

**Marjo-Elisa Väisänen**

**VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS**

**Esimerkkinä Cobrat**

**Opinnäytetyö**

**CENTRIA AMMATTIKORKEAKOULU**

**Mediatekniikan koulutusohjelma**

**Maaliskuu 2015**

**TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ**

<b>Yksikkö</b> Ylivieskan yksikkö	<b>Aika</b> Maaliskuu 2015	<b>Tekijä/tekijät</b> Marjo-Elisa Väisänen
<b>Koulutusohjelma</b> Mediatekniikka		
<b>Työn nimi</b> VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS: ESIMERKKINÄ COBRAT. Graafinen suunnittelu Cobrat juniorijääkiekkjoukkueelle, Jääkobrat ry:lle.		
<b>Työn ohjaaja</b> Fil. lis. Maarit Tammisto		<b>Sivumäärä</b> 23
<b>Työelämäohjaaja</b> Tommi Ruuska		
<p>Tämä opinnäytetyö käsitteli visuaalisen ilmeen kehittämistä Jääkobrat ry:n liikuntajaostolle, Cobrat juniorijääkiekkjoukkueelle.</p> <p>Visuaalisella ilmeellä tarkoitetaan kaikkea yhdistyksen käyttämän graafisen materiaalin visuaalista yhtenäisyyttä.</p> <p>Yhdistyksen olemassa olevasta logosta kehitettiin yksinkertaisempi versio ja visuaalinen ilme rakentui sen ympärille. Uuden liikemerkin lisäksi tämä opinnäytetyö sisältää peliasun, julisteen, käyntikortin, sopimus- ja PowerPoint-pohjan, www-sivuston grafiikoiden sekä fanituotteiden (T-paita ja pipo) suunnittelun yhtenäiseksi kokonaisuudeksi.</p>		

<b>Asiasanat</b> Cobrat, graafinen suunnittelu, grafiikka, jääkiekko, jääkobrat, käyntikortti, logo, www-sivun grafiikat, visuaalinen ilme
---

**ABSTRACT**

<b>Unit</b> Ylivieska	<b>Date</b> March 2015	<b>Author/s</b> Marjo-Elisa Väisänen
<b>Degree programme</b> Media technology		
<b>Name of thesis</b> Visual look for Jääkobrat. Graphic design for Cobrat junior ice hockey team, Jääkobrat ry.		
<b>Instructor</b> Lic.Phil. Maarit Tammisto		<b>Pages</b> 23
<b>Supervisor</b> Tommi Ruuska		
<p>This thesis is about planning and creating a visual look for Jääkobrat registered association and their junior ice hockey team Cobrat.</p> <p>Visual look is the visual continuity of the graphic materials Jääkobrat uses.</p> <p>Jääkobrat needed a simplified and modified version of their existing trademark. Visual look developed around the new trademark. This thesis also includes designing of ice hockey uniform, calling card, PowerPoint graphic, contract design, website graphics and fan products (T-shirt and beanie) into visually cohesive components.</p>		

<p><b>Key words</b> Calling card, cobras, graphic design, graphics, ice hockey, logo, www-page graphics, visual look</p>
--

## KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

Antiikva	Pääteellinen kirjasintyyppi. Yleisesti käytetty erilaisissa paljon luettavaa sisältävissä painomateriaaleissa. Kirjaimen perusmuoto on soikio ja ne liittyvät päätteeseen pyöreästi. Kirjaimissa on paksuuseroja ja ikään kuin seisovat pienen jalustan päällä.
Groteski	Pääteetön kirjasintyyppi. Päätteettömyys tarkoittaa pelkistettyä tekstiä joka on kuin tikkukirjaimia. Kirjaimissa ei ole paksuuseroja.
Kirjasintyyppi	Puhekielessä yleisemmin tunnettu terminä fontti.
Liikemerkki	Logon kanssa esiintyvä graafinen tunnus.
Logo	Yrityksen, tässä tilanteessa joukkueen, nimen määritelty kirjoitusasu.
Typografia	Typografia on digitaalisen työn tekstin ulkoasun muotoilua ja suunnittelua joka tähtää kokonaisuuteen, silmäiltävyyteen ja luettavuuteen.

## ESIPUHE

Haluan kiittää toimeksiantajaa Jääkobrat ry:tä saamastani mahdollisuudesta tehdä tämä työ sekä kihlattuani, tietotekniikan insinööri Janne Vaaraniemeä saamastani tuesta ja kannustuksesta.

Marjo-Elisa Väisänen

Torniossa, 26.3.2015

**TIIVISTELMÄ**  
**ABSTRACT**  
**KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY**  
**ESIPUHE**

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>
<b>2 GRAAFISEN SUUNNITTELUN PERUSTEITA</b>	<b>2</b>
2.1 Liikemerkin taustaa ja muiden seurojen liikemerkkeihin perehtymistä	2
2.2 Värien merkitys suunnittelussa	3
2.3 Www-sivun visuaalisen ilmeen suunnittelussa huomioitavaa	3
<b>3 VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS</b>	<b>5</b>
3.1 Liikemerkin muutokset	5
3.2 Www-sivun graafisten elementtien suunnittelu	8
3.3 Käyntikortti, PowerPoint- ja sopimus pohjan visuaalinen suunnittelu	11
3.4 Julisteen suunnittelu ja toteutus	15
3.5 Asusteiden suunnittelu	17
3.5.1 Peliasun eli pelipaidan ja sukkien suunnittelun vaiheet	17
3.5.2 Pipo suunnittelu	20
3.5.3 T-paidan mallin ja värien valinta	20
<b>4 YHTEENVETO</b>	<b>22</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>23</b>
<b>KUVIOT</b>	
KUVIO 1. Esimerkki epäonnistuneesta värienkäytöstä.	4
KUVIO 2. Alkuperäinen muutoksia vaativa liikemerkki.	6
KUVIO 3. Värillisen liikemerkin eri versiot.	7
KUVIO 4. Liikemerkki valkoisella taustalla.	7
KUVIO 5. Mustavalkoiset versiot liikemerkestä.	8
KUVIO 6. Www-sivuston taustakuva.	9
KUVIO 7. Kiekko grafiikka.	10
KUVIO 8. Ylä tunnisteiden otsikkografiikka www-sivulle.	10
KUVIO 9. Www - sivun graafinen suunnitelma.	11
KUVIO 10. Käyntikortti molemmilta puolilta.	12
KUVIO 11. Grafiikka PowerPoint-pohjalle.	13
KUVIO 12. PowerPoint-pohjan asettelumalli.	13
KUVIO 13. Persoonallinen sopimus pohja.	14
KUVIO 14. Yksi julisteen elementeistä, taustakuva.	15
KUVIO 15. Ovijuliste otteluilmoituksille.	16
KUVIO 16. Pelipaita.	17
KUVIO 17. Alustava versio pelisukista.	18
KUVIO 18. Toinen versio pelisukista.	19
KUVIO 19. Lopullinen versio pelisukista.	19
KUVIO 20. Cobrat pipo.	20
KUVIO 21. Cobrat T-paita.	21

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni toimeksiantaja oli Jääkobrat ry, joka on perustettu vuonna 2014. Työn tarkoituksena oli luoda seuralle visuaalinen ilme ja työstää olemassa olevaa liikemerkkiä yksinkertaisemmaksi. Tavoitteena oli luoda käyttökelpoinen ja ajaton tyyli joukkueelle, joka on käytössä vielä kymmenen vuoden kuluttua.

Pääluvussa käyn läpi graafisen suunnittelun perusteita liikemerkin, www-sivujen ja värimaailman osalta. Pääluvussa käsittelen työprosessin eri vaiheita sekä eri tuotteiden suunnittelun tarpeita ja ratkaisuja.

Lähteinä käytin aiheeseen liittyvää ja löytämäni kirjallisuutta. Joidenkin kirjallisten lähteiden tietoja vahvistin käyttämällä avuksi verkkosivulta löytynyttä tietoa. Tärkeimpiä lähteitä olivat Anja Hatvan kirjoittama Verkkografiikka, sekä Loirin & Juholinin kirja nimeltä Visuaalisen viestinnän käsikirja.

## 2 GRAAFISEN SUUNNITTELUN PERUSTEITA

Visuaalinen ilme kertoo persoonallisuudesta, se luo mielikuvia ja vaikuttaa yrityksen imagoon. Siinä missä yritys, myös jääkiekkjoukkue, tarvitsee omannäköisen ilmeen erottuakseen muista. Tunnistettavuudella voimistetaan yhteishenkeä joukkueen ja sen kannattajien välillä. Visuaalinen ilme ei saa olla muodin orja, vaan sen on kestävä ajan oikut ja muuttuvat trendit.

### 2.1 Liikemerkin taustaa ja muiden seurojen liikemerkkeihin perehtymistä

Liikemerkit ovat olleet ihmiskunnan käytössä muinaisista ajoista asti. Ne aloittivat kehityksensä yksityisten ja ryhmien uskojen symboleista, jotka kehittyivät halusta ja tarpeesta erityiselle sosiaaliselle kommunikaatiolle ja tunnistukselle. Kuvat eivät haihtuneet sanojen tavoin. Jo muinaiset kreikkalaiset ja roomalaiset käsityöläiset merkitsivät valmistamansa keramiikan tunnuksellaan, jotta tuotteet tunnistettaisiin. Liikemerkki kehittyi ilmaisemaan muistettavaa persoonallisuutta ja saavuttamaan positiivisen yhteyden kohdeyleisönsä kanssa. (Thomas 2003; Artyfactory 2014.)

Tutkiessani eri seurojen liikemerkkejä havaitsin niissä toistuvan tiettyjä elementtejä. Moni liikemerkki oli perusmuodoltaan kilven muotoinen tai pyöreä, kuten ylhäältä päin katsottu kiekko. Useimmissa oli lisäksi jonkinlainen maskotti kuvituselementtinä. Yleensä eläimet, mutta myös esineet ovat suosittuja aiheita kuvitukselle. Moneen liikemerkkiin on valittu kovin aggressiiviselta vaikuttavia väriyhdistelmiä. Varoitusväriyhdistelmät ja niiden sekoitukset tutkimukseni perusteella näyttävät olevan hyvin suosittuja jääkiekkjoukkueiden liikemerkeissä. Lisäksi aggressiivisuus käy ilmi joidenkin joukkueiden nimestä, kuten esimerkiksi Tappara. Tapparan liikemerkki on kovin sotaisa, koska se kuvastaa kilpeä ja sotakirvestä. Poikkeuksiakin näiden uhkaavien liikemerkkien joukosta löytyy. Esimerkiksi Jokerit joukkueen liikemerkki on harmiton narri.



## 2.2 Värien merkitys suunnittelussa

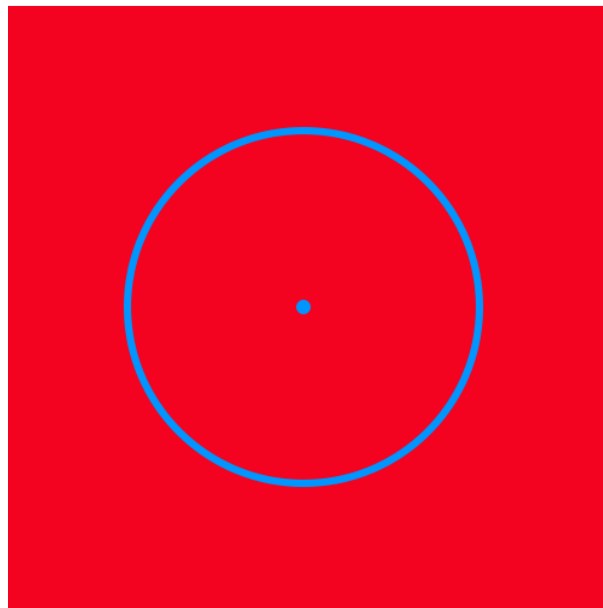
Väreillä on länsimäisessä kulttuureissa yleisesti vakiintuneet piilomerkitykset, joiden vuoksi väriyhdistelmiä suunniteltaessa on hyvä ottaa huomioon eri värien yhteensopivuudet ja mahdolliset yhdistelmät, joille on muodoutunut negatiivinen merkitys. Tiedetyt väriyhdistelmät voivat aiheuttaa vaistomaisia negatiivisia reaktioita katsojassa. Näihin väriyhdistelmiin kuuluvat esimerkiksi luonnon varoitusvärit sekä radioaktiivisuudesta ja vaarallisista kemikaaleista varoittavat värit. Näitä väriyhdistelmiä yleensä vältellään, jotta ihmisten mieleen jäävä vaikutelma olisi positiivinen. (Hatva 2003.)

Harmaan sävyt ja musta ovat yleisesti ottaen neutraaleja värejä, jotka eivät yksin käytettyinä luo kovin kummoisia vaikutelmia. Musta on surun lisäksi juhlan väri, joka ilmentää tyylikkyyttä ja sen ohelle on helppo rinnastaa muita värejä. Musta ja harmaansävyt vahvistavat rinnallaan olevia värejä. Valkoinen on puhtauden väri. Se tuo hyvin muita värejä esiin. Keltainen on huomion väri, joka suurina pintoina vetää helposti huomion itseensä. Keltainen merkitsee auringonvaloa, lämpöä, hienostuneisuutta ja älykkyyttä. Yksinään tämä väri on melko vaimea teholtaan, mutta toimii hyvin tummien ja voimakkaiden värien kanssa. Mustan kanssa tämä väri on varoitusväri, jota näkee säteilyvaroituskylteissä. Luonnossa tämä varoitusväri esiintyy ampiaisissa ja mehiläisissä. Myös punainen on varoituksen väri. Punainen väri on monimerkityksinen. Se voi merkitä vallankumousta, voimaa, sotaa, rauhaa ja rakkautta, mutta se voi olla myös varoitus, varsinkin yhdessä mustan kanssa. (Loiri & Juholin 1998.)

## 2.3 Www-sivun visuaalisen ilmeen suunnittelussa huomioitavaa

Www-sivujen suunnittelussa on tärkeää luoda hyvä visuaalinen hierarkia, jotta verkkosivulla vierailevan on helppo nähdä pikaisella vilkaisulla, missä tärkeät osat sivusta sijaitsevat sekä navigaatio on vaivattomampaa. Lisäksi verkkosivujen värimaailman miellyttävyys ja esteettinen viehättävyys vaikuttavat huomattavasti sivuilla viihtymiseen. Verkkosivuille valitut värit vaikuttavat vierailijan kokemukseen verkkosivuista kielteisesti tai myönteisesti. Tekstin on oltava selkeästi luettavissa ja siihen vaikuttaa suuresti tekstityypin lisäksi tekstin ja taustan väri. Luettavuuden kannalta ei ole väliä, onko

kyseessä tummalla taustalla vaalea teksti, vai vaalealla taustalla tumma teksti, kunhan näiden välinen kontrasti ylittää erottuvuuskynnyksen. Verkkosivulle värimaailmaa suunniteltaessa on otettava huomioon väriyhdistelmien yhteensopivuus. Esimerkiksi verkkosivuille ei kannata valita joidenkin spektrien ääripäiden värejä, sillä ihmissilmän toimintamekanismin vuoksi näitä värejä ei voi tarkentaa yhtä aikaa, jos ne ovat vierekkäin muodostaen toistensa rajapinnat. Tällaiset väriyhdistelmät (KUVIO 1.) väsyttävät silmän nopeasti. (Hatva 2003.)



KUVIO 1. Esimerkki epäonnistuneesta värienkäytöstä.

### 3 VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Tässä luvussa esittelen työprosessin eri vaiheet lähes siinä järjestyksessä kuin ne suunnittelin ja toteutin. Ensisijalla olivat kiireellisesti tarvittavat työt ja nämä esitellään ensimmäisten joukossa alkaen liikemerkistä. Liikemerkin jälkeen oli siirryttävä pikaisesti www-sivujen sekä PowerPoint- ja sopimuspohjan työstöön. Liikemerkki, PowerPoint- ja sopimuspohja tarvittiin kiireellisesti äskettäin perustetun juniorijääkiekkjoukkueen sponsoritapaamisiin, jotta näissä tapaamisissa voidaan luoda kuva ammattimaisesta toiminnasta. Näiden jälkeen oli suunniteltava peliasu ja pelisukat ennen pelikauden alkua, jotta ne voidaan tilata hyvissä ajoin valmistajalta. Visuaalisen ilmeen osat kehittyivät pala palalta toisiaan täydentäväksi kokonaisuudeksi.

Aikataulun kiireellisyyden vuoksi ei ollut tarpeeksi aikaa syventyä typografisiin valintoihin toimivan yhtenäisen kokonaisuuden kehittämiseksi. Fonttivalinnat on tehty tuotekohtaisesti perustuen tarpeeseen ja tyyllisestä sopivuudesta tilanteeseen. Tämän vuoksi typografialle ei ole omaa kappaletta vaan aihe käsitellään tuotekohtaisesti.

#### 3.1 Liikemerkin muutokset

Toimeksiantajalla oli valmiina liikemerkki (KUVIO 2.), jonka kehittämisessä en ollut mukana. Sitä haluttiin käyttää lähes sellaisenaan, mutta siihen kaivattiin pieniä muutoksia sekä yksityiskohtien karsimista. Yksityiskohtien karsiminen ja piirroksen yksinkertaistaminen oli tarpeen, jotta se toimisi paremmin pienessä koossa ja käyttömahdollisuudet olisivat monipuolisemmat. Liikemerkkiä haluttiin käyttää muun muassa brodeerauksissa, neulepipossa ja verkkosivuilla. Muutoksina toivottiin, että käärmeen suu olisi auki, ikään kuin se olisi valmiina iskemään. Lisäksi tähden alapuolella ristikkäin olevat jääkiekkomailat haluttiin poistaa ja lipun tekstiä muuttaa. Tekstin "Oulainen" tilalle tahdottiin joukkueen aloitusvuosi 2014. Kuvion 2 liikemerkki on perinteinen joskin liioitellun yksityiskohtainen jääkiekkjoukkueen tunnus, joka pitää sisällään maskottieläimen, tyyliä ja voimaa. Ylöspäin suuntautuva kalteva tähti ja teksti tuo kuvaan liikkeen tunnetta.



KUVIO 2. Alkuperäinen muutoksia vaativa liikemerkki.

Työtä aloittaessa olisin voinut hyödyntää Adobe Illustrator ohjelmiston työkaluja ja muodostaa valmiista kuvasta automaattisesti valmiin vektorin ja lähteä työstämään muutoksia siitä. Pyrkimyksenäni oli kuitenkin tuoda oma kädenjälki ja tyyli enemmän esiin, jonka vuoksi päädyin piirtämään vektorin alusta asti käyttäen liikemerkkiä mallina. Tämä myös mahdollisti piirroksen eri osien paremman hallittavuuden, sillä voin piirtää haluamani osat erillisille kerroksille suoraan. Näin värien vaihto on tarpeen vaatiessa helppoa ja nopeaa. Automaattisesti luotua vektoria olisi pitänyt siivota paljon ennen kuin olisin voinut tehdä tarvittavia muutoksia. Liikemerkin uudelleen piirtäminen oli siksi paljon tehokkaampi tapa saada haluttu tulos.

Alkuperäisen liikemerkin väreinä oli punainen, tumman harmaa, lähes musta väri, vaaleanharmaa sekä valkoinen. Päädyin käyttämään samaa väriteemaa uudessa versiossa lähes sellaisenaan kyseisten värien yhdistelmien symboliikkaa hyödyntääkseni. Lisäsin logoon valkoista tuodakseni käärmeen ja tähden selkeämmin esiin sekä korostamaan muita värejä. Lisäksi lisäsin väriteemaan vielä keltaisen värin, saadakseni käärmeen silmään eloa ja tuoden samalla hieman lisämaustetta väriteemaan. Ero (KUVIO 2.) alkuperäisen liikemerkin ja piirtämäni (KUVIO 3.) liikemerkin välillä on huomattava. Liikemerkki on huomattavasti selkeämpi. Käärmeen avonaisen suun väriksi valitsin valkoisen, koska musta suu olisi hävinnyt tummaan taustaan liian helposti.



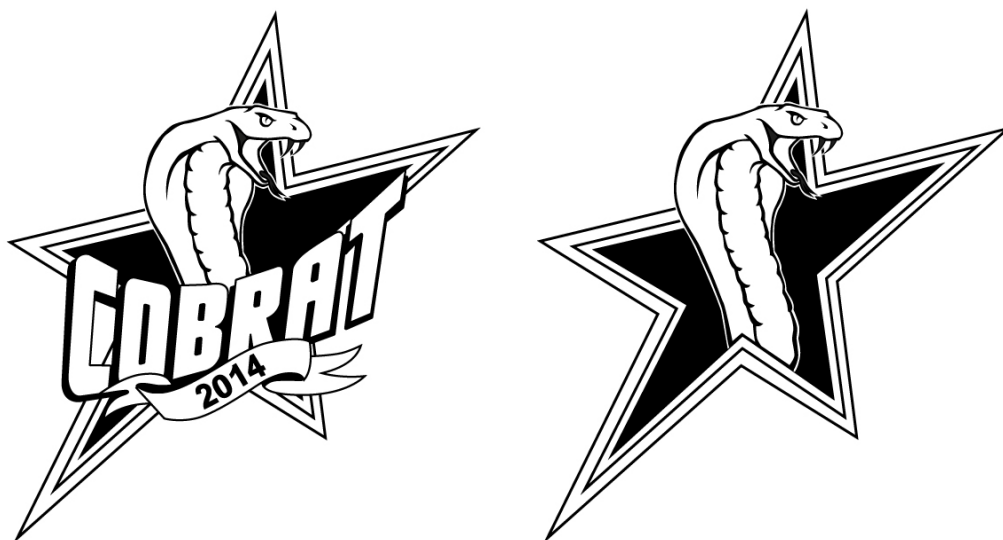
KUVIO 3. Värillisen liikemerkin eri versiot.

Alunperin liikemerkki suunniteltiin tummaa taustaväriä vasten, mutta työstä tarvittiin myös versio (KUVIO 4.), joka toimii myös vaalealla pohjalla ilman, että valkoinen tähden reuna katoaa taustavärin sekaan. Lisäsin liikemerkkiin neljännen tähden joka pohjimmaisena muodostaa liikemerkin valkoiselle tähdelle tumman reunuksen.



KUVIO 4. Liikemerkki valkoisella taustalla.

Liikemerkistä oli tarpeen tehdä myös mustavalkoinen versiot (KUVIO 5.). Asiakkaan ehdotuksen mukaisesti tein mustavalkoisesta versiosta vain viivapiirroksen. Koska tähden useat kehykset muodostuivat pelkästään väreistä, päädyin erottamaan tähden eri osat viivoin. Korostaakseni vuosiluvun näkyvyyttä tein luvusta mustan ja lipusta valkoisen.



KUVIO 5. Mustavalkoiset versiot liikemerkistä.

### 3.2 Www-sivun graafisten elementtien suunnittelu

Liikemerkin valmistuttua oli siirryttävä www-sivujen suunnitteluun. Työnantaja antoi suunnitteluun referenssiksi toisen jääkiekkjoukkueen, Kärppien, sivuston. Tästä referenssistä sain paremmin hahmotettua, mitä sivuston ulkoasulta toivottiin ja millaista tyyliä toimeksiantaja kaipasi. Näin mitä osia sivustoon tulee ja mitä ottaa huomioon suunnitellessa sivuston ulkoasua. Sivusto toteutettiin kolmannen osapuolen toimesta valmiilla julkaisualustalla, minkä vuoksi vastuulleni jäi ainoastaan graafinen suunnittelu ja ulkoasun graafisten osien tuottaminen julkaisualustan mahdollistamissa puitteissa.

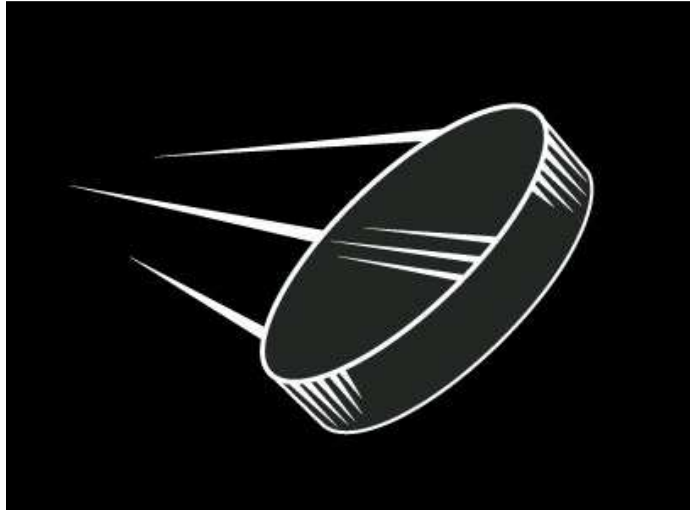
Suunnittelin sivuston kokonaisuudessaan Photoshop-ohjelmistoa käyttäen. Aluksi valitsin sopivan asettelumallin julkaisualustan tyyleistä ja lähdin suunnittelemaan värimaailmaa. En halunnut tehdä sivustosta liian samannäköistä referenssiksi annetun sivuston kanssa vaan pyrin luomaan verkkosivustolle persoonallisen ulkoasun pitäen mielessä asiakkaan toivomukset. Tavoitteenani oli myös käyttää mahdollisimman paljon liikemerkin värejä

sivuston ulkoasussa. Valitsin taustan pohjaväriksi harmaan liikemerkin lipun värin mukaan. Liian vaalea tausta rasittaa silmiä enemmän kuin tummemmat sävyt, mutta liian tumman harmaa tai musta tausta käy helposti liian synkäksi ja raskaaksi silmille. Valitsin taustaa koristamaan liikemerkistä tutun vinon tähden. Se tuo ryhtiä ja liikkuvuutta staattiseen taustakuvaan. Säädin tähden läpinäkyvyyttä niin, ettei se hyppää etualalle liian voimakkaasti, mutta tulee kuitenkin selvästi esiin harmaasta taustasta. Käytin Photoshop-ohjelmistoon luotua paperi tekstuuria tuomaan rosoisuutta kuvan pintaan. Lopputulos on kuin rosainen asfaltti tai betoni. Seuraavaksi sumensin grafiikan reunat, jotta se sulautuu hyvin reunoilta sivuston taustavärin kanssa eikä jätä isoimmilla näytöillä selkeää rajaa missä kuva loppuu ja kiinteä taustaväri alkaa.



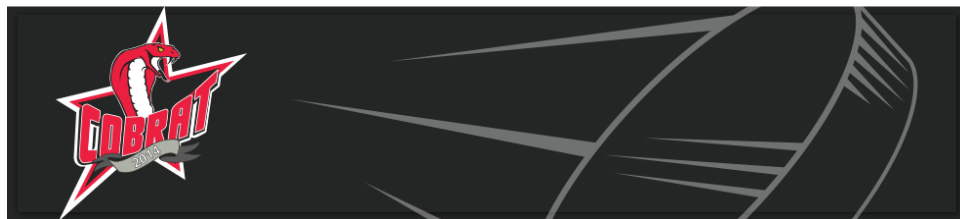
KUVIO 6. Www-sivuston taustakuva.

Kun olin tyytyväinen sivuston taustakuvaan, siirryin seuraavaksi kehittämään ylätunnisteen otsikkokuvaa. Joukkueesta ei ollut saatavilla valokuvia, joita olisin voinut käyttää ylätunnisteen otsikkokuvassa. Valokuvan sijaan piirsin Illustratoria käyttäen yksinkertaisen kiekko grafiikan (KUVIO 7.) vektorina.



KUVIO 7. Kiekko grafiikka.

Otsikkokuvan kooksi tuli 980 x 220 pikseliä verkkosivulle valitun asettelumallin mukaisesti. Pyrin suunnittelemaan kuvasta verkkosivuston yleisilmeeseen sopivan elementin, joka täydentäisi kokonaisuutta. Otsikkokuvan taustaväriksi valitsin tummanharmaan, jotta se erottuu selkeämmin taustalla olevista elementeistä. Kiekkografiikan avulla sain siihen liikkeen ja toiminnan tunnetta. Muotoilin grafiikkaa sopivaan asentoon otsikkokuvan kannalta ja sen piirroksen värejä hillitymmiksi. Lisäsin kuvaan vielä läpikuultavan mustan reunuksen, joka syvensi reunojen väriä luoden näyttävän efektin otsikkografiikkaan. Joukkueen liikemerkin sijoitin kuvan vasempaan reunaan. Kokonaisuus (KUVIO 8.) näyttää siltä kuin liikemerkki olisi laukaissut kiekon ilmaan.

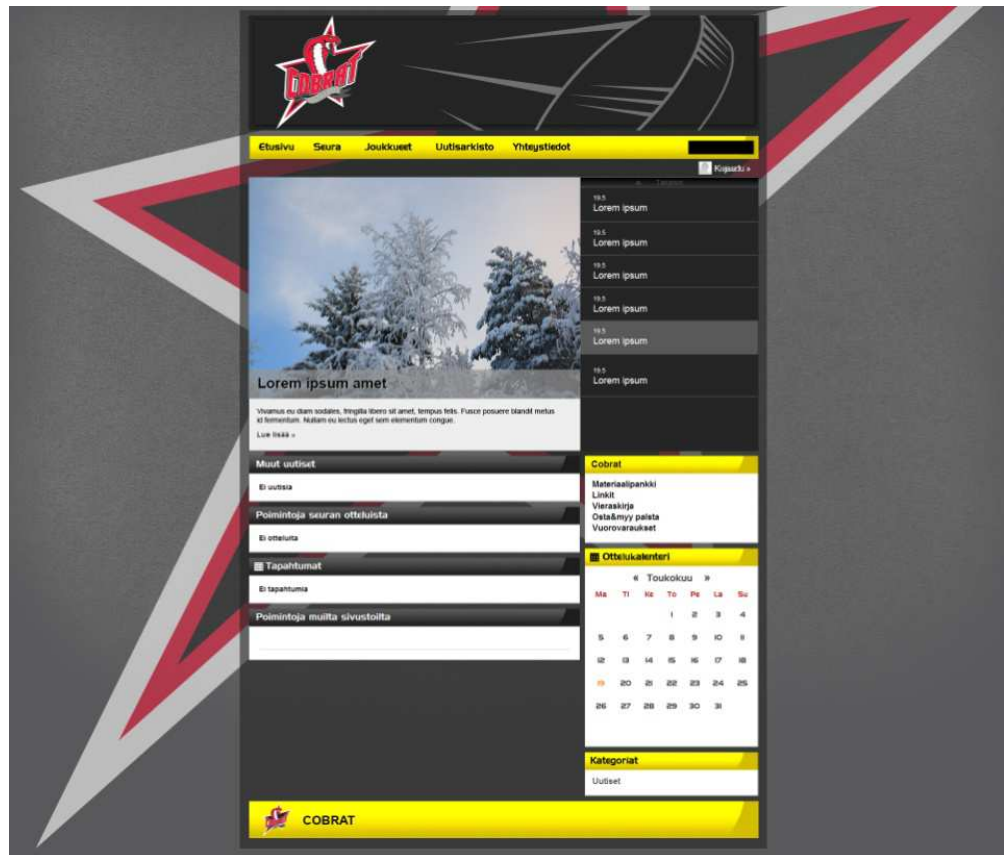


KUVIO 8. Ylätunnisteen otsikkografiikka www-sivulle.

Verkkosivuston suunnitelma (KUVIO 9.) koostuu useasta eri elementistä, joiden värimaailmaan on mahdollista vaikuttaa. Sivuston sisältöalueen väriksi valitsin tumman harmaan ja säädin sille läpinäkyvyyttä. Siten taustakuva pääsee pilkistämään kiinteämpien elementtien välistä käymättä liian voimakkaaksi ja häiritseväksi. Valitsin otsikko- ja linkkipalkkien väriksi keltaisen, sillä se on hyvä huomioväri ja auttaa hahmottamaan eri



osien sijaintia. Sama keltainen väri esiintyy myös liikemerkin kobran silmässä. Harkitsin myös punaista väriä, mutta halusin tuoda sivuston ulkoasuun lisää elävyyttä ja punaista sivuston taustakuvassa oli jo riittävästi. Keltaisella taustalla olevan tekstin väriksi valitsin mustan selkeyden vuoksi. Paljon tekstiä sisältävien elementtien taustaväriksi valitsin valkoisen lisätäkseen tekstin luettavuutta. Lisäksi valkoinen taustaväri sopii hyvin valokuvien esittelyyn, joita sivuston artikkeleihin tulee.



KUVIO 9. Www - sivun graafinen suunnitelma.

### 3.3 Käyntikortti, PowerPoint- ja sopimuspohjan visuaalinen suunnittelu

Opinnäytetyöhön kuului myös viestintämateriaalien visuaalisen ilmeen suunnittelu ja toteutus. Näitä materiaaleja ovat käyntikortti, PowerPoint- ja sopimuspohja. PowerPoint-pohjalla tarkoitetaan asettelumallia, johon kuuluu dian taustagrafiikka ja ehdotus tekstin asettelulle.

Käyntikorttia kehitellessäni päädyin käyttämään www-sivuston grafiikasta tuttua paperin efektiä, mikä tuo tummanharmaaseen väriin miellyttävän rosoisen efektin. Tekstin valitsin esteettisen miellyttävyyden vuoksi. Pääteetöntä kirjasintyyppiä käytetään yleensä lyhyissä kokonaisuuksissa, mutta käyntikortti on pienikokoinen tuote ja totesin päätteellisen tekstin miellyttävämmäksi ja selkeämmäksi luettavuuden ja estetiikan kannalta. Käyntikortin tiedot sisältävät henkilön nimen fonttikoossa 24 pt, tittelin tai ammatin koossa 16 pt ja loput tiedot koossa 12 pt. Teksti on valkoinen ja varjostusefekti korostamassa tekstiä.



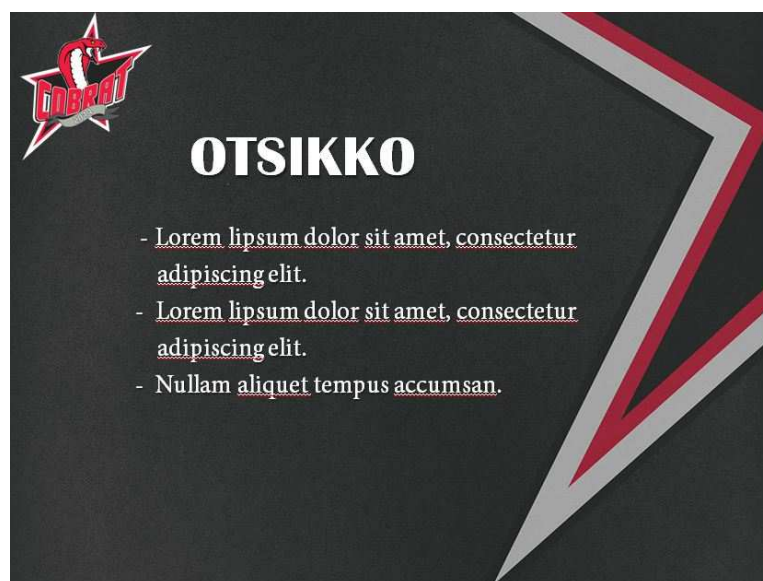
KUVIO 10. Käyntikortti molemmilta puolilta.

Toimeksiantaja tarvitsi PowerPoint-esitystä varten taustagrafiikan ja tyyliin sopivan asetelumallin. Taustakuvaan lähdin työstämään ohjelman asettaman dian oletuskoon mukaan. Grafiikan valmistin Photoshop ohjelmistoa käyttäen. Valitsin tumman harmaan taustan pääväriksi ja käytin verkkosivustossa käyttämäni paperin rosoisuutta tuovaa efektiä väriin. Lisäksi lisäsin taustakuvaan liikemerkin tähden osittain näkyviin oikeasta reunasta. Verkkosivun tähden tavoin säädin sen läpinäkyvyyttä, jottei kuvio hyppää liian voimakkaasti esiin. Taustagrafiikasta (KUVIO 11.) tuli yleisilmeeltä samanhenkinen www-sivuston kanssa.




KUVIO 11. Grafiikka PowerPoint-esityspohjalle.

PowerPoint-pohjaksi (KUVIO 12.) tein valmiin tiedoston, joka käyttää grafiikkaa automaattisesti. Joukkueen liikemerkin lisäsin vasempaan yläreunaan. Typografiset valinnat perustuivat vahvasti esteettiseen miellyttävyyteen ja luettavuuteen. Otsikkoon valitsin päätteettömän Britannic Bold-fontin maskuliinisuutensa vuoksi. Lyhyisiin kokonaisuuksiin päätteetön kirjasintyyppi on yleensä suositeltava (Loiri & Juholin 1998.). Diojen leipätekstille valitsin siitä huolimatta päätteellisen MoolBoran-fontin. Antiikva eli päätteellinen teksti helpottaa lukemista, joten se sopi paremmin valkoisen tekstin ja tumman taustan kanssa.



KUVIO 12. PowerPoint-pohjan asettelumalli.

Sopimus pohjan toteutin asiakkaan pyynnöstä Microsoft Word- ohjelmistoa käyttäen, jotta asiakas voi tarpeen tullen täydentää sopimuksen sisältöä. Pidin sopimuksen ulkoasun asiallisena, mutta persoonallisella sävöyksellä. Joukkueen liikemerkki on himmeästi esillä tekstipainotteisten sivujen taustakuvana oikeassa alareunassa. Sopimuksen (KUVIO 13.) viimeisellä sivulla liikemerkki on täysin näkyvänä. Toinen visuaalisesti viehättävä elementti sopimus pohjassa on ensimmäisellä sivulla olevat kolme punaista linjaa.

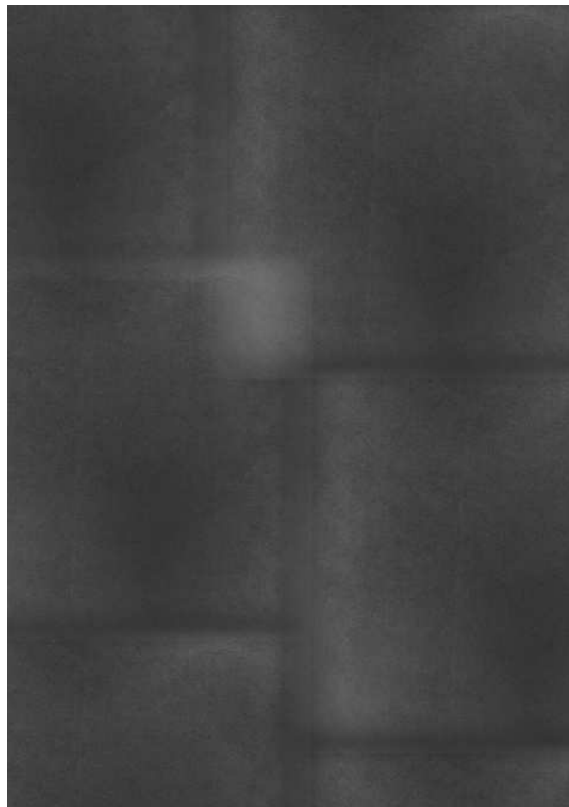
Jääkobraat ry	SPONSORISOPIMUS
<p><b>Cobrat</b></p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Tämä sopimus on luotu Jääkobraat ry:n jäilijäntajon/joukkueen ja urheilutoimintaa tukevan yrityksen välille.</p>	
<p><b>1. Osapuolet</b></p> <p>Jaosto/joukkue _____</p> <p>Yritys _____</p> <p>Jäljempänä sopijapuolet ovat erikseen mainittuna "sopijajoukko" ja yhdessä mainittuna "sopijapuolet". Jäilijäntajonsta käytetään nimeä Cobrat.</p>	
<p><b>2. Sopimuskausi</b></p> <p>Alkaa _____/_____/20____</p> <p>Päätyy _____/_____/20____</p> <p>Sopimusta ei voi irtisanoa kesken sopimuskauden ilman pätevää syytä.</p>	
<p><b>3. Tavoite</b></p> <p>Tämän sopimuksen tavoite on tukea Cobrat urheilutoimintaa ja joukkueiden harjoittelumahdollisuuksia sekä tukea yrityksen markkinointia ja tunnettavuutta.</p>	
<p><b>4. Oikeudet</b></p> <p>Tällä sopimuksella Cobrat tarjoaa yritykselle näkyvyyttä jaosto/joukkueen urheilutoiminnassa alla kirjattun mukaisesti.</p> <p><input type="checkbox"/> Mainospaikka pelissa</p> <p><input type="checkbox"/> Mainospaikka ulkoilmaussa</p> <p><input type="checkbox"/> Mainospaikka Cobrat kottivollilla</p> <p><input type="checkbox"/> Mainimaininta Oulaisten jäähallissa, Cohtsen kottipetissä, Maanos yritysissä</p> <p><input type="checkbox"/> Muuten erikseen sovitulla tavalla.</p>	
<p><b>5. Velvoitukset</b></p> <p>Cobratilla on velvollisuus edesauttaa yritystä positiivisen julkisuuskuvan luomisessa ja ylläpitämisessä. Urheilijat sitoutuvat olemaan käyttämättä päihteitä julkisilla paikoilla ja aiheuttamatta häiriötä omalla käytöksellään.</p> <p>Urheilija sitoutuu harjoittelemaan ja kilpaillemaan noudattamaan urheilun eettisiä periaatteita.</p> <p>Sponsorisytyys on velvollinen ilmoittamaan kolmevuotta aikaa ennen tilaisuutta tai tapahtumaa, jossa joukkue halutaan edustavan yritystä erikseen sovittoa korvausta vastaan.</p>	
<p><b>6. Sopimuksen muuttaminen ja purku</b></p> <p>Sopijapuolet on tehtävä tälläin sopimukseen tehtävät lisäykset tai muutokset kirjallisesti ja liitettävä muutokset tähän sopimukseen.</p> <p>Mikäli Cobrat, joukkue tai yritys rikkoo olemaisesti tätä sopimusta, on toisella osapuolella oikeus purkaa sopimus päätymään välittömästi, mikäli tärkeitä syy tästä esellytää. Tällaisena syytä voidaan pitää toisen sopijapuoleten käyttäytymistä tai laiminlyöntiä jonka hyökkäystä ei kohtuudella toiselta osapuolelta voida vaatia.</p>	
<p><b>7. Erimielisyyksien ratkaiseminen ja vahingonkorvaus</b></p> <p>Tässä sopimukselta johtuvat riidat ratkaistaan välittömästi Urheilun oikeus- turvalautakunnassa, siten että välittömästi kuuluu kolme jäsentä, joista Cobrat nimeää yhden jäsenen, yritys yhden jäsenen ja Urheilun oikeus- turvalautakunta nimeää puheenjohtajan.</p> <p>Välittömästi ratkaisee käsittelyssäin myös mahdollisen vahingonkorvaus perusteen ja määrän.</p>	
<p><b>8. Voimassaolo</b></p> <p>Sopimus on voimassa määrällisessä tässä sopimuksessa määritetty sopimusajan.</p>	
<p><b>9. Cobrat joukkueelle maksettava korvaus</b></p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Tätä sopimusta on laadittu kaksi (2) kappaletta, yksi kummallekin sopijapuoletelle.</p>	
<p><b>Palkka ja aika</b></p> <p>_____ / _____ / 20____</p> <p><b>Cobrat</b></p> <p>_____</p> <p><b>Nimen selvennys</b></p> <p>_____</p> <p><b>Yritys</b></p> <p>_____</p> <p><b>Nimen selvennös ja asema yrityksessä</b></p> <p>_____</p>	
	

KUVIO 13. Persoonallinen sopimus pohja.

### 3.4 Julisteen suunnittelu ja toteutus

Toimeksiantaja tarvitsi julistepohjan otteluilmoituksia varten. Julisteen oli oltava rakenteeltaan vain pohja käsin täytettäville tiedoille. Asiakas halusi näyttävän ja huomiota kiinnittävän julisteen. Sain referenssiksi yksinkertaisen mallin ja lähdin sen perusteella työstämään näyttävämpää versiota. Toimeksiantaja toivoi työhön mukaan aiemmin verkkosivun otsikkokuvaa varten valmistettua kiekko grafiikkaa.

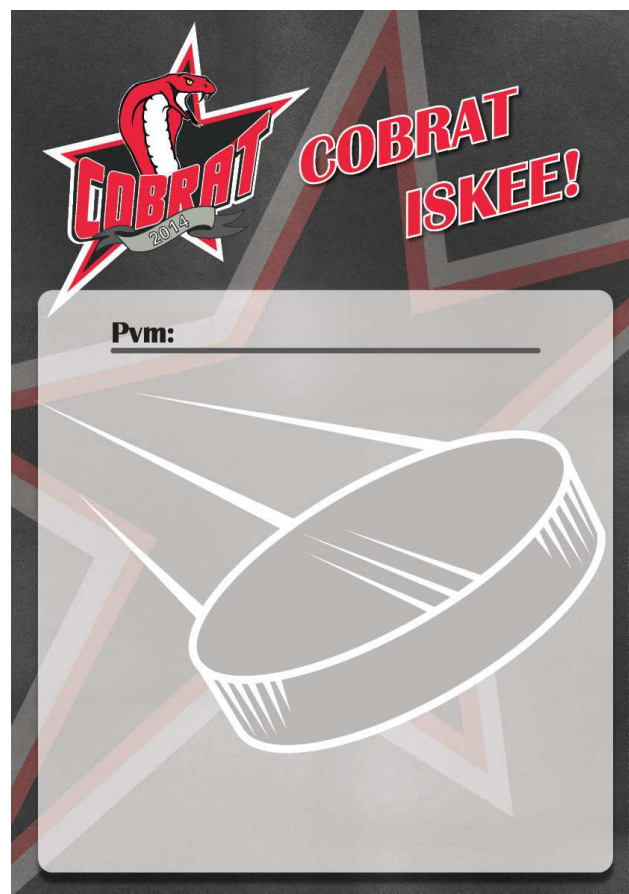
Visuaalisen ilmeen vakiintuneiksi elementeiksi on työn edetessä muodostunut kaksi tärkeää osaa, asfalttia muistuttava harmaa tekstuuri sekä liikemerkin tähti. Koska julisteesta on tulossa varsin iso painettava tuote, tulin siihen tulokseen, että pelkkä harmaa tausta hieman rosoisella tekstuurilla ei riitä. Käytin julisteen taustan luomiseen edelleen samaa tekniikkaa kuin aiemminkin, mutta sijoittaen tehostetta lomittain keskenään. Tämä loi paikoitellen tummempia ja vaaleampia kohtia eri alueille ja tuloksena (KUVIO 14.) oli lähes tiiliseinämäisen rakenne. Lopullisessa tuloksessa taustan yksityiskohdat eivät pääse juurikaan näkyviin, mutta se tuo lisää syvyyttä lopputulokseen.



KUVIO 14. Yksi julisteen elementeistä, taustakuva.

Liikemerkin tähdestä oli alkanut muodostumaan toistuva elementti eri tuotteissa. Lisäsin sen tuomaan taustakuvaan väriä ja liikkeen tuntua staattiseen kuvaan. Lisää liikkeen tunnetta julisteeseen tuo kursivoitu ja yläviistoon suuntautuva testi, joka kohoaa samassa asteessa taustalla olevan tähden sakaran kanssa. Kiekkokuvio lähtee läheltä samaa pistettä liikkeelle kuin tähti, mutta eri suuntaan. Se tulee kohti ja luo ristiriitaa tähden ja tekstin liikkeen kanssa elävöittäen kokonaisuutta. Julisteen sisältöalueelle annoin paljon tilaa kulmistaan pyöristetyn neliön muodossa. Tämä sisältöalue on väriltään vaalean harmaa ja läpikuultava, jotta taustakuva näkyy läpi. Vaaleammalta alueelta käsinkirjoitettu teksti näkyy selkeästi, eikä julisteen vauhdikas ulkoasu siitä kärsi.

Julisteen (KUVIO 15.) tekstiksi valitsin groteskin eli päätteettömän kirjasintyyppin nimeltä Britannic Bold. Pääasiassa valinnan peruste oli esteettinen miellyttävyys. Groteski teksti on maskuliininen ja sopii julisteen lyhyen iskulauseen kanssa. Lisäksi teksti on kirjoitettu versaalein, että iskulauseen tarkoitus korostuu entisestään.



KUVIO 15. Ovijuliste otteluilmoituksille.

### 3.5 Asusteiden suunnittelu

Visuaalisen ilmeen suunnittelun piiriin kuului muutaman vaatekappaleen suunnittelu. Oli suunniteltava peliasu, pelisukat sekä tuotteita joukkueen kannattajien ja pelaajien käyttöön. Nämä tuotteet olivat pipo ja T-paita. Toimeksiantaja toivoi tuotteiden olevan sopivia niin nuorille kuin aikuisille. Sen vuoksi mustalla värillä on suuri rooli näiden tuotteiden suunnittelussa, sillä se on ajaton ja suosittu. Vaatteita suunnitellessa oli perehdyttävä kankaille painattamisen rajoituksiin ja mahdollisuuksiin, koska aikaisempaa kokemusta tällaisen tuotteiden suunnittelusta itselläni ei ollut. Oli vain sovellettava osaamistani graafisena suunnittelijana vaatteiden suunnitteluun ja luotettava omaan esteettiseen näkemykseen.

#### 3.5.1 Peliasun eli pelipaidan ja sukkien suunnittelun vaiheet

Peliasun suunnittelu oli rajoitettu valmistajan asettaman mallien mukaiseksi, joita oli tarjolla useita. Valitsin toimeksiantajalle mielekkäimmän mallin ja kokeilin liikemerkin värimaailmasta eri värejä paidan eri kohtiin päätyen kuvio 16 mukaiseen suunnitelmaan. Päävärinä on tummanharmaa ja paidan yläreuna on valkoinen. Koristelut ja tekstit ovat pääasiassa punaisella. Tekstiä reunustaa valkoinen linja, mikä tuo punaista väriä voimakkaammin esiin tummanharmaasta taustasta.



KUVIO 16. Pelipaita.

Sukkien suunnittelussa oli enemmän vapautta kuin pelipaidan kohdalla. Pelisukissa on tärkeää, että sukat ovat helposti tunnistettavat. Jääkiekko-otteluiden nopeissa tilanteissa on hyväksi, jos voi tunnistaa joukkueoverinsa nopeasti sukkien perusteella pelipaitaan

vilkuilun sijasta. Sen vuoksi tavoitteena oli mahdollisimman yksinkertainen, mutta tunnistettava muotoilu. Tyylin lisäksi sukkiin oli saatava joukkueen sponsorin mainos mahdollisimman selkeästi ja helposti luettavasti. Sponsorin mainos oli sponsorin oma logo, joka on myös www-sivuston osoite.

Sukkien pohjaväriksi valitsin liikemerkin värimaailmasta tummanharmaan, koska peliasu on pääväriltään tumman harmaa. Se sopi parhaiten kokonaisuuden kannalta ja tummalla pohjalla olevat vaaleat tekstit erottuvat paremmin, kun sukkiin pääasiallinen käyttöympäristö on lähes valkea jää. Sponsorin logoa ei voinut muokata pystysuuntaiseksi tekstiksi, joten oli mietittävä erilainen esitystapa, jotta se mahtuisi sukkiin selkeästi luettavassa muodossa. Vaakatasoon sijoitettuna mainos olisi liian pieni. Ainoa vaihtoehto oli sijoittaa teksti diagonaalisesti. Sen myötä sain idean sukan (KUVIO 17.) koristeluun ja valitsin liikemerkin väreistä punaisen ja valkoisen värin koristelua varten. Kaksi yhdessä diagonaalisesti kulkevaa linjaa kohoavat sukan etupuolella ja laskevat takapuolella, muodostaen kokonaisuutena tähden sakaran riippuen miltä suunnalta sukan pukenutta jalkaa katsoo. Tavoitteena oli, että sakarat muodostuisivat pohkeen ja säären puolelle. Sponsorin mainoksen sijoitin valkoisen viivan yläpuolelle ja tekstin väriksi valitsin punaisen, sillä se on sponsorin logon alkuperäinen väri.



KUVIO 17. Alustava versio pelisukista.

Toimeksiantaja ei ollut sukan suunnitelmaan täysin tyytyväinen. Hän halusi sukkaan jotain lisää ja ehdotti liikemerkin tähteä koristeluksi. Sijoitin tähden kuvio 18 mukaisesti suunnitelmaan. Kovin pientä en tähdestä halunnut, koska sen toivottiin näkyvän mahdollisimman selkeästi.





KUVIO 18. Toinen versio pelisukista.

Seuraavaksi asiakkaalta tuli uudestaan palautetta ongelmasta, jota en ollut osannut aavistaa. Tähti sijaitsee toteutuksen kannalta liian korkealla ja kuva jäisi käytössä pelaajan housun lahkeen alle piiloon. Tämän vuoksi tähti oli sijoitettava alemmaksi. Lisäksi asiakas pohti että sponsorin mainos ei punaisena näy tarpeeksi selvästi ja sitä pitää myös muuttaa. Päädyin sijoittamaan sponsorin tekstin valkoisen linjan sisälle mustana. Tämä muutos toi lisää tilaa tähdelle, mutta se ei edelleenkään ollut tarpeeksi alhaalla, joten siirsin koko koristelua alemmaksi. Tähän (KUVIO 19.) muotoiluun asiakas oli tyytyväinen.



KUVIO 19. Lopullinen versio pelisukista.

### 3.5.2 Pipon suunnittelu

Pipoa aiottiin tilata neuleesta tehtynä sekä ohuelle kankaalle painattamalla. Jälkimmäinen valmistusmenetelmä mahdollistaa hyvinkin yksityiskohtaisen suunnitelman ja tyylin. Toimeksiantaja toivoi piposta sopivaa sekä nuoreen, että aikuiseen makuun, sillä se tulee niin joukkueen pelaajien kuin kannattajien käyttöön.

Valitsin pipon (KUVIO 20.) perusväriksi mustan, koska värinä se on ajaton ja suosittu varsinkin nuorten keskuudessa. Lisäksi joukkueen liikemerkki on näyttävämpi tummalla pohjalla, koska se tuo punaisen ja valkoisen kontrastin selkeämmin esiin. Liikemerkistä käytettiin pipoon tekstitöntä versiota toimeksiantajan ohjeiden perusteella. Pipon halki kulkeva kolmivärinen linja nousee pipon etupuolella tähden suunnan mukaisesti ja laskee toisella puolella. Linjan tarkoituksena on muodostaa sakaramainen koristelu pipon sivulle.



KUVIO 20. Cobrat pipo.

### 3.5.3 T-paidan mallin ja värien valinta

T-paitaa suunnitellessa tavoitteena oli luoda edullinen fanituote. Tutkin useamman valmistajan T-paitamalleja ja päädyin yleiseen Baseball-malliin, sillä se sopii malliltaan hyvin liikemerkin muotoihin. Baseball-mallinen T-paita poikkeaa tavallisesta paidasta siten, että se on valmistettu kahdesta erivärisestä osasta. Yleisin väriyhdistelmä on valkoinen ja musta. Hihat ja hihoista kaulaa kohti kapenevat kiilat ovat eri väriset kuin

muu osa paidasta. Lisäksi tuote on helppo toteuttaa, koska kyseessä on yleisesti käytössä oleva kaava. Lisäksi yksipuolisena painettava paita tulee edullisemmaksi valmistaa.

Paidan (KUVIO 21.) värit valitsin visuaalisen ilmeen värimaailman tarjoamien vaihtoehtojen mukaan. Paidan pohjaväriksi tuli musta, koska joukkueen liikemerkki tulee esiin parhaiten tummalta pohjalta. Paidan hihat ja kaulaa kohti kapenevien kiilojen väriksi valitsin punaisen valkoisen tai harmaan sijasta. Valitsin punaisen värin eläväisyytensä ja voimakkuutensa vuoksi, koska se sopi paitaan paremmin yleisilmeen kannalta kuin valkoinen väri olisi sopinut. Paidan etupuolelle sijoitin joukkueen liikemerkin.



KUVIO 21. Cobrat T-paita.

#### 4 YHTEENVETO

Työn tavoitteena oli luoda visuaalinen ilme Jääkobrat ry:lle. Lähtökohtana oli asiakkaan aikaisemmin tilaama liikemerkki, jonka kehittämiseen en osallistunut. Tähän liikemerkkiin asiakas oli tyytyväinen ja halusi siihen vain pieniä muutoksia, jotka toteutin. Kaiken suunnittelun lähtökohtana oli liikemerkki ja sen asettama värimaailma. Tämän värimaailman ja liikemerkin ympärille kehittyi lopulta yleisilmeeltään yhtenäinen visuaalinen ilme mikä koostuu hyvinkin erilaisista tuotteista.

Liikemerkkiin tehtävät muutokset oli kiireellisin tehtävä, sillä Jääkobrat ry oli vasta perustettu ja juuri toimintaansa aloitteleva yhdistys. Heillä oli kiire saada toiminta käyntiin mahdollisimman pian, jotta joukkuetta voitiin alkaa muodostamaan ja sponsoreita hankkimaan. Tämän kiireellisyyden vuoksi en lähtenyt ehdottamaan täysin uutta ja vielä yksinkertaisempaa liikemerkkiä, koska aikaa ei ollut tarpeeksi, että olisin saanut ideani hiottua käyttökelpoiseksi.

Palaute tuotteista on ollut erittäin positiivista ja asiakas on tuotteisiin tyytyväinen. Eniten opin työtä tehdessä, kuinka tärkeää on asiakaslähtöisyys ja vuorovaikutus asiakkaan kanssa. Asiakas osasi tuoda ilmi käytännön ongelmia, joita en itse olisi huomannut, koska minulta puuttui käytännönkokemus jääkiekosta lajina ja sen varusteista. Lopputuloksena on toimiva visuaalinen ilme, joka ulottuu yhdistyksen sähköisestä materiaaleista aina fyysisiin painotuotteisiin ja usean eri käyttö tarkoituksen tekstiileihin.

## LÄHTEET

Hatva, A. 2003. Verkkografiikka. Helsinki: Edita Prima Oy.

Korpela J. & Linjama, T. 2005. Web-suunnittelu. Porvoo: Docendo Finland Oy.

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

Artyfactory. 2014. Graphic Design Lessons: Short history of logo design. Www-dokumentti. Saatavissa:

[http://www.artyfactory.com/graphic\\_design/logo\\_design\\_history/logo\\_design\\_history.html](http://www.artyfactory.com/graphic_design/logo_design_history/logo_design_history.html)  
. Luettu 10.10.2014

Thomas, G. 2003. How to Design Logos, Symbols and Icons. Ohio: How Design Books