

Pyry Rautalin

**URHEILUSEURAN TUNNUKSEN JA KOTISIVUJEN
SUUNNITTELU**

Esimerkkinä Sähköisääret ry

**Opinnäytetyö
CENTRIA AMMATTIKORKEAKOULU
Mediatekniikan koulutusohjelma
Toukokuu 2015**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Yksikkö Ylivieskan yksikkö	Aika Toukokuu 2015	Tekijä/tekijät Pyry Rautalin
Koulutusohjelma mediatekniikan koulutusohjelma		
Työn nimi URHEILUSEURAN TUNNUKSEN JA KOTISIVUJEN SUUNNITTELU. Esimerkkinä Sähköääret ry.		
Työn ohjaaja Maarit Tammisto		Sivumäärä 43 + 3
Työelämäohjaaja Ossi Niva		
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena oli tunnuksen ja kotisivujen suunnittelu salibandyseura Sähköääret ry:lle. Seuran tunnuksen haluttiin olevan monikäyttöinen ja seuran visuaalisen linjan mukainen. Myös kotisivujen tuli olla seuran visuaalisen linjan mukaiset. Tiedon löytäminen seuran kotisivuilta piti olla vaivatonta ja sivuston päivittämisen piti olla helppoa.</p> <p>Kotisivujen ja tunnuksen toteuttamista on tarkasteltu sommittelun, väriopin, typografian ja muiden graafisen suunnittelun käytäntöjen ja teorioiden pohjalta. Seuran visuaalista linjaa on tutkittu yhteisön identiteetin ja profiilin näkökulmista. Kotisivujen suunnittelua on käsitelty myös käytettävyyden ja käyttöliittymäsuunnittelun näkökulmasta</p> <p>Läpikäytyjä teorioita hyödyntämällä Sähköääret ry:lle onnistuttiin suunnittelemaan tunnus, joka oli seuran identiteetin ja tavoitekuvan mukainen. Käsiteltyjä teorioita hyödyntämällä Sähköäärille saatiin rakennettua myös helppokäyttöiset ja tyylikkää, seuran visuaalista linjaa noudattavat Wordpress-pohjaiset kotisivut.</p>		

Asiasanat

graafinen suunnittelu, kotisivut, käyttöliittymä, visuaalinen linja

ABSTRACT

Unit Ylivieska	Date May 2015	Author/s Pyrö Rautalin
Degree programme Media Technology		
Name of thesis DESIGNING A LOGO AND A WEBSITE FOR A SPORTS CLUB. Case Sähköääret ry		
Instructor Maarit Tammisto		Pages 43 + 3
Supervisor Ossi Niva		
<p>The subject of this thesis was to design a logo and a website for the sports club Sähköääret. The club's logo was to be versatile and in accordance with the brand identity of the club. The website of the club was also supposed to be in line with the visual identity of the club. Finding information from the website, updating the site and adding content to it, were to be made as easy as possible.</p> <p>Regarding the design processes for the logo and for the website, such aspects of graphic design as: layout, colour and typography, were examined. Such concepts as brand identity, organizational identity, and organizational profile were also dissected. The Design progress for the website was also examined from the viewpoint of usability and user interface design.</p> <p>By implementing the theories that were examined in the theory part of this thesis, Sähköääret ended up with a logo that is in line with the clubs brand identity and organizational profile. The club's Wordpress based website ended up being easy to use, visually pleasing and in line with the clubs visual identity.</p>		

<p>Key words brand identity, graphic design, user interface, website</p>

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

CSS (Cascading Style Sheets)

Tyylikieli, jonka avulla voidaan määrittellä HTML-dokumentin ja verkkosivujen ulkoasu

HTML (Hypertext Markup Language)

Sivunkuvauskieli, jota käytetään verkkosivujen rakentamiseen

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	1
2 VISUAALINEN LINJA	3
2.1 Yhteisön tunnukset	3
2.1.1 Hyvän tunnuksen ominaisuuksia	5
2.2 Tunnusvärit	6
2.3 Typografia	6
2.3.1 Kirjaintyypit	7
2.3.2 Korosteet ja kontrastit	11
2.3.3 Rivit	13
2.3.4 Typografia internetissä	14
3 IDENTITEETTI, PROFIILI JA IMAGO VISUAALISEN LINJAN POHJANA	15
3.1 Identiteetti	15
3.2 Profiili ja profilointi	15
3.3 Imago	16
4 GRAAFISEN SUUNNITTELUN MENETELMÄT VISUAALISEN LINJAN RAKENTAMISESSA	18
4.3 Värit	18
4.3.1 Värien monet ominaisuudet	18
4.3.2 Värien keskinäiset vaikutukset	20
4.3.3 Värijärjestelmät	21
4.4 Sommittelu	22
4.4.1 Rythmi, jännite ja dynamiikka	22
4.4.2 Muodot	23
4.4.3 Sijoittelu	24
5 Yhteisön verkkosivut	27
5.3 Käyttöliittymä, käytettävyys ja informaatioarkkitehtuuri	27
5.4 Verkkosivujen ulkoasu	29
5.5 Julkaisujärjestelmät	30
6 Sähköisäärten tunnuksen toteutus	32
7 Sähköisäärten kotisivujen toteutus	36
7.1 Tiedon löytämisen optimointi	36
7.2 Wordpress-teema	36
7.3 Wordpress-lisäosat	37
7.4 Sivujen ulkoasu	38
7.5 Sivujen typografia	39
8 TULOKSET JA POHDINTA	40
LÄHTEET LIITTEET	42

KUVIOT

KUVIO 1. Urheiluseurojen tunnuksia	5
KUVIO 2. Kirjainmuotojen luokittelu	11
KUVIO 3. Imagon rakentumisprosessi	17
KUVIO 4. Värien merkityksiä, vaikutuksia ja mielikuvia	19
KUVIO 5. CMYK ja RGB värimallit ja värien yhdistely	21
KUVIO 6. Mekaaninen rytmi, vaihtelu ja jännite	23
KUVIO 7. Staattinen ja dynaaminen muodon sijoittelu	24
KUVIO 8. Optisen keskipisteen ja tasapainolinjan määrittäminen	25
KUVIO 9. Kultainen leikkaus ja kolmannesten sääntö kuvapinnalla	26
KUVIO 10. Alkuvaiheen tietokonekuonostelma tunnuksesta	33
KUVIO 11. Sähkökäärten lopullinen tunnus mustalla pohjalla	35
KUVIO 12. Sähkökäärten kotisivujen informaatioarkkitehtuuri ja valikkorakenne	36

1 JOHDANTO

Salibandyseura Sähköääret ry perustettiin virallisesti 25.2.2013 Torniossa. Seuran pelaajat olivat pelanneet yhdessä jo useamman vuoden ajan, mutta pelaaminen oli tapahtunut ainoastaan pienissä turnauksissa ja epävirallisissa sarjoissa. Vuoden 2013 syksyllä Sähköääret osallistui ensimmäistä kertaa viralliseen kilpasarjaan. Kilpasarjana toimi Pohjois-Suomen miesten V-divisioona. Ensimmäisen kauden päätteeksi Sähköääret nousi Pohjois-Suomen miesten IV-divisioonaan. Ensimmäisellä kaudella seuran kaikki ulkoinen viestintä tapahtui seuran Facebook-sivujen kautta, koska muita viestintäkanavia ei ollut. Seuralla ei myöskään ollut virallista graafista tunnusta. Tämän opinnäytetyön aiheena oli suunnitella ja toteuttaa Sähköääret ry:lle tunnus, sekä kotisivut.

Sähköääarten tunnuksen käyttö piti olla mahdollista seuran peliasuissa ja muissa teksteissä. Lisäksi tunnusta piti pystyä käyttämään kaikessa seuran viestinnässä. Kotisivujen oli määrä toimia seuran ensisijaisena ulkoisen viestinnän kanavana. Kotisivujen päivittämisestä ja sisällöntuotannosta tulisivat vastaamaan seuran pelaajat, joten sivuston ylläpito piti suunnitella mahdollisimman vaivattomaksi.

Teoriaosuudessa on tutkittu sitä, mitkä kaikki asiat tulee huomioida, kun urheiluseuralle halutaan rakentaa onnistunut tunnus. Mikä on visuaalinen linja ja mikä on sen tarkoitus? Mitä ovat yhteisön identiteetti, profiili ja imago? Tunnuksen suunnittelua on tarkasteltu myös graafisen suunnittelun teorian pohjalta. Lopuksi työssä käydään läpi Sähköääarten tunnuksen toteutus ja se, miten työssä aiemmin käsiteltyä teoriaa on hyödynnetty Sähköääarten tunnuksen toteuttamisessa.

Kotisivujen suunnittelua on tarkasteltu graafisen suunnittelun, sekä verkkosivujen käyttöliittymäsuunnittelun teorian pohjalta. Myöhemmin tekstissä käydään läpi Sähköääarten kotisivujen toteutus. Tekstissä tarkastellaan myös sitä, miten Sähköääarten visuaalinen linja näkyy ja toteutuu seuran kotisivuilla. Läpi käydään myös se, miten graafisen suunnittelun ja käyttöliittymäsuunnittelun teoriat on huomioitu seuran kotisivujen toteutuksessa. Lisäksi opinnäytetyössä käydään läpi

ne syyt, jotka vaikuttivat siihen, että Sähköjärjestelmän kotisivut päätettiin rakentaa Wordpress-julkaisujärjestelmää käyttäen.

Työssä on käytetty lähteet ovat: Pekka Loirin & Elisa Juholinin teos, *Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja*, Satu Lahon teos, *Yrityksen visuaalisen linjan ja tavoite-imagon luominen*, Markus Itkosen teos, *Typografian käsikirja*, Irmeli Sinkkosen, Esko Nuutilan ja Seppo Törmän teos, *Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu*, sekä Risto Uimosen & Elisa Ikävalkon teos, *Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan*.

2 VISUAALINEN LINJA

Yhteisöillä ja yrityksillä on visuaalinen linja, joka pitää sisällään muodot, tyylin ja värit. Näiden visuaalisten elementtien avulla yhteisölle luodaan persoonallisuus, jonka avulla se on helpompi tunnistaa ja muistaa. Visuaalista linjaa tulisi käyttää kaikessa yhteisön harjoittamassa viestinnässä. Visuaalisella linjalla on useita eri nimityksiä, kuten talotyyli, design management tai visuaalinen ilme. Huolimatta siitä mitä nimitystä käytetään, näiden kaikkien tarkoitus on kuitenkin sisimmiltään sama – yhteisön visuaalinen ilme on työkalu, jonka avulla yhteisö pyrkii erottumaan kilpailijoistaan. Visuaalisen linjan tulee perustua siihen, mitä yhteisö todellisuudessa on, eli yhteisön identiteettiin. Visuaalisen linjan tulisi yhdistää vastaanottajien ajatukset siihen, mitä yhteisö haluaa itsestään viestiä ja visuaalinen linja onkin olennainen työväline yhteisön yhteisökuvan rakentamisessa. Kokonaisilme voi rakentua useista eri osista, mutta yleensä visuaalista linjaa rakentaessa määritellään ainakin graafiset tunnukset ja tunnistimet, tunnusvärit, typografia, sekä yrityksen käyttämät materiaalit, kuten lomakkeet ja kuoret. (Loiri & Juholin 1998, 129–130; Pesonen 2006, 6.)

2.1 Yhteisön tunnukset

Logo on yhteisön nimen vakiintunut graafinen kirjoitustapa (Laiho 2006, 18). Jotkin yhteisöt ja yritykset käyttävät logoa ainoana tunnistimenaan, esimerkki tällaisesta yrityksestä on Marimekko (Loiri & Juholin 1998, 131).

Hyvän logon tunnusmerkkejä ovat: helppolukuisuus ja yksinkertaisuus. Logossa voidaan käyttää jo valmiiksi olemassa olevaa kirjaintyyppiä. Valmiita kirjaintyyppejä on nykyään tarjolla valtavia määriä, mutta niiden hinnat vaihtelevat kuitenkin rajusti. Toinen vaihtoehto oikean kirjaintyyppin löytymiselle on muunnella olemassa olevaa kirjaintyyppiä sellaiseksi, että logoon saadaan juuri haluttu vaikutelma. Kolmas vaihtoehto on täysin uudenlaisen kirjaintyyppin muotoilu, mutta tämä on vaihtoehtoista työläin ja kallein. (Laiho 2006, 18.)

Logoa suunniteltaessa ei tule valita ainoastaan sitä kirjaintyyppiä, mikä näyttää hyvältä vaan huomioon tulee ottaa mm. myös yrityksen tai yhteisön nimi, identiteetti ja toimiala. Yrityksen toimiessa maskuliinisella alalla kuten vaikkapa rakennusalalla, ei ole järkevää valita käsikirjoitustyylistä, pyöreää, notkeaa, siroa ja feminiinistä fonttia. Maskuliiniselle toimialalle sopivat todennäköisesti paremmin vahvat ja suorat kirjaintyypit, jotka luovat jämäkän ja jämerän vaikutelman. (Nieminen 2003, 92.)

Liikemerkillä tarkoitetaan yrityksen tai yhteisön kuvallista tunnusta, jota käytetään sellaisenaan tai logon yhteydessä. Liikemerkkien kirjo on laaja ja ne vaihtelevat yksinkertaisista graafisista kuvioista monimutkaisempiin piirroskuvioihin, liikemerkki voi sisältää myös kirjaimia tai numeroita. (Laiho 2006, 19.)

Useimmiten urheiluseurojen tunnuksina ei käytetä erillistä logoa, vaan tunnukset ovat joko liikemerkkejä tai niin sanottuja logoliikemerkkejä, missä teksti ja kuva ovat toisistaan erottamattomassa muodossa. Erityisen suosittuja urheiluseurojen tunnuksissa ovat eläinhahmot ja vaakunamaiset muodot. Yleensä tunnuksissa käytetyt värit vastaavat joukkueen peliasujen värejä.



KUVIO 1. Urheiluseurojen tunnuksia

2.1.1 Hyvän tunnuksen ominaisuuksia

Riippumatta siitä, käytetäänkö yhteisön tunnuksena liikemerkkiä, logoa, vai niiden yhdistelmää, on hyvin suunnitellulla yhteisön tunnuksella tiettyjä ominaisuuksia.

Tunnuksen tulee olla yhteensopiva yhteisön identiteetin, profiilin ja toimialan kanssa ja sen tulee viestiä haluttuja asioita yrityksen tai yhteisön kohderyhmälle ja asiakaskunnalle. Tunnuksen tulisi olla helposti muistettava sekä tunnistettava ja sen tulisi erottua muiden toimijoiden ja kilpailijoiden tunnuksien joukosta. (Airey 2015, 44.) Parhaimmillaan tunnuksen voi tunnistaa jopa pelkän muodon perusteella (Airey 2015, 53).

Tunnuksen tulisi olla monikäyttöinen. Hyvää tunnusta pystytään käyttämään ongelmitta niin käyntikortissa, kuin isoissa mainostauluissakin. Hyvä tunnus

soveltuu käytettäväksi sekä painotuotteissa että sähköisessä ympäristössä (Airey 2015, 43.) Tunnuksen tulisi olla pitkäikäinen ja tunnuksen suunnittelussa tulisi siksi välttää muotivirtauksia ja trendejä, sillä aika ei saisi kuluttaa tunnusta muutamassa vuodessa epärelevantiksi. Tunnuksen pienimuotoinen päivittäminen ja korjaaminen on hyväksyttävää, mutta tunnuksen perusidean tulisi säilyä pitkälläkin aikavälillä (Airey 2015, 52.)

2.2 Tunnusvärit

Yhteisön tunnusvärit toimivat selkeänä signaalina ja yhdessä yhteisön tunnuksen kanssa värit viestivät pelkistetyssä muodossa yhteisön toiminnasta, ideologioista ja arvoista. (Nieminen 2003, 103).

Värit ovat voimakkaita vaikuttajia, ja niillä voidaan herättää mielikuvia ja ohjata ajatuksia. Värit viestivät joka tapauksessa jotain, joten tunnusvärien suunnittelemiseen kannattaa panostaa ja niitä kannattaa hyödyntää yhteisön imagon rakentamisessa. Ihmisen havaitsee ensimmäiseksi muodon, sen jälkeen värin ja vasta sitten varsinaisen sisällön. Värejä voidaan käyttää palveluiden ja tuotteiden yhtenäistämässä ja yrityksen tai yhteisön tunnistettavuuden lisäämisessä. Laajalti käytössä olevia värejä tai kilpailevien yritysten tunnusvärejä ei kannata valita oman yrityksen tunnusväreiksi, sillä se heikentää värien personoivia ominaisuuksia. Myös trendivärejä kannattaa välttää sillä ne vanhenevat nopeasti. Ostopäätöksen syntymisessä väri on suurin yksittäinen vaikuttaja. (Wheeler 2013, 150 – 153.)

2.3 Typografia

Typografialla tarkoitetaan graafista ulkoasua, joka muodostuu typografista aineistoa ja välineistöä käyttämällä ja hyödyntämällä. Typografisiin valintoihin lukeutuvat kirjaintyypit, kirjainkoot, korosteet ja kontrastit, sekä rivivälit ja rivien suljentavat. Myös kuvitus ja painopinnan väriin liittyvät valinnat ovat osa typografiaa. (Juholin & Loiri 1998 32.) Yhteisön visuaalista linjaa suunniteltaessa

tulee valita käytettävät kirjaintyypit ja niiden käyttöyhteydet (Loiri & Juholin 2006). Typografisissa ratkaisuisa yhteisön kannattaa pyrkiä tunnistettavuuteen ja yhteneväisyyteen. Tunnistettava typografinen ulkoasu auttaa yhteisön imagon rakentamisessa ja vahvistamisessa. (Laiho 2006, 28.)

Typografian avulla julkaisun viestiä voidaan vahvistaa ja sillä voidaan herättää lukijan mielenkiinto ja helpottaa viestin perillemeno. Onnistuneen typografian ansiosta lukeminen on mielekästä ja helppoa. Typografiaa suunniteltaessa tulee huomioida julkaisun tyyli, sekä sen kohderyhmä. Sensaatio- ja laatulehden tyylit poikkeavat toisistaan huomattavasti ja julkaisun laatutason tulisikin ilmetä selvästi pelkästään julkaisua vilkaisemalla - tämä saavutetaan oikeiden typografisten valintojen avulla. (Juholin & Loiri 1998 32.)

2.3.1 Kirjaintyypit

Kirjaintyyppin valitseminen on tärkein päätös typografiaa laadittaessa, samalla se on myös monilta osin typografisista valinnoista vaikein. Julkaisuisa tulisi käyttää korkeintaan muutamaa kirjaintyyppiä, jolloin lopputulos pysyy todennäköisemmin selkeänä ja helppolukuisena. Oikeiden kirjaintyyppien valinta tuhansien vaihtoehtojen joukosta on kuitenkin vaikeaa, eikä kirjaintyyppien valinnalle ole olemassa selkeitä kriteereitä. Kirjaintyyppin valintaan saattavat vaikuttaa kirjaintyyppin herättämät mielikuvat, tyylihistorialliset tekijät tai se, halutaanko typografialla herättää huomiota, vai olla tietoisesti vaatimattomia. (Loiri & Juholin 1998 34.)

Eri kirjaintyyyleillä on kaikilla oma historiansa ja ensimmäiset kirjaintyypit ovat saaneet alkunsa jo noin 3000 vuotta sitten (Itkonen 2007, 23). Kirjaintyylit jaetaan alkuperän ja tyylin mukaan eri luokkiin ja edelleen alaluokkiin. Yleispätevää standardia kirjaimistojen luokitteluun ei ole olemassa, mutta uudet tekstityypit perustuvat yleensä joko goottilaistyyliin kirjainmuotoihin, renessanssiantiikvoihin, siirtymäkauden antiikvoihin, uusantiikvoihin, egyptienneihin, groteskeihin, päätteettömiin antiikvoihin, kalligrafislisiin kirjainmuotoihin, fantasiakirjaimistoihin,

multifontistoihin tai digitaalisesti muotoiltuihin instant fontistoihin. (Loiri & Juholin 30–31.) Digitaalisesti muotoilluista fontistoista puhuttaessa, voidaan käyttää myös nimityksiä kokeileva kirjaintyyppi, tai ekspressiivinen kirjaintyyppi (Itkonen, 64).

Goottilainen kirjoitustyyli on syntynyt 1000-luvun alun Italiassa ja sen muodot ja tyyli ovat peräisin goottilaisesta arkkitehtuurista (Loiri & Juholin 14). Goottilaiset kirjaintyylit koetaan nykypäivänä kuitenkin vanhanaikaisiksi ja vaikealukuisiksi ja tästä syystä niitä kannattaa käyttää varsin hillitysti, esimerkiksi lyhyissä otsikoissa. (Laiho 2006 22).

Antiikvat eli päätteelliset kirjasimet ovat kirjaintyyppien karkeassa jaossa toinen pääkirjaintyyli toisten ollessa groteskit. Antiikvat ovat yleensä paras vaihtoehto leipätekstiosuuksien kirjaintyypiksi, antiikvat voidaan kuitenkin edelleen jakaa useampiin alaryhmiin.

1400-luvulla arkkitehtuuri vaikutti kirjaintyyliin ja alkunsa saivat renessanssiantiikvat, jotka ovat muodoltaan aiemmin esiintyneitä kirjaimistoja yksinkertaisempia. Renessanssiantiikvat ovat pohja myös nykypäivän antiikvakirjaimistoille. (Loiri & Juholin 1998, 15.) Renessanssiantiikvat kehitettiin pitkien tekstien kuten kirjojen lukemista varten, joten niiden luettavuus on hyvä ja ne soveltuvat pitkien tekstien kirjaintyypiksi edelleen (Itkonen 32, 2007). Renessanssiantiikvojen syntymisen jälkeen kirjaintyylit kehittyivät hiljalleen seuraavien vuosisatojen aikana. Kirjainten kehitykseen vaikuttivat erilaiset tyyliuunnat, joista päällimmäisenä liioiteltujen muotojen tyyliuunta barokki. Kirjaintyylien kehitys johti siihen, että alkunsa saivat niin sanotut siirtymäkauden antiikvat, joissa paksujen ja ohuiden viivojen kontrastit ovat aiempia antiikvoja vahvempia ja selvempiä. Siirtymäkauden antiikvojen katsotaan saaneen alkunsa 1750-luvulla. (Itkonen 2007, 33.) Tunnetuin siirtymäkauden antiikvoista on Baskerville, jonka luettavuus on melko hyvä, mutta sen lisääntynyt kontrasti luo kuitenkin kirjaimille arvokkaan vaikutelman, eikä sitä tulisi käyttää arkipäiväisissä teksteissä. Jotkut siirtymäkauden antiikvat saattavat olla muodoltaan liian erikoisia tai hienostuneita, vaikka nekin on alun perin suunniteltu pitkien tekstien lukemista silmällä pitäen. (Itkonen 2007, 36.) Siirtymäkauden antiikvoja seurasivat uusantiikvat, jotka ovat saaneet vaikutteita uusklassismin tyyliuunnasta.

Uusantiikvat syntyivät noin 1780-luvulla ja ne syntyivät lähes yhtäaikaisesti Ranskassa ja Italiassa. Kirjainten ohuiden ja paksujen viivojen väliset kontrastit vahvistuivat vielä entisestään, ohuet viivat muuttuvat uusantiikvoissa nopeasti paksuiksi viivoiksi ja vastaavasti paksut ohuiksi. (Itkonen 2007, 36.) Uusantiikvatien käytöllä voi saavuttaa elegantin ja edustavan vaikutelman, mutta niiden käyttö vaatii tarkkaa typografian suunnittelua. Arkiseen tekstiin uusantiikvat eivät juuri sovellu, ja ohuiden viivojensa vuoksi useita uusantiikvoja ei tulisi käyttää 10:tä pistettä pienempinä. Uusantiikvat ja niiden pitkät päätteet tarvitsevat lisäksi tilavat merkkivälit. (Itkonen 2007, 40.) Päätteettömät antiikvat ovat antiikvoiden erikoistapaus, koska niiden päätteet ovat lähes huomaamattomat tai vaihtoehtoisesti niiden päätteet muodostuvat kirjainvarren kaartumisesta (Pakarinen 2010, 24).

Egyptienne-kirjaimet saivat alkunsa vuonna 1798, kun Napoleon teki sotaretken Egyptiin. Sotaretki sai Ranskassa aikaan niin sanotun Egypti-villityksen. Egyptienne-kirjaimia käyttivät kilpi- ja julistemaalarit, ja egyptiennet olivat ensimmäiset vahvojen päätteiden kirjaimet, sillä ne pohjustivat tietä groteski-kirjainten synnylle. (Itkonen 2007, 45.)

Groteskit kirjaintyyppit ovat tasavahvoja tai lähes tasavahvoja, eikä niissä ole päätteitä, ja toinen nimitys tällaisille kirjaimille onkin päätteetön kirjaintyyppi. Alkunsa groteskit kirjaintyyppit saivat 1800-luvun alkupuolella, mutta silloin niitä pidettiin pääsääntöisesti kummallisina ja niiden käyttö rajoittui pitkälti otsikko- ja mainoskäyttöön. Aikaisista groteskeista kirjaintyypeistä ei myöskään useasti ollut olemassa kuin suuraakkoset. 1900-luvun alussa groteskit alkoivat kuitenkin yleistyä. (Itkonen 2007, 50.) Groteskien teho tulee parhaiten esiin kun niitä käytetään lyhyissä kokonaisuuksissa. Vähäeleisyytensä ansiosta groteskit ovat usein uskottavampia kuin antiikvat. (Laiho 2006, 22.)

Kalligrafia voi tarkoittaa esimerkiksi kirjoitustaidetta tai kaunokirjoitusta: kalligrafisiin kirjaintyypeihin voidaan kuitenkin laskea kuuluvaksi kaikki ne kirjaintyyppit, jotka jäljittelevät käsinkirjoitettua tekstiä. (Itkonen 2007, 61.) Kalligrafisia kirjaintyyppejä tulisi yleensä välttää, sillä ne ovat vaikealukuisia ja niiden käyttö on kliseistä (Itkonen 2007, 63).

Fantasiakirjaimet yleistyivät 1970- ja 80-luvuilla. Fantasiakirjaintyytit ovat vapaamuotoisia kirjaimistoja, ja niiden kirjaimet saattavat muistuttaa vaikkapa eläimiä tai ihmisiä. Fantasiakirjaimilla ei ole mitään yhteyttä typografian historiaan ja käytännössä fantasiakirjainten luokkaan onkin sijoitettu sellaiset kirjaintyytit, jotka eivät yksinkertaisesti sovi mihinkään muihin luokkiin. (Itkonen 2007, 64.) Lähellä fantasiakirjaintyytlejä ovat digitaaliaikana yleistyneet ekspressiiviset ja kokeilevat kirjaintyytit. Kokeilevissa kirjaintyytleissä saattaa olla jokin tuttu historiallinen piirre, mutta ne ovat kuitenkin syntyneet suunnittelijan mielikuvituksen tuotteena. (Itkonen 2007, 64–66.) Fantasia- ja kokeilevat kirjaintyytit soveltuvat yleensä ainoastaan otsikkokäyttöön. Leipätekstikäyttöön kirjainmuodot ovat liian liioiteltuja tai tilaa vieviä ja tästä syystä vaikealukuisia. Vahva muotoilu on tunnistettavaa, mutta se kuluttaa ja vanhentaa tällaiset kirjaintyytit nopeasti, lisäksi muotoilu rajoittaa tilanteita, missä kyseisiä kirjaintyytlejä voi käyttää. (Itkonen 2007, 66.)

Multifontistoihin kuuluvat sellaiset kirjaimistot jotka sisältävät saman runkoiset antiikva-, puoliantiikva-, puoligroteski- ja groteskiversiot (Loiri & Juholin 1998, 31).



KUVIO 2. Kirjainmuotojen luokittelu (mukaillen Loiri & Juholin 1998, 30)

2.3.2 Korosteet ja kontrastit

Tekstiä voidaan korostaa lihavoinnilla, kursivoinnilla, ylimääräisillä kirjainkooilla, laatikoita tai linjoja käyttäen. Korosteita tulee käyttää säästään, sillä mitä enemmän korosteita käytetään, sitä tehottomammiksi ne muuttuvat. Korosteiksi lasketaan myös otsikoissa käytettävien kirjainten koot, vahvuudet tai leikkausten vaihtelut. Eri otsikkotasoja saisi olla käytössä korkeintaan kolme ja näiden tulisi sisältää pää- ja väliotsikot. (Juholin & Loiri 43.)

Myös kontrasteja voidaan käyttää tehokeinoina. Käytetyin kontrasti on kokokontrasti, missä yhteen liitetään selvästi erikokoisia elementtejä. Toimiva esimerkki kokokontrastista on pienen ja suuren kuvan vierekkäin asettaminen, jolloin suuri näyttää entistä suuremmalta, pieni entistä pienemmältä. Kokokontrasti syntyy myös erikokoisten kirjainten rinnakkain käyttämisestä ja kokokontrasti saadaan aikaan myös pienen kuvan ja ylisuuren otsikon rinnastamisella. (Loiri & Juholin 1998, 47.)

Vahvuuskontrasti syntyy kirjainten lihavuusvaihteluiden seurauksena, kun erityisen laihoja tai lihavia kirjaimia asetetaan vierekkäin. Vahvuuskontrasti saadaan aikaan myös tummien ja vaaleiden elementtien rinnastuksella. Tummiin leipätekstipintojen ja vaaleiden kuvien, tai vaaleiden leipätekstipintojen ja tummiin otsikoiden yhdisteleminen ovat esimerkkejä tumma-vaalea -rinnastuksilla syntyvistä vahvuuskontrasteista. (Loiri & Juholin 1998, 47.)

Typografinen värikontrasti syntyy nimensä mukaisesti värien välisistä erilaisuuksista. Värikontrasti syntyy esimerkiksi silloin, kun mustavalkoiseen ympäristöön lisätään voimakasvärinen kuva- tai tekstielementti. (Loiri & Juholin 1998, 47.)

Typografinen muotokontrasti syntyy, kun eri kirjainmuotoja, kuten antiikvoja, groteskeja ja kursiiveja rinnastetaan samassa tekstikokonaisuudessa tai samalla sivulla. Myös säännöllisiä ja epäsäännöllisiä muotoja käyttämällä voidaan saavuttaa muotokontrasti, esimerkiksi yhdistämällä suorakaiteen muotoisia kuvia ja tasareunattomia tekstipalstoja. (Loiri & Juholin 1998, 47.)

Tyhjän ja täyden tilan vaihtelulla voidaan myös luoda typografinen kontrasti. Tyhjä tila on olennainen osa taittoa ja sen käyttö tulee olla suunniteltua ja sen tulee olla tasapainoisessa aktiivisessa vuorovaikutuksessa painetun pinnan kanssa. Suunnittelematon tyhjän tilan käyttö saattaa helposti synnyttää vaikutelman kesken loppuneesta sisällöstä. Tyhjä tila ei myöskään saa sekoittua marginaaleihin. (Loiri & Juholin 1998, 47.)

2.3.3 Rivit

Helpon ja miellyttävän luettavuuden saavuttamiseksi rivien ja palstojen tulee olla siistejä ja suunniteltuja. Ihmisen lukiessa hänen silmänsä seuraa tekstiä hyppäyksittäin. Liian lyhyistä tekstiriveistä seuraa se, että lukija kärsii lisääntyneistä rivinvaihtoista ja lukeminen muuttuu katkonaiseksi. Merkkimäärän alarajana pidetään 35–40:tä merkkiä per rivi. Luettavuudelta parhaana merkkimääränä pidetään 55–60:tä merkkiä riviä kohti. Merkkimäärän kasvaessa 60:tä merkkiä suuremmaksi, lukeminen alkaa jälleen vaikeutua. (Itkonen 2007, 84.) Pitkäsanaaisessa kielessä, kuten suomessa, riviä kohti saa olla korkeintaan 70–80 kirjainmerkkiä. (Loiri & Juholin 41). Rivien pituuden kasvaessa, myös riviväliä ja kirjainkokoa täytyy suurentaa, jotta luettavuus ei kärsisi liikaa. Väljä riviväli tekee eritoten pitkän leipätekstin lukemisesta mielekkäämpää, mutta liian suuria rivivälejäkin tulee välttää. Liian suuret rivivälit rikkovat palstan yhtenäisyyden ja silmien joutuessa tekemään suuria hyppäyksiä lukeminen hidastuu. (Itkonen 2007, 85.)

Rivien suljentatapoja on neljä, nämä kaikki muodostavat myös erimuotoiset palstat. Yleisin tapa rivien suljennalle on rivien latominen tasamittaisiksi, jolloin muodostuu molemmilta reunoiltaan tasainen palsta. Tasareunainen palsta on suhteellisen helppolukuista, kapeissa palstoissa sanojen väliin muodostuu kuitenkin helposti paljon liian suurelta näyttäviä aukkoja. (Loiri & Juholin 1998, 42.) Tasapalstan sanavälien suuruus riippuu siitä, kuinka helposti julkaisuohjelma löytää sopivan tavutuskohdan rivin päähän. Suomen kielen pitkät sanat ja nelikirjaimisten tavujen suuri määrä vaikeuttavat olennaisesti sopivan tavutuskohdan löytymistä. (Itkonen 2007, 88.)

Oikean reunan liehu on toinen suljentatavoista joka soveltuu pitkien tekstien suljentatavaksi. Oikeasta reunasta liehuvan palstan vahvuus on se, että sanaväli on vakio, eikä tekstiin pääse täten syntymään ylisuuria sanavälejä. (Itkonen 2007 94.) Pitkät sanat aiheuttavat kuitenkin oikean reunan liehun kanssakin omat ongelmansa ja tyylikkään lievän liehureunan saavuttamiseksi sanoja täytyy tavuttaa, sanakuvat hajoavat ja luettavuus kärsii (Loiri & Juholin 1998, 42).

Vasemmanpuoleinen liehureunainen ladonta on harvinainen ja erottuva, mutta usein vaikealukuinen, eikä sitä tule käyttää pitkissä teksteissä (Loiri & Juholin 42).

Neljäs rivien suljentatapa on latoa rivit keskitetyksi. Se näyttää kauniilta, mutta on erittäin vaikealukuinen. Tyylikeinona keskitetty ladonta on kuitenkin tehokas, mutta sen käyttö tulee olla harkittua. (Loiri & Juholin 1998, 42.)

2.3.4 Typografia internetissä

Typografian vaatimukset muuttuvat käytettävästä mediasta riippuen. Tietokoneen näyttöä katsotaan yleensä melko läheltä ja tämä tulee huomioida tekstin koossa ja välilyksissä. (Loiri & Juholin 1998, 92.) Käyttäjien toisistaan poikkeavat laiteympäristöt ovat myös haaste, ja sivustot tulisi suunnitella tarpeeksi joustavasti, niin että ne toimisivat mahdollisimman hyvin käytettävästä laitteesta riippumatta. (Loiri & Juholin 1998, 90). Tietokoneen ruudulta lukeminen tehdään silmäilemällä, eikä se ole yhtä syvää lukemista kuin esimerkiksi kirjaa luettaessa (Loiri & Juholin 1998, 94). Tekstin silmäiltävyyden parantamiseksi kannattaa käyttää lyhyttä ja ytimekästä tekstiä. Näytöltä luettavien kappaleiden tulisi myös olla lyhyitä, mielellään alle kymmenen riviä. (Laiho 2006, 39.)

Pienet kirjaimet eivät toistu tietokoneiden näytöllä täysin selvästi, sillä näyttöjen erottelutarkkuus on vaatimaton painettuun tekstiin verrattuna. Hyvin näytölle sopiva kirjaintyyppi on muodoltaan yksinkertainen. Groteskit soveltuvat näytölle pääsääntöisesti paremmin, koska antiikvojen päätteiden tarkka toistaminen näyttölaitteella on vaikeaa. Muodoltaan kirjainten tulisi olla avoimia ja kirjainten sisällä tulisi olla paljon tyhjiä tiloja, jotta ne eivät tukkeutuisi pienikokoisinakaan. Merkkien välissä olevien välien tulisi myös normaalia suurempia, jotta merkit eivät osuisi toisiinsa. (Itkonen 2007, 68.)

3 IDENTITEETTI, PROFIILI JA IMAGO VISUAALISEN LINJAN POHJANA

3.1 Identiteetti

Kun yhteisön visuaalista linjaa aletaan rakentaa, tulee yhteisön ensimmäiseksi olla tietoinen yhteisönsä *identiteetistä*. Identiteetti kertoo, mikä tai mitä yhteisö on. Identiteetti rakentuu yhteisön arvoista, toimintatavoista, ihmisistä, palveluista ominaisuuksista – hyvistä ja huonoista puolista. Identiteetti on todellinen ja oikea. Identiteettiä ei voi muuttaa väkisin tai sen mukaan mikä on trendikästä, silti identiteetti elää jatkuvasti ihmisten ja toiminnan mukana. Identiteetin tiedostaminen ei ole aina helppoa ja yhteisöllä saattaa jopa olla useita eri identiteettejä. Erilaiset identiteetit yhteisön sisällä saattavat johtua esimerkiksi yhteisön sisäisten ryhmien historiasta, johtamiskulttuureista tai ryhmän jäsenten ominaisuuksista. (Uimonen & Ikävalko. 1996, 181–182.)

3.2 Profiili ja profilointi

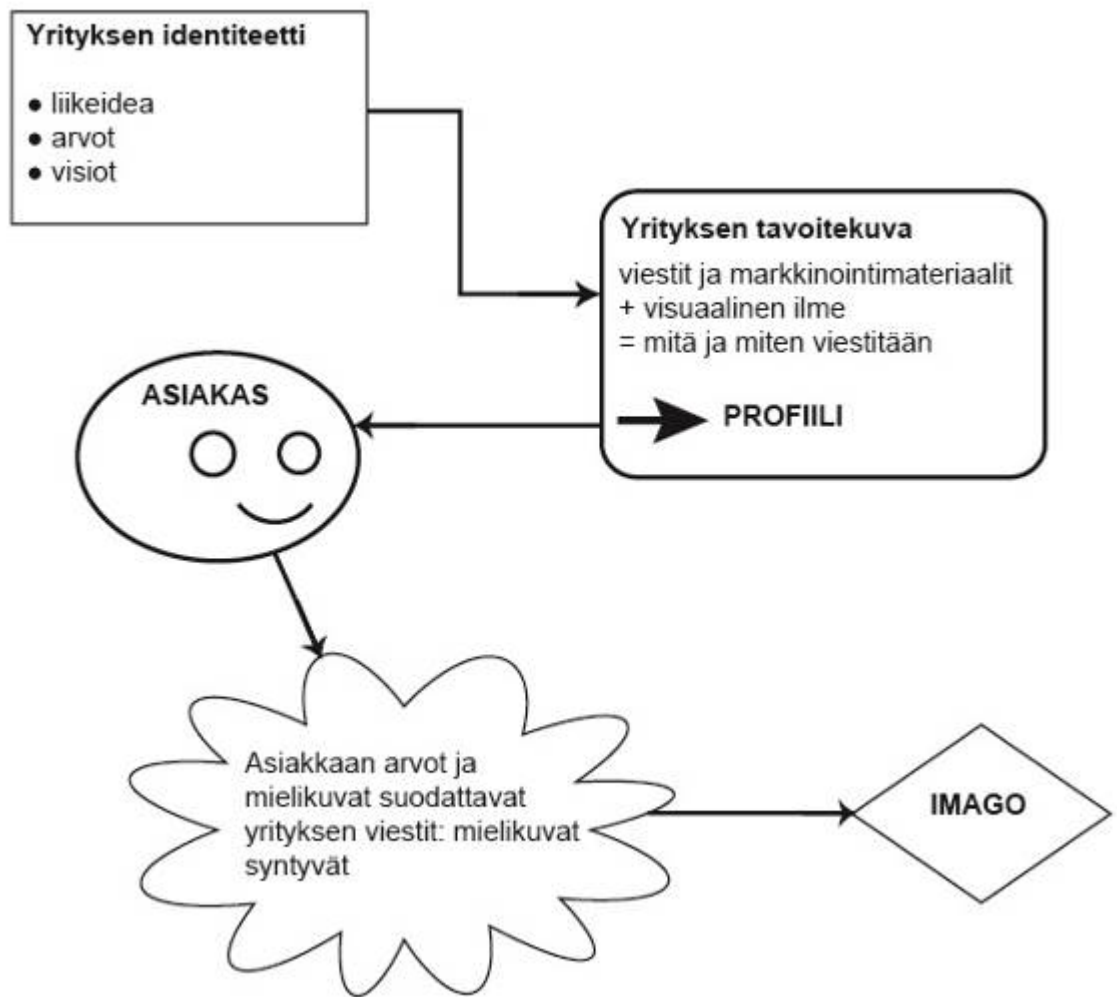
Kun yhteisö on tietoinen identiteetistään, tulee yhteisön seuraavaksi määritellä itsellensä tavoitekuva eli *profiili*. Tavoitekuvalla ja profiililla tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä, millaisena yhteisö haluaa tulla nähdyksi ja millaisia mielikuvia se toivoo herättävänsä ihmisten mielissä. Tavoitekuvan määrittelemisen päätavoitteena on erottuminen muista. Tavoitekuvan tulee perustua yhteisön identiteettiin, ja tällä tavoin varmistetaan, että tavoitekuva on kestävä ja toteuttamiskelpoinen. Jos tavoitekuvalla ei ole aitoa pohjaa, tulee ylläpito ennen pitkää mahdottomaksi ihmisten oivaltaessa, että se mitä yhteisö esittää olevansa, ei olekaan totta. (Uimonen & Ikävalko 1996, 184.)

Niitä toimia, joilla yhteisö pyrkii saavuttamaan tavoitekuvansa, kutsutaan profiloinniksi. Erilaisilla toimintatavoilla, keinoilla ja strategioilla pyritään vaikuttamaan siihen, millainen profiili yritykselle syntyy. Olennaisimpia profiloinnin keinoja ovat sekä sanallinen että visuaalinen viestintä. (Uimonen & Ikävalko 1996, 185–186.)

3.3 Imago

Imago on se kuva, joka ihmisille syntyy yhteisöstä, yrityksestä, tuotteesta, henkilöstä tai palveluista. Imago muodostuu siis vastaanottajan mielessä. Yhteisön tulisi pyrkiä siihen, että syntynyt imago vastaa mahdollisimman hyvin asetettua tavoitekuvaa, vaikka ne eivät koskaan voikaan täysin vastata toisiaan. Imagon syntymiseen vaikuttavat myös sellaiset elementit, joihin yhteisö itse ei voi suoraan vaikuttaa, kuten kulloisenkin imagon arvioitsijan arvot, ennakkoluulot, asenteet ja uskomukset. (Uimonen & Ika-Valko 189–190)

Imagoa rakentaessa kannattaa nostaa esiin tietoisesti niitä asioita ja avainominaisuuksia, joiden halutaan eniten vaikuttavan mielikuvien rakentumiseen. Viestejä lähetetään joka tapauksessa, ja yhteisölle tulee muodostumaan jonkinlainen imago ihmisten mielissä. Positiivisen imagon rakentumiseen kannattaa panostaa, sillä imago vaikuttaa esimerkiksi siihen, mitä yhteisöstä tai yrityksestä kirjoitetaan, puhutaan ja ajatellaan. Parhaimmillaan imago voi auttaa yhteisöä menestymään, mutta heikko imago voi sen sijaan haitata yhteisön toimintaa. (Laiho 2006, 9,11.)



KUVIO 3. Imagon rakentumisprosessi (mukaillen Laiho 2006, 9)

4 GRAAFISEN SUUNNITTELUN MENETELMÄT VISUAALISEN LINJAN RAKENTAMISESSA

4.3 Värit

Väri on valoa. Ihmisen silmät vastaanottavat valoa, joka on sähkömagneettista säteilyä, josta ihmissilmä kykenee näkemään vain pienen osan. Se osa sähkömagneettisesta säteilystä, jonka ihmiset näkevät, koetaan väreiksi. Jokaista väriä vastaa eri aallonpituus. Pisin aallonpituus on punaisella ja lyhin violetilla. (2008 Coloria.net.)

Valkoista, mustaa ja harmaan eri sävyjä ei yleensä mielletä väreiksi. Valkoinen sisältää kaikki värit ja heijastaa ne takaisin. Musta ei sisällä, eikä heijasta värejä ollenkaan ja siksi se koetaan värittömäksi. Kun musta ja valkoinen järjestetään sävyasteikoksi niin, että toiseen ääripäähän sijoitetaan musta ja toiseen valkoinen, syntyy tuloksena harmaaväriasteikko. (Loiri & Juholin 1998, 108–109.)

Punainen, sininen ja keltainen ovat päävärejä, ja välivärejä ovat vihreä, oranssi ja violetti. Näiden värien avulla voidaan muodostaa väriympyrä, jossa värit ovat sateenkaaresta tutussa, luontaisessa järjestyksessä. (Huovila 2006, 42–43.)

Väriympyrän värit voidaan jaotella kylmiin ja lämpimiin väreihin. Pääasiassa kylmiksi väreiksi mielletään ne värit, jotka sijaitsevat sinivihreän ympärillä ja lämpimiksi väreiksi mielletään vastaavasti oranssi ja sitä ympäröivät värit. Värien jakaminen kylmiin ja lämpimiin ei kuitenkaan ole näin yksiselitteinen vaan väri voidaan kokea lämpimäksi tai kylmäksi havaitsijasta ja tilanteesta riippuen. (Huovila 2006, 44; Loiri Juholin 1998, 111.)

4.3.1 Värien monet ominaisuudet

Väripsykologian avulla on tutkittu värien symboliikkaa ja värien vaikutusmahdollisuutta ihmisiin. Väreillä voidaan viestiä useita asioita: väreihin

liittyy symboliikan lisäksi myös mm. tunnelmia, tuntemuksia ja makuja. Osa värien symbolimerkityksistä perustuu sopimukseen ja ne ovat ajan myötä vakiintuneet. Joskus värin miellelyhtymät voivat pohjautua värin sisäisiin ominaisuuksiin, kuten intensiteettiin ja aktiivisuuteen. Värien avulla ihmiset viestivät myös itsestään, luonteenpiirteistään ja tunteistaan. Ihmiset eivät koe värejä samalla tavalla, esimerkiksi ihmisten lempivärit vaihtelevat selvästi ja värien kokemiseen vaikuttavat niin ikä, sukupuoli kuin syntyperäkin. (Pesonen 2006, 57; Laiho 2006, 25.)

Esimerkiksi punaisesta väristä syntyviä miellelyhtymiä ovat rakkaus, intohimo ja tuli. Punainen voi merkitä yhtäaikaisesti sotaa ja rauhaa, ja se on myös vallankumouksen väri. Se on eräänlainen huomioväri ja ilmaisee myös vaaraa. Punaisella värillä on piristävä vaikutus. (Loiri & Juholin 1998, 111.)

<p>Tulevaisuus Onnellisuus Kunnianhimo Petos Mustasukkaisuus Viisauts</p>	<p>Turvallisuus Sosiaalisuus Mukavuus Vaara Voima Onnellisuus</p>	<p>Toiminta Kiihtymys Kilpailu Vallankumous Rohkeus Rakkaus Hedelmällisyys</p>
<p>Kylmä Puhdas Tyhjä Viattomuus Puhtaus Avioliitto Kunnia</p>	<p>Puolueeton, mutta itsenäinen Anonyymi Kunnioitettavuus Yhtenäisyys</p>	<p>Kohtalo Joustamaton Moderni Kuolema High-Tech Auktoriteetti Valta</p>
<p>Luja Säilyvä Luonto Tasapaino Terveys Kateus</p>	<p>Rauhallinen Tyytyväinen Järjestys Viileys Usko Lojaalius ja ylpeys Taivas</p>	<p>Lumoava Mystinen Ilo Nöyrä Kirkollinen Kuninkaallinen</p>

KUVIO 4. Värien merkityksiä, vaikutuksia ja mielikuvia

4.3.2 Värien keskinäiset vaikutukset

Värejä valittaessa täytyy huomioida muut sitä lähellä olevat värit ja sen taustavärit, sillä nämä vaikuttavat huomattavan paljon siihen, miltä värit näyttävät. Se väri joka peittää suurimman pinta-alan toimii ympäristöönsä hallitsevana värinä ja vaikuttaa täten sitä ympäröiviin väreihin ja neutraalimpiin pintoihin. Haaleat värit vaikuttavat tummuvan kun niiden vieressä on voimakkaita värejä. (Loiri & Juholin, 113.)

Ihmissilmä kokee toiset värit voimakkaampana kuin toiset. Tämän seurauksena joitain värejä täytyy käyttää pinnoilla huomattavasti vähemmän kuin toisia, mutta silti saavutetaan yhtä tehokas värivaikutelma. (Pesonen 2007, 57).

Kun värit ovat yhteensopivat ja sointuvat keskenään, ovat ne tällöin harmoniassa. Värien välisiä harmonioita on neljää eri tyyppiä:

1. *Lähiväriharmonian* saavuttamiseksi värit valitaan sävy sävyyn eli väriympyrästä vierekkäin tai rajoitetulta alueelta.
2. *Vastaväriharmonia* syntyy kun valitaan väriympyrässä vastakkain sijaitsevat värit. Vastakkaisvaikutuksessa värit täydentävät toisiaan.
3. *Yksiväriharmonia* syntyy kun käytetään yhden värin vaaleampia ja tummempia vivahteita.
4. *Valööriharmonia* syntyy kun yhdistellään harmaan eri sävyjä. (Loiri & Juholin 1998, 114.)

Haluttu lopputulos voidaan toisaalta saavuttaa myös vastakkainasettelun ja värikontrastien kautta. Erilaisia värikontrasteja on ainakin kuutta eri tyyppiä:

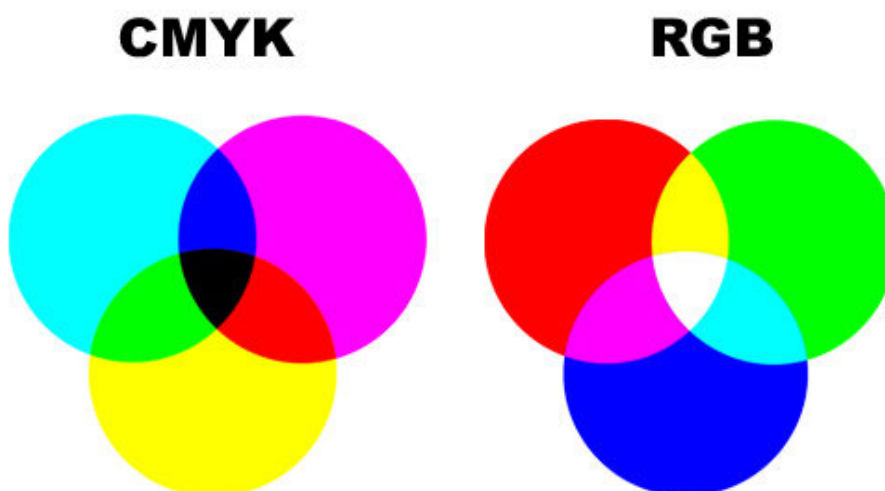
1. *Sävykontrastin* saavuttamiseksi yhdistellään puhtaita ja kirkkaita pää- ja välivärejä.
2. *Valöörikontrasti* saavutetaan yhden värin eri tummuus- ja vaaleusasteiden vastakkainasettelulla.
3. *Kvaliteetti-* eli *laatukontrasti* syntyy värien kylläisyysasteiden vaihtelun seurauksena.
4. *Komplementtikontrasti* syntyy kun pääväri ja sitä väriympyrässä vastakkain oleva väliväri rinnastetaan.
5. *Simultaanikontrastissa* väri sävyttyy ympäröivän värin vastavärillä.

6. *Kvantiteettikontrasti* syntyy värien valovoimien erojen seurauksena. (Pesonen 2007, 57.)

4.3.3 Värijärjestelmät

CMYK-värijärjestelmää käytetään painotuotteiden värien määrittelyssä. CMYK -järjestelmän päävärit ovat syaani, magenta, keltainen ja tehosteväriksi käytettävä musta, järjestelmän nimi tulee painoteknisten perusvärien englanninkielisistä nimistä: cyan, magenta, yellow ja key. CMYK on vähentävä eli subtraktiivinen värijärjestelmä, jonka teoreettisena lähtökohtana on valkoinen pinta. Päävärejä sekoitetaan haluttujen värien saavuttamiseksi ja mitä enemmän värejä painamisessa käytetään, sitä vähemmän valoa heijastuu pinnalta ja sitä tummempaan lopputulokseen päädytään. (DTPage)

RGB-värijärjestelmä on punaisen, vihreän ja sinisen valon sekoittamiseen perustuva värijärjestelmä. Järjestelmän nimi tulee päävärien englanninkielisistä nimistä: red, green ja blue. RGB-värijärjestelmää käytetään tietokoneiden näytöillä, televisioissa ja muissa sähköisissä laitteissa. RGB-järjestelmä on additiivinen eli lisäävä: mitä enemmän värillisiä valoja käytetään, sen vaaleampi väri syntyy lopputuloksena. Musta väri syntyy kun valoa ei ole ollenkaan. (DTPage)



KUVIO 5. CMYK- ja RGB-värimalli ja värien yhdistely (afxdesign 2013)

Pantone Matching (PMS) on painoteollisuudessa standardiksi muodostunut spottivärijärjestelmä. PMS-järjestelmän värit on sekoitettu valmiiksi jo ennen painamista, joten painettaessa ei synny värivirheitä. Käytettävät värit valitaan painetuilta PMS -värikartoilta järjestysnumeroiden avulla. PMS-väreillä voidaan myös toistaa sellaisia värejä, joiden toteuttaminen ei onnistu CMYK-väreillä. PMS-värejä voidaan käyttää yksinään tai lisäväreinä CMYK -värien rinnalla. (Graafinen.com.) Yhteisön tunnusvärejä määriteltäessä värit tulee aina määritellä sekä PMS- että CMYK -arvoina (Loiri & Juholin 1998, 137).

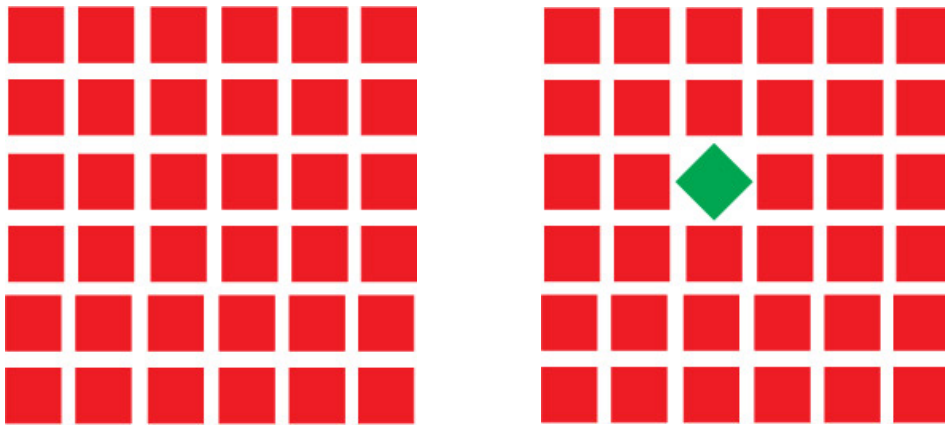
4.4 Sommittelu

Sommittelu on teoksen osien järjestelemistä pinnalle. Sommittelun päämääränä on saavuttaa esteettinen, toimiva, tehokas ja tarkoituksenmukainen kokonaisuus. Sommittelu muodostuu kahdesta tai useammasta peruskuviosta. Teoksen muuttujia ovat koko, muoto, sijainti, suunta, etäisyys, lukumäärä ja tiheys. Teoksen muuttujien järjestelemisellä saadaan julkaisuun luotua rytmiä, tasapainoa, dynamiikkaa tai jännitteitä. Rajaaminen on myös osa sommittelua ja sen avulla pyritään poistamaan epäolennaista tietoa. Johdonmukaisuuden ja tasapainon järkevällä vaihtelulla voidaan piristää julkaisua, mutta sopiva vaihtelun määrä riippuu muun muassa julkaisun tavoitteista ja kohderyhmästä. (Loiri & Juholin 62–63; Pesonen 2007, 62.)

4.4.1 Rythmi, jännite ja dynamiikka

Visuaalinen rythmi syntyy, kun samankaltaisia elementtejä, kuten viivoja, muotoja tai värejä toistetaan. Rythmi voi olla säännöllistä, epäsäännöllistä tai mekaanista. Epäsäännöllisellä rytmillä on useimmiten helpompi herättää katsojan mielenkiinto. Mekaaninen rythmi on konemaisen tasaisesta elementtien toistumisesta syntyvää rythmiä. Rythmi yhdistää sommitelman eri osat ja pitää ne järjestyksessä. Kontrastit luovat sommitteluun jännitettä. Kontrasteja voidaan saavuttaa rinnastamalla pieni

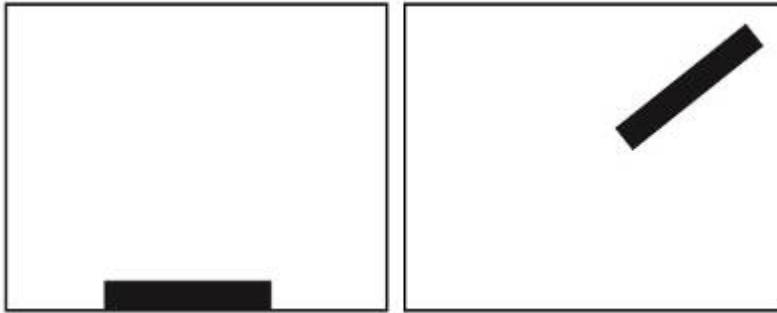
suureen, vaalea tummaan, lepo liikkeeseen, avoin suljettuun. Pintaan saadaan eloa ja liikkeen tuntua jännitteiden kautta. (Huovila 49; 2015 Graafinen.com.)



KUVIO 6. Mekaaninen rytmi, vaihtelu ja jännite

4.4.2 Muodot

Muodot voivat olla pyöreitä, teräviä tai kulmikkaita, ja ne voidaan esittää pinnalla kaksi- tai kolmiulotteisena. Muodot voidaan sijoittaa pystysuoraan, vaakasuoraan vinoon tai kaltevasti, toiset muodot voivat olla toisten edessä tai takana, ne voi sijoittaa joko keskelle tai reunoihin. Muodoilla voi olla selkeä liikesuunta: esimerkiksi vaakasuora viiva koetaan staattiseksi, pysähtyneeksi ja levolliseksi, kun taas vino viiva vaikuttaa dynaamiselta, liikkeessä olevalta ehkä jopa kaatuvalta. Muotoja voi olla paljon tai vähän ja ne voidaan ryhmitellä tasaisin tai vaihtelevin välein ja ne voivat esiintyä tiheästi tai väljästi. (2015, Graafinen.com.)



KUVIO 7. Staattinen ja dynaaminen muodon sijoittelu

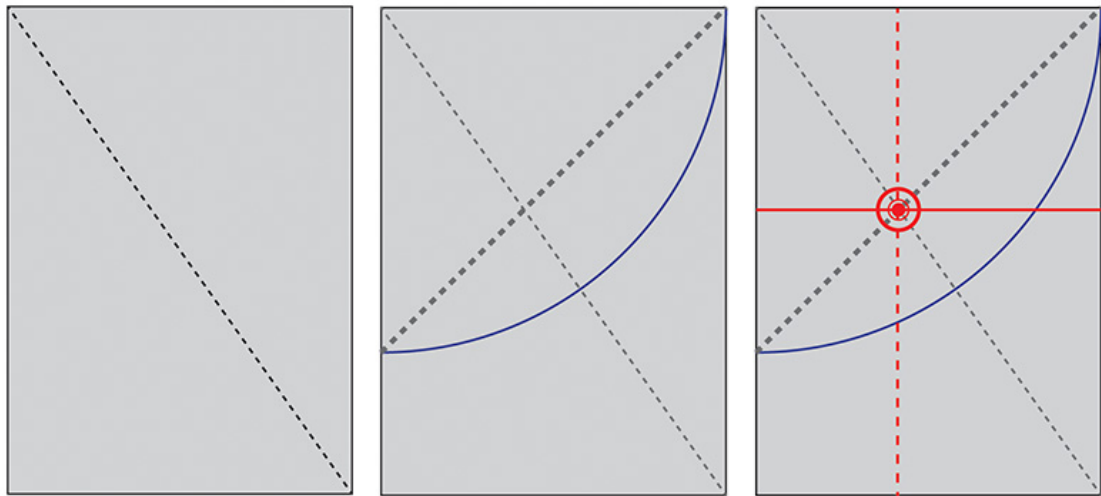
4.4.3 Sijoittelu

Katsoja kokee tasapainoisen sommitelman miellyttäväksi, mutta jos sommitelma kuitenkin rakennetaan täysin symmetriseksi tai kuvapinnan keskipisteen ympärille, on hyvin todennäköistä, että lopputulos on pysähtynyt ja eloton. Keskustasommitelun hyvä puoli on se, että sitä on helppo hallita, mutta sitä ei saisi olla yhdessä julkaisussa liikaa tai kokonaisuus saattaa muuttua yksitoikkoiseksi. (Loiri & Juholin 1998, 62–63.)

Lähtökohtaisesti keskustasommitelua dynaamisempi sommitelukeino on käyttää optista keskipistettä ja sen avulla löytyvää tasapainolinjaa, jotka molemmat ovat sommitelun ja painotuotteen suunnittelun perusasioita. Painotusten, eli tärkeimmän sanoman tai asian, sijoittaminen tasapainopisteeseen tai sen läheisyyteen on lähestulkoon varma keino onnistuneen sommitelman rakentamiseksi. (Loiri & Juholin 1998, 63.)

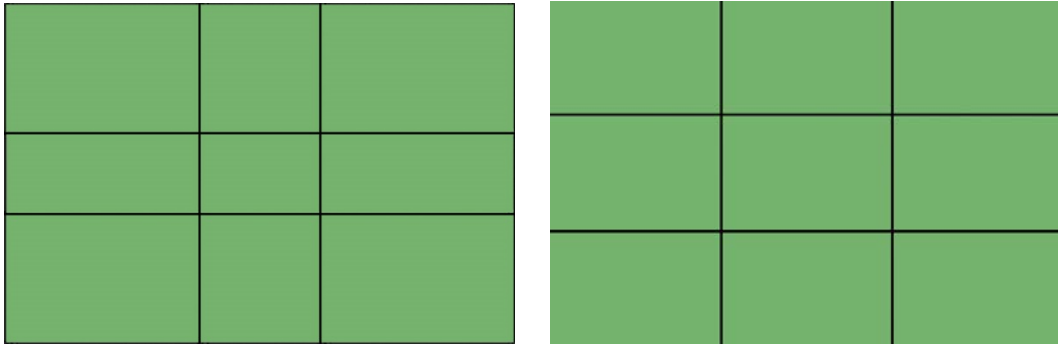
Kuvapinnan tasapainolinja ja optinen keskipiste määritellään piirtämällä ensin kuvapinnan lävistäjä, tämän jälkeen piirretään ympyrän kaari, jonka säde on kuvapinnan leveys. Piirretään näin syntyneen neliön lävistäjä, jolloin optinen keskipiste on tämän ja aiemmin piirretyn halkaisijan leikkauspiste. Tasapainolinja saadaan, kun piirretään vaakasuora tai pystysuora viiva optisen keskipisteen lävitse. (Rosma, 2007, 12.)

 Optinen keskipiste
  Tasapainolinja



KUVIO 8. Optisen keskipisteen ja tasapainolinjan määrittäminen (mukaillen Rosma 2007, 12)

Optisen keskipisteen lisäksi voidaan käyttää kultaista leikkausta tai siihen perustuvaa yksinkertaisempaa kolmanneksen sääntöä. Kultainen leikkaus syntyy, kun jana jaetaan kahteen osaan niin, että pienemmän osan a suhde suurempaan osaan b on sama kuin suuremman osan suhde koko janaan ab (Loiri & Juholin 1998, 64). Sommittelussa käytettävä pinta jaetaan ensin kahteen osaan kultaisen leikkauksen mukaisesti, joko pysty- tai vaakasuunnassa. Syntyneitä osia jaetaan saman periaatteen mukaisesti pienempiin osiin. Sommitelman tärkeitä osia sijoitellaan syntyneille kuvitteellisille linjoille ja mielellään eritoten näiden linjojen leikkauspisteisiin. (Rosma 2007, 14.) Kolmannesten sääntö on kultaisesta säännöstä johdettu yksinkertaistettu versio, jossa kuvapinta-ala jaetaan yhdeksään yhtä suureen osaan pysty- ja vaakasuunnassa. Sommitelman tärkeät osat tulisi jälleen sijoitella kuvitteellisille vaaka- ja pystylinjoille ja mieluiten niiden leikkauskohtiin. (Corel Corporation.)



KUVIO 9. Kultainen leikkaus ja kolmannesten sääntö kuvapinnalla (Cousins 2015)

5 Yhteisön verkkosivut

Tietoa etsitään nykyään usein internetin kautta, ja internetsivut ovat merkittävä kanava näkyvyyden ja tunnettavuuden rakentamisessa. Internetsivujen kautta yhteisö pystyy markkinoimaan itseään ja välittämään tietoa ajasta ja paikasta riippumatta. Vuosien varrella internetsivujen rooli on muuttunut: aiemmin kotisivuilla saatettiin pyrkiä osoittamaan ainoastaan se että yritys on ajan hermoilla, nykyään tämä ei enää riitä. Ihmiset ovat nykyään kriittisempiä ja tieto hyvistä ja huonoista nettisivuista leviää nopeasti sivujen selaajalta toiselle. (Nieminen 2003, 110.) Urheiluseuran kotisivujen pitäisi sisältää ajantasaista, monipuolista ja kiinnostavaa sisältöä ja nettisivujen kautta seuran tulisi pyrkiä tuomaan itsensä lähemmäksi yleisöä. (SLU 2010, 20). Urheiluseuran internetsivuilta pitäisi selvittää ainakin se, miten ja missä seura toimii, mitä se tarjoaa jäsenilleen, kuka toiminnasta vastaa, tapahtumatiedot, miten toimintaan pääsee mukaan, seuran joukkueet sekä seuran yhteystiedot (Valo 2014).

5.1 Käyttöliittymä, käytettävyys ja informaatioarkkitehtuuri

Käyttöliittymällä tarkoitetaan sitä tilaa, missä vuorovaikutus ihmisen ja tietokoneen välillä tapahtuu. Esimerkki käyttöliittymästä on verkkosivu, jossa ihminen liikkuu sivulta ja alueelta toiselle hiiren tai muun osoitinlaitteen avulla. Verkkosivut ovat helppokäyttöiset ja niiden käytettävyys on korkea, jos uusi käyttäjä oppii käyttämään sivustoa nopeasti ja jos entuudestaan tuttujen toimintojen suorittaminen uudella sivustolla on käyttäjälle helppoa. Sivuja suunniteltaessa tulisi pyrkiä siihen, että käyttäjä tekee sivuja selatessaan mahdollisimman vähän virheitä. Sivuilla oleva informaatio tulee olla selkeässä muodossa ja käyttäjän pitää saada vastaukset hänellä mahdollisesti oleviin kysymyksiin. Hyvin suunniteltujen verkkosivujen käyttö on miellyttävää ja ihmiset palaavat sivuille mielellään myöhemminkin. (Kangas 2011, 4, 6.)

Informaatioarkkitehtuurissa tutkitaan tiedon rakenteita, organisointia, sekä luokittelua. Informaatioarkkitehtuurin tavoitteena on helpottaa informaation löytymistä ja sen hallintaa. (Sinkkonen, Nuutinen & Törmä, 2009 184)

Yleisin verkkosivustojen käytettävyysoongelma on se, ettei haluttua tietoa löydetä. Tiedon löytyminen vaikeutuu sitä mukaa mitä enemmän tietoa sivustolla on, siksi tietojen selkeä organisointi käyttäjän näkökulmasta on tärkeää. Ongelmalliseksi tiedon organisoinnin tekee se, että ihmiset jäsentävät tietoa hyvin toisistaan poikkeavilla tavoilla, eikä ole olemassa yhtä yleispätevää käyttäjän näkökulmaa. (Sinkkonen, ym. 2009, 185.)

Verkkosivuston informaatioarkkitehtuuri on hyvä ja tehokas silloin, kun sivuston käyttäjä kokee koko ajan lähestyvänsä etsimäänsä tietoa. Otsikot, sivujen teemat ja linkkitermit auttavat etenemään poluilla kohti oikeaa kohdetta. Hyvä informaatioarkkitehtuuri kertoo käyttäjälle, missä osassa palvelua hän on, miten hän on sinne tullut, miten hän pääsee palvelun muihin osiin ja miten parhaillaan auki oleva osio on sidoksissa palvelun muihin osiin. Hyvä informaatioarkkitehtuuri ei mene rikki jos siihen tehdään lisäyksiä ja sen ylläpidon tulisi olla helppoa. Yleensä verkkosivusto rakennetaan hierarkkisen informaatioarkkitehtuurin mukaisesti. Hierarkkinen rakenne on lähellä ihmisen luontaista tapaa järjestää ja luokitella asiat ylä- ja alakäsitteisiin. Hierarkkinen rakenne onkin yleensä rakennetyypeistä helpoimmin ymmärrettävä. Helpoimmin hierarkkisen rakenteen muodostaminen onnistuu silloin, kun tieto voidaan jakaa selkeisiin ryhmiin ja kun ryhmillä on selkeät riippuvuus- ja seuraussuhteet, sekä yläkäsite ja alakäsitesuhteet. Käyttäjän tulisi pystyä käyttämään poissulkevaa päättelyä, eikä rakenteessa saisi olla enempää kuin 4-5 tasoa. Mitä enemmän tasoja on, sitä todennäköisempää on, että tietoa ei löydetä ensimmäisellä yrittämällä. Tasojen lisääntyminen aiheuttaa myös sen, että kokonaisrakennetta on vaikeampi hahmottaa. (Sinkkonen, ym. 2009, 184–186.)

Navigointielementeillä tarkoitetaan niitä elementtejä, joiden avulla käyttäjä liikkuu sivulta toiselle, ja ne liittyvät olennaisesti verkkosivujen informaatioarkkitehtuuriin. Navigointielementtien avulla käyttäjä näkee, missä hän on ja mihin hän sivustolla pääsee. Hierarkkisen verkkosivuston arkkitehtuuri on yleensä juuri samassa muodossa kuin verkkosivuilla käytettävä päävalikko. Päävalikko on koko palvelun tasoinen navigointijärjestelmä ja se on myös navigointivalikoista tärkein. Päävalikon kautta käyttäjä pääsee sovelluksen eri osiin ja päävalikko näkyy

käyttäjälle samanmuotoisena hänen liikkua sivuston sisällä paikasta toiseen. Yleensä päävalikko sijaitsee vaakasuunnassa otsakkeen alapuolella tai pystyasennossa sivujen vasemmassa reunassa. Vaakasuuntaisen päävalikon vahvuus on selkeys, pystysuuntaisen valikon vahvuus taas on sen laajennettavuus.

Sivuston navigoinnissa voidaan käyttää päävalikon rinnalla niin sanottuja dynaamisia linkkejä. Dynaamisia linkkejä käytetään esimerkiksi nettilehtien sivuilla, joilla käytetään etusivun dynaamisia ristikkäislinkkejä, joiden avulla käyttäjä pystyy siirtymään uusimpiin uutisiin suoraan etusivulta. Etusivun ristikkäislinkit ovat hyödyllisimpiä juuri sellaisilla sivustoilla, joiden sisältö päivittyy useasti ja käyttäjän pääsy uusimpaan sisältöön halutaan tehdä mahdollisimman helpoksi. (Sinkkonen ym. 2009, 187)

5.2 Verkkosivujen ulkoasu

Sivuston ulkoasu luodaan graafisten elementtien avulla, ja hyvin toteutettuna ulkoasu auttaa tuomaan sivujen sisällön paremmin esiin. Ulkoasu ei saisi siis olla suunnittelun lähtökohta, vaan sen avulla tulisi ensisijaisesti pyrkiä parantamaan sivuston käytettävyyttä. Sivujen tulisi olla yhdenmukaiset, eli sivuston kiinteiden elementtien tulisi toistua sivulta toiselle siirtyessä. Kiinteillä elementeillä, jotka eivät saa muuttua sivulta toiselle siirryttäessä, tarkoitetaan navigaatiota, taustakuvaa, tekstityyppejä ja värien käyttöä. (Kangas 2011, 18.)

Sivustoa silmäillään etsien ja painoarvoltaan tärkeimmät asiat tulee sijoittaa sivuilla ylös ja niitä voidaan korostaa väreillä, koolla, kontrasteilla ja liikkeellä. Länsimaalainen tapa lukea on vasemmalta oikealle ja ylhäältä alas, ja tämä kannattaa myös huomioida asioiden ja elementtien sijoittelussa. (Kangas 2011, 20.)

Yhteisön visuaalisen linjan tulisi olla yhdenmukainen ja tunnistettava kaikessa sen viestinnässä, ja sen tulee näkyä myös yhteisön kotisivuilla. Internetsivujen ulkoasua suunnitellessa mielessä tulee pitää kotisivujen kohderyhmä. Sivuston

etusivun pitää kyetä kertomaan yhdellä vilkaisulla mitä yritys tekee, mitä palveluita se tarjoaa ja mitä käyttäjä voi sivustoilla tehdä. Etusivu on sivuista tärkein, koska käyttäjä aloittaa selailun yleensä sieltä, mutta sivustoa suunniteltaessa tulee huomioida myös se, että selaaminen saatetaan aloittaa muiltakin sivuilta. (Laiho 2006, 39; Kangas 2011, 7.)

5.3 Julkaisujärjestelmät

Perinteinen tapa verkkosivujen rakentamiseen oli luoda ne kokonaan käyttämällä HTML-koodia. Sivujen päivittäminen ja muuttaminen tällä tavoin oli hidasta ja työlästä, koska kaikki muutokset piti tehdä jokaista sivua kohti erikseen. Vähän sivuja sisältäneillä sivustoilla tämä ei ollut ongelma, mutta nykyään yksinkertaiset sivustotkin saattavat sisältää satoja sivuja ja niiden alasivuja. Sivujen manuaalinen ylläpitäminen voi muodostua mahdottomaksi hyvinkin nopeasti. Julkaisujärjestelmien avulla sivujen ylläpitäminen ja päivittäminen on helpompaa. Julkaisujärjestelmät jakavat sivustot dynaamisiin osiin, ja esimerkiksi koko sivun kattavaan päävalikkoon tehdyt muutokset saadaan näkyviin kaikilla sivuston sivuilla välittömästi. Yksinkertaisimmillaan julkaisujärjestelmän voidaan ajatella olevan verkkosivujen sisällönhallinnan työkalu joka mahdollista sen, että eri henkilöt voivat luoda, muokata ja julkaista sisältöä verkkosivuille suhteellisen vaivattomasti. Samalla julkaisujärjestelmä huolehtii siitä, että julkaistu sisältö pysyy yhdenmukaisena. (Suopellonmäki 2011, 8.)

Erilaisia julkaisujärjestelmiä on olemassa satoja. Tunnetuimmat julkaisujärjestelmät ovat edelleen avoimen lähdekoodin Drupal, Joomla sekä Wordpress. Julkaisujärjestelmä tulee valita ensisijaisesti sen mukaan, millaiset sivut halutaan rakentaa. Kolmesta suosituimmasta julkaisujärjestelmästä Drupal sopii suurten, räätälöityjen verkkosivustojen tekemiseen, ja se on hyvä julkaisujärjestelmä myös silloin, kun vuorovaikutteisuus ja käyttäjien luoma sisältö ovat sivustolla tärkeässä roolissa. Drupalin käyttö vaatii kohtalaisen hyvän tietopohjan ja käytännön kokemusta. Wordpress soveltuu erinomaisesti yksinkertaisten sivustojen julkaisujärjestelmäksi ja se on myös helppokäyttöisempi kuin Joomla tai Drupal. Liian monimutkaisia sivustoja sillä ei kuitenkaan kannata

pyrkiä toteuttamaan. Joomla-julkaisujärjestelmä asettuu Wordpressin ja Drupalin välimaastoon. Joomla on helppokäyttöisempi kuin Drupal, mutta vaatii enemmän perehtymistä kuin Wordpress. Joomlailla on myös helpompi toteuttaa monimutkaisempia sivuja kuin Wordpressillä, mutta Drupalille se ei vedä vertoja tällä osa-alueella. (Tolvanen 2009.)

Sähköisäarten verkkosivujen julkaisujärjestelmäksi valikoitui hyvin nopeasti Wordpress. Valintaan vaikuttivat erityisesti kustannustehokkuus ja se, että sivujen valmistuttua niiden päivittämisen piti olla mahdollista kohtalaisen vähäiselläkin opettelulla, ja lisäksi käyttäjäroolit olivat hyödyllinen ominaisuus Sähköisäarten sivuja ajatellen.

Wordpress sisältää kuusi eritasoista käyttäjäroolia, joiden avulla voidaan hallinnoida sitä, mitä kukin käyttäjä pystyy sivustolla tekemään. Mikäli käyttäjän pääsääntöisenä tehtävänä sivustolla on uutisten kirjoittaminen ja niiden julkaiseminen, ei hän tällöin tarvitse kaikista laajimpia käyttöoikeuksia (wordpress). Wordpress on nykyään äärimmäisen suosittu: Wordpress-käyttäjyhteisö on laaja ja ongelmatilanteissa ratkaisut löytyvät yleensä verrattain helposti (Zaborszky 2014).

Suosion myötä myös teema- ja lisäosavaihtoehdot ovat laajentuneet vuosi vuodelta ja niihin on usein saatavilla uusia päivityksiä, mikä on aina suotavaa lisäosia ja teemoja valittaessa (Vuoristo 2009, 27). Wordpressin teema on ensisijaisesti sivuston näkyvän osan eli ulkoasun pohja, mutta niiden avulla voidaan muuttaa myös sivuston toiminnallisuutta. Ensisijainen keino sivuston toiminnallisuuden laajentamiseen on lisäosien asentaminen. (Wordpress.org.)

6 Sähkösäärten tunnuksen toteutus

Sähkösäärten tunnuksen rakentaminen aloitettiin kartoittamalla seuran tavoitekuva eli profiili. Pelaajien ja johtokunnan kanssa käytyjen keskustelujen perusteella valittiin ne ominaisuudet ja mielikuvat, joita tunnuksen haluttiin ihmisten mielissä herättävän. Ominaisuuksiksi valikoituivat hauskuus, huumorintaju, räväkkyys ja tosissaan pelaaminen.

Tunnuksen perusidea rakentui hyvin nopeasti jo ensimmäisten tietokoneella tehtyjen luonnosten mukaiseksi, sillä luonnokset keräsivät paljon positiivista palautetta. Ensimmäiset luonnostelmat tehtiin mustaa, valkoista ja harmaan eri sävyjä käyttäen. Ensimmäisissä versioissa käytettiin liukuvärejä, jotka ovat lähestulkoon käyttökelvottomia muuten kuin sähköisessä käytössä, joten ne poistettiin tunnuksesta. Myöhemmin joukkueen pelaajat valitsivat uudeksi ensisijaiseksi peliasukseen mustakeltaisen kokonaisuuden ja oli luontevaa rakentaa lopullinen tunnus peliasun väreihin sopivaksi. Fanipaitojen painattamista valmisteltaessa ja suunniteltaessa kävi ilmi, että käytettävästä painotekniikasta johtuen jokainen paitojen painamisessa käytetty väri olisi nostanut painatuksen hintaa huomattavasti. Kustannusten pienentämiseksi tunnus päätettiin muokata täysin yksiväriseksi



KUVIO 10. Alkuvaiheen tietokonekuonostelma tunnuksesta

Tunnuksesta haluttiin perinteisiä urheiluseurojen tunnuksia mukaileva, jossa kuvallinen tunnus sekä joukkueen nimi ovat erottamattomassa muodossa. Nimen lisäksi tunnukseen yhdistettiin joukkueen kotipaikkakunta, koska sitä ei voi pelkästä nimestä päätellä. Vaakunamaisempi olemus tunnukseksi luotiin suunnittelemalla siihen sopivat kehysmäiset reunat. Reunat muotoiltiin ympyrän muotoisiksi ja ne rakennettiin toistuvasta, mekaanisen rytmisestä kuviosta. Reunojen rytmi loi samalla koko tunnukseen yhtenäisemmän vaikutelman. Reunojen toteuttamisen jälkeen ongelmana sekä vasemmalla että oikealla olleet kahden ympyrän väliset tyhjät tilat, jotka olivat niin isot että ne muuttuivat passiivisista elementeistä aktiivisiksi ja häiritsevät täten kokonaisuutta. Häiritsevän tyhjän tilan poistamiseksi, molemmille laidoille lisättiin kolme kaarevaa viivaa, joiden tarkoituksena oli poistaa häiritsevä tyhjä tila, ja samalla lisätä tunnuksen dynamiikkaa ja ohjata katsetta kohti tekstejä ja eritoten kohti joukkueen nimeä. Painotusten sijoittamista tunnuksen keskipisteeseen tai sen välittömään

läheisyyteen pyrittiin välttämään. Tunnuksen tärkeimmistä elementeistä joukkueen nimen ensimmäinen kirjain, sekä tunnuksessa esiintyvät salibandymaila, -pallo, sekä korkokengät, osuvat kolmannesten säännön mukaisille vaakasuuntaisille viivoille.

Tunnuksen typografian suunnittelu oli lähtökohtaisesti melko haastavaa siksi, koska yhteisön nimi Sähköisääret on hyvinkin feminiininen, mutta miesten salibandysarjassa pelaaminen on toimintana maskuliinista. Pelaaminen tehdään tosissaan, mutta myös huumori on tärkeä osa kaikkea joukkueen toimintaa. Päädyin valitsemaan tunnuksen typografian pohjaksi *Androgyne* -kirjaintyyppin. Androgyyninen on jotain, jossa on selvästi sekä maskuliinisia että feminiinisiä piirteitä. Androgyne sopii siis nimensäkin puolesta Sähköisääretin tunnuksen kirjaintyyppiä. Kirjaintyyppistä käytettiin ainoastaan versaaleja, eli suuraakkosia. Kirjaimia muokattiin hieman päätteitä pienentämällä, jotta ne eivät osuisi toisiinsa kaarimuotoon kirjoitettuinakaan. Kirjaintyyppi on digitaalisesti luotu kokeileva kirjaintyyppi, jossa on myös kalligrafisia elementtejä. Pyöreät muodot ja päätteet luovat sopivan kevyen ja leikkisän vaikutelman, mutta kirjaimet ovat muodoltaan kuitenkin hyvin paksuja ja ulkoasultaan jämähköitä.



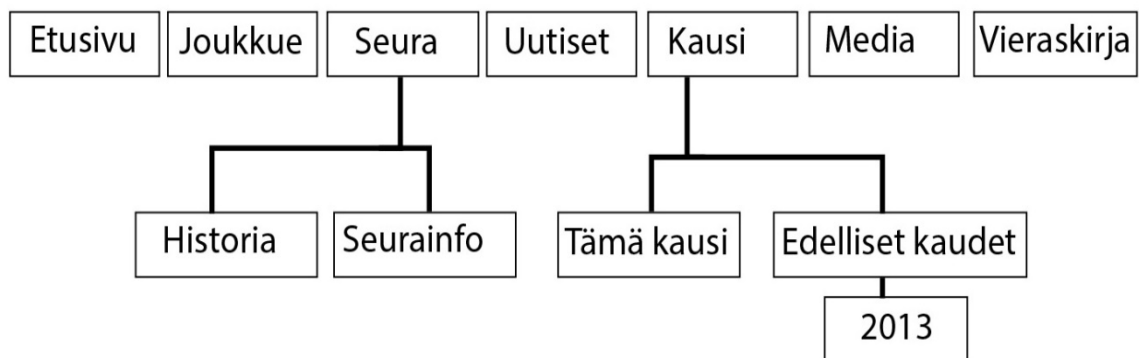
KUVIO 11. Sähköisäärten lopullinen tunnus mustalla pohjalla

Tunnusta oli tarkoitus käyttää ainakin pelipaidoissa, fanipaidoissa ja sähköisessä muodossa seuran Facebook- ja kotisivuilla. Tunnuksen ensisijainen versio on täysin keltainen ja sitä tulisi käyttää tummilla pohjilla. Toinen versio on täysin musta ja sitä tulee käyttää vaaleilla pohjilla. Sähköistä käyttöä varten tunnukselle määriteltiin oikeat rgb-arvot ja vastaavasti painattamista varten määriteltiin cmyk-arvot ja oikeat pms-värikoodit (LIITE1).

7 Sähköisäarten kotisivujen toteutus

7.1 Tiedon löytämisen optimointi

Tiedon löytämisen helpottamisessa ensimmäinen askel oli hierarkkisen informaatioarkkitehtuurin suunnittelu. Sivusto pyrittiin pitämään rakenteeltaan yksinkertaisena ja loogisena. Ylimääräisten sivujen ja sisällön määrä pidettiin minimissä. Lopulta Sähköisäarten kotisivujen arkkitehtuurin päätasolle tuli seitsemän kohtaa, joista vain kahteen kuuluu päätason lisäksi 1-2 alatasoa. Sivujen pienen määrän ansiosta päävalikko voitiin ongelmitta sijoittaa vaakatasoon otsakkeen alapuolelle. Tiedon löytymisen helpottamiseksi etusivun sisältöalueelle sijoitettiin ristikkäislinkit sivuston uusimpiin uutisiin ja tapahtumakalenteri on sijoitettu etusivun sisältöalueen oikeaan laitaan (LIITE 3). Graafisen suunnittelun keinoja kuten korosteita, kontrasteja ja kokoja on käytetty apuna tiedon löytymisen helpottamiseksi.



KUVIO 12. Sähköisäarten kotisivujen informaatioarkkitehtuuri ja valikkorakenne

7.2 Wordpress-teema

Sähköisäarten kotisivujen rakentaminen aloitettiin valitsemalla sopiva Wordpress – teema. Teemaksi valikoitui lopulta BoldR Pro (LIITE2), joka oli Sähköisäarten sivuja ajatellen riittävän selkeä, tyylikäs ja helposti muokattava teema. Ulkoasun muokkaaminen onnistui monelta osin teeman graafisen käyttöliittymän kautta ja loput tarpeelliset ulkoasun muutokset pystyttiin hoitamaan teeman CSS-asetuksia muokkaamalla. Teemaan kuului myös sellaisia toimintoja, joita voitiin hyödyntää

Sähköisyyden kotisivujen rakentamisessa, näitä toimintoja olivat muun muassa. etusivun kuvakarusele, uusimpien päivitysten ristikkäislinkit etusivulla, kuvagalleria, yhteistyökumppaneiden esittely etusivulla ja sosiaalisen median linkit etusivulla.

7.3 Wordpress-lisäosat

Sivuston toimintoja laajennettiin asentamalla muutama Wordpress-lisäosa, joiden avulla sivuston ylläpitämistä pyrittiin helpottamaan, tehostamaan ja muuttamaan turvallisemmaksi. Google calendar events -lisäosa asennettiin, jotta seuran tulevat tapahtumat voitaisiin esittää Sähköisyyden kotisivuilla mahdollisimman selkeästi ja jotta uusien tapahtumien lisääminen sivustolle olisi mahdollisimman vaivatonta. Lisäosa on yhteydessä Gmail-sähköpostiohjelmaan, johon kuuluu myös kalenteri. Tapahtumat lisätään Gmailin kalenteriin ja ne päivittyvät automaattisesti myös Sähköisyyden kotisivuille ja tulevat näkyviin etusivun kalenteriin. Tapahtumien päivittäminen ei siis vaadi sen kummempaa tietoteknistä osaamista.

Tablepress on lisäosa, jonka avulla voidaan helposti rakentaa ja ylläpitää erimuotoisia taulukoita. Sähköisyyden kotisivuilla Tablepress-lisäosa otettiin käyttöön, jotta joukkueen otteluohjelma, otteluiden tulokset ja joukkueen sisäinen pistepörssi pystyttiin päivittämään helposti ja jotta taulukot säilyivät yhdenmukaisina. Taulukoiden manuaalinen koostaminen ja muokkaaminen html-koodin avulla olisi ollut kohtuuttoman vaikeaa ja aikaa vievää.

Addtoany-lisäosan avulla kuka tahansa voi jakaa Sähköisyyden sivuilla julkaistut uutiset, kuvat ja kaiken muun sisällön omilla Facebook- tai Twitter-sivuillaan. BackupWP-lisäosa huolehtii automaattisesti siitä, että kotisivut varmuuskopioidaan ja että varmuuskopiot talletetaan ulkoiselle palvelimelle vähintään kerran viikossa. User role editor-lisäosalla voidaan tarkasti hallinnoida sitä, mihin toimintoihin kullakin käyttäjällä on pääsy. Wordpress sisältää jo valmiiksi erilaisia käyttäjäluokkia, mutta käyttäjäluokkien oikeuksien tarkempi räätälöinti on vaikeaa. Tarkalla käyttöoikeuksien räätälöinnillä varmistetaan se, että sivustoja pystytään ylläpitämään tehokkaasti ja samalla pystytään

varmistamaan myös se, etteivät käyttäjät pääse aiheuttamaan vahinkoa liian laajojen käyttöoikeuksien vuoksi.

7.4 Sivujen ulkoasu

Sähköisäärten kotisivujen värimaailma noudattaa pitkälti samaa värimaailmaa kuin joukkueen logoliikemerkki ja peliasut. Sivuston värimaailmaa hallitsee valööriharmonia, tehosteväreinä on käytetty pääasiassa keltaista ja satunnaisesti lähiväriharmoniaa noudattaen myös oranssia. Kiinteät elementit eli navigointi, taustakuva, värit, tekstityypit ja otsake säilyvät muuttumattomina kaikilla sivuilla. Navigointi on sijoitettu ylös ja sitä on korostettu keltaisella värillä. Päävalikko kertoo värikorostein käyttäjälle myös sen, missä käyttäjä sivustolla kulloinkin on (LIITE3).

Etusivun kuvakaruselliin upotettujen kuvien avulla vierailijoille pyritään tekemään tehokkaasti ja nopeasti selväksi se mistä sivuilla oikein on kyse. Toinen kuvista on Sähköisäärten tunnus ja toinen pelitilannekuva Sähköisäärten ottelusta. Yhdessä nämä kaksi kuvaa kertovat vierailijalle jo paljon sivuston taustalla olevasta yhdistyksestä. Samaa virkaa toimittaa myös sivuston otsake, johon on sijoitettu Sähköisäärten tunnus sekä kuvia Sähköisäärten otteluista. Otsake näkyy samanlaisena kaikilla sivuston sivuilla, joten sivuston käyttäjä saa käsityksen siitä, kenen sivustosta on kyse, vaikka hän saapuisi ensimmäiseksi jonnekin muualle kuin etusivulle. Kuvakarusellin pelitilannekuvalla ja sivuston taustakuvalla on molemmilla pyritty luomaan seuran profiilin mukainen: energinen ja vauhdikas vaikutelma.

7.5 Sivujen typografia

Sähköisäarten kotisivujen uutisten ja muiden leipätekstien kirjaintyyppiä valittiin groteski *PT Sans*. Kirjainten merkkipälejä kasvatettiin hieman, koska jotkin kirjaimet tuntuivat osuvan toisiinsa, vaikka kirjainkoko oli leipätekstiosuoksissa melko suuri. Saadun palautteen perusteella leipätekstien kirjainkokoä kasvatettiin aina pistekokoon 16 saakka. Sähköisäarten kotisivujen sisältöalue on tumman harmaa, joten sivustolla esiintyvien leipätekstien väriksi oli luontevaa valita lähes valkoinen väri. Täysin valkoista ei valittu, jotta lukijan silmät eivät rasittuisi tarpeettomasti. Uutissivun sisältöalueen ja tekstipalstojen leveys määriteltiin sellaiseksi, että tekstiriveille mahtuu noin 65–70 merkkiä. Pidemmät palstat huononsivat luettavuutta ja tekstin silmäiltävyyttä, lyhemmät rivit taas muuttivat koko sivun liian epätasapainoisen näköiseksi. Rivien suljentatavaksi valittiin oikean reunan liehu, koska molempien reunojen tasausta käytettäessä sanojen väliin syntyi liikaa häiritsevän suuria aukkoja.

Sivuston otsikoiden kirjaintyyppiä valittiin toinen groteski *Oswald*, joka on muodoltaan paksu ja jyrkä. Otsikoissa käytetään ainoastaan versaaleja ja kaikki sivustolla esiintyvät otsikot ovat keltaisia. Otsikoissa käytettyjen korosteiden tarkoituksena on helpottaa tiedon löytymistä

Päävalikon kirjaintyyppiä valittiin kolmas groteski *Open Sans*. *Open Sans* on muodoltaan hyvin selkeä ja avoin, sähköiseen- ja printtikäyttöön suunniteltu kirjaintyyppi, joka on nykyään erittäin suosittu internetsivuilla.

8 TULOKSET JA POHDINTA

Kotisivujen osalta toteutuksessa onnistuttiin erittäin hyvin. Tutkimusvaiheessa opittua teoriaa pystyttiin hyödyntämään kotisivujen toteutuksessa tehokkaasti. Kotisivut keräsivät paljon kiitosta – eritoten ulkoasunsa osalta. Kotisivuista on myös muodostunut yhdessä tunnuksen ja seuran tunnusvärien kanssa yksi seuran visuaalisen linjan kulmakivistä. Sivujen päivittämistä ja Wordpress-julkaisujärjestelmän käyttöä seuran jäsenet eivät ehkä kokeneet niin helpoksi, kuin aluksi toivottiin. Sivujen sisällöntuotanto on kuitenkin nyttemmin saatu pyörimään ongelmitta. Yhdessä seuran facebook-sivujen kanssa kotisivuista on muodostunut tehokas ulkoisen viestinnän kanava ja seuran fanit ovat löytäneet kotisivut ja niillä olevan sisällön kiitettävästi. Varsinaista aikataulua kotisivujen toteuttamiselle ei ollut, mutta sivut pystyttiin ottamaan käyttöön toisen pelikauden alkupuoliskolla, mikä voidaan ehdottomasti laskea onnistumiseksi. Seuran kotisivuihin olen kokonaisuudessaan hyvin tyytyväinen.

Myös tunnuksen toteutuksessa pystyttiin tehokkaasti hyödyntämään tutkimusvaiheessa opittuja asioita. Tunnus on ollut käytössä seuran kotisivuilla alusta asti ja tunnusta on sittemmin käytetty onnistuneesti myös pelipaidoissa, fanipaidoissa ja tarroissa. Tunnuksesta saatiin rakennettua seuran identiteettiin sopiva ja profiilin mukainen. Tunnus on lisäksi omaperäinen ja helposti muistettava. Tunnus täyttää siis monilta osin hyvän tunnuksen vaatimukset ja olen siihen pääosin tyytyväinen, mutta parantamisen varaa kuitenkin jäi. Tunnuksessa on muutamia niin pieniä yksityiskohtia, että ne eivät todennäköisesti toistuisi tarpeeksi tarkkoina jos tunnusta yritettäisiin käyttää kovin pienikokoisena. Mikäli suunnittelisin tunnusta nyt, pyrkisin välttämään liian pieniä tai pikkutarkkoja yksityiskohtia. En myöskään tekisi tunnuksesta ympyrän muotoista, koska ympyrä on muotona tilaa vievä ja sen käyttö esimerkiksi lomakkeissa, kirjeissä tai käyntikorteissa on ongelmallista. Suunnittelun aloittaisin ensimmäiseksi pelkkää kynää ja paperia käyttämällä, enkä tietokoneella kuten Sähkökysäarten tunnuksen kohdalla tein. Kynän ja paperin avulla erilaisia luonnostelmia syntyy paljon pienemmällä vaivalla ja nopeammalla tahdilla, kuin tietokonetta käyttämällä.

Projekti oli kokonaisuudessaan hyvin opettavainen. Yhteisön identiteetin, profiilin, imagon ja visuaalisen linjan yhteys ei ollut entuudestaan kovinkaan tuttu. Graafisen suunnittelun periaatteita tunsin entuudestaan jonkin verran, mutta opinnäytetyön kirjoittamisen aikana opin myös valtavasti uutta esimerkiksi typografiasta. Kotisivuja olin rakentanut aiemminkin, mutta julkaisujärjestelmiä en ollut käyttänyt lainkaan. Kotisivujen rakentaminen Wordpressiä käyttäen oli siis kokemuksena täysin uusi ja opettavainen. Wordpressiä tulen varmasti käyttämään jatkossakin, sillä koin sen erittäin mielekkääksi julkaisujärjestelmäksi ja yksinkertaisten verkkosivujen alustana se toimi erinomaisesti. Opittujen asioiden avulla voin halutessani jatkaa Sähköisyyden visuaalisen linjan kehittämistä. Seuralta puuttuvat esimerkiksi kaikki sähköiset ja painetut lomakkeet, sekä käyntikortit. Kotisivujen lisäkehittämiselle ei ole vielä ilmennyt tarvetta, mutta koska sivut on rakennettu Wordpressiä käyttäen, sivujen laajentaminen onnistuu tarvittaessa ongelmitta. Sivuille voidaan lisätä toimintoja ja sisältöä verkkokaupasta lähtien.

LÄHTEET

afxdesign. 2013. The intricacies of preparing for print. Www-dokumentti. Saatavissa <http://www.afxdesign.com/web-design-blog/print/the-intricacies-of-preparing-for-print/>. Luettu 14.5.2015

Airey, D. 2015. Logo design love. A guide to creating iconic brand identities. 2. painos: San Francisco: Peachpit Press.

Coloria.net. 2008. Yleistä. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.coloria.net/yleista.htm>. Luettu 12.2.2015.

Corel Corporation. The Golden Mean And The Rule Of Thirds. Www-dokumentti. Saatavissa: http://corel.force.com/index/articles/en_US/Master_Article/000015923-The-Golden-Mean-Ratio-The-Rule-of-Thirds. Luettu 10.5.2015.

Cousins, C. 2015. Looking at Images: Phi Grid vs. Rule of Thirds. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://designshack.net/articles/layouts/looking-at-images-phi-grid-vs-rule-of-thirds/>. Luettu 10.5.2015

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

DTPPage. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.dtpage.fi/variavaruus.html>. Luettu 9.5.2015.

Graafinen.com. 2015. Sommittelu. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.graafinen.com/suunnittelu/yleista/sommittelu/>. Luettu 13.2.2015.

Graafinen.com. 2015. Värijärjestelmät. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.graafinen.com/suunnittelu/varit/varijarjestelmat/>. Luettu 9.5.2015.

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

Itkonen, M. 2007. Typografian käsikirja. 3., tarkistettu ja laajennettu painos Helsinki: RPS-yhtiöt.

Juholin, E., Loiri, P. 1998. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Kangas, H. 2011. Käytettävyys verkkosivuilla. Case Lohipaja Ky. Opinnäytetyö. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma.

Laiho, S. 2006, Yrityksen visuaalisen linjan ja tavoiteimagon luominen. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.

Nieminen, T. 2004. Visuaalinen markkinointi. Helsinki: WSOY.

Pakarinen, E. 2010. Visuaalisen ilmeen suunnittelu uudelle kalle works osuuskunnalle. Opinnäytetyö. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma.

Pesonen, E. 2007. Julkaisijan käsikirja: Jyväskylä: WSOYpro: Docendo.

Rosma, I. 2007. Web-taitto. Opinnäytetyö. Tampereen ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma.

Sinkkonen, I. Nuutila, E. Törmä, S. 2009. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Suomen Liikunta ja Urheilu SLU ry. 2010. Urheilun sähköinen media 2.0. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.sport.fi/kirjasto/teos/urheilun-sahkoinen-media-2-0>. Luettu 20.3.2015.

Suopellonmäki, P. 2011. Julkaisujärjestelmä markkinointisivun toteutuksessa. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Mediatekniikan koulutusohjelma.

Tolvanen, P. 2009. Vertailussa Drupal, eZ Publish, Joomla ja WordPress. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://vierityspalkki.fi/2009/06/24/vertailussa-drupal-ez-publish-joomla-ja-wordpress/>. Luettu 14.4.2015.

Uimonen, R. Ikävalko, E. 1996. Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? Helsinki: Inforviestintä Oy.

Valo, Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry. 2014. Urheiluseuran viestintäopas. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.sport.fi/kirjasto/teos/urheiluseuran-viestintaopas-2014>. Luettu 22.4.2015.

Vuoristo, V. 2009. Verkkosivut ja sisällönhallinta WordPress-järjestelmällä. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu, Laurea Leppävaara. Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma.

Wordpress.org. Plugins. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://codex.wordpress.org/Plugins>. Luettu 19.3.2015.

Zaborszky, P. Why WordPress is the Best Choice for a Website in 2014. Www-dokumentti: saatavissa: <http://www.make-a-web-site.com/wordpress-best-choice-website-2014/>. Luettu. 7.5.2015.



803 C

C: 0
M: 0
Y: 100
K: 0

R: 255
G: 240
B: 0



BLACK 6 C

C: 0
M: 0
Y: 0
K: 100

R: 0
G: 0
B: 0

BOLDR

[HOME](#) [BLOG](#) [PORTFOLIO](#) [FEATURES](#) [CONTACT](#)



HELLO, THIS IS **BOLDR**. FOR WORDPRESS.
A responsive theme packed with awesome features.

Fully Responsive



From big computer screens down to mobile, BoldR automatically resizes and adapts to fit any screen size.

[Learn More](#) →

Layout Builder



BoldR includes a revolutionary layout builder from the Icefit framework. A set of tools to help you build your pages with advanced features entirely from the visual content editor (WYSIWYG).

[Learn More](#) →

Visual Shortcodes



Shortcodes have never been this easy to use. Absolutely no coding, use powerful shortcodes with a few clicks right from the visual editor!

[Learn More](#) →

Unlimited sliders and sidebars



Create unlimited slideshow and sidebars to further customize each and every page on your website!

[Learn More](#) →




Etusivu

Joukkue

Seura

Uutiset

Kausi

Media

Sponsorit

Vieraskirja






KEVÄTTURNAUKSEN TULOKSET

12/04/2015

Lohkot ja otteluohjelma A-Lohko Soppamiehet HAIK Team Jyssit Ruottalan Raju B-Lohko Ismon valinta Turistit Huutomerkki Pu-li ukot Peliäika 1*20 min juokseva, joista viimeiset kaksi minuuttia tehokasta. 11:00 Soppamiehet – Ruottalan Raju 1-1 11:25 HAIK – Team Jyssit 2-3 11:50 Ismon

[Uutiseen](#) →

KAUDEN 2014-2015 PALKITUT

11/05/2015

Viikonloppuna Sääri-lauman päättäjäisissä jaettiin juhlimisen ohessa muutama palkinto mennä kauden saavutuksista. Harmittavasti erittäin iloisesta voittajakolmikosta ei hovikuvajaan poissaolon takia löytynyt säädyllyistä kuvaa. Voittajista pienen sanasen teille kertoi joukkueen General Manager Joonas Rajala. Kehittynein pelaaja – Anssi Salmi Ollut aikaisemmin yksi

[Uutiseen](#) →

BACK MAY 2015 NEXT

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Puulaakiturnauksen (11.4) otteluohjelma

10/04/2015

A-Lohko Soppamiehet HAIK Team Jyssit Ruottalan Raju B-Lohko Ismon valinta Turistit Huutomerkki Pu-li ukot Peliäika 1*20 min juokseva, joista viimeiset kaksi minuuttia tehokasta. Väljerissä/Finaalissa tarvittaessa 5min jatkoaika ja rangaistuslaukaukset Aika 11:00 Soppamiehet – Ruottalan Raju 11:25 HAIK – Team Jyssit

[Uutiseen](#) →

Puulaakiturnaus 11.4 Tornio

10/04/2015

Säihkysääret järjestää lauantaina 11.4 puulaakiturnauksen Putaanhallilla Torniossa. Puulaakiturnaus on suunnattu työ-, harraste- ja kaveriporukoille. Sarjapelaajien (liiga-II-div) määrää on rajoitettu siten, että joukkueessa saa olla kaksi sarjapelaajaa. Maalivahtia ei lasketa kiintiöön mukaan. Turnaukseen mukaan mahtuu kahdeksan joukkuetta ja turnausmaksu on 100€/joukkue.