

Laura Olli

TORSTAIKERHO

Verkkopalvelun visuaalisen ilmeen suunnittelu

Opinnäytetyö

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu

Marraskuu 2016



KYAMK
University of Applied Sciences

Tekijä/Tekijät Laura Olli	Tutkinto Muotoilija	Aika Marraskuu 2016
Opinnäytetyön nimi Torstaikerho Verkkopalvelun visuaalisen ilmeen suunnittelu		20 sivua 6 liitesivua
Toimeksiantaja Teemu Mänttari		
Ohjaaja Lehtori Tarja Brola		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön aiheena on rakenteilla olevan Torstaikerho-verkkopalvelun visuaalisen ilmeen suunnittelu. Tavoitteena on kartoittaa käyttäjien mielikuviin vaikuttavia visuaalisia tekijöitä ja pyrkiä hyödyntämään niitä puoleensavetävän palvelun suunnittelussa. Asiakas on Torstaikerhon perustaja, joka kehittää palvelua omalla ajallaan. Muita sidosryhmiä ovat palvelun testikäyttäjät sekä julkaisun jälkeiset tulevat käyttäjät.</p> <p>Visuaalisten elementtien herättämiin mielikuviin vaikuttavia tekijöitä selvitettiin tutkimalla graafiseen suunnitteluun liittyviä teorioita, kuten väripsykologiaa. Löydetyt informaation pohjalta tehtiin suunnittelullisia valintoja, joilla pyritään vaikuttamaan palvelun tulevan käyttäjän käyttökokemukseen.</p> <p>Käytetyt tutkimusmenetelmät olivat teoreettinen tutkimus sekä vertaileva tutkimus. Tehdyt päätökset pohjautuivat visuaalisen suunnittelun psykologisiin teorioihin sekä olemassa olevia verkkosivustoja vertailemalla kerättyyn tietoon.</p> <p>Suunnitteluprosessi koostui logon, väripalettien ja typografian määrittelystä. Näistä elementeistä rakentui Torstaikerhon visuaalinen ilme.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella suunniteltiin visuaalinen ilme, joka koostuu logosta, väripalleteista ja typografiasta. Ilmeen pohjalta voidaan tulevaisuudessa suunnitella verkkopalvelun ulkoasu ja muita materiaaleja.</p>		
Asiasanat graafinen ilme, visuaalinen ilme, graafinen ohjeisto, logo, värit		

Author (authors)	Degree	Time
Laura Olli	Bachelor of Design	November 2016
Thesis Title		
Thursday Society Designing a look for a web service		20 pages 1 appendices
Commissioned by		
Teemu Mänttari		
Supervisor		
Tarja Brola, Senior Lecturer		
Abstract		
<p>The topic of this thesis is designing graphic guidelines for a web service called Thursday Society. The objective is to define the way different visual aspects affect the mental images of the service's users and to benefit from those images in the design process of an attractive service. The customer is the founder of Thursday Society, who develops the service on his free time. Other stakeholders are both the test users and future users of the service.</p> <p>The aspects that affect the images caused by different visual elements were examined by studying multiple theories surrounding graphic design, e.g. the psychology of colour. Design choices were made based on the information found during those studies. The objective is to affect the user experience of a future user of the service.</p> <p>The research methods used were theoretical research and comparative research. The decisions made were based on both theories surrounding visual design and information gathered by comparing existing web sites.</p> <p>The design process consisted of the designing of a logo, choosing of the colour palette and defining typography. Of these elements the look of Thursday Society was composed.</p> <p>Graphic guidelines consisting of a logo, colour palettes and typography were designed based on the results of the studies. The layout of the web service and other materials can be designed in the future based on the guidelines created.</p>		
Keywords		
graphic guidelines, look, logo, colours		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUSMENETELMÄT.....	5
2.1	Tutkimuskysymykset.....	5
2.2	Viitekehys.....	5
2.3	Tutkimusmenetelmät.....	6
3	POHJATYÖ.....	7
3.1	Torstakerho.....	7
3.2	Olemassa olevan aineiston tutkimus.....	7
4	VISUAALISEN ILMEEN TOTEUTUS.....	9
4.1	Logo.....	9
4.2	Värit.....	14
4.3	Typografia.....	15
5	JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO.....	17
6	POHDINTA.....	17
	LÄHTEET.....	19
	KUVALUETTELO.....	20

LIITTEET

Liite 1. Torstakerhon graafinen ohjeisto

1 JOHDANTO

Avopuolisoni oli jo pitkään suunnitellut verkkopalvelua, jonka keskeisenä tavoitteena on kannustaa ja inspiroida ihmisiä toteuttamaan erilaisia haaveprojekteja, joille heidän on vaikeaa löytää aikaa tai motivaatiota. Hän oli pyhittänyt palvelun kehittämiseksi viikosta yhden päivän, torstain, ja kannusti ystäviään kokeilemaan samaa. Tämä työskentelytapa sai lempinimen Torstaikerho, josta tuli pian nimi myös suunnitteilla olevalle palvelulle.

Siinä missä avopuolisoni on etevä ohjelmoinnissa, minun vahvuuteni ovat graafisessa suunnittelussa. Opinnäytetyön aiheen valinnan tullessa ajankoh- taiseksi päätimme yhdistää voimamme ja hyödyntää oppimistilaisuuden Tors- taikerhon eteenpäin viemisessä. Sain tehtäväkseni suunnitella Torstaikerholle visuaalisen ilmeen, jota avopuolisoni voisi myöhemmin hyödyntää sekä itse palvelun ulkoasussa että tarvittaessa muussakin materiaalissa.

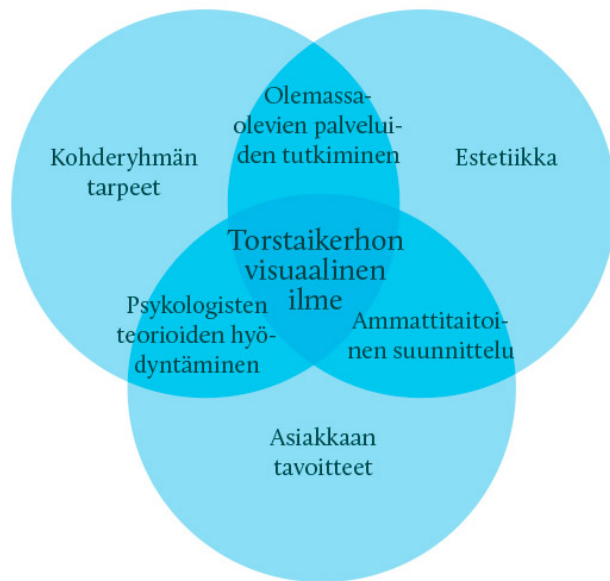
2 TUTKIMUSMENETELMÄT

2.1 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyössäni tutkin sitä, millä tavoin Torstaikerhon edustamia arvoja ja tavoitteita voisi ilmaista visuaalisesti.

2.2 Viitekehys

Torstaikerhon visuaalisen ilmeen suunnittelun lähtökohtia olivat kohderyhmän tarpeet, estetiikka sekä asiakkaan tavoitteet (kuva 1). Näiden osa-alueiden ris- teymäkohtien määrittely auttoi kartoittamaan toimenpiteitä, joiden suorittami- nen edesauttaisi onnistuneen ilmeen luomista.



Kuva 1. Viitekehys

Jotta asiakkaan palvelulle asettamat tavoitteet kohtaisivat kohderyhmän tarpeet, tuli minun perehtyä erilaisiin psykologisiin teorioihin, jotka määrittelivät visuaalisten elementtien vaikutusta ihmisen toimintaan. Tällä tavoin palvelun keskeisiä toimintaperiaatteita voitaisiin korostaa visuaalisilla valinnoilla, jotka aktivoisivat palvelun käyttäjää asiakkaan toivomalla tavalla. Samalla palvelun käyttämisestä tulisi intuitiivisempaa myös kohderyhmälle.

Jotta kohderyhmä tunnistaisi palvelun itselleen sopivaksi jo sen estetiikan perusteella, päätin tutkia muita kohderyhmälle suunnattuja vastaavanlaisia sivustoja ja palveluita ja niiden tekemiä esteettisiä ratkaisuja. Jotta visuaalinen ilme ei jäisi vain kauniiksi kuviksi vaan ottaisi huomioon asiakkaan palvelulle asettamat tavoitteet, tarvittiin ilmeen suunnittelijaksi ammattitaitoinen tekijä.

2.3 Tutkimusmenetelmät

Ensisijainen tutkimusmenetelmäni on teoreettinen tutkimus (Koppa 2015a). Tutustun erilaisiin graafisen suunnittelun osa-alueisiin liittyviin psykologisiin teorioihin, kuten väripsykologiaan, joiden avulla pyrin hallitsemaan ja kohdentamaan Torstaikerhon visuaalisen ilmeen herättämiä mielikuvia.

Toissijainen tutkimusmenetelmäni on vertaileva tutkimus (Koppa 2015b). Tutustun olemassa oleviin saman aihepiirin verkkosivustoihin ja vertailen niiden toteutuksia toisiinsa. Pyrkimyksenäni on sekä kartoittaa niin sanottujen kilpailevien sivujen hyödyntämiä visuaalisen suunnittelun menetelmiä että pyrkiä

erottumaan niistä tavoilla, jotka vetoavat Torstaikerhon ensisijaiseen kohde-ryhmään.

3 POHJATYÖ

Ennen varsinaisen suunnitteluprosessin aloittamista pyrin kartoittamaan mahdollisimman tarkkaan sekä Torstaikerhon arvot ja tavoitteet että erilaisia keinoja ja väyliä, joiden avulla lopullisesta visuaalisesta ilmeestä välittyvät mielikuvat kuvastaisivat kyseisiä arvoja ja tavoitteita mahdollisimman uskollisesti.

3.1 Torstaikerho

Torstaikerho on rakenteilla oleva verkkopalvelu, jossa käyttäjät pyrkivät kehittämään itseään ja oppimaan toisiltaan. Rekisteröitynyt käyttäjä voi luoda uusia projekteja ja raportoida niiden etenemisestä kuvien ja tekstin avulla. Käyttäjät voivat kommentoida toistensa projekteja ja antaa vinkkejä etenemiseen.

Torstaikerho pyrkii tukemaan käyttäjiensä kehitystä ja kannustamaan näitä toteuttamaan unelmansa. Torstaikerhon keskeisiä arvoja ovat yhteisöllisyys, individualismi, positiivisuus, ekologisuus, avoimuus ja tahto kehittää itseään. Torstaikerho on suunnattu kaikille ikään ja sukupuoleen katsomatta. Torstaikerhon edustamien arvojen vuoksi todennäköisin ja/tai tavoitelluin käyttäjäryhmä ovat 20–35 -vuotiaat arvoliberaalit suomalaiset.

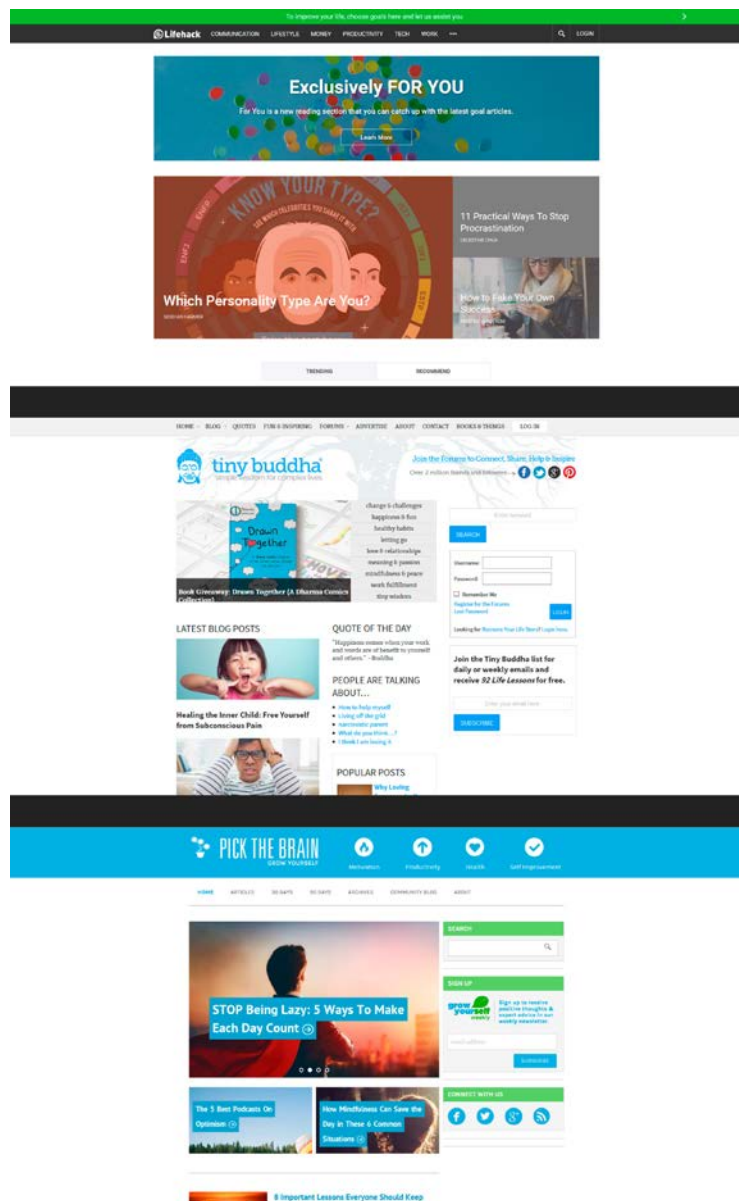
Torstaikerhon tavoitteena on mahdollistaa käyttäjille oman kehityksensä seuranta sekä toistensa kokemuksista oppiminen. Torstaikerhon toissijaisena tavoitteena on kasvaa suomenlaajuiseksi ja myöhemmin mahdollisesti kansainväliseksi yhteisöksi, joka tarjoaa käyttäjilleen vertaistukea ja neuvoja tavoitteidensa saavuttamisessa.

3.2 Olemassa olevan aineiston tutkimus

Torstaikerho tarjoaa käyttäjilleen mahdollisuuden kehittää itseään itsenäisesti. Vaikka Torstaikerho poikkeaa suurimmista niin sanotuista self help -sivuista keskittymällä ”ylhäältä alaspäin” tarjoiltujen artikkelien sijaan käyttäjälähtöi-

seen sisältöön, hyödyntävät artikkelipohjaiset sivut kuitenkin ulkoasunsa suunnittelussa osittain samoja psykologisia periaatteita ja tavoitteita kuin joita Torstaikerhon ilmeen suunnittelussa pyrin hyödyntämään. Kartoittamalla muiden self help -sivustojen visuaalisia ilmeitä voin sekä oppia muiden tekemistä ratkaisuista että löytää tapoja erottautua niistä.

Koska Torstaikerhon toimintaperiaatetta vastaavia verkkopalveluita ei juuri ole markkinoilla, tutkin sen sijaan motivointikeskeiseen sisältötarjontaan keskittyneitä sivustoja. Valitsin kolme eri sivustoa, Lifehack, Tiny Buddha ja Pick the Brain, jotka tarjoavat käyttäjilleen artikkeleita ja vinkkejä itsensä kehittämistä ja erilaisten tavoitteiden saavuttamisesta, ja vertailin niiden visuaalisia ratkaisuja keskenään (kuva 2).



Kuva 2. Kuvankaappaus: Lifehack, Tiny Buddha, Pick the Brain (Lifehack 2016, Tiny Buddha 2016, Pick the Brain 2016)

Vertailuun otetuissa sivustoissa toistuvat samat värit: vihreä, sininen ja valkoinen. Jokaisen sivuston pohjaväri on valkoinen, johon Lifehack yhdistää korosteväriä vihreän, Tiny Buddha sinisen ja Pick the Brain sekä sinisen että vihreän. Sininen ja vihreä ovat värisymboliikassa usein yhdistetty muun muassa kasvuun ja oppimiseen, ja todennäköisesti juuri siitä syystä nämä värit ilmenevät jokaisella kolmella sivustolla.

Etusivulla pääosassa ovat suuret kuvat, jotka johtavat uusimpiin tai esille nostettuihin artikkeleihin. Jokaisella sivulla on myös heti ensimmäisessä näkyvässä linkki, jolla aktivoidaan selaajaa joko tilaamaan uutiskirje, liittymään foorumeille tai valitsemaan itselleen tavoitteita itsensä kehittämiseksi, liittymään palvelun jäseneksi ja suodattamaan sivuston tarjoamaa sisältöä valitsemiansa tavoitteiden mukaan. Kuvat ovat pääosin valokuvia ihmisistä erilaisissa seesteisissä ympäristöissä. Osassa valokuvista ihmiset näkyvät vain siluetteina tai heidän kasvonsa ovat poispäin kamerasta, mikä tekee kohteesta ikään kuin anonyymin (Huovila 2006). Tämä saattaa tehdä kuvista helpommin samaistuttavia.

Sivustoilla ei ole juurikaan kiinteitä graafisia elementtejä, vaan suurin osa kuvallisesta sisällöstä on erillisten artikkelien yhteydessä olevia kuvituskuvia.

4 VISUAALISEN ILMEEN TOTEUTUS

Toteuttamani visuaalinen ilme koostuu logosta, sekä väripalettien ja typografian määrittelystä. Näistä elementeistä rakentuu Torstaikerhon graafinen ohjeisto, jonka pohjalta palvelun tulevat materiaalit voidaan suunnitella. Graafisesta ohjeistosta löytyy myös esimerkkejä elementtien sopivista käyttötavoista eri julkaisuissa.

4.1 Logo

Torstaikerhon logon suunnittelussa otin lähtökohdakseni mielikuvan palvelun keskeisistä teemoista: kasvusta, mahdollisuuksista ja itsetekemisen ilosta. Aloitin logon suunnittelun etsimällä inspiraatiota olemassa olevista logoista. Keskityin tutkimaan erityisesti Awwwards-sivustolla palkittuja logoja, tarkoitukseni löytää samoja teemoja tai tunnelmia kuin joita Torstaikerhon ilmeen

suunnittelussa pyrin ilmentämään. Palkittujen listassa oli kolme logoa, jotka kiinnittivät huomioni erityisellä tavalla (kuva 3). Näitä logoja yhdistivät muoto-kielen pehmeys, karheat tekstuurit ja käsin tekemiseen yhdistyvä leimamaisuus. Näiden aspektien herättämät mielikuvat olivat samoja, kuin joita pyrin Torstaikerhon ilmeellä luomaan. (Awwwards 2016)



Kuva 3. Inspiroivia logoja (Awwwards 2016)

Yondr-logon voimakkaan leimamaisuuden inspiroimana aloitin luonnostelun vastaavanlaisesta pyöreästä muodosta. Muodon alaosaan istutin Torstai-kerho-tekstin ja yläosaan nousevaa torstaiamun aurinkoa muistuttavan valkean muodon. Aloin tekemään luonnoksen pohjalta vektoriversiota suunnittelmistani, mutta lopputulos oli eloisaviivaiseen luonnokseen verrattuna kylmä ja vanhanaikainen. Kysyin palautetta asiakkaalta, joka totesi logon muistuttavan liikaa jotakin hänen aiemmin näkemäänsä, jo olemassa olevaa logoa. (Kuva 4)



Kuva 4. Logo, versiot 1 ja 2 (Olli 2016)

Palautteen myötä päätin kokeilla abstraktimpaa lähestymistapaa. Korvasin nousevan auringon pyöreän ja sädehtivän muodon kulmikkaammalla viivakuviolla. Ylläpitääkseni mielikuvaa nimenomaan auringosta asetin kuvion edustalle maastoa muistuttavan, tumman silhuetin. Silhuetin päälle muotoilin sanan Torstaikerho kulmikkailla, maaston ääriviivaa mukailevilla kirjaimilla (kuva 5). Näytin vedoksen asiakkaalle, jota idea ei miellyttänyt. Logo ei hänen mielestään ollut esteettisesti miellyttävä, eikä kulmikas tyyli loppujen lopuksi herättänyt minunkaan mielestäni palvelun arvoja vastaavia mielikuvia. Pyörittelin auringonnousu-teemaista logoa vielä hetken mielessäni, kunnes päätin kokeilla jotain muuta.



Kuva 5. Logo, versio 3 (Olli 2016)

Seuraavaksi kokeilin tekstipohjaisia logoja. Leima-ajatus yhä mielessäni päätin pitää pyöreän kehyksen yhä mukana suunnittelussa, mutta pehmensin ja epäsäännöllistin sen muotoa vastapainoksi kuvan puuttumiselle ja korostaakseni mielikuvaa käsillä tekemisestä. Kirjoitin vapaalla kädellä Torstaikerho-tekstin logon sisälle, pyrkimyksenäni tehdä logosta helposti lähestyttävä ja leikkisä. Vaikka pidinkin lopputuloksesta jonkin verran, oli logo kuitenkin mielestäni hiukan liian naiivi. Päätin kokeilla aivan toista ääripäätä, ja täytin ympyrän samanhenkisellä kulmikkaalla tekstillä, kuin mitä olin aiemmassa, asiakkaan kritisoimassa logossa kokeillut. Tällä kertaa lopputulos oli kuitenkin aivan liian aggressiivinen, eikä tilannetta korjannut edes kulmikkauden vähentäminen ja orgaanisuuden lisääminen muotoon. (Kuva 6)



Kuva 6. Logo, versiot 4, 5 ja 6 (Olli 2016)

Tässä kohden työstöä pysähdyin hetkeksi harkitsemaan vaihtoehtoja. Tekstipohjaiset logokokeiluni olivat suunnittelemattoman luonnostelun ja satunnaiskokeilujen lopputuloksia, joten päätin tehdä seuraavan luonnoksen harkinnan pohjalta. Kertasin mielessäni Torstaikerhon arvoja ja tavoitteita, ja mietin, kuinka niitä voisi ilmaista kuvallisesti. Hain Googlestä kuvia sanalla growth. Hetken harkinnan jälkeen päätin piirtää ympyrän sisälle kasvin taimen. Samalla pehmensin ympyrän tyyliä entisestään hajottamalla sen luonnosmaiseksi ja useasta viivasta koostuvaksi. (Kuva 7) Kasvi toimi mielestäni mainiosti, mutta se oli hankalaa sijoittaa ympyrän sisälle esteettisesti. Tässä kohdalla työskentelyä päätin vihdoin luopua kehysympyrästä, mikä vapautti kuvan ja tekstin keskinäistä sijoittelua huomattavasti. Tein useita nopeita eri kokeiluja yhdistelemällä erilaisia fontteja kasvikuvaan, kunnes lopulta päädyin piirtämään kirjaimet käsin Oswald-fonttia mukailien. Tällä tavoin sain tekstiin samaa käsintehtyä tunnelmaa kuin kuvassa oli jo ennestään.



Kuva 7. Logo, versio 7 (Olli 2016)

Seuraavaksi pohdin, kuinka yhdistää teksti ja kuva toisiinsa. Kokeilin ensin kasvin sijoittamista tekstin ylle. Kasvin juuret jättivät ylimääräistä tyhjää tilaa

tekstin ja kuvan välille, joten päätin jatkaa juuret kasvin ympärille. Olin aluksi hyvin tyytyväinen logoon ja hetken aikaa pidin sitä lopullisena versiona. En kuitenkaan ollut tyytyväinen siihen, kuinka luonnosmaiselta logo loppujenlopuksi näytti, joten erotin kasvin ja tekstin uudelleen toisistaan. Seuraavaksi asetin kuvan konservatiivisesti tekstin vierelle, mutta kaikissa siihenastisissa versioissa läsnä ollut leimamaisuus katosi kokeilun myötä. Palasin hetkeksi takaisin ympyrämuottiin, mutta oivalsin pian, että ympyrän rajallisuus latisti mielikuvaa kasvin elinvoimaisuudesta. (Kuva 8)



Kuva 8. Logo, versiot 8, 9 ja 10 (Olli 2016)

Hetken mietittyäni palasin askeleen taaksepäin vaiheeseen, jossa kasvi oli tekstin vierellä. Siirsin kasvin tekstin päälle. Kasvin epäsymmetrisyys ja vasemmalle kallistuva painopiste yhdistettynä tekstin jämäkkään pystysuoruuteen toimivat mielestäni hyvin yhdessä. Leimamaisuutta logossa ei tässäkään versiossa juuri ollut, joten päätin varioida logoa vielä hieman. Lisäsin logon taustalle värillisen, reunoiltaan epätasaisen suorakulmion, ja muutin logon itsensä valkoiseksi, ikään kuin reiäksi värillisessä laatikossa. (Kuva 9)



Kuva 9. Logo, versio 11 ja lopullinen versio (Olli 2016)

Logo herätti minussa mielikuvia kasvusta, helposti lähestyttävyydestä ja itsetekemisen ilosta. Annoin logon asiakkaalle tarkasteltavaksi ja hän hyväksyi sen.

4.2 Värit

Tavoitteenani oli valita Torstaikerholle väripaletti, joka aktivoisi käyttäjää toimintaan ja luovaan ajatteluun. Selvittääkseni millaiset värit palvelisivat tätä tarkoitusta parhaiten, päädyin tutkimaan värien symboliikkaa.

Värien symboliikka vaihtelee huomattavasti eri kulttuureiden välillä. Vaikka Torstaikerhon ensisijainen käyttäjäkunta koostuu suomalaisista, on kansainvälisen palvelun kehittäminen tulevaisuudessa realistinen mahdollisuus. Tästä syystä en halunnut sitoa palvelun väripalettia kulttuurikohtaiseen symboliikkaan. Sen sijaan päätin tutkia värejä psykologian näkökulmasta.

Värien psykologisista vaikutuksista löytyy useita, hieman toisistaan poikkeavia lähteitä. Useat lähteistä ovat listanneet väreille samankaltaisia tai verrattavissa olevia miellelyhtymiä ja vaikutuksia, mutta yksikään löytämistäni listoista ei ole täysin samanlainen. Useat lähteet muistuttavatkin, että värien eksaktit psykologiset tulkinnat ovat vaikeita, sillä kulttuurin ja henkilökohtaisen kokemuksen vaikutuksen lisäksi värit myös vaikuttavat toisiinsa ja näyttäytyvät mahdollisesti yhdessä erilaisina kuin yksinään. Myös värin esiintymisympäristöllä on vaikutus värin herättämiin miellelyhtymiin. Lopulta löysin artikkelin, jonka kirjoittaja Gregory Ciotti viittaa useisiin tutkimuksiin ja toteaa värien tulkinnan ja vaikutuksen ihmismieleen olevan liian subjektiivisia, jotta värisuunnittelun pohjaamista väripsykologiaan voitaisiin pitää tuottavana. Ciotti toteaa, että lähtökohtaisesti suunnittelijan tai yrityksen tulee pyrkiä valitsemaan värit, jotka tukevat yrityksen tai palvelun persoonallisuutta, sen sijaan että persoonallisuutta yritettäisiin saada mahtumaan olemassa oleviin odotuksiin värien herättämistä mielikuvista. (Ciotti 2016.)

Ciottin lausunnon pohjalta päätin lähestyä paletin luomista ensisijaisesti esteetiikan ja asiakkaan toivomusten näkökulmasta, mutta pidin mielessä myös eri väreihin yleisimmin liitetyt tulkinnat. Tutkin hetken erilaisia värioppiin pohjautuvia paletinmuodostustyökaluja, mutta päädyin loppujen lopuksi rakentamaan paletit itse.

Ensimmäinen paletti oli yhdistelmä violettiä ja vihreää ja pohjautui ensisijaisesti väripsykologisiin väittämiin, sillä useat lähteet yhdistävät violetin värin luovuuteen ja vihreän kasvuun (Color Psychology: The Emotional Effects of Colors 2016). Toinen paletti oli sekoitus estetiikkaa ja väripsykologiaa: punainen ja keltainen väri aktivoivat ja näyttävät hyvältä turkoosin kanssa. Kolmas paletti pohjautui yksinomaan asiakkaan toivomuksiin, sillä asiakas oli toivonut ilmeen pääväriksi sinistä. (Kuva 10)



Kuva 10. Palettivaihtoehdot (Olli 2016)

Näytin paletit asiakkaalle, joka yllätyksekseni piti niistä kaikista. Etenkin sinipainotteinen paletti oli hänelle mieluinen, mutta myös violetti-vihreä paletti kiinnitti hänen huomionsa. Loppujen lopuksi hänen oli vaikea valita näiden kahden paletin välillä. Koska violetti-vihreä paletti oli hänen mielikuviansa pohjalta perustellumpi, asiakas valitsi sen. Sovimme kuitenkin, että myös sinistä teemaa voi tarvittaessa hyödyntää itse palvelun ilmeessä esimerkiksi erikoistilanteissa tai käyttäjän valittavissa olevana vaihtoehtoisena teemana.

4.3 Typografia

Fontteja valitessa etusijalla olivat luettavuus ja soveltuvuus käyttöön ensisijaisesti verkossa. Toissijaisina motiiveina olivat puoleensavetävyys ensisijaisen kohderyhmän keskuudessa sekä soveltuvuus tavoitemielikuvaan.

Aloitin typografian suunnittelun tutkimalla eri fonttien herättämiä mielikuvia. Valitsin kolme erilaista leipätekstifonttia ja kolme erilaista käsintehtyyn näköistä

otsikkofonttia, joista muodostin kolme erilaista fonttiparia. Asetin fonttiparit vierekkäin, ja liitin niiden yhteyteen asiakkaan valitseman väripaletin sekä paletin mukaisesti värjätyn logon. Tällä tavoin pyrin kartoittamaan kokonaisuutta, jonka värit, fontit ja logo yhdessä muodostavat, sekä arvioimaan sitä, mikä yhdistelmä vastaisi Torstaikerhon tavoitemielikuvia kasvusta, yksilöllisyydestä ja tekemisen ilosta. (Kuva 11)



Kuva 11. Typografian määrittely, vaihe 1 (Olli 2016)

Otsikkofonteista paksu Nexa Rust Slab toimi parhaiten, sillä se tarjosi riittävästi kontrastia logon piirroksellisuudelle ja vapaamuotoisuudelle. Seuraavaksi valintavuorossa oli leipätekstifontti. Vaihdoihin fonttiparien otsikot Nexaksi, ja arvioin leipätekstifonttien yhteensopivuutta sen kanssa. Päätteelliset fontit Mision Pro ja Calluna tasapainottivat hyvin rosoisen voimakasta Nexaa, joten päätin valita näistä jommankumman. Lopulta valitsin Callunan, sillä se oli Mision Prota ilmavampaa luettavaa, ja mikäli palvelun ulkoasu vaatisi jossain tilanteessa päätteettömän fontin käyttöä, oli Callunasta olemassa myös sellainen versio. (Kuva 12)



TORSTAIKERHO

Tämä on tarina Torstaikerhosta.

Olipa kerran pieni Torstaikerho, joka leikki yksin metsässä. Metsä oli suuri, ja siellä oli ainakin sata puuta. Torstaikerho oli näet niin pieni, että sadankin puun metsä tuntui hänestä todellakin suurelta. Metsässä pieni Torstaikerho vietti päivänsä ja yönsä, ja vain anivarhain torstaiamuisin hän piipahti tuvallaan pellon laidassa täyttämässä maitotölkkinsä muurahaisilla.

Muurahaiset eivät pitäneet Torstaikerhosta, sillä niiden mielestä muurahaispesät olivat maitotölkköjä huomattavasti mieluisampi asuinsija. Muurahaispesien lukemattomat käytävät ja matalat huoneet olivat kuin luotu muurahaisille, toisin kuin yksihuoneinen ja aivan turhan korkea maitotölkki, jonka ainoa sisäänkäynti avattiin ainoastaan asunnon ulkopuolelta.

Kuva 12. Typografian määrittely, vaihe 2 (Olli 2016)

Fonttien karheus, paletin kyläiset värit ja logon leimamaisuus tasapainottivat toisiaan ja toimivat hyvin yhdessä.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO

Valmis visuaalinen ilme kattaa elementit, joiden pohjalta Torstaikerhon materiaalit tullaan tulevaisuudessa suunnittelemaan. Ilme on suunniteltu ensisijaisesti verkkokäyttöön, mutta on tarvittaessa sovellettavissa käytettäväksi myös painetussa materiaalissa. Ilmeen pohjalta tullaan suunnittelemaan esimerkiksi verkkopalvelun käyttöliittymä.

Valmiin visuaalisen ilmeen toimivuutta on vaikea arvioida, sillä palvelun kehitys on vielä kesken, eikä ilme ole näin ollen vielä käytössä. Ilme vastaa kuitenkin asiakkaan toivomuksia, ja koska se koostuu vain oleellisista peruselementeistä, siitä voi tarvittaessa soveltaa verkkopalveluun useita erilaisia teemoja, joista käyttäjät voivat valita mieleisensä.

6 POHDINTA

Aloitin opinnäytetyön tekemisen sen vaatimaan työmäärään nähden liian myöhään. Olin ollut työharjoittelussa toukokuusta asti ja olin keskittynyt vain harjoittelun suorittamiseen. Kun harjoittelun viimeiseksi olettamani kuukausi alkoi lokakuun alussa, tutustuin opinnäytetyön ohjeistukseen ja huomasin olevani

aikatauluista jäljessä. Koska olin päättänyt kuitenkin valmistua vielä tänä jouluna, tartuin toimeen. Sain viikon lisäaikaa opinnäytetyön työstämiseen ja aloitin projektiosuuden tekemisen päivänä, jona työ olisi alkuperäisen aikataulun mukaan pitänyt jo palauttaa välitarkistukseen.

Pyrin kiireestä huolimatta toteuttamaan projektin opinnäytetyön vaatimalla vakavuudella. Alun perin tarkoitukseni oli määrittellä visuaalisessa ilmeessä logon, värien ja typografian lisäksi myös palvelussa käytettävän kuvamaailman tyyli, mutta ajan vähyyden vuoksi päätin panostaa vain ilmeen peruselementteihin. Koska asiakas on avopuolisoni, sovimme, että voin jatkaa ilmeen määrittelyä ja hiomista opinnäytetyöhön sisältyvän projektin ulkopuolella, kun aikaa on enemmän.

Edistääkseni opinnäytetyötä riittävän rivakasti päätin käyttää korkeintaan kaksi päivää logon suunnitteluun. Tästä syystä suunnittelukertojen välissä ei ollut kovin pitkiä taukoja ajatusten kypsyttämiseksi ja logon eri versiot erosivat toisistaan hyvin vähän. Etenkin ympyrämuodosta luopuminen vei turhan paljon aikaa. Logo toimii väliaikaisversiona, mutta ammattitaitoisen mielikuvan luomiseen siitä ei ole. Myös värien ja fonttien valinta pohjautui löytämäni tutkimustietoon, mutta saman tiedon pohjalta olisi voinut päätyä useisiin erilaisiin ratkaisuihin. Näiden vaihtoehtoisten ratkaisujen laajempi kokeilu ja keskinäinen vertailu jäivät myös ajan puutteen vuoksi tekemättä.

Puutteistaan huolimatta ilmeen pohjalta voidaan luoda toimivia väliaikaisratkaisuja palvelun ulkoasuun.

LÄHTEET

Awwwards. 99 Creative Logo Designs for Inspiration. Saatavissa: <http://www.awwwards.com/99-creative-logo-designs-for-inspiration.html> [viitattu: 10.10.2016].

Ciotti, G. 2016. The Psychology of Color in Marketing and Branding. HelpScout 17.5.2016. Saatavissa: <https://www.helpscout.net/blog/psychology-of-color/> [viitattu: 10.10.2016].

Color Psychology: The Emotional Effects of Colors. Art Therapy. Saatavissa: http://www.arttherapyblog.com/online/color-psychology-psychologica-effects-of-colors/#.V_vRiCT84Wt [viitattu: 10.10.2016].

Huovila, T. 2006. "Look" – visuaalista viestisi. Hämeenlinna: Inforviestintä Oy.

Koppa 2015a. Teoreettinen tutkimus. 23.4.2015. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimus-strategiat/teoreettinen-tutkimus>. [viitattu 11.10.2016].

Koppa 2015b. Vertaileva tutkimus. 23.4.2015. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimus-strategiat/vertaileva-tutkimus>. [viitattu 11.10.2016].

KUVALUETTELO

Kuva 1. Viitekehys.

Kuva 2. Kuvankaappaus: Lifehack, Tiny Buddha, Pick the Brain. Lifehack 2016, Tiny Buddha 2016, Pick the Brain 2016. [viitattu 10.10.2016].

Kuva 3. Inspiroivia logoja. Awwwards 2016. [viitattu 10.10.2016].

Kuva 4. Logo, versiot 1 ja 2. Olli, L. 2016.

Kuva 5. Logo, versio 3. Olli, L. 2016.

Kuva 6. Logo, versiot 4, 5 ja 6. Olli, L. 2016.

Kuva 7. Logo, versio 7. Olli, L. 2016.

Kuva 8. Logo, versiot 8, 9 ja 10. Olli, L. 2016.

Kuva 9. Logo, versio 11 ja lopullinen versio. Olli, L. 2016.

Kuva 10. Palettivaihtoehdot. Olli, L. 2016.

Kuva 11. Typografian määrittely, vaihe 1. Olli, L. 2016.

Kuva 12. Typografian määrittely, vaihe 2. Olli, L. 2016.



GRAAFINEN OHJEISTO



SISÄLLYS

1. Tunnus
2. Värimaailma
3. Typografia



TUNNUS

Torstaikerhon tunnus, mullasta kasva-
va verso, symboloi kasvua ja itsensä ke-
hittämistä. Käsinkirjoitettu nimilogo ja
leimasinmainen pohjamuoto kannustavat
palvelun käyttäjää olemaan pelkäämättä
itse tehdessä väistämättä eteen tulevia vir-
heitä ja vahinkoja.

Tunnuksen pohjamuotoa voidaan eri-
tyistilanteissa käyttää myös muissa
Torstaikerhon väreissä.

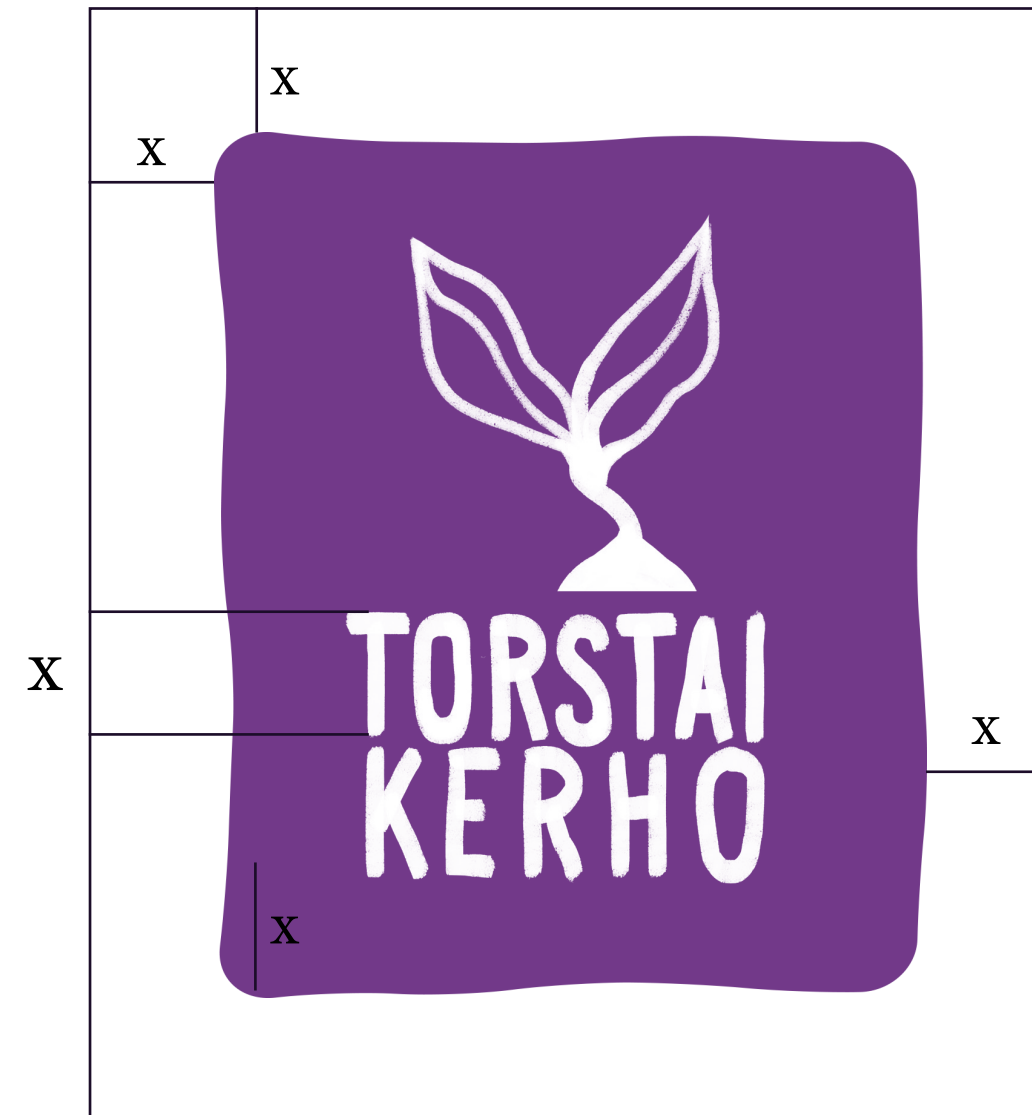




TUNNUS

Tunnuksen ympärille tulee kaikissa tilanteissa jättää riittävän suuri suoja-alue. Tällä taataan tunnuksen riittävä erottuminen muusta sisällöstä.

Viereisessä kuvassa on esitetty suoja-alueen mittasuhteet suhteessa tunnukseen.





VÄRIMAILMA

Torstaikerhon pääväri on kylläinen purppuranpunainen, joka symboloi luovuutta, ja pohdiskelua. Yhdessä kasvua ja energiaa symboloivan korosteväriin, kirkkaan keltavihreän kanssa ne muodostavat mielikuvan omaehtoisesta ja omassa tahdissa tapahtuvasta kasvusta ja kehityksestä. Kokonaisuutta tasapainottavat tumma luumunvioletti ja hiekanharmaa, joita käytetään visuaaliselta huomioarvoltaan toissijaisissa elementeissä, kuten teksteissä ja taustalaatikoissa.

RGB 28 13 41
CMYK 95 97 49 73
#1c0d29

RGB 129 57 38
CMYK 51 89 0 0
#81398a

RGB 192 201 0
CMYK 34 4 100 0
#c0c900

RGB 244 242 238
CMYK 10 10 15 0
#f4f2ee



TYPOGRAFIA

Torstaikerhon typografia koostuu kahdesta fontista. Otsikoissa ja lyhyissä, huomioarvoltaan suurissa yksittäisissä elementeissä voidaan käyttää fonttia Nexa Rust Slab. Leipätekstissä käytetään fonttia Calluna. Painikkeissa, infolaatikoissa ja muussa toiminnallisessa tai huomioarvoltaan vähäisessä sisällössä, tai mikäli tekstin luettavuus jossakin yksittäisessä elementissä on huono päätteellisellä Callunalla, voidaan käyttää myös Callunan päätteetöntä versiota Calluna Sans.

Karhea ja voimakas typografia toimii tasapainona logon ja värimaailman staattisuudelle.

Nexa Rust Slab

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÄÄÖ
1234567890

Calluna

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890

Calluna Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890