

**KARELIA AMMATTIKORKEAKOULU**  
**Muotoilu**

**Arttu Mustonen**

**JOE ROCK N' TRAD -MUSIIKKIFESTIVAALIN VISUAALINEN ILME 2013**

**Toukokuu**  
**2013**



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Toukokuu 2013**  
**Muotoilun koulutusohjelma**

Sirkkalantie 12 A  
80100 JOENSUU  
p. 050 311 6317

**Tekijä**  
Arttu Mustonen

**Nimeke**  
Joe rock n' trad -musiikkifestivaalin visuaalinen ilme 2013

**Toimeksiantaja**  
Joensuun konservatorio

**Tiivistelmä**

Opinnäytetyön aiheena on visuaalisen ilmeen, logon, värimaailman sekä muotokielen ja verkkosivujen suunnittelu Joensuun konservatorion vuonna 2013 järjestämälle Joe rock n' trad -musiikitapahtumalle. Tapahtumalla ei entuudestaan ollut vakiintunutta visuaalista linjaa. Tavoitteena oli luoda vertailuanalyysin ja aiemman materiaalin pohjalta erottuva, värikäs ja positiivinen visuaalinen ilme, joka kohottaa tapahtuman profiilia ja tehostaa sen viestintää.

Opinnäytetyön toiminnallinen osio koostuu tapahtuman verkkosivujen käytännön toteutuksesta. Tapahtuman verkkosivujen käyttäjille tehtiin sähköinen palautekysely sivujen ilmestytyä.

Kyselyn tulosten perusteella lopputulos oli tavoitteiden mukainen opinnäytetyö, joka edisti tapahtuman viestintää ja joka toimii suuntaviittana tulevaisuuden toteutuksille.

**Kieli**  
Suomi

**Sivumäärä 37**  
**Liitteet 1**  
**Liitesivumäärä 2**

**Asiasanat**  
Graafinen suunnittelu, ilme, tapahtuma, web



**THESIS**  
**May 2013**  
**Degree programme in Design**

Sirkkalantie 12 A  
80100 JOENSUU  
tel. 050 311 6317

**Author**

Arttu Mustonen

**Title**

Joe rock n' trad - Visual identity for a music festival 2013

**Commissioned by**

Joensuu conservatory

**Abstract**

The subject of the thesis is to design the visual identity, logo, color scheme and the shape language as well as a website for Joe rock n' trad, a music festival organized by Joensuu conservatory in 2013. The festival had no previous, established visual guidelines. The goal was to use benchmarking and earlier materials as a basis for creating a distinct, colorful and positive visual identity, which serves to raise the festival profile and boost its communications.

The practical part of the thesis consists of the production of the festival website. To see if the goals for the task were achieved, a feedback survey was prepared for the users of the website afterwards.

According to the results of the survey, the outcome was a successful thesis, which improved the communications of the festival and can work as a basis for future productions.

**Language**

Finnish

**Pages 37**

**Appendices 1**

**Pages of appendices 2**

**Keywords**

Graphic design, visual identity, event, web

## Sisältö

1 Johdanto

2 Lähtökohdat

2.1. Viitekehys

2.2. Toiminta-asetelma ja osapuolet

3 Tapahtuman visuaalinen ilme

3.1. Visuaalinen ilme tapahtuman markkinoinnissa

3.2. Ilmeen suunnitteluprosessi ja teemat

3.3. Ilmeen graafinen malli

3.4. Verkkosivun käytännön toteutus

3.5. Web 2.0 periaate

4 Käyttäjäpalaute

4.1. Tiivistelmä kyselyn tuloksista

4.2. Tulosten arviointi

5 Pohdinta

Lähteet

Liite 1. Käyttäjäkyselyn runko

## 1 Johdanto

Joe rock n' trad on Joensuun konservatorion vuosittain toukokuun alussa järjestämä, noin kaksi viikkoa kestävä musiikkifestivaali. Festivaali on järjestetty vuodesta 2006 alkaen, jo kahdeksan kertaa. Sen aikana järjestetään erillisiä yksittäiskonsertteja eri kohteissa, pääasiassa ravintoloissa Joensuun kaupungin alueella. Niissä esiintyvät Joensuun ja Kuopion konservatorioiden toisen asteen rytmi- ja kansanmusiikin koulutusohjelmien opiskelijat. Joe rock n' tradia järjestettiin yhteistyössä Joensuun kaupungin kulttuuritoimen kanssa, mutta vuonna 2012 kulttuuritoimi jättäytyi toteutuksesta. Konservatorio jatkoi kuitenkin festivaalin järjestämistä itsenäisesti.

Festivaalilla ei ole vakiintunutta visuaalista ilmettä, ja pääasiassa viestinnän ja muotoilun opiskelijat ovat uudistaneet sen painotuotteet ja kotisivut vuosittain alusta alkaen. Maaliskuussa 2013 olin yhteydessä Joensuun konservatorioon erään projektin suhteen, jolloin minulle tarjottiin mahdollisuutta osallistua Joe rock n' tradin visuaalisen ilmeen toteutukseen tälle vuodelle.

Roolini oli suunnitella festivaalille erottuva, positiivinen ja pirteä visuaalinen ilme, jota on mahdollista soveltaa monipuolisesti eri viestintäkanavissa, ja joka antaa ulkopuoliselle miellyttävän ja houkuttelevan vaikutelman tapahtumasta. Pyrin tavoitteeseen tarkastelemalla vastaavanlaisia, niin kotimaisia kuin ulkomaisiakin toteutuksia ja yhdistelemään lopputuloksessa havaintojen onnistuneimpia puolia. Ilmettä sovellettaisiin pääasiassa sähköisesti, festivaalin verkkosivuilla, yhteisöpalveluissa, sekä mahdollisesti myös painotuotteissa. Suunnittelutyön lisäksi tehtävääni sisältyi myös tapahtuman verkkosivujen tekninen toteutus.

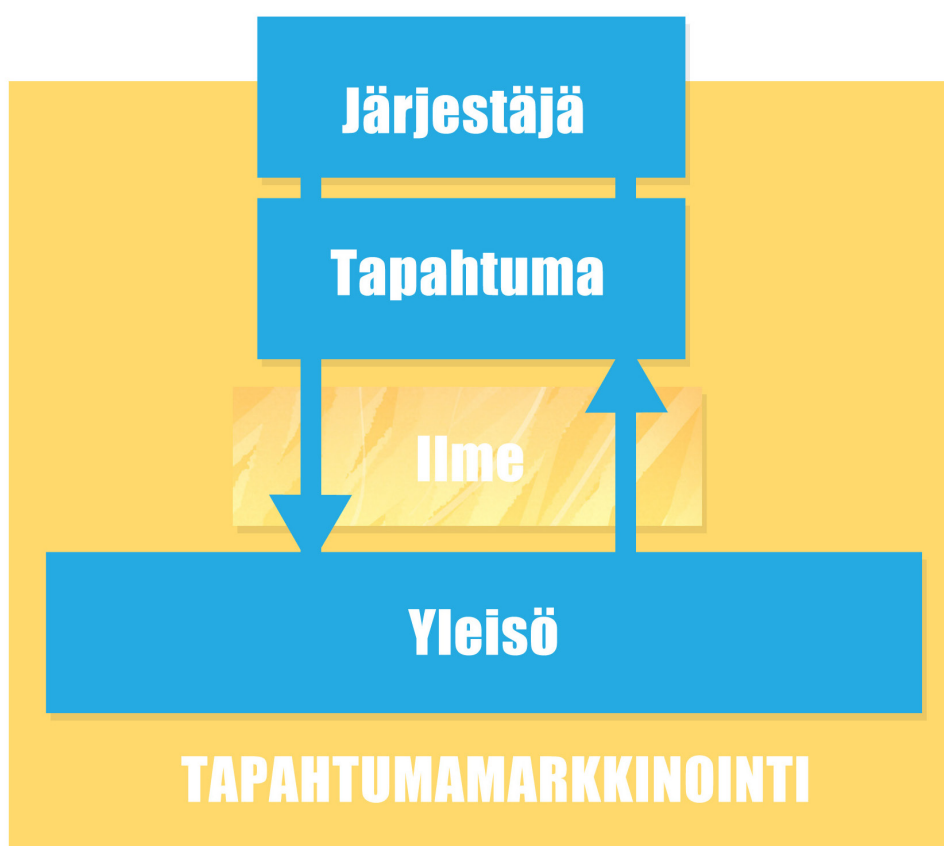
Vastaanotin toimeksiannon koska se oli mielestäni aiheeltaan mielenkiintoinen ja haastava. Onnistuessaan työ olisi konkreettinen, näkyvä näyte omasta osaamisesta, joka auttaisi minua työelämään siirtymisessä. Toivoin myös saavani tehtävän kautta kokemusta asiakastyöstä ja mahdollisia kontakteja, joiden kautta voi tulla uusia työmahdollisuuksia. Ulkopuolisen tahon kanssa yhteistyön tekeminen ja viestintä on aina ollut minulle hankala osa-alue, josta kokemuksen saaminen on tärkeää. Halusin kehittää erityisesti omia viestintätaitojani, löytääkseni mahdollisimman tehokkaita tapoja ideoideni kommunikoinniseksi asiakkaalle.

Toiminnallisempi tavoitteeni oli kohottaa Joe rock n' tradin profiilia ja lisätä sen tunnettavuutta paikallisille asukkaille, sillä tapahtuma oli mielestäni itsessään mielenkiintoinen ja huomion arvoinen. Näin festivaalin viestinnässä paljon kehittämisen varaa, ja toivoin omalla panoksellani edesauttavani sen visuaalista ilmekehitystä kansallisella tasollakin huomiota kestävän tuotemerkin tasolle.

## 2 Lähtökohdat

### 2.1 Viitekehys

Festivaalin visuaalinen ilme ja sen suunnittelu ilmiönä kategorisoituvat tapahtumamarkkinoinnin osa-alueeksi. Tapahtumamarkkinointi on viestintää tapahtuman järjestäjien ja yleisön välillä (Kuva 1). Graafisena suunnittelijana tavoitteeni on kehittää tuota viestintää tehokkaampaan, selkeämpään ja ymmärrettävämpään muotoon. Suunnitteluprosessin aikana pyrin selventämään ymmärrystäni tapahtumamarkkinoinnista, sen vaiheista ja vaikutuksista kun viestintäkanavaksi on valittu verkkosivu. Viitekehyksessä on kuvattuna suunnitteluprosessi osana suurempaa ilmiötä sekä sen osapuolet.



Kuva 1. Visuaalinen viitekehys.

## 2.1 Toiminta-asetelma ja osapuolet

Erottuminen kilpailijoista on yritysmarkkinoilla elintärkeää, varsinkin näin harvaan asutussa maassa ja pienellä paikkakunnalla, ja siksi yritysilmheet ovat yksi graafisia suunnittelijoita eniten työllistävästä aihealueista. Elämme maailmassa, joka on viestinnän ylitarjonnan kuormittama, ja jossa joukosta erottuminen on yrittäjille taloudellinen ehto (Trout 2000 98-100). Visuaaliset ilmeet näkyvät katukuvassa mainoksina ja logoina, sekä lukuisissa painotuotteissa ja ilmaisjakeluissa, mutta nykypäivänä yhä useammin niiden selkein ja merkittävin sovellutus ovat yrityksen www-sivut.

Viestinnän yleistyvä sähköistyminen näkyy muun muassa ammattikorkeakoulun vastaanottamien yritys yhteistyöprojektien sisällöissä. Vaikka tapahtumaa ei voikaan sinänsä täysin samaistaa yritykseen, myös tapahtumat tarvitsevat itselleen ilmeen ja kotisivut erottuakseen muista samankaltaisista tapahtumista. Vuonna 2011 suunnittelin ja toteutin Joensuu design week-muotoilukampanjan visuaalisen ilmeen ja verkkosivut. Samana vuonna olin työstämässä myös yliveskalaisen Sun Pampas-musiikkifestivaalin verkkosivupäivitystä. Vaikka ilmesuunnittelu onkin minulle sinänsä tuttu aihepiiri, se on kuitenkin jostain missä on aina tilaa kehittämiseksi. Sähköisen viestinnän evoluutio etenee alati kiihtyvällä tahdilla, mikä asettaa suunnittelijalle suuria haasteita uudistaa ja monipuolistaa omaa ilmaisuaan. Haluni kehittyä ilmesuunnittelussa ja sen sovellutusten hallinnassa eteenpäin johti minut vastaanottamaan tämän toimeksiannon.

Toimeksiantajalla, Joensuun konservatoriolla on takanaan pitkä historia musiikin perusopetuksen ja ammatillisen koulutuksen tarjoajana maakunnassa. Joe rock n' trad on yksi useista konservatorion tapahtumista, jossa sen opiskelijat pääsevät näyttämään osaamistaan. Festivaali on käytännössä konserttikier-



tue, joka järjestetään yhdessä paikallisten yrittäjien sekä Joensuun kaupungin tuella. Festivaalia organisoivat pääasiassa konservatorion omat työntekijät ja oppilaat, ja useat paikalliset yritykset sponsoroivat festivaalia tarjoamalla muun muassa esiintymistiloja. Vuodesta 2012 lähtien myös Kuopion konservatorio on ollut toteutuksessa mukana. Esiintyjät ovat kaikki konservatorioiden valmistuvia opiskelijoita. Tapahtumassa esiintyminen on konservatorion oppilaille opinnäytetyötä vastaava tutkintosuoritus, joka edesauttaa heitä työelämään siirtymisessä.

Joe rock n' tradin kohderyhmä on yleisesti Joensuun kaupungin asukkaat. Kohderyhmää lähestytään festivaalin aikana muun muassa valitsemalla esiintymispaikoiksi kaupunkilaisten suosimia kulttuuri- ja virkistyskohteita, kuten elokuvateatterikeskus Tapio ja Joensuun teatteriravintola. Esiintymispaikat ja artistien tyyli suunnat rajaavat yksittäisten keikkojen kohderyhmää tapauskohtaisesti. Useimmat konsertit on suunnattu lähes koko perheelle, mutta yksittäisissä paikoissa, esimerkiksi anniskeluravintoloissa, pääsy voi olla vain täysikäiselle yleisölle.

Tapahtuman visuaalinen ilme markkinoi paitsi tapahtumaa itseään, mutta myös siinä esiintyviä artisteja, ja auttaa näin lisäämään itäsuomalaisen musiikkikulttuurin näkyvyyttä maakunnassa. Työ toteutettiin yhteistyössä järjestäjien työryhmän, ohjaavan opettajan, sekä esiintyvien artistien tuella. Konservatorion opiskelijat tuottivat paljon omaa materiaalia festivaalin viestintää varten, kuten artistivalokuvia, keikkakuvia, sekä erillisiä, artistikohtaisia mainosjulisteita.

Toimeksiannon aikataulu oli erittäin pikainen ja haasteellinen. Vastaanotin tehtävän 27.3.2013. Festivaali järjestettiin 6.-17.5, ja kotisivujen olisi oltava valmiina noin kaksi viikkoa sitä ennen. Pienimuotoisilla tapahtumilla, joilla ei ole resursseja ylläpitää mainonnallista jännitettä, hypeä, ympäri vuoden, tuota kahden viikon aikaikkunaa pidetään miniminä, jotta markkinoinnin vaikutus

saadaan hyödynnettyä parhaiten (Junkkari 2012). Jaoin aikataulun viikon jaksoihin, joista jokaisella oli oma tavoitteensa, lukuun ottamatta luonnostelu ja suunnitteluvaihetta, johon käytin kaksi viikkoa (kuva 2).



Kuva 2. Toimeksiannon toteutunut aikataulu.

Tehtävän laajuudesta ja aikataulun kiireellisyydestä huolimatta suunnitelmat pitivät jokseenkin laskelmien mukaisesti. Ainoastaan verkkosivun julkistusajankohta viivästyi vajaan viikon verran. Tapahtuman uudistetut kotisivut julkaistiin 30. huhtikuuta, jonka jälkeen konservatorio aloitti markkinointikampanjan eri medioiden välityksellä, kuten paikallislehti Karjalan Heilissä julkaistulla artikkelilla. Tulevaisuuden kehittämistarpeita varten järjestettiin sivujen avaamisen jälkeen verkossa kaikille avoin käyttäjäkysely.

## 3 Tapahtuman visuaalinen ilme

### 3.1. Visuaalinen ilme tapahtuman markkinoinnissa

Visuaalinen ilme terminä merkitsee käytännössä yrityksen tai tapahtuman viestinnässä käytettävää graafista ulkoasua, johon sisältyvät esimerkiksi logo, värit, kuvat tai kuvitukset sekä typografia. Ilme on yrityksen tai yhteisön ”kasvot” liike-elämässä. Kuvaava ja hyvä visuaalinen ilme tukee ja tehostaa yrityksen viestintää, huono taas voi paitsi tehdä viestinnän tehottomaksi mutta myös aiheuttaa suuria taloudellisia tappioita ja pahimmillaan johtaa yrityksen kaatumiseen. (Tuska 2003.)

Tapahtumien kohdalla ilme ei usein ole yhtä vakaa käsite kuin yritysten tai yhteisöjen tapauksessa. Säännöllisesti toistuvatkin tapahtumat, kuten musiikkifestivaalit, ovat joka vuosi alusta loppuun uudelleen luotu kokemus, joka nimestä huolimatta ei ole koskaan samanlainen. Tämän vuoksi musiikkitapahtumien visuaalinen viestintä tapaa vaihtua joka vuosi kuvastamaan kulloisenkin vuoden teemaa, kuten esimerkiksi Itä-Suomen suurimman vuosittaisen musiikkifestivaalin Ilosaarirockin tapauksessa. Ilosaarirockin koko viestintämateriaali, painotuotteet, oheismateriaalit ja nettisivut suunnitellaan ja toteutetaan joka vuosi uudelleen avoimen ilmekilpailun tuottamien töiden pohjalta.

Osaltaan ilmeen vaihtuvuus antaa paljon mahdollisuuksia. Yhtenä vuotena heikommin toimineesta materiaalista päästään nopeasti eroon ja sen vaikutus festivaalin viestintään jää minimaaliseksi. Toisaalta se taas tuottaa paljon uusia haasteita. Voi olla että yhtenä vuonna visuaalinen ilme puhuttelee vain yhtä osaa kohderyhmästä ja etäännyttää toisen, kun taas toisena vuonna tilanne voi olla päinvastainen. Näin yleisö saattaa lopulta päätyä hylkäämään tapahtuman kokonaan. Suuren luokan festivaalien kohdalla tämä ei välttämättä ole

oleellinen riskitekijä, sillä näissä tapauksissa esiintyjien tunnettavuus ja suosio ylittävät merkityksessä tapahtuman oman imagon. Pienempien tapahtumien kohdalla tilanne voi olla toinen, niin että tapahtuman imagon vajavaisuus vahingoittaa artistien imagoa.

Tapahtuman visuaalinen ilme voi näkyä markkinointimateriaalien ohella myös kaupallisissa oheistuotteissa. Esimerkiksi Ilosaarirockin tapauksessa ilmeen pohjalta tuotetaan monesti muun muassa vaatteita, koriste- ja muistoesineitä. Mutta mielestäni se, missä keskivertokuluttaja siihen useimmin törmää, on tapahtuman verkkosivu. Musiikkifestivaalin kotisivujen toiminnallinen tehtävä on saada kohdeyleisö löytämään tapahtuma, herättämään kiinnostus sen sisältöön, sekä ylläpitämään tuota kiinnostusta tarjoamalla säännöllisesti uutta informaatiota. Tämän vuoksi tietoa on yleisesti totuttu etsimään juuri netistä. Suuren käytön ja tarpeen vuoksi visuaalinen ilme nousee erityisen merkitykselliseen asemaan. Sen tulisi tukea tarjottua informaatiota samalla olematta ristiriidassa sen kanssa ja viemättä siltä huomiota.

”Tapahtuma markkinoitavana tuotteena on sekä palvelu- että mielikuvatuote” (Rope 2000). Toistuvan tapahtuman ollessa kysymyksessä visuaalinen ilme luo myös onnistuessaan yleisölle pysyvän, positiivisen mielikuvan, muistijäljen, joka herättää jo valmiiksi alustavan kiinnostuksen seuraavan kerran järjestettävää festivaalia kohtaan. Pysin tätä ajatellen työni avulla asettamaan eräänlaista suuntaviittaa sille, miten Joe rock n’ tradin visuaalista viestintää tulisi jatkossa kehittää eteenpäin.

### **3.2 Ilmeen suunnitteluprosessi ja teema**

Toimeksiannon aikataulu oli kiistatta haastava, mutta katsoin sen olevan myös opettavainen kokemus. Vastaavien toteutusten tekeminen nopeasti on käsitykseni mukaan normaalia mainostoimistojen arkea, eikä kuukausien pohjatyöhön ja tutkimukselle välttämättä ole mahdollisuuksia. Tästäkin huolimatta

tulisi pystyä luomaan asiallinen, sopiva ja kiinnostava tuote, johon asiakas voi olla tyytyväinen.

Graafisella alalla ja etenkin suurissa mainostoimistoissa aikataulutuksen ongelmat ovat muodostuneet yleisesti tunnetuksi huumorin aiheeksi. Aikatauluja pidetään ammattipiireissäkin ”luovuuden tappajina” ja asioiden jättäminen viime tinkaon on enemmän sääntö kuin poikkeus. Kirjassa ”Mainonnan suunnittelun sietämätön keveys” kaksikymmentä vuotta alalla toiminut kirjailija kertoo sovittujen aikarajojen siirtämisen lukuisten tekosyiden varjolla olevan mainostoimistojen arkipäivää. (Tuska 2003 144-145.)

Ideota ei tunnetusti voi pakottaa ilmestymään tyhjästä, mutta niiden saamisen helpottamiseksi on olemassa paljon apuvälineitä ja tekniikoita. Tähän liittyen toimeksianto oli myös eräänlainen koe omille työskentelytavoilleni. Halusin tehtävän myötä tarkastella omaa pärjäämistäni annettujen rajoitusta puitteissa ja testata valmiuksiani varsinaisessa työelämässä toimimiseen. Pystyisinkö olosuhteista huolimatta suoriutumaan optimitasoni mukaisesti vai joutuisinko tekemään työssä kompromisseja ja missä määrin? Hankitun tiedon avulla voisin kehittää työskentelytapojani ja tekniikoitani tulevaisuudessa ja käyttää kokemusta hyväkseni jatkossa projekteja valmisteltaessa.

Toki aikataulussa pysyminen ei ole ainoastaan suunnittelijasta itsestään kiinni. Mainostoimisto Done Deal kirjoittaa verkkosivuillaan, että asiakkaan mielenkiinto työtä kohtaan ja aktiivinen osallistuminen prosessin eri vaiheissa ovat oleellisessa roolissa suunnittelutyön etenemisessä ja onnistumisessa (Autio 2013). Tätä ajatellen pyrin pitämään tiiviisti yhteyttä festivaalin järjestäjiin heti alusta lähtien, saadakseni selville heidän näkemyksensä ja toivomuksensa festivaalin suhteen, ja jotta he pysyisivät selvillä suunnitteluprosessista ja sen suunnasta. Olin säännöllisesti yhteydessä asiakkaaseen sähköpostitse ja pyrin välttämään epätietoisuuden tai sekaannusten syntymistä tiedottamalla työvaiheiden etenemisestä.

Asiakaskontaktin merkitystä ei voi liioitella. Ennen kuin yritys voi myydä tuotteen omille asiakkailleen, suunnittelijan on myytävä se yritykselle, kuten kirjassa ”Mainonnan suunnittelun sietämätön keveys” kerrotaan. Oman idean välittäminen onnistuneesti asiakkaalle on monen tekijän summa, jossa vaaditaan tehokasta kommunikointia, yhteensopivia henkilökemioita, ja niin sanottua ”samalla aallonpituudella” olemista. Jossakin näissä epäonnistuminen voi tehdä työn heti alitajuisesti vastenmieliseksi asiakkaalle, ja hankaloittaa prosessin etenemistä, vaikka työ sinänsä täyttäisikin tarkoituksensa (Tuska 2003).

Jaoin alussa tehtäväni koulutuksen aikana omaksuttuihin kolmeen päävaiheeseen. Ensimmäisenä oli pohjatyövaihe, jossa otin selvää mm. tapahtuman rakenteesta, tyylistä, esiintyjistä, järjestäjistä, tavoitteista ja kohderyhmästä sekä perehdyin edellisvuosien graafisiin materiaaleihin ja verkkosivuihin. Tämän jälkeen seurasi suunnitteluvaihe, jossa lähdin luonnostelevaan festivaalin ilmettä ja nettisivujen rakennetta selvittämäni informaation pohjalta. Kolmannessa ja viimeisessä vaiheessa siirryin itse käytännön työhön.

Selvitettyäni asiakastapaamisessa perustiedot tapahtumasta, jatkoin tutustumalla itsenäisesti Joe rock n’ tradin edellisvuotisiin verkkosivuihin (Kuva 3), esiintyjäesittelyihin, keikkakuviin sekä mainosjulisteisiin. Järjestäjillä itsellään ei ollut erityisiä toiveita tai pyyntöjä visuaalisen ilmeen suhteen. Festivaalilla ei ollut entuudestaan omaa logoa, graafista ohjeistusta, tai ennalta sovittuja suuntalinjoja ilmeen suhteen, tai mitä sillä haluttiin viestiä. Minulle annettiin käytännössä vapaat kädet ehdottaa mitä tahansa, harkintani mukaan. Tämä voi vaikuttaa teoriassa vapauttavalta ja helpolta, mutta se on hyvästä syystä kammottu lähtökohta suunnittelijoille: Festivaali on kuitenkin oma entiteettinsä, jolla on identiteetti, ja josta jokaisella asianosaisella on oma mielipiteensä ja näkemyksensä. ”Mikä tahansa” ei todellisuudessa käy. Mutta mitä vaikeammin hahmotettavissa tuo identiteetti on, sitä vaikeampaa sen kuvaamisesta tulee.

**JOE ROCK N' TRAD**  
2. - 15. 5. 2012 Joensuussa

ETUSIVU ESIINTYJÄT OHJELMA MEDIA YHTEYSTIEDOT IN ENGLISH

### Joe Rock' n Trad 2012 - Esiintyjät

**AJANKOHTAISTA**

to 10.5. Ravintola Gloria (K20)  
klo 22  
Wine With Wayne

pe 11.5. Nuorisokahvila  
Scream (ikärajaton)  
klo 18  
Moppipoppi

ti 15.5. Teatteriravintolan  
lasiterassi (K18)  
klo 21  
Aava  
There are no words

Kuva 3. Joe rock n' tradin kotisivu vuodelta 2012.

Pyrin ensimmäisenä selvittämään mielessäni tapahtuman tyylin tai jonkinlaisen ydinajatuksen, jonka nostaisin keskeiseksi teemaksi uudessa graafisessa ilmeessä. Sain heti alussa sen käsityksen, että kyseessä oli ensisijaisesti opiskelijoiden festivaali, jonka tulisi olla esiintyjien itsensä näköinen. Siksi en pitänyt järkevänä pohjata työtä järjestävän oppilaitoksen Joensuun konservatorion omaan ilmeeseen tai materiaaleihin muuten kuin korkeintaan viitteellisesti. Näin ei ollut myöskään vanhojen materiaalien kohdalla.

Mikäli festivaalin aikana esiintyvät artistit edustaisivat yhtä tiettyä musiikkilajia, tehtävä olisi ollut kohtuullisen suoraviivainen, mutta näin ei tosiasias-  
 ssa ollut. Alun perin festivaali oli nimeltään pelkästään ”Joe rock”, ja sen esiintyjät soittivat pääasiassa rock n’ rollia, tai pop-musiikkia. Sittemmin kansanmusiikin koulutusohjelman, sekä Kuopion konservatorion opiskelijat liittyivät myös festivaalin ohjelmistoon, jolloin tarjonnasta tuli varsin monenkirjavaa. Vuonna 2013 festivaalin musiikillisesta tarjonnasta löytyi rockia, poppia, jazzia, heavy metalia, kansanmusiikkia, runonlaulantaa, sekä vielä kokeilevampia tyyli-

tia. Toisin sanoen visuaalisen ilmeen lokeroiminen yhden tietyn suuntauksen perusteella ei ollut mahdollista.

Koska festivaalilla ei ollut sen enempää olemassa olevaa visuaalista kuin musiikillistakaan identiteettiä, päätin lähestyä aihetta metafysisemmästä näkökulmasta. Vaikka artistit ovat laidasta laitaan ja erilaisia, koetin silti hakea jonkinlaista yhteistä nimittäjää, joka sopisi teemaksi. Esiintyjät olivat kaikki opiskelijoita, pääosin nuoria aikuisia, 20-25-vuotiaita, joiden kohdeyleisö olisi niin ikään pääosin samanikäisiä tai hieman vanhempia nuoria aikuisia. Näin keväällä järjestettävän nuorten musiikkifestivaalin tulisi ennen kaikkea olla raikas, värikäs ja elämäniloinen, ja noista kolmesta adjektiivista tuli siten työni peruslähtökohta. Katsoin että lopputuloksen tulisi viestiä ennen kaikkea positiivisuutta ja ihmisläheisyyttä.

### 3.3 Ilmeen graafinen malli

Koska tapahtuman verkkosivut olivat tärkein ja eniten aikaa vievä yksittäinen toteutus toimeksiannossa, joiden täytyi myös olla ensimmäisenä valmiina, aloitin käytännön osuuden siitä. Yhdistelin työvaiheita ja suunnittelin tapahtuman visuaalisen ilmeen yhdessä nettisivupohjan kanssa. Tein niin kutsutun ”leiskan”, eli sivupohjamallin, johon tiivistyi tapahtuman muotokieli, typografia ja värimaailma, yhdessä sivupohjan sommitelman kanssa. Edellisvuotisessa sivupohjassa ja vanhoissa julisteista eniten käytettyjä pääsävyjä olivat oranssinkeltainen ja erilaiset sinisen sävyt, joten päädyin toteuttamaan sivupohjan pääosin käyttäen niitä pääväreinä. Keltaisen oranssi sopii hyvin alkukesällä järjestettävän tapahtuman pohjaväriksi, ja sininen yhdistää sen paitsi Joensuulle erottamattomaan Pielisjokeen, mutta myös konservatorion omaan ilmeeseen.

Joe rock n’ tradilla ei entuudestaan ollut logoa, vaan tapahtuman nimi esiintyi aiemmissa materiaaleissa yksinkertaisesti suuraakkosilla yhdelle riville kirjoi-



# JOE ROCK N'TRAD 13

Kuva 4. Joe rock n' tradin logo vuonna 2013.

tettuna, eri yhteyksissä vaihtelevin fontein. Katsoin ikonimaisemman vaikutelman olevan mieleenpainuvampi, joten suunnittelin tapahtumalle kertakäyttöisen logon (Kuva 4), jossa on tapahtuman nimi jaettuna kahdelle tasapitkälle riville, sekä sinisellä numero 13, viittauksena järjestämisvuoteen. Fontiksi valitsin Pressboard JL:n, joka on päätteetön, selkeä, moderni fontti ja yhdessä rock-sanan kanssa tukee mielikuvaa energisestä musiikkitapahtumasta. Numerolla 13 on yleisesti tunnettuja kulttuurisidonnaisia merkityksiä, jotka tekevät siitä psykologisesti merkityksellisen käyttäjälle kuin käyttäjälle, joten katsoin sen tehostavan logon yleisvaikutelmaa ja siten herättävän enemmän huomiota.

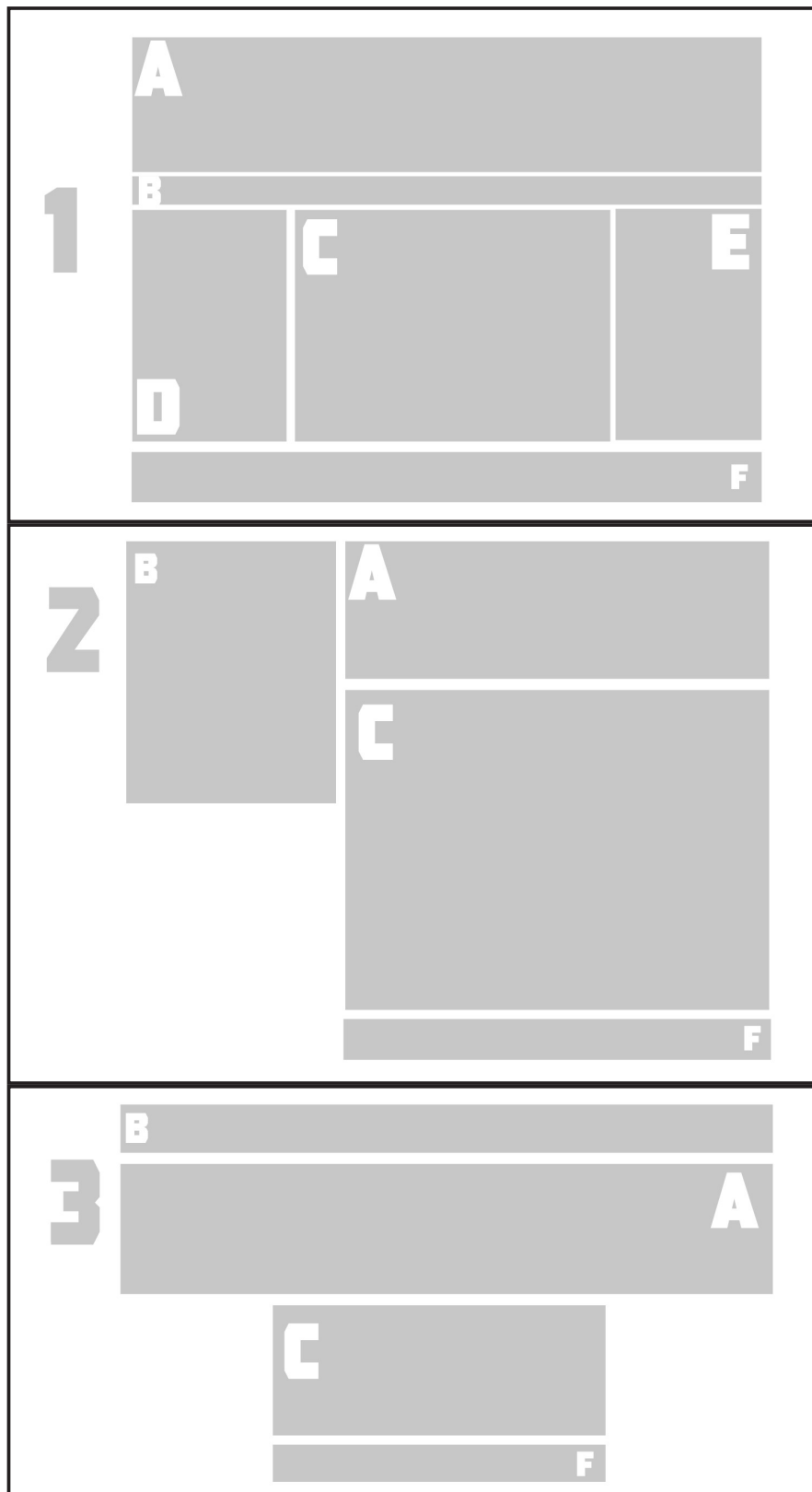
Haastavin osio sivupohjan luomisessa oli elementtien sommittelu. Vaikka visuaalisissa ilmeissä usein vain mielikuvitus on rajana, verkkosivujen suunnittelussa on huomioitava tietyt rakenteelliset rajoitteet ja tekniset säännöt. Suunnittelijalla voi usein olla monia omaperäisiä ja mielikuvituksellisia ideoita, joilla on helppo leikitellä luonnosteluvaiheessa, mutta lopussa ne pitäisi saada myös käytännössä toimimaan web-ohjelmoinnin puitteissa. Koulussa saatu perusopetus HTML- ja CSS-koodauksesta on jo nykypäivän mittapuulla vanhentunutta, mikä asettaa omat rajoitteensa ideoiden toteutukselle. Aiempi kokemukseni verkkosivujen tekemisestä asiakasprojekteina oli kuitenkin hyödyksi,

joten tekninen osaaminen ei sinänsä rajoittanut suunnitelmiani. Perusmenetelmät verkkosivupohjan koodaamisessa olivat jo tutut, joten vaativasta aikataulusta huolimatta tilaa jäi myös erilaisille kokeiluille.

Alusta lähtien halusin tehdä jotain epätavallista ja erottuvaa. Jotain, mikä kohoittaisi Joe rock n' tradin esiin vastaavantasoisien tapahtumien joukosta. On psykologisesti tutkittu, että tuotteisiin liittyvät erot tekevät niiden muistamisesta kuluttajille helpompaa, minkä vuoksi "erilaistamisesta" on muodostunut nykyaikaisen tuotekehityksen välttämättömyys ja perusta (Trout 2003, 26-27). Siispä tutustuin alkuvaiheessa useisiin kymmeneen kotimaiseen ja ulkomaiseen musiikkitapahtumien verkkosivuihin. Tarkastelin etupäässä sommittelua, käytölliittymää, kuvien käyttöä ja yleistä rakennetta. Pyrin löytämään mielenkiintoisia ja epätavallisia piirteitä, joita voisin sitten hyödyntää omassa työssäni, saadakseni ne näyttämään ulkoasultaan tarpeeksi nykyaikaisilta ja erottuvilta.

Verkkosivujen visuaalisuutta on tutkittu paljon ja hyväksi havaittuja elementtien sommitelmia seurataan niin orjallisella tarkkuudella, että ne eivät ole enää niinkään vain ratkaisuja muiden joukossa, vaan yleismaailmallisia sivusuunnittelun periaatteita, joista ei rohjeta poiketa. Tämä käy selväksi verkkosivujen piirteitä lähemmin tarkasteltaessa: Useimmat internetiä surfatessa vastaan tulevat sivut voidaan jakaa karkeasti näiden mallien mukaan (Kuva 5).

Mallissa 1 on kuvattuna keskeiset elementit, jotka ovat löydettävissä käytännössä jokaiselta verkkosivulta, esiteltynä perussommitelmassaan. On keskeinen kuva-alue "banneri", jossa on tavallisesti yrityksen, yhteisön tai vastaavan logo, liikemerkki ja nimi. On navigointi, joka sisältää linkit tärkeimmille alasivuille, ja joka yleensä on muotoiltu joko horisontaalisesti tai vertikaalisesti asetetuksi palkiksi. Näiden alapuolella on pääsisältöalue, johon on sijoitettuna verkkosivun tärkein kirjallinen sisältö, kuten uutiset, yritysesitykset ja vastaavat.



A = Kuva-alue (banneri)

B = Navigointi

C = Sisältöalue

D = Sivupalkki 1

E = Sivupalkki 2

F = Footer

Kuva 5. Esimerkkejä yleisistä nettisivujen elementtisommitelmista.

Pääsisältöalueen sivuilla on tavallisesti vielä yksi tai useampi sivuelementti, joissa on pienempiä ilmoituksia, lisätietoja, tai linkkejä alasivuille. Vasen sivuelementin paikalla on usein myös navigointi tai kuva. Näiden alapuolella, aivan sisältöalueen pohjalla on ”footeriksi” kutsuttu alapalkki, johon on usein sijoitettu metatietoa, kuten sivun ylläpitäjä, suunnittelija, yrityksen yhteystietoja, ja niin edelleen. Näkyviä esimerkkejä malli 1:n mukaisesta sivusommitelmasta ovat esimerkiksi uutispalvelu iltalehti.fi, The New York Times, ja yhteisöpalveluiden kuten Wordpressin, Blogspotin, Facebookin ja Google+ sivunäkymät, monen muun ohella.

Havaintojen perusteella tänä päivänä useat verkkosivut ovat siirtyneet malli 1:n sommitelmasta enemmän malli 2:n suuntaan. Vasemmanpuoleisesta sivuelementistä on luovuttu kokonaan sisällön selkeyttämiseksi. Navigointi voi olla sijoitettuna kaiken muun sisällön yläpuolelle tai sivulle. Tällaista sommitelua suosivat erityisesti uutiskanavien sivut, kuten Helsingin Sanomat, Iltasanomat, Karjalainen, BBC sekä Ilosaarirockin tämänvuotiset sivut.

Monen yrityksen sivuilta löytyy malli 3:n kaltaista sommittelua. Navigointi on sijoitettu vähän huomiota vievästi sivun yläreunaan, ja suurimman osan etusivusta täyttää suuri tuote- tai tunnelmakuva. Kirjallisen sisällön määrä on minimaalista mutta strategisesti sijoitettua. Esimerkkejä tämäntyyppisestä sommittelusta löytyy esimerkiksi suurten matkapuhelinvalmistajien, Applen, Samsungin, Nokian sivuilta.

Noudatin omassa sivupohjamallissani malli 2:n mukaista selkeää ja yksinkertaista sommittelua pienin huomiota kiinnittävin eroin. Sijoitin navigoinnin kuva-alueen yläpuolelle heti logon viereen, josta se on välittömästi näkyvissä riippumatta käyttäjän selaimen kuvasuhteesta. Logo puolestaan ei ole lukittuna millekään tietylle alueelle, vaan oma erillinen elementtinsä, joka menee osittain yli navigoinnin ja kuva-alueen, mutta kuitenkin häiritsemättä niitä liikaa.

Kuva-alue puolestaan on normaalia hieman suurempi, ja siihen sijoitetut keikkakuvat antavat katsojalle paremman käsityksen millaisesta tapahtumasta on kysymys. Kuten yleismaailmalliset viisaudet sanovat, ”show don’t tell” ja ”kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa”.

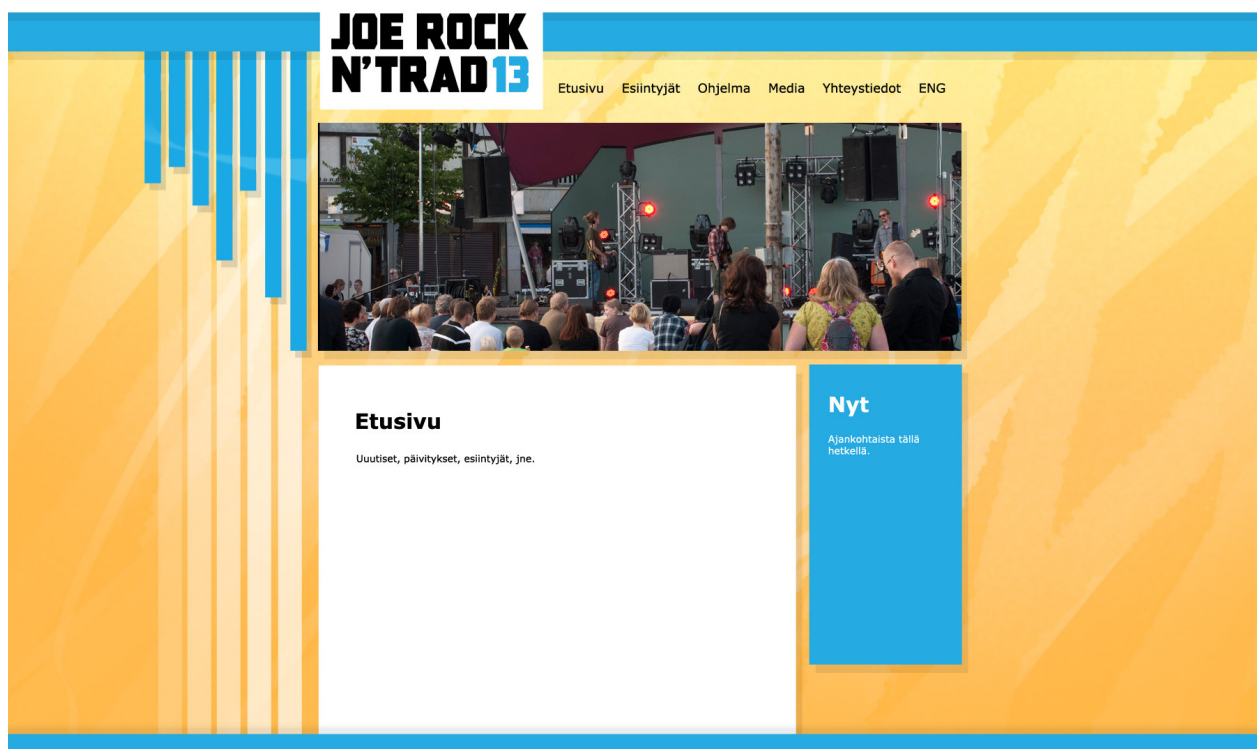
Joe rock n’ tradin edelliset sivut olivat selkeästi kiireessä tehdyn näköiset ja tekniseltä toteutukseltaan yksinkertaiset. Pysin välttämään samanlaista, tavanomaista vaikutelmaa, mutta kuitenkin säilyttämään tietyn henkisen yhtenevyyden, joka auttaisi tapahtumaa aiemmin seuranneen tunnistamaan festivaalin samaksi. Mikäli yleisössä on aiempina vuosina festivaalia seuranneita, liian suuri muutos saattaisi teoriassa vieraannuttaa heidät tapahtumasta. Myös artistit itse saattaisivat pitää liian jyrkkää tyylinvaihdosta negatiivisena.

Alkuperäinen visioini sivusta oli hyvinkin kokeileva: Halusin tehdä sisältöalueilta epäsymmetrisemmät, vähemmän suorakulmaiset ja käyttää niissä murettuja värisävyjä ja kirjavia, kuviollisia tekstuureja. Lopulta päädyin kuitenkin luopumaan näistä suunnitelmista, sillä tutkimissani musiikkitapahtumien sivustoissa sellaisia tyyliä ei juuri esiintynyt ja ne vaikuttivat ideoina kuluneilta. Luonnokset olivat myös mielestäni liian samankaltaisia aiempien töideni kanssa, ja halusin tietoisesti muuttaa ilmaisua. Tätä ajattelutapaa seuraten päädyin lopulta tavoittelemaan uusien Nokian Lumia-puhelimien ja Microsoftin Windows 8-käyttöjärjestelmän terävää, geometrista muotokieltä ja kirkkaita värejä. Laitoin osan elementeistä skaalautumaan selaimen kuvasuhteen mukaan, niin että ne liukuivat sivua liikutellessa aavistuksen toistensa päälle, luoden haettava epäsovinnasta vaikutelmaa. Ne myös autoivat kohdistamaan käyttäjän katsetta huomiota tapahtuman logoon, päivämäärään ja kuva-alueeseen.

Alussa tarkoitukseni oli myös tehdä hieman art nouveau/street art-tyylinen kuviutus, joka rikkoisi sivupalstojen linjoja ja tekisi siitä provosoivamman. En kuiten-

kaan useista yrityksistä huolimatta onnistunut löytämään oikeanlaista teknistä tyyliä kuvitukselle, joka olisi tarpeeksi tasokas, joten päädyin lopulta hylkäämään idean. Kuvituksen tilalle tuli vektorigrafiikalla toteutettu elementti, jossa yhdistelin viitteellisesti eri musiikkisoittimien, kuten kitaran, viulun ja pianon estetiikkaa. Kuvio yhdistää sivuston henkisesti myös konservatorion logoon, jossa samantyylinen sinertävä virta toimii viulun kielinä.

Esittelin valmiin sivupohjan (kuva 6) ja sen edustamat ajatukselliset tavoitteet järjestävälle työryhmälle. Palaute oli yksimielisen positiivista, eikä muutoksia pyydetty. Esittelin samassa yhteydessä erikseen myös tekemäni kuvituksen, mikäli sille olisi käyttöä muissa materiaaleissa, mutta kuvitusta ei pidetty ollenkaan sopivana. Sen jättäminen pois sivupohjasta oli ollut oikea päätös. Saatuaani hyväksynnän ilmesuunnitelmalle ja verkkosivun rakenteelle, aloin työstämään varsinaista sivupohjaa kuvamallin pohjalta. Esittelin valmiin sivupohjan (kuva 6) ja sen edustamat ajatukselliset tavoitteet järjestävälle työryhmälle. Palaute oli yksimielisen positiivista, eikä muutoksia pyydetty. Esittelin samas-



Kuva 6. Sivupohjan hyväksytty malli.

sa yhteydessä erikseen myös tekemäni kuvituksen, mikäli sille olisi käyttöä muissa materiaaleissa, mutta kuvitusta ei pidetty ollenkaan sopivana. Sen jättäminen pois sivupohjasta oli ollut oikea päätös. Saatuani hyväksynnän ilme-suunnitelmalle ja verkkosivun rakenteelle, aloin työstämään varsinaista sivupohjaa kuvamallin pohjalta.

### 3.4. Verkkosivun käytännön toteutus

Kaikki verkkosivut koostuvat kolmesta pääelementistä. Ensimmäinen ja ilmeisin on visuaalinen ulkoasu, eli värit, muodot, kuvat sekä sommittelu. Seuraava on käyttöliittymä, eli se tapa, jolla sivujen tietosisältö on käyttäjän selattavissa. Verkkosivujen käyttäjäkokemus nojaa pitkälti juuri käyttöliittymän toteutukseen, kuten esimerkiksi siihen miten helppoa ja miellyttävää sivuilla navigoiminen on, miten siirtymät on toteutettu ja niin edelleen. Vaikka ulkoasu olisikin onnistunut ja vetoava, jos käyttöliittymä on vaikeasti hahmotettava sivujen päätehtävä eli informaation välittäminen epäonnistuu tai ainakin jää vajaaksi. Kolmas, usein aliarvioitu elementti, joka liittyy olennaisesti ulkoasuun on typografia, johon sisältyvät muun muassa tekstityyppien valinta ja kirjallisten sisältöjen asettelu (Korpela JK & Linnamaa 2003).

Suunnittelin sivupohjan ja tein mallikuvan pääosin Adobe Photoshop CS5-kuvankäsittelyohjelmalla. Tätä kuvaa ei kuitenkaan itsessään käytetä lainkaan varsinaisella verkkosivulla. Itse sivusto on mallin perusteella alusta loppuun käsin Adobe Dreamweaver CS5-ohjelmalla kirjoitettu HTML-dokumentti, jonka ulkoasu on vain määritetty kuvan kaltaiseksi. HTML, eli hypertext markup language (hypertekstin merkkauskieli), on varta vasten internetiä varten kehitetty ohjelmointikieli, jonka merkintöjen perusteella selaimet rakentavat käyttäjälle näkyvän sivun (Korpela & Linjamaa 2003).

Verkkosivujen perusrakenne koostuu erityisistä div-elementeistä, jotka osoittavat sivujen sisällön paikan ja ominaisuudet. Divit itsessään ovat näkymättömiä,

pelkkänä informaationa olemassa olevia nelikulmioita, joiden koko, sijainti, niiden sisältämä grafiikka ja tekstityylit määritetään erillistä cascading style sheet (CSS)-ohjelmointikieltä käyttäen (Keränen, Lamberg & Penttinen, 2003 110.)

Tiivistetysti, verkkosivun tekeminen koostuu siis sisältöalueiden sommittelusta, sekä ulkoasua määrittävien ohjeiden liittämistä siihen CSS-koodin avulla. Graafisen suunnittelun kannalta verkkosivujen suurin haaste piilee tässä. Koska kaikki verkkosivut ovat pohjimmiltaan sidottu div-elementteihin ja niitä määrittäviin sääntöihin, on väistämätöntä että internetin miljoonien olemassa olevien verkkosivujen perusrakenne on pääsääntöisesti hyvin samankaltainen. Erottavan ja omaperäisen sivun tekeminen silti teknologisia lainalaisuuksia seuraten vaatii paitsi luovuutta, mutta myös ymmärrystä ohjelmoinnin ja koodikielen mahdollisuuksista ja rajoituksista.

Tänä päivänä dynaamisen, helppokäyttöisen ja visuaalisen sivun tekemiseen tarvitaan myös muita ohjelmointikieliä, kuten Javascriptiä. Javascript mahdollistaa erillisten, muilla ohjelmointikielillä mahdottomien toimintojen sovittamista sivulle (Keränen, Lamberg, Penttinen 2003, 111). Enemmistö tänä päivänä käytössä olevista verkkosivuista yhdistelee useita eri ohjelmointikieliä, tietokantoja, sekä sivupohjaan asennettuja aliohjelmia.

Joe rock n' tradin verkkosivuilla Javascriptiä hyödynnettiin asiakkaan toivomassa niin sanotussa "sliderissa" eli mainosbannerin kaltaisessa kuva-alueessa, jossa useat eri valokuvat vaihtuvat automaattisesti määrätyin väliajoin, ilman käyttäjän vuorovaikutusta (kuva 7). Slideriin asetettiin keikkakuvia edellisvuodelta, jotka olivat mahdollisimman vähän ristiriidassa sivun ulkoasun kanssa. Lisäksi asensin sivulle Javascriptillä toteutetun kuvagallerian, joka mahdollistaa sivuilla olevien pikkukuvien, kuten esiintyjien ottamien bändikuvien tarkastelemisen näytöllä täysikokoisena.



# JOE ROCK N'TRAD13

6.-17.5.2013

Etusivu Esiintyjät Ohjelma



## Joe Rock n' Trad 2013

6.-17.5.2013

Tänä vuonna Joensuun konservatorion popjazz- sekä kansanmusiikkilinjän opiskelijat tarjoavat kahden viikon ajan kevään monipuolisimman musiikkikattauksen eri puolilla Joensuuta. Esitykset halkovat musiikkigenreja mielin määrin, ja tanssijalka saattaa vipattaa esimerkiksi rockin, popin, kansanmusiikin, soulin tai jazzin tahtiin.

Tapahtuma on maksuton. Pidätämme oikeuden muutoksiin.



## Nyt

Joe Rock n' Tradin uudistetut kotisivut vuosimallia 2013 avattu!

Pysy kartalla muutoksista ja tuoreimmista päivityksistä tykkäämällä Joe rock n' tradin facebook-sivusta.

## Palaute!

Mielipiteelläsi on väliä! Osallistu sivu-uudistusta koskevaan palautekyselyyn! Kyselyyn pääset [täältä](#)

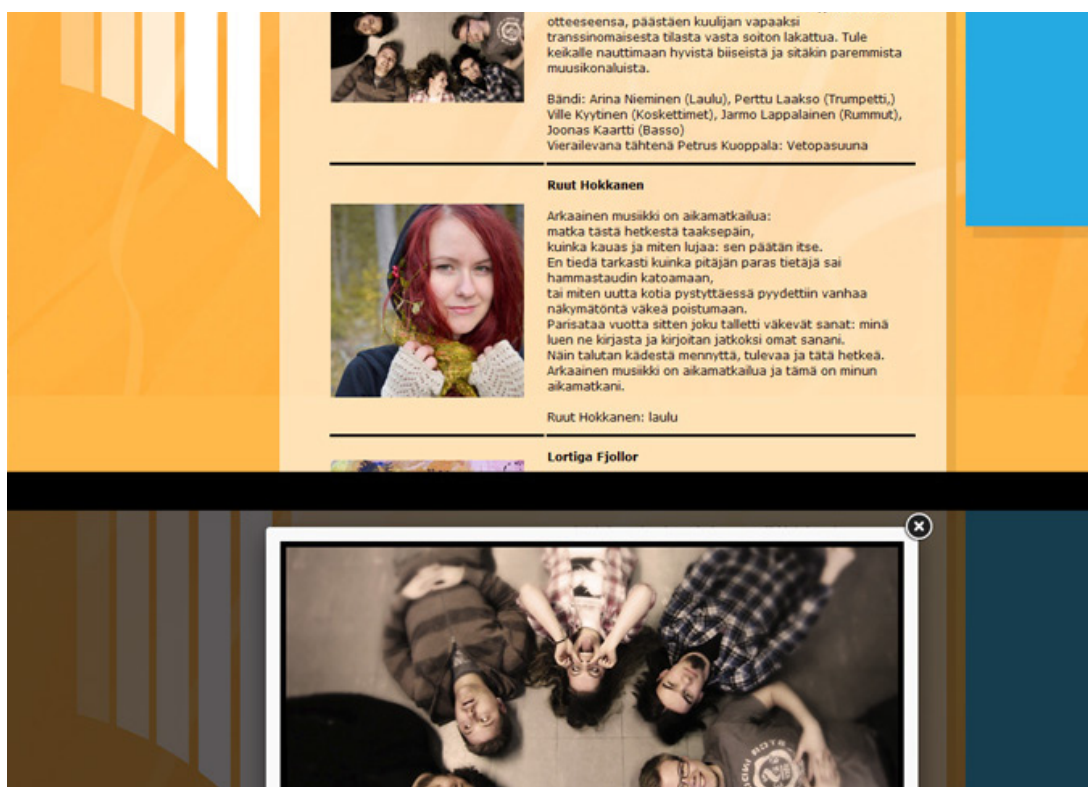
Yhteystiedot: Joensuun konservatorio, Jari Lappalainen, jari.lappalainen@jns.fi | <http://www.konservatorio.jns.fi/> | [facebook](#)

Kuva 7. Valmis etusivu ja kuvaslider.

Koska kyseessä on viestintäkanava, tärkeintä on viesti, ja verkkosivuilla se merkitsee pääasiassa sivuilla näkyvää kirjallista tietoa, sisältöä. Musiikkitaapahtuman ollessa kysymyksessä Joe rock n' tradin sivuilla oleva sisältö koostuu festivaaliin liittyvistä uutisista, esiintyjien tiedoista, keikka-aikatauluista ja yhteystiedoista. Pyrin tuomaan kaikki nämä tiedot esille mahdollisimman yksinkertaisessa ja selkeässä muodossa. ”Internetin käyttäjä on kärsimätön.” Tavallisesti sivulla olevaa tietoa vain silmäilläään pikaisesti, katseen keskittyessä tiettyihin, kokemuksen myötä opittuihin kohteisiin. Jos tieto ei löydy luontevasti totutuilla tavoilla, se usein myös jää löytämättä kokonaan. (Keränen, Lamber & Penttinen, 2003, 38.)

Edellisten sivujen suurimpana heikkoutena näin navigoinnin monihaaraisuuden ja tiedon hajanaisuuden. Kullekin artistille oli esiintyjäsivulla oma alisivunsa, jolle pääsi klikkaamalla esiintyjän kuvaa. Yhteystiedoille oli oma alisivunsa, yhteystietoja oli monta erilaista, englanninkieliselle, yhden kappaleen esittelylle oli oma alisivunsa, ja niin edelleen. Tämä oli usealla tapaa ongelmallinen toteutusena. Ensinnäkin lukuisten alisivujen tekeminen vie aikaa, tekee sivustosta kokonaisuutena kömpelön ja hitaasti latautuvan. Navigoinnista tulee myös monimutkaista, kun käyttäjältä vaadittujen klikkausten määrä lisääntyy. Lisäksi artistien itsensä kirjoittamat esittelytekstit olivat pääsääntöisesti kovin lyhyitä, mikä jättäisi erillisillä alisivuilla suurimman osan palstasta täysin käyttämättä.

Otin sisältöjen asemointia varten mallia useiden muiden musiikkifestivaalien, kuten Ilosaarirockin ja Provinssirockin, sivuilla käytetyistä tavoista, ja tein yhdelle sivulle kuvilla varustetun listan, jossa esittelyteksti on selkeästi kunkin esiintyjän vieressä (kuva 8). Ohjelmasivulla käytin samantyylistä listausme-



Kuva 8. Esiintyjäsivun asettelu.

kaniikkaa, jossa näkyvät yksinkertaisesti ja selkeästi esiintymispäivät ja niitä vastaavat esiintymispaikat ja kellonajat (kuva 9). Lisäsin myös vähemmän tunnettuihin esiintymispaikkojen nimiin linkin Googlen karttaohjelmaan, jonka avulla kävijä saa halutessaan tarkan katuosoitteen.

**JOE ROCK N' TRAD 2013 – Ohjelma**

**MA 6.5.** Kotiseutukeskus, Kontiolahti:  
klo 18: Mieli

Teatteriravintolan lasiterassi:  
klo 19: Shades of Red/Blue  
klo 20: Laina

**TI 7.5.** Kino Tapio:  
klo 14: The Mess Ensemble  
klo 17: Moppipoppi  
klo 20: The Mess Ensemble

Konservatorion pieni sali:  
klo 19: Anssi Mäkisalo, Salli Anttonen

**KE 8.5.** Sointula:  
klo 19: Esa Satomaa, Ro'isto

Teatteriravintolan lasiterassi:  
klo 19: Early Birds

**Nyt**  
Tule paikalle hyvissä ajoin!

Kuva 9. Ohjelmasivun asettelu.

Usein laiminlyöty osa-alue verkkosivun ulkoasussa on typografia, joka käsittää asiat kuten sisältötekstien tyylit, koot ja otsikoinnit. Tähänkin teknologia asettaa rajoituksensa. On olemassa vain rajallinen määrä fontteja, jotka näkyvät kaikilla selaimilla samanlaisena. Tämä on kierrettävissä nykypäivänä monilla eri keinoilla, kuten fonttien upottamisella sivupohjaan, fonttityylien linkittämisellä palveluihin kuten Google Fontsiin. Tässä kohtaa aikataulu asettui kuitenkin vastaan. Sivut oli saatava jo verkkoon, joten sopivien fonttien etsimiselle ja testaamiselle ei enää ollut mahdollisuutta. Niinpä oli valittava yleisten fonttien joukosta toimivin mahdollinen vaihtoehto ja käytettävä sitä. Kyseiseksi fontiksi valikoitui Verdana, jota käytettiin myös navigointilinkkien tyyliessä.

Odottamatta sisältö muodostui lopullisissa sivuissa vajavaisuudeksi myös toisella tapaa. Syystä tai toisesta järjestäjät eivät tehneet etusivulle esittelykirjoitusta festivaalille, uutispäivitystä, tai mitään muutakaan, vaan edeltäneiden sivujen etusivutekstistä malliksi muokkaamani sivuntäyte ja sen englanninkielinen versio jäivät tervehtimään sivuilla kävijää myös lopulliseen, julkistettuun versioon.

### 3.4. Web 2.0 periaate

Tim O'Reillyn vuonna 2004 pitämässä tietotekniikkakonferenssissa esille noussut termi web 2.0 ei nimestään huolimatta merkitse uutta versiota internetistä vaan uudentyypisten, käyttäjäkeskeisten palveluiden luomista käyttäen internetiä alustana. Tämän idean ja suurten yritysten sovellusten myötä internetin käyttö lähti 2000-luvun alussa nopeaan nousuun, huolimatta siitä miten alan analyytikot olivat ennustaneet sille taantumaa. Internet koki siis ikään kuin "toisen tulemisen". Tiivistettynä, web 2.0-kehitys merkitsi käytännössä sitä, että www-maailma muuttui yksistään selattavasta, staattisesta alustasta vuorovaikutteiseksi, dynaamiseksi ympäristöksi, jossa kuka tahansa voi tuottaa palveluita ja osallistua niihin. (O'Reilly 2006)

Nykyisin Web 2.0:n periaatteiden näkyvimpiä edustajia ovat Facebookin, Twitterin ja Myspacen kaltaiset yhteisöpalvelut, joissa internetin käyttäjät itse, olivatpa he keitä tahansa, toimivat sisällöntuottajina ja jakavat kokemuksia. Nämä palvelut toimivat myös yritysten ja tapahtumien markkinointikanavana, eikä Joe rock n' trad ole siinä poikkeus. Festivaalilla on kotisivujen ohella myös facebook-sivut, joita päivitetään tapahtuman edetessä ja jonne lisätään kuvamateriaalia myös festivaalin aikana. Facebook-sivu ja kotisivu on linkitetty keskenään, niin että yhdellä sivulla kävijä löytää helposti myös toisen.

Yhteisöpalvelut toimivat eräänlaisena digitaalisena puskaradiona, jossa tieto leviää nopeasti käyttäjältä toiselle. Näin Joe rock n' tradin kaltaisten pienten paikallistapahtumienkin on mahdollista tavoittaa suurempi yleisö kuin mihin perinteisellä markkinoinnilla olisi koskaan taloudellisesti varaa tai aikaa, sijoittamalla toimintaan rahallisesti juuri mitään.

Joe rock n' tradin visuaalinen ilme näkyy festivaalin facebook-sivulle teke-

mänäni graafisena ”kantena”, aikajanan yläpuolella, profiilikuvan ohessa olevana kuvana, jossa on esitettynä tapahtuman logo ja päivämäärä oranssia taustaa vasten (kuva 10). Kaikille yhteisöpalvelun käyttäjille julkinen kansikuva yksilöi sivun ja tekee siitä erottuvamman. Tällaiset pienetkin asiat vaikuttavat siihen, miten voimakkaana ja tunnistettavana tapahtuman viesti koetaan, kun käyttäjät lähestyvät sitä eri kanavien välityksellä.taustaa vasten (Kuva 9). Kaikille yhteisöpalvelun käyttäjille julkinen kansikuva yksilöi sivun ja tekee siitä erottuvamman. Tällaiset pienetkin asiat vaikuttavat siihen, miten voimakkaana ja tunnistettavana tapahtuman viesti koetaan, kun käyttäjät lähestyvät sitä eri kanavien välityksellä.



Kuva 10. Joe rock n' tradin facebook-kansikuva 2013.

## 4 Käyttäjäpalaute

Toimeksiannon tavoitteissa onnistumisesta järjestettiin verkkosivun valmistuttua sen käyttäjille suunnattu palautekysely. Adobe Form Centralin muokattavalla monivalintalomakkeella toteutettu sähköinen kysely oli jaettu neljään pääosioon (liite 1). Jokaisessa osiossa oli kolmesta viiteen kysymystä, joissa vastaaja saattoi valita viidestä vaihtoehdosta sen, joka vastasi eniten omaa kokemusta.

Monivalintalomakkeen heikkous on vastausten kaavamaisuus. Kun vaihtoehdot ovat valmiiksi valittavissa, niistä ei välttämättä voi sanoa tarkasti mitä vastaaja on oikeastaan tarkoittanut, miten kysymys on ymmärretty tai miten vakavamielisiä vastaukset ovat. Epäilin kuitenkin että sivuilla satunnaisesti vierailevat olisivat halukkaita näkemään vaivaa vapaamuotoisen kirjallisen palautteen lähettämiseksi, joten tämä helppo ja nopea menetelmä varmisti että palautetta saatiin edes hieman.

Kyselyn ensimmäinen osio käsitteli sivujen visuaalista ulkoasua ja sen herättämiä mielikuvia. Vastaajaa pyydettiin muun muassa arvioimaan sivujen positiivisuutta, värikkyyttä ja ajanmukaisuutta. Toisen osion teemana oli sivujen tekninen käytettävyys. Kysymysten kautta pyrittiin selvittämään miten helposti omaksuttava sivujen navigointi oli, miten helposti haluttu informaatio oli löydettävissä ja miten hyvin sivut toimivat käyttäjän selaimella. Kolmas osio käsitteli verkkosivu-uudistusta yleisesti ja miten onnistuneena sivut koettiin kokonaisuudessaan, sekä miten tarpeellisena sivujen päivittämistä pidettiin. Neljäs ja viimeinen osio koski vastaajan henkilökohtaisia tietoja, kuten sukupuolta, ikää ja mitä kautta vastaaja oli löytänyt sivun. Vastausten avoimuuden varmistamiseksi kyselyyn sai vastata nimettömänä.

Pyysin myös kyselyyn henkilökohtaisesti vastaajiksi muita valmistuvia ja jo valmistuneita muotoilun opiskelijoita, tapahtuman järjestäjiä, sekä muutamia tuttaviani. Vastaajia kertyi 17 kappaletta. Vastaajat jakautuivat sukupuolen mukaan kuta kuinkin tasan, miehiä oli 9 ja naisia 8. Vastaajat olivat iältään pääasiassa 16-25-vuotiaita, tukien ennakoitua käsitystä Joe rock n' tradin kohderyhmästä. Vanhin vastaajista oli ikähaarukasta 36-45 vuotta. Vastaajat löysivät sivuston pääasiassa tuttavalta saadun tiedon perusteella, yhteisöpalvelun kautta sivulle päätyi harva. Eräs vastaajista kommentoi, että tapahtuman sivua ei löydy Googlella, mutta syy tähän on todennäköisesti Googlen nykyisessä listausmenetelmässä, jonka vuoksi uudelta verkkosivulta menee 2-3 viikkoa päästä hakukoneen tuloluetteloon.

#### 4.1 Tiviistelmä kyselyn tuloksista

Ensimmäisessä osiossa enemmistö vastaajista, lähes 60% arvioi sivujen ulkoasua joko melko tavanomaiseksi tai jopa kliseiseksi. Viisi vastaajaa piti sivuja hieman epätavallisina. Tästä huolimatta 13 vastaajaa eli 77% osallistuneista piti sivuja positiivisina ja värikkäinä. Ainoastaan yksi vastaaja ei pitänyt sivuja lainkaan mieleenpainuvina. Niin ikään enemmistö koki verkkosivun kuvaavan tapahtumaa ja sen tyyliä joko sopivasti (6 vastausta) tai onnistuneesti (3 vastausta). Kuusi vastaajista eli noin kolmannes ei osannut arvioida ulkoasun tapahtumalle sopivuutta, tai piti sitä vähäisenä. Erillisiä huomautuksia tuli kohdistuen pääasiassa sivujen typografiaan. Navigoinnin linkkejä pidettiin osin ristiriitaisena esimerkiksi logossa käytetyn fontin kanssa.

Verkkosivu koettiin pääsääntöisesti käytettävyydeltään yksinkertaisena ja teknisesti toimivana. 77%, eli 13 vastaajaa piti sivustoa käytettävyydeltään helpoona hahmottaa ja erittäin toimivana, tai katsoi niiden vähintään täyttävän tarkoituksensa. Eriäviäkin kokemuksia löytyi. Vastaajista kolme piti sivustoa

hankalana hahmottaa, ja neljä raportoi niiden sisältäneen virheitä tai toiminta-ongelmia. Yksi vastaaja ilmoitti päätyneensä vanhoille sivuilla ja joutuneensa päivittämään selaimensa ennen uusien löytämistä. Todennäköisesti syy tähän on vastaajan selaimen vanhentuneessa välimuistissa.

Tietosisältö sivustolla oli pääosin helposti ja nopeasti tavoitettavissa. 82% vastaajista totesi löytäneensä hakemansa tiedon nopeasti ja vaivatta, tai korkeintaan hetken hakemisen jälkeen. Kahdella oli suuria vaikeuksia sisällön kanssa. Yksi henkilö ei löytänyt tietoa keikkapaikoista, huolimatta siitä että esiintymispaikat on kaikki listattu ohjelmisivulla päivämäärän mukaan ja osiin on linkitetty Google-kartoista katuosoite. Eräs järjestäjästä piti artistien sattumanvaraista listausta epäsojivana ja olisi toivonut esiintyjien olleen aikataulun tai koulutusohjelman mukaisessa järjestyksessä. Koska näitä tietoja ei ollut käytettävissä esiintyjäluettelon tekohetkellä, järjestin artistit heidän kuviensa perusteella visuaalisesti tasapainoiseen järjestykseen.

Puutteista huolimatta kokonaisuudessaan verkkosivua pidettiin joko onnistuneena (5 vastaajaa) tai melko hyvänä (7 vastaajaa). Yksi vastaaja ei osannut kommentoida sivustoa lainkaan, ja neljä piti niitä vajaina tai jopa epäonnistuneina. Enemmistö vastaajista katsoi sivujen uuden ilmeen olevan oikeaan suuntaan, ja kolmannes ei osannut arvioida asiaa. Lähes kaikki, 89 prosenttia vastaajista piti kuitenkin verkkosivua tapahtuman kannalta hyvin tärkeänä viestintäkanavana.

## 4.2 Tulosten arviointi

Vastaajien vähäisestä lukumäärästä huolimatta kyselyn tuloksia voidaan pitää vakavasti otettavana ja luotettavana suuntaviittana tehtävän eri osa-alueilla onnistumista arvioidessa. Vastaajien joukossa oli ammattitaitoisia, jo valmistu-



neita tai pian valmistuvia muotoilun opiskelijoita, sekä tapahtumaa jo pitkään järjestäneitä toimeksiantajatahon työntekijöitä, joita voidaan pitää kokeneina ja asiantuntevina. Kyselyn nimettömyys tuottaa kuitenkin pienen epävarmuustekijän muita tuloksia arvioitaessa, ja joidenkin vastausten jyrkkä eriäväisyys enemmistöstä herättää kysymyksiä niiden vilpittömyydestä.

Osaltaan tuloksiin sisältyi myös hieman ristiriitaisuutta. Vastajat, jotka näkivät sivuissa teknisiä virheitä, ja jotka pitivät niitä visuaalisesti tavanomaisina saattoivat kuitenkin yhtä aikaa pitää niitä myös toimivina ja nykyaikaisina. Ne, jotka kirjoittivat huomautuksiin etteivät löytäneet jotakin tietoa saattoivat siitakin huolimatta vastata toisessa kohdassa haetun tiedon olleen saatavissa vaivatta ja sivujen ajaneen toiminnallisesti asiansa.

Kaiken kaikkiaan tulosten perusteella voidaan sanoa, että sivusto täytti sille asetetut toiminnalliset ja mielikuvalliset odotukset, joskin sen käytännön toteutuksessa todettiin puutteita. Tavoite luoda normaalista poikkeava, moderni ja erikoinen verkkosivu ei onnistunut täyttämään odotuksia. Yrityksistä huolimatta sivusto ei loppujen lopuksi eronnut merkittävästi rakenteeltaan tai tyyliiltään jo olemassa olevien verkkosivujen enemmistöstä, tai auta merkittävästi erilaistamaan tapahtumaa vastaavankaltaisista tai etenkin suuremman kokoluokan toteutuksista. Myös sisällön järjestelyssä, typografiassa ja käyttöliittymässä on vielä kehittämistä.

Sellaisenaan työ toimii kuitenkin tarpeeksi laadukkaana suuntamerkinä ja pohjana tuleville toteutuksille. Noudattamalla jo asetettuja periaatteita ja hiomalla niitä entisestään, sekä korjaamalla palautteen osoittamat vajaavaisuudet, seuraavista päivityksistä on mahdollista tuottaa ihanteiden mukainen ja entistäkin tehokkaampi kokonaisuus.

## 5 Pohdinta

Pohjimmiltaan saavutin toimeksiannossani sille annetut tavoitteet. Joensuun konservatorio sai tapahtumalleen värikkään, positiivisen ilmepäivityksen vuodelle 2013 sekä toimivat, tehtävänsä täyttävät verkkosivut. Toimeksiannon aikataulun vuoksi sitä on ehdottomasti sanottava onnistumiseksi. Luotu ilme ja idea auttavat tulevina vuosina järjestäjiä kehittämään festivaalin visuaalista viestintää eteenpäin ja tekemään siitä toivon mukaan entistäkin tehokkaampaa.

Kuten sanonta kuuluu, työ opettaa tekijäänsä. Joutuessani työskentelemään vaativalla aikataululla jouduin kehittämään ennen kaikkea ajattelutapaani. Miten lähestyn annettua tehtävää, miten hahmotan sen rajat mielessäni, mitä tietoa tarvitsen päästäkseni tehtävässä eteenpäin, ja miten jäsentelen hankittua tietoa ja sovellan sitä työssäni. Jakamalla työn sopiviin välitavoitteisiin, yhdistelemällä työvaiheita ja pitämällä kokonaiskuvan mielessäni näinkin haastavasta tavoitteesta tuli mahdollinen.

Tosiasioita ei silti voi kiistää. Aikataulu ajoi myös kompromisseihin useilla osaluilla, jotka heikensivät kokonaisuutta, kuten käyttäjäpalautteesta kävi ilmi. Työn alkuvaiheissa tiedonhankintaan olisi pitänyt panostaa enemmän ja pyydettävä asiakkaalta enemmän informaatiota ja materiaaleja pohjatyötä varten. Olisin myös halunnut testata sivua loppuvaiheessa huolellisemmin ja pidempään ennen sen käyttöönottoa. Erityisesti verkkosivun typografia jätti omastakin mielestäni toivomisen varaa, ja sisältöjen käyttäytymistä eri selaimilla olisi pitänyt tarkastella perusteellisemmin.

On vaikea mitata tai arvioida missä suhteessa alun kunnianhimoiset tavoitteeni festivaalin profiilin kohottamisesta ja sen tunnettavuuden lisäämisestä silkan visuaalisen ilmeen avulla toteutuivat, tai miten realistisia ne olivat alunperinkään, mutta järjestetyt konsertit keräsivät kuitenkin kiitettävästi yleisöä ja huomiota, joten kokonaisuus on katsottava onnistuneeksi. Ja visuaalinen ilme on nimenomaan ja ennen kaikkea osa tuota kokonaisuutta, tukemassa sitä vaivihkaa mutta selvästi kaiken taustalla.

Mitä tulee tavoitteisiini omien ammatillisten valmiuksieni ja niiden kehityskohdeiden edistymisestä, tulos siinä ei ole yhtä positiivinen kuin olisin toivonut. Pysin alussa kehittämään etupäässä kommunikointitaitojani ja yhteistyötä asiakkaan kanssa, mutta tämä kohtasi odottamattomia vaikeuksia kiireisen aikataulun vuoksi. Aikaa henkilökohtaisille tapaamisille ei löytynyt, joten viestintää hoidettiin pääsääntöisesti sähköpostitse ja puhelimen välityksellä. Näin en saanut juurikaan tilaisuuksia poistua omalta mukavuusalueeltani ja haastaa itseäni vuorovaikutustilanteissa.

Oma toimintani ja työvaiheista suoriutuminen toimi kutakuinkin kuten olin suunnitellutkin ilman vaikeuksia, mutta jälkikäteen arvioiden ajankäyttöni työn aikana ei ollut erityisen realistista työelämän standardeja ajatellen. Toimeksiannosta suoriutuminen onnistui vain koska saatoin itse päättää ajankäyttöstäni, menetelmistäni ja prioriteeteistani. Jos olisin työskennellyt yritysjohtoisesti kahdeksantuntisia työpäiviä, valmista toimintakaavaa seuraten, riippuvaisena useampien tahojen hyväksynnästä, tehtävä olisi ollut henkisesti ja fyysisesti mahdoton.

Loppujen lopuksi en osaa sanoa, miten itse olisin voinut enemmän vaikuttaa asiaan tai mitä olisin voinut tehdä paremmin. Jos aikaa olisi ollut enemmän, olisin ehkä voinut tehdä perinpohjaisempaa taustatutkimusta ja saavuttaa vie-

lä hiotumman ja toimivamman lopputuloksen. Toisaalta, jos aikaa todella olisi ollut enemmän, olisin luultavasti tuudittautunut vain valheelliseen turvallisuudentunteeseen ja löysännyt tahtia, tulematta edes ajatelleeksi samaa mitä nyt, ja lopputulos olisikin huonompi. Kiire oli kaksiteräinen miekka. Osaltaan se auttoi minua ylittämään itseni monella osa-alueella, vaikka samalla se pakotti kompromisseihin ja sovinnaisiin ratkaisuihin, jättäen teknisiä heikkouksia.

Yhtenä olennaisena huomiona opinnäytetyön aikana tulini havainneeksi miten vähän visuaalisuuden merkitys yritysten, yhteisöjen ja tapahtumien viestinnässä vielä tiedostetaan ja miten siihen ei ymmärretä tai haluta panostaa tarvittavasti. Niinkin tärkeä asia kuin verkkosivut ovat monelle vain ”väistämätön paha”, johon halutaan uhrata mahdollisimman vähän aikaa ja vaivaa. Osaltaan tilanteeseen vaikuttavat taloudellisten resurssien puute, osaltaan kokemuksen ja tiedon vähyys.

Huomioitava on myös festivaalin luonne. Joe rock n' trad on ilmaistapahtuma, joka järjestetään pääasiassa talkootyönä ja paikallisten yritysten hyväntekeväisyydellä. On inhimillisesti kohtuutonta edellyttää merkittäviä panostuksia tai suurta mielenkiintoa tahoilta, jotka eivät saa ponnisteluistaan lainkaan taloudellista tai henkilökohtaista hyötyä. Toisaalta mukana on myös perustavampia käsitteitä, kuten tapahtuman, oppilaitosten, ja epäsuorasti koko maakunnan ammatillisen osaamisen imago, joka on monessa suhteessa arvokkaampi ja vaikuttavampi asia kuin yksittäisen tapahtuman taloudelliset kustannukset.

Kaiken kaikkiaan tein työssä parhaani ja sain paljon arvokasta kokemusta, lisää itseluottamusta ja rohkeutta, joten lopputulokseen on oltava tyytyväinen. Käsitykseni mukaan myös asiakaspuolella toimeksiannosta jäi positiivinen vaikutelma ja yhteistyön mahdollisuudet ovat edelleen olemassa myös tulevaisuudessa. Heikkoudet korjaamalla tulevaisuuden toteutukset tulevat olemaan jälleen askeleen parempia.

## Lähteet

- Autio, R. 2013 Suunnittelusta. Done Deal. 15.5.2013.  
<http://www.donedeal.fi/suunnittelusta.html>
- Graham, P. 2005. Web 2.0.  
<http://www.paulgraham.com/web20.html> 8.5.2013.
- Junkkari, J. Mainostoimisto Forest Agency. Kirjallinen haastattelu 9.5.2012.
- Korpela J.K. & Linjamaa T. 2003. Web-suunnittelu. Porvoo: Docendo
- Keränen, Lamberg & Penttinen. 2003. Digitaalinen viestintä. Porvoo: Docendo
- Keränen, Lamberg & Penttinen. 2003. Verkkojulkaisun hallinta. Porvoo: Docendo
- O'Reilly, T. 9.30.2006. What is web 2.0  
<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> 9.5.2013.
- Rantala, A. 2005. Web-ohjelmointi. Porvoo: Docendo
- Rope, Timo. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Kauppakaari OYJ
- Sanomalehti Karjalainen. 24.8.2012  
<http://www.karjalainen.fi/uutiset/uutis-alueet/maakunta/item/11353-joensuun-asu-kasmaara-kasvanut-viime-kesasta> 15.5.2013.
- Trout, J. 2000. Erilaistu tai kuole. Jyväskylä: Gummerus
- Tuska, T. 2003. Mainonnan suunnittelun sietämätön keveys. Helsinki: Talentum
- World wide web consortium. 2003. <http://www.w3.org/TR/html401/struct/global.html#h-7.5.4> 19.5.2013.

## Liitteet

### Käyttäjäkyselyn runko



Joe Rock n' Trad -verkkosivut 2013 on toteutettu Karelia AMK:n opinnäytetyönä. Osallistumalla tähän mielipidekyselyyn autatte kehittämään ammatillista web-suunnittelua maakunnassa. Kiitos!

#### 1. Sivujen visuaalinen ulkoasu

*Verkkosivun visuaalinen ilme on mielestäni...*

Erilainen  
Hieman epätavallinen  
En osaa sanoa  
Melko tavanomainen  
Klisee

*Visuaalinen tyyli on mielestäni...\**

Pirteä ja värikäs  
Positiivinen  
En osaa sanoa  
Ei kovin mieleenpainuva  
Painostava ja yksitoikkoinen

*Verkkosivu on mielestäni...*

Erittäin moderni  
Tätä päivää  
En tiedä  
Vanhahtava  
Ajasta jäljessä

*Sivujen ilme kuvaa mielestäni tapahtumaa ja sen tyyliä...*

Onnistuneesti  
Sopivasti  
En osaa sanoa  
Vain vähän  
Ei ollenkaan

*Muita huomioita*

## 2. Sivujen käytettävyys

*Verkkosivu on mielestäni käytettävyydeltään...*

Helppo ja yksinkertainen  
Käyttökelpoinen  
En osaa sanoa  
Hieman hankala hahmottaa  
Hallitsematon ja sekava

*Sivut olivat mielestäni teknisesti...*

Erittäin toimivat  
Ajoivat asiansa  
En osaa sanoa  
Kankeanpuoleiset  
Eivät toimineet, tai sisälsivät virheitä

*Löysin sivuilta kaipaamani tiedon...*

Helposti ja nopeasti  
Hetken hakemisen jälkeen  
En tiedä tätäkään  
Suurella vaivalla  
En saanut niistä selvää ollenkaan  
Muita huomioita

## 3. Yleisesti

*Uusi verkkosivu oli mielestäni...*

Onnistunut  
Melko hyvä  
En osaa sanoa  
Vajaa  
Epäonnistunut

*Uudistus oli mielestäni...*

Kannattava ja tarpeellinen  
Oikeaan suuntaan  
En osaa sanoa  
Melko tarpeeton  
Aivan turha

*Verkkosivu on tapahtuman kannalta...*

Erittäin tärkeä  
Tärkeähkö  
En osaa sanoa  
Vain lisänä  
Epäolennainen

## 4. Osallistuja

*Sukupuoli*

Mies  
Nainen

*Ikä*

Nuorempi  
10-15  
16-25  
26-35  
36-45  
46-55  
56-65  
Vanhempi

*Löysin sivun...*

Facebookista  
Kaveri kertoi  
Kuulin muualta  
Sattumalta  
Olen järjestäjä/esiintyjä/yhteistyökumppani

*Muita huomioita ja kommentteja*

Kiitos osallistumisesta