjaimissa saia olla pyöreyttä modernin ilmeen luomiseksi. Liialta pyöreydeltä tulisi kuitenkin välttyä, ettei logo yksinään olisi liian pehmeä ja lapsekas.
- Päätteiden käyttöä en rajannut sisällönanalyysin tulosten pohjalta; koska merkki itsessään on karkea, tein ratkaisun kirjainpäätteiden pois jättämisestä.

Koska musikaali on tapahtumana kertaluontoinen, voi sen ilme olla leikittelevämpi kuin jos kyseessä olisi yritysilme. Siksi logossakin on sekoitettu versaalia ja gemenaa.

Tunnuksen typografiassa tulee määrittää kirjainten kokosuhde yksi kerrallaan toisiinsa nähden. Myös välistys, eli kirjainten väliin jäävä tila tulee huomioida. Kirjaimet on mahdollista myös piirtää ja muotoilla uudestaan, millä tuodaan esiin persoonallisuutta. Leikkaukset, kursivointi, ohennus ja kirjainperheen koko vaikuttavat myös luettavuuteen. (Wheeler 2009, 126, 132-133)



Kuva 69. Käytetty kirjaintyyppi

Logon lopullisen typografian pohjana on Billy Argelin suunnittelema fontti New Garden. (Kuva 13) Fontti on saatavilla verkkosivustolta dafont.com, käyttöoikeus fontilla on ”Free for personal use”.

Kirjaintyyppiä muokkasin paljon piirtämällä kirjaimet uudelleen ja muokkaamalla niitä (Kuva 24) . Kirjaimia on kavennettu ja lihavoitu, jotta levoton tyhjä tila väheni ja rauhoittui. Välistys on tehty tarpeen mukaan. Logon valumilla tuotiin persoonallisuutta.

KULLervo
alkuperäinen

KULLervo
lopullinen

Kuva 70. Muokkaus ja välistys

Logon suoja-alue määräytyy Kullervo-logon korkeuden 1/4 osuudesta, mikä tarkoittaa, että sen ympärille on jätettävä joka puolelle 1/4 kirjainkorkeuden verran tilaa (Kuva 25).



Kuva 71. Logon suoja-alueen määrittäminen

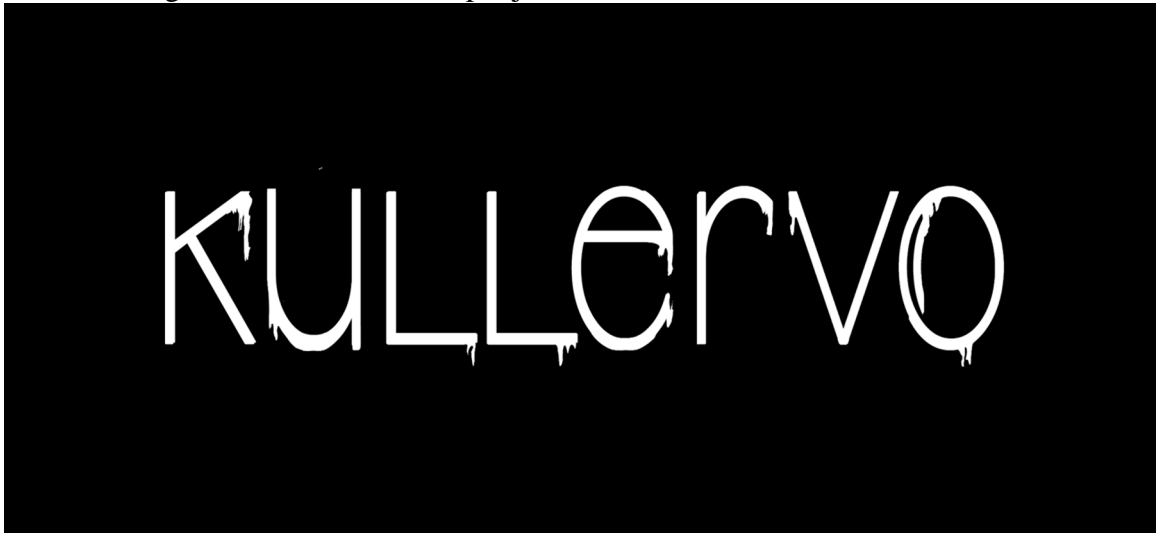
Logotyypin on oltava luettavissa myös pienessä koossa (Wheeler (2009, 126). Minimikoko logolle on leveyssuunnassa 20mm, mikä on määritelty, koska tätä pienempänä luettavuus kärsii (Kuva26).

KULLervo

Kuva 72. Logo minimikoossa 20mm

KULLervo

Kuva 73. Logo mustana valkoisella pohjalla



Kuva 74. Negatiivi; Logo valkoisena mustalla pohjalla



Kuva 75. Oranssi logo mustalla pohjalla

6.4 Kuvitus

Valmiissa kuvituksessa on yhdistetty sekä Kalevala- että rock-puolelta tulleita muuttujia; linnut, metsä/puu ja ihmisen pääkallo.

Kuva viestii paitsi sisällöllään, myös muodollaan ja sommittelullaan. Sisällön tarkoituksena on todistaa tekstin kertoma sisältö tapahtuneeksi ja tukea sitä. (Huovila, 2006, 8)



Kuva 76. Kuvitus

Lintujen ja puun tehtävänä on luoda mielikuvaa tapahtumaympäristöstä; suomalaisesta luonnosta. Kallo taas on radikaalimpi ja mielipiteitä herättävä osa; kaikki eivät katso pääkallojen esittämistä ilmeen osana ”hyvän maun mukaisena”, koska se viestii suoraan kuolemasta. Asenteiden ja niiden muuttumisen vaikutus ovat kuvituksessa vahvasti läsnä. Tähän käyttötarkoitukseen kallo mielestäni sopi

kuin nyrkki silmään, sillä Kullervon tarina on synkkä. Luontoaiheiset osat myös pehmentävät yksinään jopa hyökkäävän synkkää kalloa.

Kuvituksen vektoroidusta viivasta syntyy liike ja karu tunnelma. Katse löytää kiintopisteitä mm. Kallon silmistä, linnuista ja puun oksistosta. Kallo on merkissä kuin kalliona. Valumista taas tulee mieleen juurakko, tai jäkälikkö. Kuvituksessa on näkyvissä taivas ja maa. Syvyysvaikutelmaa tulee lintujen sijoittelusta; toinen on kauempana kuin toinen. Puu taas on osa taustaa. Puussa ei ole realistisia mittasuhteita, eikä se ole selkeästi kelo, kuusi tai mänty. Pysin tietoisesti yhdistelemään eri puulajeja ja alimman oksan tarkoitus on luoda katseen suuntaa taas alas kalloon.

Suunnittelin kuvan toimivaksi negatiivisena ja positiivisena. Luonnoksena kokeilin kuvituksen käyttöä vaatteessa, naisten topissa (Kuva 31). Markkinointimateriaaleissa päätin kuvan olevan käytettävissä vain mustana, koska kuva hahmottui siten paremmin.



Kuva 77. Luonnos kuvituksen käytöstä vaatteessa

6.5 Typografia

Typografinen tyyli on monen osatekijän vaikutuksen yhteistulos. Vahvuuserojen vaihtelut yksityiskohdissa ja kirjainten mittasuhteissa vaikuttavat kirjainmuodon viestiin ja luettavuuteen. Työn kirjainmuodot valittiin sisällönanalyysin tulosten ja asiakkaan kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta. Valinnoissa on keskitytty siihen minkälainen tunnelma kirjaintyyppellä käyttämällä syntyy, koska tehtävänantona oli keskittyä ilmeeseen. Myös luettavuus on huomioitu.

”Hyvä typografia on sekä taidetta että viestintää. Niissä molemmissa tarvitaan kontrastia, sillä se asettaa asiat haluttuihin suhteisiin. Kontrasti on vaihtelua, ja vaihtelusta syntyy rytmi. Ilman rytmiä vastaanottajan mielenkiinto sammuu.” (Itkonen, 2007, 77) Typografiassa tärkeimmät ovat koko-, muoto-, vahvuus- ja värikontrasti (Itkonen, 2007, 77).

Leipäteksti julkaisun perustekstinä ladotaan pienellä pistekoolla ja sen tulee olla helposti luettavaa, jotta tekstin sisältöön jaksaa keskittyä (Lyytikäinen & Riikonen, 1995, 28). Antiikvakirjainta pidetään groteskia helppolukuisempaan, mikä pohjautuu luettavuuden oppimiseen. USA:ssa antiikvaa pidetään luettavampana, kun taas Euroopassa on totuttu käyttämään ja näkemään groteskia. Antiikvan päätteellisyydestä on hyötyä siinä, että päätteet ohjaavat silmää eteenpäin ja niiden luettavuus on hyvä sekä leveillä, että kapeilla palstoilla. Groteskeja suositellaan käytettäväksi kapeammilla palstoilla, sillä palstan leveyden kasvaessa sen luettavuus heikkenee. (Lyytikäinen & Riikonen 1995, 39)

Adobe Garamond Pro- antiikva kursiveineen on visuaalisesti selkeimpiä, sekä luettavuudeltaan parhaimpia kirjainmuotoja. Garamond on muodoltaan täsmällinen ja sen muotoilu on huolellinen. (Mattila, 1994, 12)

Harmoninen Garamond- antiikva jalostui noin vuonna 1540 ja sitä pidetään edelleen yhtenä kauniimmista ja täydellisimmistä. Antiikvassa on kalligrafinen vaikutelma. (Itkonen, 2007, 30)

Kirjainten luettavuus johtuu kirjaintyyppin hahmon nopeasta tunnitettavuudesta ja tiettyjen kirjaintyyppien lukemisen kautta syntyneeseen tottumukseen, eli niitä on opittu hahmottamaan nopeasti. Leipäteksti on tarpeen latio kirjaintyyppillä, jonka

hahmon tunnistettavuus on hyvä. Luettavuuteen vaikuttavat x-korkeus, kirjainkoko, palstan leveys, palstaväli ja riviväli, joiden tulee toimia suhteessa toisiinsa. (Lyytikäinen, 1995, 40)

Luettavuudeltaan hyvässä kirjaintyypissä on selkeästi erotettavissa kirjaimet n, h ja r. Riittävä x-korkeus vaikuttaa näennäisesti kokoon enemmän kuin pistekoko. (Lyytikäinen, 1995,39)



Kuva 78 Esimerkki x-korkeudesta

Garamond toimii pidempien tekstien taitoissa. Renessanssianttiikvojen hyvä luettavuus on syntynyt siitä, että ne kehitettiin kirjojen lukemista varten. Pitkissä taitoissa niiden viivakontrasti ei ala häiritä ja väsyttää lukijaa, vaan tuo tekstille riittävästi eloisuutta. (Itkonen, 2007, 32)

Lisäksi sen kalligrafinen koristeellisuus sopii tähän käyttötarkoitukseen. Se on myös helposti saatavilla oleva, ilmainen ja monipuolinen kirjainmuoto, josta on olemassa regular, bold, italic ja bold italic -vaihtoehdot.

Adobe Garamond Pro regular
pt12

regular
The big brown fox jumped over the lazy dog
abcdefghijklmnopqrstuvwxyääö
ABCDEFGHIJKLMNPOQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890 ,!?

italic
The big brown fox jumped over the lazy dog
abcdefghijklmnopqrstuvwxyääö
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890 ,!?

bold
The big brown fox jumped over the lazy dog
abcdefghijklmnopqrstuvwxyääö
ABCDEFGHIJKLMNPOQ
RSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890 ,!?

bold italic
The big brown fox jumped over the lazy dog
abcdefghijklmnopqrstuvwxyääö
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890 ,!?

Kuva 79 Adobe Garamond Pro variaatioineen pistekoossa 12

Otsikoissa päätin käytettävän fonttia Arial.

Arial pt12
 regular
 The big brown fox jumped over the lazy dog
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
 rstuvwxyzåö
 1234567890 ,!?

italic
The big brown fox jumped over the lazy dog
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
rstuvwxyzåö
1234567890 ,!?

Arial Black
The big brown fox jumped over the
lazy dog
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ-
VWXYZÄÖ
1234567890 ,!?

Kuva 80 Arial variaatioineen pistekoossa 12

Muotokonstrastin luomiseksi antiikva tarvitsee rinnalleen selvästi poikkeavan kirjaintyylin. Tavallinen tapa on tuoda antiikvan rinnalle kursiivi. Vahvempi muotokonstrasti syntyy kun tuodaan antiikvan tai antiikvan kursiivin pariin lihava groteski (Itkonen, 2007, 77).

Otsikoissa muotokonstrastia tuodaan käyttämällä Arialista muotoa Arial Black.

Koska otsikko on visuaalisesti hallitseva, tulee typografian olla erityisen viimeistelyä. Rivityksen on hyvä olla suhteessa hieman pienempi kuin leipätekstissä, sillä se sitoo näitä yhtenäisemmän näköisiksi (Itkonen, 2007, 96, 97).

Tässä esimerkissä on negatiivinen riviväli

Kuva 81 Esim. 18/16pt, Arial Black

6.6 Graafiset lisäelementit

Visuaalisen ilmeen yhteydessä on käytössä graafisena lisäelementtinä pohja, jossa on vahva tekstuuriin tuntu. Kaaren tehtävänä on koristeena olon lisäksi ohjata katsetta. Selkeänä ja pelkistettynä muotona kaari luo moderniutta ilmeeseen.



Kuva 82 Suorakulmio A4 pohjat; vasemmalla 1, oikealla 2.

A4 kokoisia pohjia on käytetty käsiohjelmassa. Markkinointimateriaaleihin on rajattu pohjan 1 oikeasta alanurkasta neliö alue, joka on käytössä lehtimainoksessa koossa 10cm x 10cm ja Jumboscreenillä.



Kuva 83 Neliö pohja

Sovelluksissa on käytetty luettavuutta parantamassa tasavärisiä palkkeja mustana tai oranssina.

6.7 Sovellukset

Ilmeen sovellukset tulivat toimeksiannon osana toivomuksena asiakaalta. Ne olivat; nettisivu, juliste, flyeri, käsiohjelma, ulkomainos ja T-paita. Graafisen muotoilijan ammatitaidon osa on ilmeen oheissovellusten hallinta ja pyrin työssäni huomioimaan asiakkaan tarpeet ja musikaalin tavoitteet.

Mainosgrafiikkaa suunnitellessa tulee miettiä ilmettä kokonaisuutena sekä myös sitä, mihin osiin budjetti mahdollisesti suunnataan.

Kullervo-musikaalin sovellusten suunnittelussa oli ongelmakohtana se, että budjettia ei määritelty toimeksiannon yhteydessä, tai projektin aikana. Oletuksena sovelluksia suunniteltaessa oli se, että budjetti ei ole suuri, minkä takia markkinointivälineet tuli miettiä niiden huomioarvon ja kustannustehokkuuden mukaan. Tästä johtuen sovellukset eroavat asiakkaan kanssa alkuun sovituista.

Suunnittelin ilmeen sovellukset toimimaan seuraavissa markkinointivälineissä; flyer, lehtimainoks, Jumboscreen-ulkomainos nettisivuston ilme, musikaalin käsiohjelma ja Kullervo-magneetti.

6.7.1 Flyer

Sovellusten luonnostelun aloitin A5 kokoisesta flyerista.

Flyerissä halusin tuoda esiin logon ja tunnuksen toimivuuden ja sen, että ne viestivät Kalevalan Kullervosta myös mustavalkoisena versiona. Tekemällä flyerista edullisen mustavalkotulosteen voidaan budjettia kohdentaa käytettäväksi myöhemmissä markkinoinnin vaiheissa laadukkaisiin käsiohjelmiin ja oheistuotteeseen. Flyerin asettelu noudattaa pitkälti muiden sovellusten linjaa jainformaatioissa on esillä nettisivuosoite, jossa edelleen on tarkempi informaatio ja tapahtuman värit.

Mollerupin mukaan graafista ohjelmaa suunniteltaessa voidaan käyttää kahta erilaista näkökulmaa; voidaan käyttää standardiratkaisuja ja siten helpottaa viestintää, tai voidaan käyttää erikoisia ja epätavallisia ratkaisuja joilla pyritään herättämään huomiota. Näiden kahden toimintatavan välillä tehtävässä ratkaisussa haetaan tietenkin pohjaa muusta toiminnasta, ympäristöstä ja markkinoinnista. Jälkimmäinen näkökulma vaatii valintojen altistamista visuaalisuudelle ja viestinnän näkökulmille (Pohjola, 2003, 118).

Mustavalkoisen flyerin tulostaminen 80g kopiopaperille on edullista ja nopeaa. Flyereiden jakamispaikaksi mietin kauppojen ilmoitustauluja, sekä kahviloita joissa musikaalin kävijöiksi tavoitellut opiskelijat käyvät.

KULLERVO



Rytmikorjaamolla

1.11.-10.11

www.kullervomusikaali.net

Kuva 84 A5 kokoinen flyer

6.7.2 Lehtimainos

Lehtimainos on suunniteltu kokoon 10cm x 10cm. Sen paikaksi lehdestä pyritään ostamaan ensisijaisesti takasivun yläosasta, tai toissijaisesti aukeaman oikean sivun yläreunan ulkonurkka. Lehtimainoksella on tarkoitus tavoitella musikaaliin kävijöitä paikallislehdissä, tai yksiköiden omissa opiskelijalehdissä, jos sellaisia on.

Lehtimainospohja jaetaan opiskelijoille ja muulle SeAMKin väelle lehtimainoskäytön lisäksi sähköpostin liitteenä.

KULLERVO

SeAMK-Kulttuurin
opiskelijoiden tuottama musikaali
Seppo Parkkisen näytelmästä

Rytmikorjaamolla

Liput
17€/14€/13€

Esitysajat
Ma 1.11.2010 klo 19.00
Ke 3.11.2010 klo 13 ja 19
Pe 5.11.2010 klo 19.00
La 6.11.2010 klo 19.00
Ma 8.11.2010 klo 13.00
Ti 9.11.2010 klo 13 ja 19
Ke 10.11.2010 klo 19.00

seamk.fi **Varaukset** 0408304233
satu.kokkonieniemi@seamk.fi

www.kullervomusikaali.net

Kuva 85 Lehtimainos 10cm x 10cm

6.7.3 Ulkomainos - Jumboscreen

Ulkomainoksena toimii Seinäjoen Epstorilla oleva Jumboscreen. Mainoksen suunnittelussa tulee huomioida sen pituudeksi asetettu aika, jossa diat vaihtuvat.

Silmän näkökenttä kapenee vauhdissa ja silmä ei ehdi tunnistamaan samaa määrää informaatiota näkökentän näkymän vaihtuessa nopeasti (Pohjola, 2003, 53).

Esimerkiksi kymmenen sekunnin mainokseen mahtuu vain muutama dia ja informaation on hyvä olla mahdollisimman vähäsanaista – lyhyessä ajassa kun ei ehdi paljon lukea. Ensisijainen rooli muistijäljen syntymisessä on värien tuomalla mielikuvalla.

Päätin pyöriväksi infoksi sijoittaa kokeilujen jälkeen vain yhden dian;

Kullervo –logo ja kuva

Rytmikorjaamolla 1.11. – 10.11.

Liput 17 / 14 / 13 €

www.kullervomusikaali.net

Jumboscreenin dian typografiassa on käytetty Arialia, koska se on nopeammin luettavissa näytöltä, kuin Adobe Garamond Pro.



Kuva 86 Jumboscreen dia

6.7.4 Nettisivuston ilme

Nettisivuston ilmettä suunnitellessani keskityin opinnäytetyön toimeksiannon mukaisesti visuaalisuuteen, enkä paneutunut käytettävyyteen.

Jokainen jaettava oheissovellus ohjaa nettisivulle, koska niissä on nettisivun osoite ja vielä sellaisessa paikassa, että se on helposti löydettävissä. Nettiin mahtuu informaatiota kattavammin kuin printtisovelluksiin. Siksi on tärkeää, että nettisivun ilme on mielenkiintoinen, jolloin kävijä viihtyy ja jää käyttämään sivustoa pidemmäksi aikaa. Käytetyn ajan kasvaessa musikaalin ilmeen luona muistijälki vahvistuu sovelluksen käyttäjän mielessä.

Aloitin sivuston ilmeen suunnittelun miettimällä sivuston rakennetta kokonaisuutena (Liite 2). Pohdin informaation jäsentämisen tärkeyttä, selkeyttä ja hieman helppokäyttöisyyttäkin. Nettisivu on edullinen markkinointiväline, minkä takia siellä olevaan materiaaliin kannattaa panostaa.

Ongelmana nettisivujen toteuttamisessa nykypäivänä on sivun toimivuus ei vain tietokoneen näytöllä, vaan eri laitteissa, esimerkiksi kännykässä tai iPadissa. Sovelluksen tulee toimia hyvin erikokoisilla näytöillä.

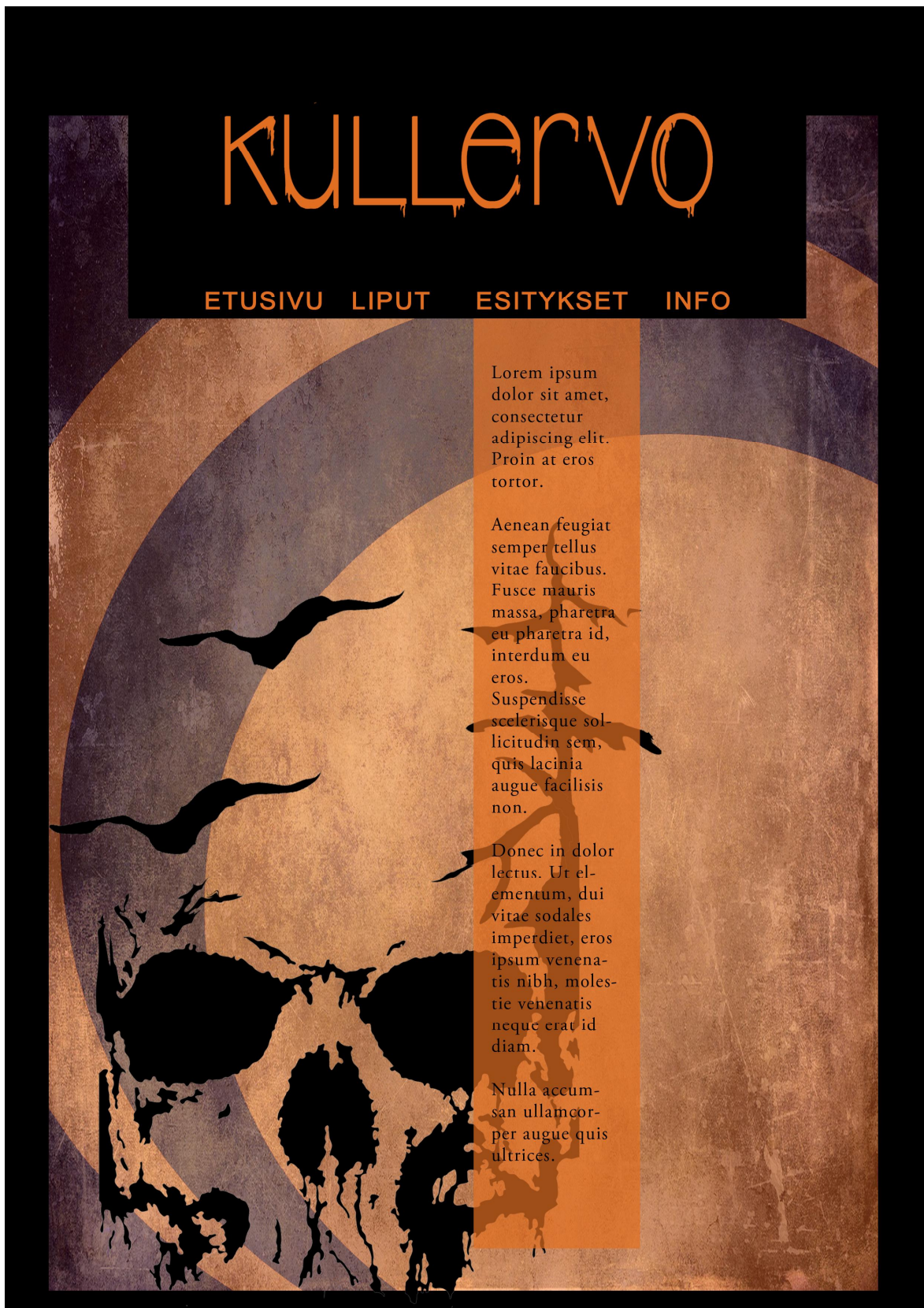
Elementtien on hyvä erottua toisistaan ja olla kooltaan riittävän suuria tullakseen huomioiduksi. Kontrasti vaikuttaa erotteluun. Liike huomataan ensimmäisenä ja toisena huomioidaan värit. Kuvat ovat viihdyttäviä ja kokonaisuutta keventäviä elementtejä (Hatva 2003, 16-19).

Tunnuksen päätin sijoittaa näkyvälle paikalle sivun yläreunaan. Navigoinnin vaivattomuuden mahdollistamiseksi myös se oli hyvä sijoittaa sivun yläreunaan, eikä esimerkiksi alas. Liikettä suunnittelin sivustolle tuotavan niin, että kuvituskuva liikkuisi nettisivulla sivua rullatessa. Puun oksat voisivat heilua ”tuulessa”, linnut lentää siipiään liikuttaen ja kallon valumat valua. Toteutuksen voisi yhdistää sivun alaspäin kelaamiseen. Esimerkkikuvissa oleva musta ”kehys” toimii taustana www-sivuilla ja sen suhde on vapaa skaalautumaan eri näyttöjen tarpeiden mukaisesti.

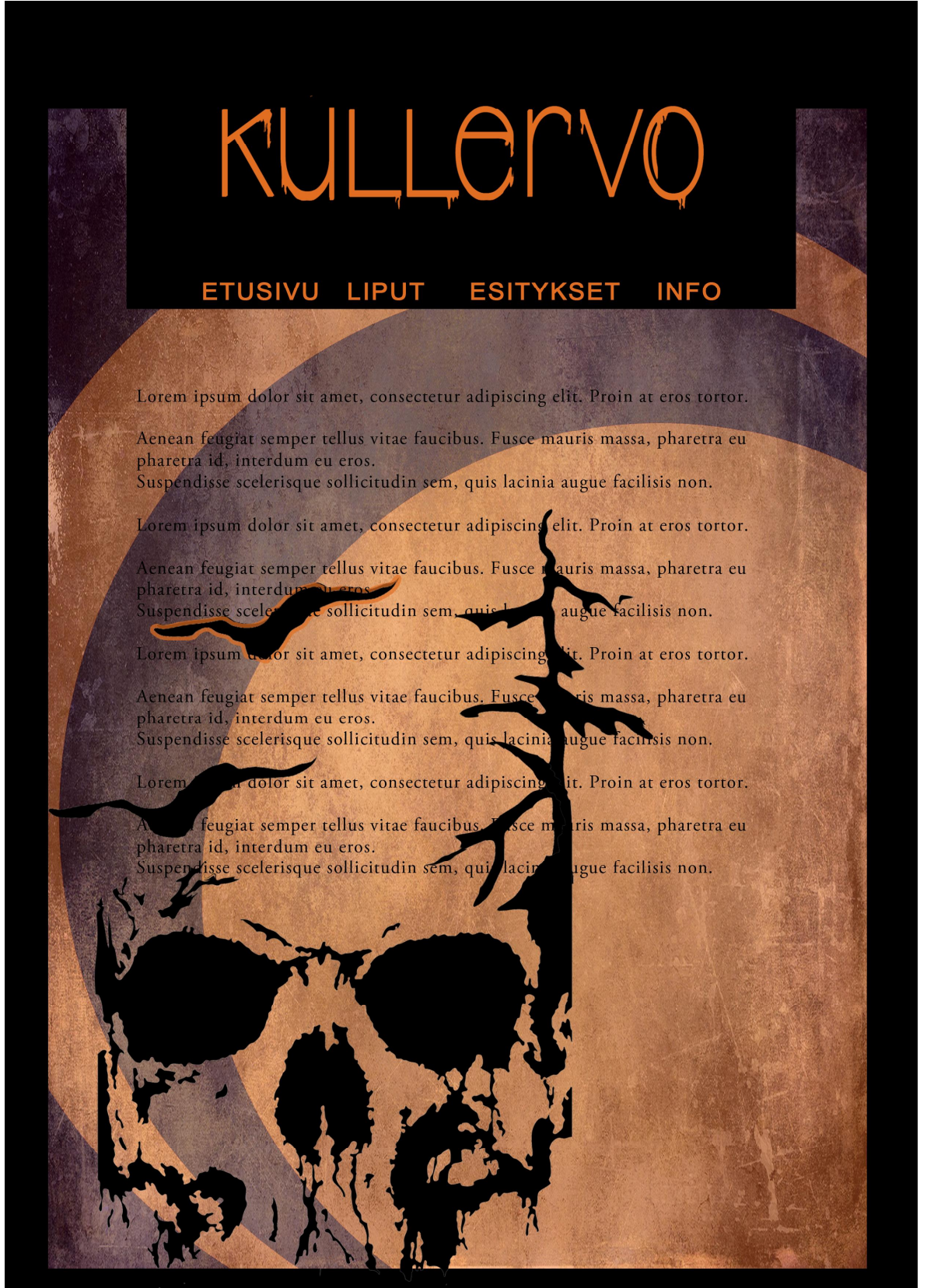
KULLERVO

ETUSIVU LIPUT ESITYKSET INFO





Kuva 87 Musikaalin kuvat avautuvat kallon silmää klikatessa.



Kuva 88 Linnusta avautuu Kullervon tarina.

6.7.5 Käsiohjelma

Tuoksut, äänet, värit ja valot luovat ja herättävät asiakkaassa tunteita ja elämyksen. (Nieminen 2004, 210.)

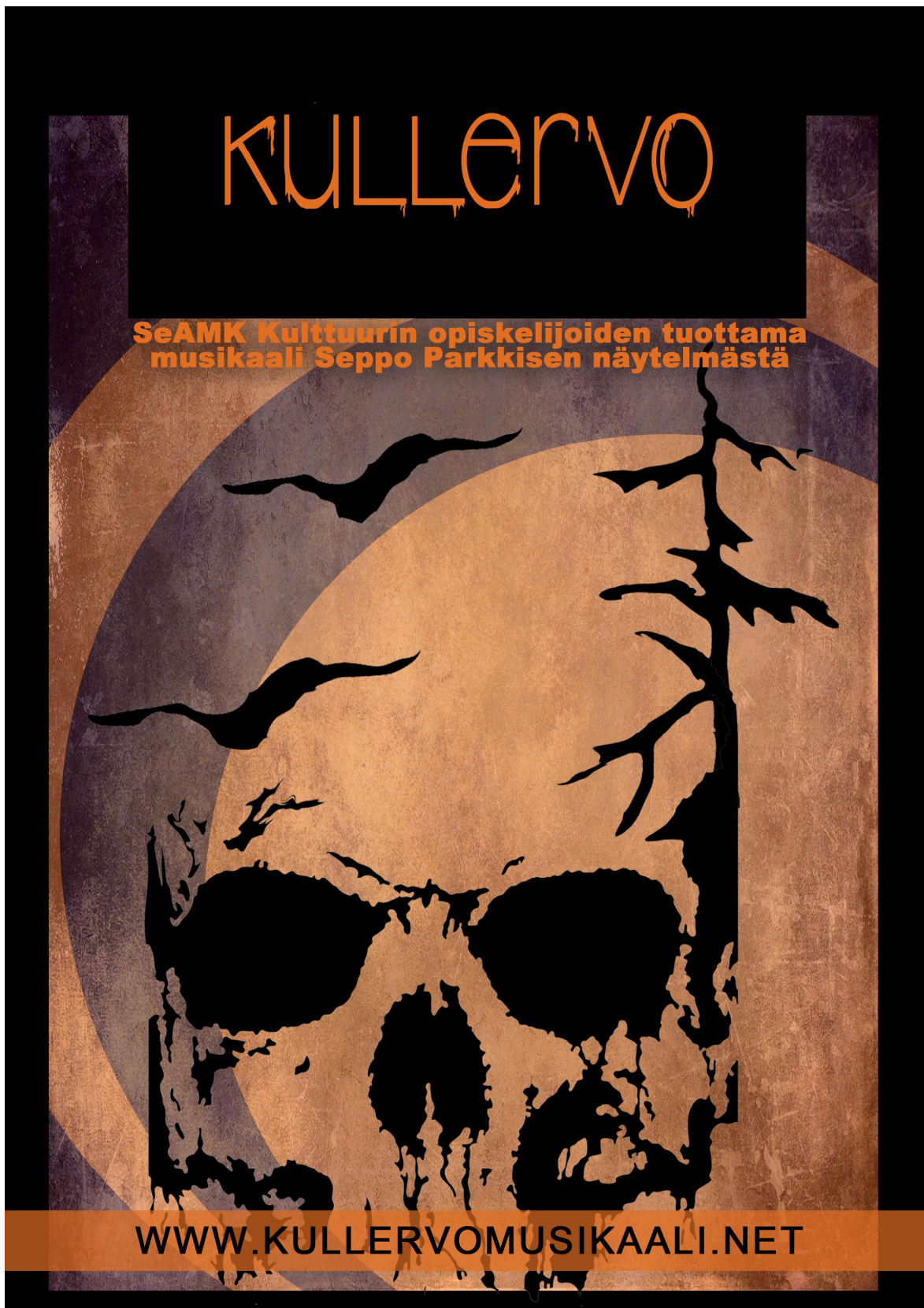
Onnistunut mainonta luo vahvan positiivisen muistijäljen. Sovelluksia suunnitellessani pidin mielessäni tämän Niemisen kiteytyksen tunteiden ja elämysten syntyisestä; Makuaiistilla voidaan myös vahventaa positiivisen mielikuvan syntymistä – etenkin jos se on ilmaista asiakkaalle. Tuoksu- ääni ja valoratkaisut ovat monasti kalliita toteuttaa sovellusten tyypisissä ratkaisuissa. Makuaiisti voidaan ottaa huomioon liittämällä käsiohjelmaan esimerkiksi hyvin suomalainen Fazerin suklaakarkki, tai SeAMKilla käytössään jo olevat karkit, joiden kääreessä on SeAMKiin yhdistäviä tekijöitä.

Mielikuvien syntyemisessä voidaan leikitellä myös pinnan osalta; kuva näyttää nahalta ja pinta tuntuu matalta ja nahkealta. Yhdessä ne luovat illusion nahkamaisuudesta. Tämän kaltaisessa painotavassa tulee informaatiota heikentävänä tekijänä mukaan pinnan kiilto.

Mielestäni käsiohjelman laatuun on hyvä sijoittaa, sillä materiaalivalinnalla on suuri vaikutus siihen, miten paljon käsiohjelmaa tekee mieli hipelöidä esityksen aikana ja miten paljon sen tutkimiseen siis käytetään aikaa.

Oletettavasti käsiohjelmaan tulisi sponsoreiden logoja tai mainoksia, joten siitä oli tarpeen suunnitella sellainen, että markkinointivälineen käyttäjä jaksaa löytää sponsorien mainokset. Suunnittelussa käsiohjelmassa sponsoreille on varattu tunnuspaikat käsiohjelman takasivulle.

Valitsin käsiohjelman paperiksi 200g RePrint:in, joka on 60% kierrätetty. Paperin pinta on matta ja aavistuksen karhea. Lisäksi kierrättäminen on tehnyt paperin sävystä lämpimän, mikä sopii Kalevan tunnelmaan. Painetut värit heijastavat pinnalla vain vähän, eli mahdolliset valokuvat toistuvat selkeinä ilman heijastuksen haittatekijää.



Kuva 89 Käsiohjelman kansi, reaalikoko A4

HAHMOT - NÄYTTELIJÄT



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



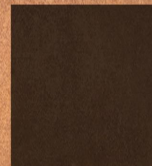
LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



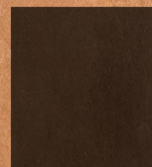
LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



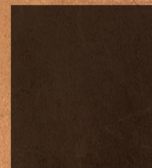
LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit



LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit

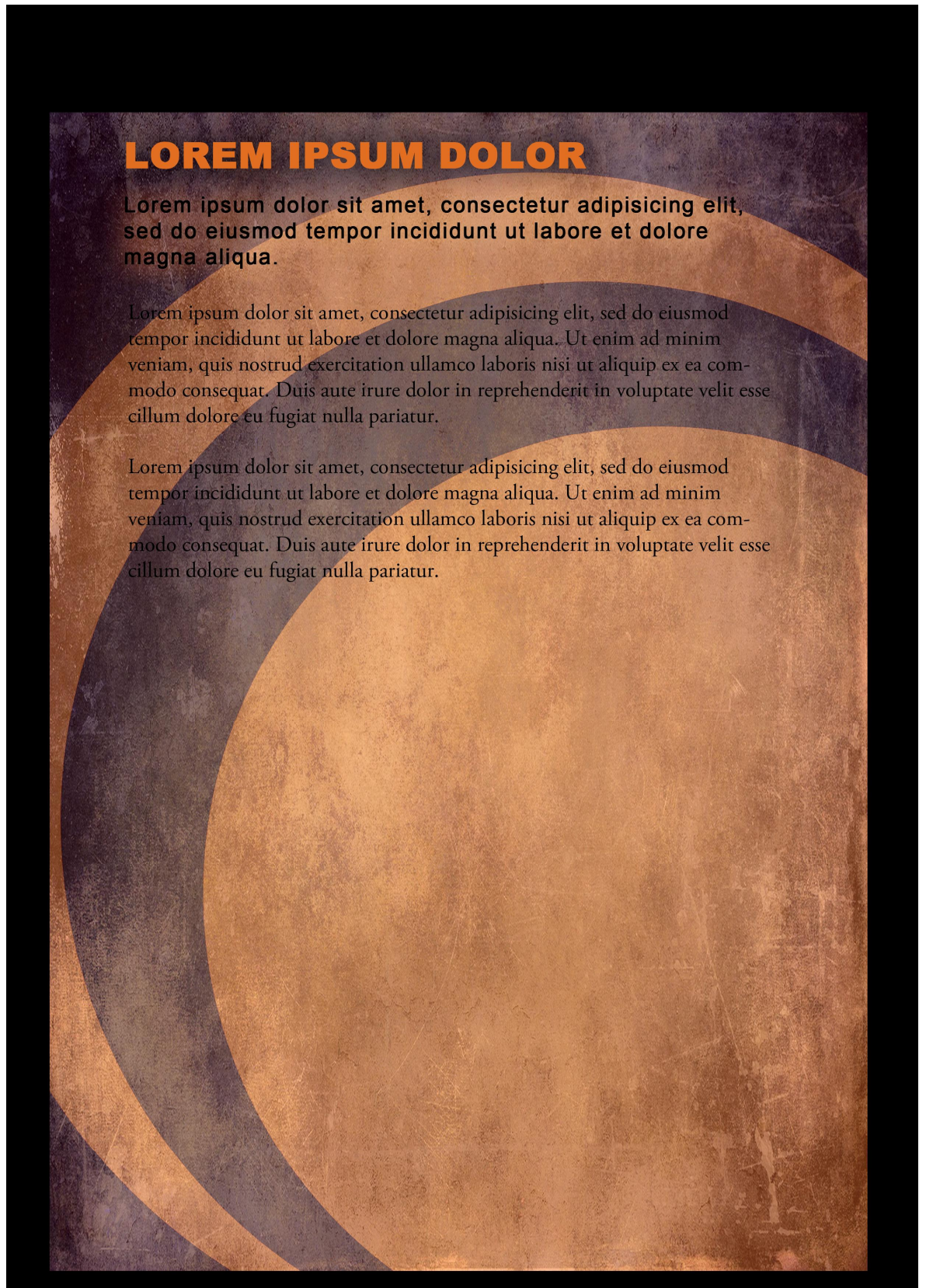


LOREM IPSUM
Dolorsit amet
consectetur adipis-
icing elit

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur?



Kuva 90 Käsiohjelman, sisäaukeaman vasen puoli, reaalikoko A4



Kuva 91 Käsiohjelman takakansi, reaalikoko A4

6.7.6 Magneetti

Musikaalista jäävän positiivisen muistijäljen maksimoinniksi on hyvä olla olemassa oheistuote, joka on säilyttämisen arvoinen. Hyvin usein törmää oheistuotteissa välineisiin, jotka ovat melko turhia. Tapahtumissa ja erilaisilla messuilla usein käyvän pöytälaatikosta löytyy montakin kynää.

Magneetti on pieni ja tarpeellinen esine, joka muistuttaa jokapäiväisessä elämässä usein ja välttämättömässä käytössä olevassa paikassa; jääkaapin ovesa.

Tietysti ensiarvoista magneetin säilyttämiseen on se, onko se kiinnostavan/miellyttävän näköinen. Talteen ottamiseen ja tallessa pitmiseen vaikuttaa myös seikka oliko musikaali hyvä. Jos ei ollut, saatetaan magneetti silti säilyttää, jos se on hyvän näköinen, jolloin se on aina ja yhä uudelleen muistuttamassa negatiivisesta kokemuksesta.



Kuva 92 Magneetti

7 OHJEISTO

Graafisen ohjeiston tehtävä on ohjeistaa tarkasti miten tunnusta, värejä ja typografiaa käytetään eri ilmeen sovellusten yhteydessä, esimerkiksi flyerissa, nettisivuilla tai lehtimainoksessa. Ohjeiston laajuus tulee miettiä asiakkaan tarpeiden mukaan, koska laajempi organisaatio tarvitsee hajanaisuutensa takia yksityiskohtaisemmat ja kattavammat ohjeet kuin pienempi esim. Yhden talon yritys, jossa viestinnästä vastaa yksi tai muutama henkilö (Pohjola, 2003, 152).

Ohjeistamisessa on hyvä ottaa huomioon ohjeistamisen eri tasot;

1. Tavoitteen kuvaus, brändin määrittely;

Sisältää tavoitemielikuvan, eli brandiin liittyvät määrittelyt, sekä sovellusalueeseen liittyvät rajoitukset ja tavoitteet.

2. Visuaalisuuden ja tavoitteiden sekä brandin määrittelysten yhteys;

Osoittaa tavoitemielikuvan ja siihen liittyvän visuaalisen yhteyden

3. Kuvaileva taso;

Osoittaa visuaalisen identiteetin pysyvät elementit ja niiden käyttöohjeet käyttöön liittyvät rajoitukset huomioiden.

4. Tekninen taso;

Sisältää selkeät toteutusohjeet sovellusten toteuttamiseksi. Sähköisen materiaalin etu on sen helppokäyttöisyys, jolloin voidaan hyödyntää valmiita tiedostoja.

Graafisen ohjeiston muodoksi valitsin sekä sähköisen Pdf:n, että 80g:n paperille offset-painatetun, taitettuna A4-kokoisen (mitat 210 x 297mm), nidotun vihon. Vihko on kevyt ja helppo postittaa tarpeen vaatiessa ja mahtuu kirjukuoreen.

Manuaalista on myös joskus mukavampi tarkistaa ilmeen käytön määrittämiä, kuin sähköisen pdf-tiedoston selaamisessa. Sähköisen tiedoston olemassaolo oli myös tarpeellinen, koska sen postitus sähköpostissa on tarpeen vaatiessa etanapostia nopeampaa. Tiedoston lataaminen ja käyttö palvelimelta on myös mahdollisuus.

8 POHDINTA

Tapahtuman markkinointimateriaaleja lähdetessä suunnittelemaan tulisi tietää syy miksi tapahtuma järjestetään, kohderyhmä, tapahtuman pääviesti ja budjetti.

Informaation kulku muilta osin kevään 2010 aikana oli toimivaa ja kasvokkain onnistuneet asiakaspalavereiden ansiosta sain lisäinformaationa ilmeen suunnittelun pohjaksi kartoitettua mm. asiakkaan mielikuvia, mikä ei sähköpostitse olisi ollut mahdollista.

Tämän työn tutkimusosa oli ensikosketukseni sisällönanalyysiin ja huomasin menetelmän pohjatutkimuksena olevan oikein hyvä. Tulosten selkiytyessä alkoi mieli laajentaa aineistoa Kullervon ja Kalevalan puolelta. Niistä on tehty teoksia hyvin moniin eri tarkoituksiin ja ilmeet eroavat toisistaan paljon.

Aineiston taulukoiminen ja erittely oli osin haasteellista, mutta samalla aineiston purkamisvaihe oli yksi työn mielenkiintoisimpia. Oli upeaa oivaltaa ja huomata aineistosta listautuvan muuttujia omia ja asiakkaan mielikuvia vastaavasti. Analyysin teko oli hyödyllinen, koska sieltä irtosi kattavammin tuloksia, kuin pelkällä havainnoimisella olisi tullut.

Haastattelulla tulosten tukeminen olisi luonut luotettavamman pohjan ilmeelle, mutta sen toteuttaminen ei muotoilun näkökulmasta ollut mahdollinen, koska tutkimusmenetelmänä se kuuluu koulutusohjemasamme enemmänkin toisiin koulutusohjelmiin. Vaikka markkinoinnillisia näkökulmia on tarpeen ottaa huomioon ilmeettä suunnitellessa, on pääpaino aineistopohjaisessa tutkimuksessa.

Innostuin työtä tehdessäni Gene Kurkijärven sarjakuvasta ja odotan kovasti että pääsen siihen syventymään. Myös Kalervo Palsa oli hyvin virkistävä taiteilija, jonka tuotanto varmasti pitää sisällään muitakin helmiä Kullervon ohella.

Työssä pääsin kehittämään haastavan projektin parissa muotoilun ammattipätevyyttäni kun sovelsin ilmettä eri sovelluksiin. Myös tutkimusentekotaitoni paranivat. Kulttuurituotannon kanssa työskentely toi suunnittelijalle näkyvyyttä ja poiki kontakteja mahdollisia tulevia projekteja varten,

vaikka työtä ei valittukaan musikaalin markkinointi-ilmeeksi. Työnäytteenä musikaalin ilme (Liite 4) on mukavan erilainen tavallisempien yritysilmelöiden ym. rinnalla.

Kulttuurituotanto ulkoisti graafisen suunnittelun, koska sen toimialana on tapahtuman tuottaminen, eikä visuaalisen ilmeen suunnittelu. Graafinen suunnittelija oli ratkaisevassa roolissa musikaalin viestin välittämisessä ja myös ilmeen sovelluksiin oli mahdollista perustellusti vaikuttaa. Graafisen ilmeen suunnitteluun toin alan opiskelijana tuoreen näkökulman. Opiskelijan käyttö oli myös edullinen vaihtoehto.

Seinäjoen ammattikorkeakoulun Kulttuuriala sai hyötyä eri toimipisteiden ja koulutuslinjojen välisestä opinnäyteyhteistyöstä. Kulttuurituottajat ja muotoilijat ovat tehneet aikaisemminkin yhteisiä projekteja, mutta eivät vastaavanlaisessa projektissa. Projekti edesauttoi SeAMK:n sisäistä yhteisöllisyyttä luomalla jalansijaa eri toimipisteiden välisessä yhteistyössä.

Tapahtuma sai medianäkyvyyttä, jolloin myös koulu pääsi näkyviin valtakunnallisesti. Tapahtuma myös lujitti Seinäjoen statusta kulttuurialueena Suomessa, jolloin visuaalisen ilmeen näkyvyydellä on merkitystä myös ihmisten muodostaessa mielikuviaan alueen kulttuuritapahtumien ja koulutuksen tarjonnasta.

Opinnäytteeni tavoitteiksi määrittelin oli Kullervon tarinaa henkivän ja musikaalin kävijöiden mielenkiinnon herättävän ilmeen luomisen, joka lisäisi SeAMK:n Kulttuurin tunnettuutta. Koen saavuttaneeni tavoitteen.

Aihe itsessään loi puitteet näyttävän lopputuloksen saavuttamiseksi ja oli tutkittavana mieleinen. Pidän Kalevalan tarinoita hyvin inspiroivina ja Kullervon tarina ei entuudestaan ollut kovin tuttu Kalevalan osa. Huomasin sen olevan hyvin mielenkiintoinen ja siinä on aineksia vielä monenmoiseen erilaiseen toteutukseen kulttuurialan kentällä. Itse haluaisin nähdä siitä vielä jonkinlaisen toteutuksen lasten ja nuorten mielenterveyden edistämisen näkökulmasta tehtynä.

LÄHTEET

Airey, D. 2010. Logo design love - a guide to creating iconic brand identities. Yhdysvallat

Finke, G. 1999. Festival Graphics. Yhdysvallat

Hatva, A. 2003. Verkkografiikka. Helsinki: Edita, IT Press.

Huovila, T. 2006. ”Look” Visuaalista viestisi. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Itkonen, M. 2007, Typografian käsikirja. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Lyytikäinen K. & Riikonen H. Painotuotteen suunnittelu. Helsinki: Gummerus

Mattila, P. Pajunen, M., Kalske K. 1994. Julkaisuntekijän käsikirja. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Mäkinen, M., Kahri, A., Kahri, T. 2010. Brändi kulmahuoneeseen. WSOY

Nieminen, T. 2004. Visuaalinen markkinointi. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Pohjola, J. 2003. Ilme. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Seppänen, J. 2005. Visuaalinen kulttuuri. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Tuomi, J. Sarajärvi A., 2012. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Vantaa: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Wheeler, A. 2009. Designing Brand Identity: an essential guide for the whole branding team. Hoboken: John Wiley & Sons.

Verkkolähteet

Halonen, Heikkinen ja Tuohesmaa, 2010, . Miten Kalevala auttaa näkemään elämää? [radio podcast]. [Viitattu 3.2.2010]. Saatavana: <http://areena.yle.fi/audio/660161>

LIITTEET

LIITE 1 Prosessin kulku luonnoksin





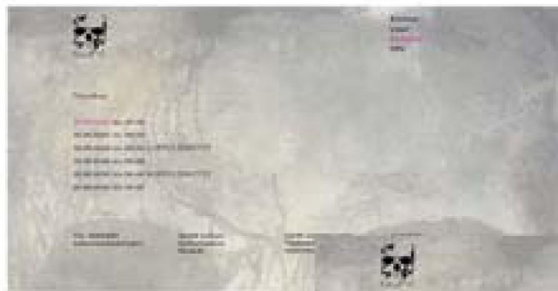
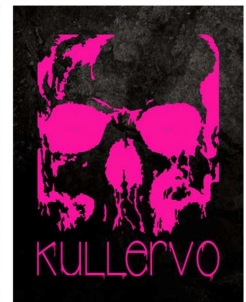
KULLERVO
KULLERVO



LIITE 2 WWW-sivuston asettelun luonnoksia



LIITE 3 Välvaihe



LIITE 4 Valmiin ilmeen sovellukset

KULLervo

SeAMK-Kulttuurin opiskelijoiden tuottama musikaali Seppo Parkkisen näytelmästä

Rytmikorjaamolla **Liput 17€/14€/13€**

Esitysaikat
Ma 1.11.2010 klo 19.00
Ke 3.11.2010 klo 13 ja 19
Pe 5.11.2010 klo 19.00
La 6.11.2010 klo 19.00
Ma 8.11.2010 klo 13.00
Ti 9.11.2010 klo 13 ja 19
Ke 10.11.2010 klo 19.00

seamk.fi **Varaukset 0408304233**
 satu.kokkonieni@seamk.fi

www.kullervomusikaali.net

KULLervo

SeAMK-Kulttuurin opiskelijoiden tuottama musikaali Seppo Parkkisen näytelmästä

MAHNOT **WWW.KULLERVOMUSIKAALI.NET** **IL DOLOR SIT AMET**

KULLervo

Rytmikorjaamolla **Liput 17€/14€/13€**

seamk.fi

1.11.-10.11

www.kullervomusikaali.net

KULLervo

Rytmikorjaamolla **1.11.-10.11.**

Liput 17€/14€/13€

seamk.fi

www.kullervomusikaali.net

KULLervo

ETUSIVU LIPUT ESITYKSET INFO