

# Ruovesi





*Ruoveden kunnan graafinen ilme*

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU

Media-ala

Graafinen suunnittelu

Opinnäytetyö

Kevät 2015

Veera Arstio

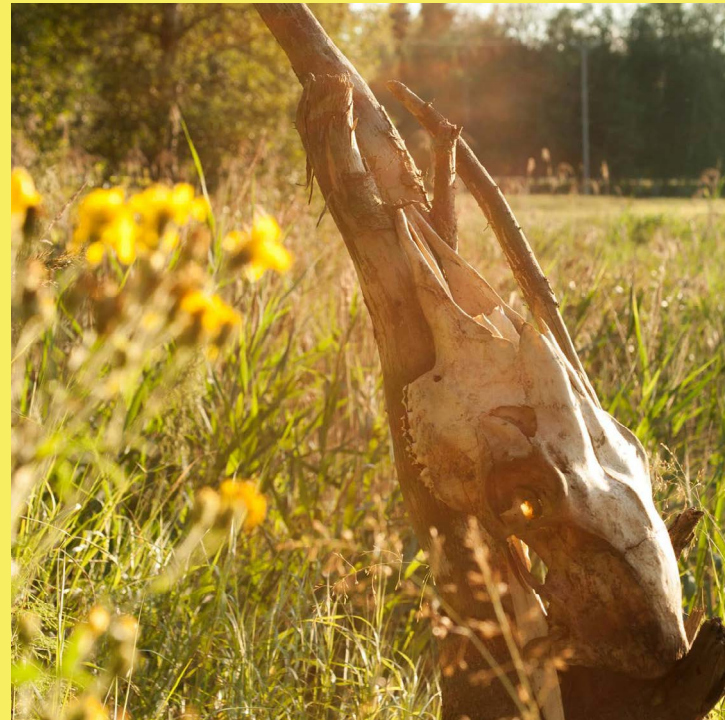
### *Tiivistelmä*

Opinnäytetyöni käsittelee graafisen ilmeen suunnittelua Ruoveden kunnalle asiakkaan tilauksesta. Työ sisältää valmiin visuaalisen identiteetin Ruoveden kunnalle.

Käsittelen opinnäytetyön kirjallisessa osiossa kuntien logoja sekä Ruoveden visuaalisen ilmeen suunnitteluprosessia. Prosessi keskittyy pääosin kunnan logoon, mutta esittelen myös graafisen ilmeen muut elementit.

### *Hakusanat*

Kunta, graafinen ilme, logo, visuaalinen ilme



KUVA 2: Veera Arstio



KUVA 3: Veera Arstio

### *Abstract*

My graduation thesis describes designing graphic identity for municipality of Ruovesi in Finland and it's commissioned by the client. Work includes a complete visual identity for Ruovesi.

In the theory section I deal with logos for municipalities and a description of my designing process. The main focus is especially designing the logo of Ruovesi but I also present the other elements of the graphic identity.

### *Keywords*

Municipality, graphic identity, logo, visual identity,

# SISÄLLYSLUETTELO

<b>Johdanto</b>	<b>8</b>	<b>Ilmeen luominen</b>	<b>28</b>
- Aiheen valinta	8	- Kohti brändiä	28
<b>Ruovesi</b>	<b>10</b>	- Värit	28
- Toimeksianto	11	- Kuvitukset ja grafiikat	30
- Työn tavoitteet	11	<b>Sovellukset</b>	<b>32</b>
- Kunta	12	<b>Lopuksi</b>	<b>38</b>
- Kunnan nykyinen ilme	13	<b>Lähteet</b>	<b>40</b>
<b>Kuntien logoja</b>	<b>14</b>		
<b>Logon suunnitteluprosessi</b>	<b>16</b>		
- Suunnittelun aloitus	17		
- Merkki	20		
- Typografia	22		
- Valmis logo	24		

# JOHDANTO

## Aiheen valinta

Opintojeni 3. vuonna luokkani pääsi logojen maailmaan graafisen suunnittelun vastuuopettajan, *Julia Ojapellon*, logosuunnittelun kursseilla. Ennen tuota kurssia en uskonut osaavani suunnitella visuaalisesti tehokasta logoa. Saimme oikean asiakkaan, Asikkalan kunnan, jonka viralliseksi logoksi sittemmin valittiin minun ehdotukseni.

Minuun otettiin yhteyttä Asikkalan kunnasta ja pyydettiin tekemään myös kunnan graafinen ilme. Pian teinkin jo tiiviisti yhteistyötä Asikkalan kunnan kanssa opintojeni ohella puolen vuoden ajan. Tuona aikana pääsin kuntamaailmaan sisälle ja ymmärsin, mitä uutta siellä kaivataan.

Perheelläni on mökki Ruoveden Väärinmajassa, joten olen saanut viettää paljon aikaa niissä maisemissa viimeisten viiden vuoden aikana. Kyseinen paikka on minulle tärkeä, sillä minulle se edustaa omaa rauhaa.

Kun tuli aika päättää opinnäytetyön aihe, ensimmäinen ideani oli soittaa eri kuntien johtoon tarjoten hankkeistettua opinnäytetyötä. Huomasin ettei Ruovedellä oikeastaan ollut omaa ilmettä ja logoa, joten aloin toivoa parasta. Ajattelin kuinka hieno projekti minua voisikaan odottaa oman mökkikunnan kanssa.

Sain kiinni Ruoveden kunnanjohtaja *Eeva Kyrönviidan* ja myöhemmin olin yhteydessä kunnan talouspäällikkö *Janne Vainikaiseen*.

Syksyllä 2014 sain tiedusteluuni vastauksen, joka vahvisti, että saan tehdä opinnäytetyönäni Ruoveden graafisen ilmeen. Vuoden vaihduttua alkoi sopivasti Ruoveden 150-vuotisjuhlavuosi, josta sain lisävoimaa suunnitteluun. Tehtävänäni oli selvittää: miltä näyttää Ruovesi?

Tämä opinnäytetyö sitoo yhteen kaiken sen, mitä olen Ruoveden kunnan kanssa kokenut ja oppinut sekä esittää miten olen päätynyt erilaisiin graafisiin ratkaisuihin. Opinnäytetyöni teoriaosuudet pohjautuvat pääasiallisesti brändin luomista ja logosuunnittelua käsittelevään kirjallisuuteen.

*Design is intelligence made visible.*

- Lou Danziger

## RUOVESI

### *Toimeksianto*

Kävin Ruoveden kunnantalolla ensimmäistä kertaa joulukuussa 2014. Sain tehtäväkseni luoda Ruoveden kunnan uuden visuaalisen ilmeen, jonka tarkoitus on edistää kunnan sisäistä ja ulkoista viestintää sekä olla Ruoveden näköinen, tunnistettava ja yhtenäinen kokonaisuus.

Suunnittelen logon, nettisivut, painomateriaalit sekä sähköiset pohjat.

Työn lopputuloksen tulee olla kuntamaailmaan sopiva, mutta myös erottuva. Ilmeellä pyritään tavoittamaan erilaisia kohderyhmiä kuten kuntalaiset, kesäasukkaat ja potentiaaliset tontin ostajat.

### *Työn tavoitteet*

Itselleni tärkeintä on, että Ruoveden uusi ilme olisi samaistuttava ja helposti lähestyttävä sekä kertoisi sen luonnosta ja kulttuurista, niin että kuntalaiset voivat ottaa sen omakseen ja että kunnan ulkopuoliset ihmisetkin innostuvat Ruovedestä. Haluan graafisen ilmeen miellyttävän erilaisia kohderyhmiä.

Merkitys syntyy vasta kun työtäni katsotaan - on mahdollista että Ruoveden ilmeen sosiaalinen merkitys muuttuu erilaiseksi kuin omat päämääräni - mutta mielestäni ilmeen on tarkoitus elää.

Tulkitsen Ruoveden visuaalisesti ja toivon, että lopputulos on innostava. Jokaisella on oma tapansa tulkita ympäristöään ja lähestymistapa vaikuttaa lopputulokseen. Tavoitteeni on, että Ruoveden kunnan arvo- maailma välittyy valmiista ilmeestä.

## Kunta

Ruovesi on Suomen kunta, joka sijaitsee Pirkanmaan maakunnassa. Kunnassa asuu 4 747 ihmistä ja sen pinta-ala on 950,14 km<sup>2</sup>, josta 173,24 km<sup>2</sup>, on vesistöjä (www.ruovesi.fi, 20.4.2015).

Ruoveden naapurikuntia ovat esimerkiksi Mänttä-Vilppula, Orivesi, Tampere, Virrat ja Ylöjärvi. Ruoveden läpi kulkee myös legendaarinen kantatie 66.

Kunnan vahvuuksiin kuuluvat hulpeat retkeilymaastot, löytyyhän Ruovedeltä muun muassa Helvetinjärven kansallispuisto ja Siikanevan suoalue. Ruovesi on tunnettu myös s/s Tarjanne-laivan Runoilijan tie-vesireitistä sekä upeasta Muroleen kanavasta.

Ruovesi kätkee sisäänsä paljon runollisuutta ja taiteellisuutta, minkä huomaa jos kurkistaa paikalliseen historiaan ja kulttuuriin. Kunnan uusi virallinen slogan onkin ”Kulttuurin lähteellä”, joka viittaa järvisiin maisemiin ja kulttuurielämään: kansallisrunoilija *J.L. Runeberg* on löytänyt Ruovedeltä kirjoittamisen aiheita ja taiteilija *Akseli Gallen-Kallela* on asunut Ruovedellä.



## Kunnan nykyinen ilme

Nähdessäni Ruoveden kunnan vuosien varrella kertyneet materiaalit ensimmäistä kertaa, huomasin ettei yhtenäistä visuaalista ilmettä ole koskaan ollut. Käytössä on ollut erilaisia logoja. Ilmeen värit ja sloganit ovat myös hieman vaihdelleet asiayhteydestä riippuen.

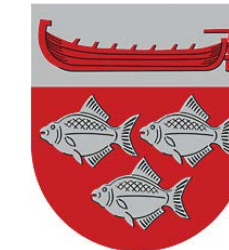
Aiemmissa logoissa on esiintynyt s/s Tarjanne-laiva, joka liikennöi Tampereelta Virroille Ruoveden kautta kesäkuusta elokuuhun.

*Akseli Gallen-Kallela* piirsi vuonna 1915 Ruoveden kunnan sinetin, jota pohjana käyttäen *Eino Halén* piirsi myöhemmin Ruoveden vaakunan, joka on ollut käytössä vuodesta 1959 (www.ruovesi.fi, 20.4.2015). Monissa kunnan materiaaleissa on käytetty vaakunaa logon sijaan. Vaakunan punainen väri on ollut käytössä esimerkiksi kunnan nettisivuilla ja käyntikorteissa.

6.



8.



7.



KUVA 6 ja KUVA 7: Ruoveden kunnan aiemmat logot, Ruoveden kunnan arkisto  
KUVA 8: Ruoveden vaakuna, www.ruovesi.fi

## KUNTIEN LOGOJA

Logoja on joka nurkalla. Siitä hetkestä kun heräämme siihen hetkeen kun menemme nukkumaan, logot ovat läsnä jokapäiväisissä rutiineissamme. (Airey, 2010, 2.) Olemme tottuneet näkemään erilaisia logoja, mutta minkälaiset logot erottuvat joukosta?

Päätin ensin vilkaista, miltä kuntamaailma näyttää, ennen kun pohdin logon merkitystä syvemmin. Kävin läpi miltei kaikki Suomen kaupunkien ja kuntien nettisivut, mikä osoittautui erittäin tärkeäksi pohjatyöksi. Kuntien logoilla ei ole tiettyä etukäteen sovittua kankeaa kaavaa, jonka mukaan logo tulisi tehdä, jotta se sopisi kuntamaailmaan. Kuntien logot ovat yllättävän erilaisia.

Logosuunnittelun kurssilla keskusteltiin kuinka kaikilla kunnilla on vihreää ja sinistä logossaan kuvaamassa luontoa, mikä on yleinen klisee, jota tulee välttää. Löysin tähän kuvaukseen sopivia logoja, joista osa oli mielestäni toimivia ja osa vähemmän toimivia. Lopulta ne kaikki hukkivat sinivihreään logomereen, jossa niitä ei voinut erottaa toisistaan.

Mietin, pitääkö logon henkiä vahvasti kuntamaisuutta, vai onko erotuminen mahdollista. Tutkiessani kuntien logoja, havainnoin samalla kuntien muuta ilmettä nettisivujen välityksellä. Erityisen vaikutuksen minuun teki Posion kunnan persoonallinen markkinointi, joka muo-

dostuu omaleimaisesta logosta, pirteästä oranssista väristä, mielenkiintoisista tarinoista, hauskaasta markkinointivideosta sekä muista elementeistä.

On sopimuksen varaista, että logo on logo. Tämä ei kuitenkaan toteudu suurella osalla kunnista, joilla on markkinoinnissaan käytössä vaaku-na logon sijaan.

Mielestäni logo on kunnan kasvot ja ennen kaikkea visuaalinen viestinviejä. Siksi olen tyytyväinen, että yhä useampi kunta ymmärtää vahvuutensa markkinoinnissa ja ottaa askeleen kohti graafista maailmaa. Viime vuosien aikana kuntien ja kaupunkien panostus visuaaliseen ilmeeseen on kasvanut vähitellen.

Uskon, että monien kuntien kohdalla heikon ulkoasun takana on taloudelliset seikat, mutta myös visuaalisen ymmärryksen ja tiedon puute. Ehkä kunnat eivät usko graafisen ilmeen tuovan lisäarvoa tai uskalla uudistua. Mielestäni kuntien kohdalla jo oma erottuva logo sekä nykyaikaiset nettisivut antavat paljon kiinnostavaa painoarvoa.



Kuntien ja kaupunkien tunnuksia: 1) Inari, Porvoo, Posio, Vantaa, Leppävirta 2) Eurajoki, Toholampi, Lempäälä, Lapua, Hausjärvi 3) Kouvola, Mäntsälä, Seinäjoki, Oulu, Loppi 4) Laihia, Salla, Vaasa, Salo, Lappeenranta



## LOGON SUUNNITTELUPROSESSI

### Suunnittelun aloitus

Yksi kunnan visuaalisen ilmeen tärkeimpiä elementtejä on logo, tunnus, johon kuuluvat kuvallinen osuus, liikemerkki ja kunnan nimen kirjoitettu ulkoasu, logotyypki.

Kunnan graafinen ilme, brändi, on paljon muutakin kuin pelkkä logo. Brändin kokonaisuuden tulee heijastua logossa. Pohdin vielä asiaa ennen kun työstin logoa pidemmälle.

Logo on kuin portti, jonka avattuaan katsoja voi ymmärtää myös brändin. Täytyy ymmärtää kohderyhmää, jotta voi saada aikaan halutun vaikutuksen (Budelmann, 2010, 80). Katsojien halutaan samaistuvan brändiin niin, että he muistavat sen saman tien nähdessään logon seuraavan kerran (Airey, 2010, 33).

Oikeanlaisella brändäyksellä lisätään tuotteen koettua arvoa ja luodaan kestäviä suhteita kohderyhmään. Hyvä tarina auttaa suunnittelussa ja sopii brändin pohjaksi - suunnittelijan työ on löytää tämä tarina ja kertoa se viisaasti. (Airey, 2010, 8.)

Tarina alkoi muodostua: minulla oli ennestään selkeä kuva Ruovedestä ja kunnantalolla saamani uudet tiedot nitoivat kaiken yhteen. Kunnan tärkeimmät arvot ovat suvaitsevaisuus, vastuullisuus ja rehellisyys - nämä ja slogan *Kulttuurin lähteellä* yhdessä kiteyttävät kunnan viestin.

Viereisen sivun kuva kertoo hyvin logon suunnittelun lähtötilanteesta: istun mökillä laiturilla kuunnellen kuinka tuuli heiluttaa kaisloja. Tuona hetkenä aloin luonnostella logon merkkiä, jonka ensimmäiset versiot olivat melko abstrakteja.

Logon on jätävä mieleen erilaisissa tilanteissa. Esimerkiksi jos katsoja ajaa tienvarsikytkin ohi, hänen on ehdittävä hahmottaa logo hyvin lyhyessä ajassa. Luettavuus ja johdonmukaisuus ovat logon tärkeimpiä ominaisuuksia (Budelmann, 2010, 46).

Tunnistettavat ja tunnetut tavamerkit vakuuttavat ihmiset (Wheeler, 2013, 46). Samasta syystä Ruoveden kunnan logon on oltava puhutteleva ja mieleenpainuva.

Tunnuksen ei tarvitse olla aiemmin esitettyjen kuntatunnusten täysi vastakohta erottuakseen (Budelmann, 2010, 159). Kontrasti tekee logosta erottuvan: kahden elementin painon, värin ja suunnan vastakkainasettelu voi parantaa logon merkitystä ja myös lisätä kiinnostavuutta. (Budelmann, 2010, 26.)



Luonnoksien orgaanisia muotoja. Logo muodostuu vaihe vaiheelta vapaasti maala-  
tuista kaislaa muistuttavista siveltimenvedoista.

## Merkki

Liikemerkki on muotokieleltään luonnollinen ja liikkuva. Merkki esittää kaislaa, tarkemmin sanottuna järviruokoa, joka heiluu tuulessa.

Kaisla assosioituu järviin ja vesistöihin. Ruoveden pinta-alasta miltei viidesosa on vesistöä, joten kaisla tuntui luontevalta ratkaisulta. Vettä esittävä logo olisi ollut liian ilmeinen ja käytetty valinta. Halusin lopputuloksen olevan runollinen ja hieman arvoituksellinen.

Kaislan voi nähdä myös heinänä, joka vie ajatuksia peltoihin ja maatalamaisemiin, jotka ovat myös Ruovedelle tunnusomaisia. Pyrin siihen, että katsoja ei voi sivuuttaa logon luontoarvoa: sen orgaanisuus on alleviivattu säilyttämällä niin paljon maalauksellisuutta ja kädenjälkeä, kuin mahdollista.

Ruskeansävyjä ei käytetä logoissa paljon, saati sitten kuntien logoissa, joten tämä oli uskalias ratkaisu.



Merkin suunnitteluvaiheet lyijykynästä vektoriluonnoksiin ja maalauksesta lopulliseen vektorimuotoon.

C 0 M 0 Y 79 K 35  
R 182 G 172 B 60



## Typografia

Kokeilin useita fontteja, mutta ne tuntuivat liian yksipuolisilta. Halusin logotyypin olevan sekä tarkka että orgaaninen, jotta se korostaisi Ruoveden eri puolia.

Päädyn Signika Regulariin, sillä se on lempeä ja sopii sympaattiselle kunnalle. Halusin korostaa tummansinisellä värillä logotyypin määrätietoista mutta vapaita linjoja - nämä symboloivat ruovesiläisyyttä aidoimmillaan. Tumma sävy tuo näkyviin fontin tyyllitellyn aaltomaiset yksityiskohdat, jotka viittaavat Ruoveden vesistöihin.

Signika on Anna Giedrysin suunnittelema sans-serif, eli päätteetön kirjaintyyppi, joka on kehitetty opasteisiin ja mediaan, joissa kaivataan selkeitä linjoja. Valintaan vahvasti Signikan korkeus ja matalakonstrastisuus, joiden ansiosta se on hyvin luettavissa pienessä koossa sekä suurissa etäisyyksissä. (www.google.com/fonts, 20.4.2015.)

Slogan-tekstin fontiksi valitsin Gill Sansin Italic-leikkauksen, sillä se on helppolukuinen ja kursiivi leikkaus korostaa kaislan tuulessa heilumisen efektiä.

C 100 M 0 Y 0 K 75  
R 0 G 69 B 99

## Signika Regular

### Gill Sans Italic



Tasavahvan Signikan monissa kirjaimissa on persoonallisia yksityiskohtia, kuten R-kirjaimen jalassa.



Välivaiheita: 1) Signika Regular, 2) Sinhala Mn Regular, 3) Oriya Sangam MN Regular, 4) Abalda, 5) Signika Light, 6) Signika Regular



Signika-kirjasintyyppin kaarevat linjat yhdistävät sen liikemerkkiin.

### Valmis logo

Prosessin alusta loppuun minulle ehdotettiin tunnuksen merkin väriksi vihreää. Tämä olisi vienyt logoa täysin väärään suuntaan: tunnus olisi kadonnut muiden kuntalogojen joukkoon, eikä logotyyppiin ja merkin välinen kontrasti olisi ollut riittävä. Vihreänä merkki näyttää ruohovartistelta kasvilta tai lehdeltä. Kullanruskea sävy kuvaa realistisemmin niitä värejä, mitä näemme kaislikoissa ja pelloissa.

Kokeilin logotyyppiin mustaa väriä, mutta se oli liian tumma suhteessa kullanruskeaan, joka näytti haalistuvan mustan rinnalla. Musta liitetään usein pimeään ja suruun, joten en halunnut sitä Ruoveden kunnan tunnukseen (www.coloria.net, 23.4.2015).

Valmiissa tunnuksessa merkin ja logotyypin välillä on vuoropuhelu, mutta ne ovat silti eri maata. Logotyypin tumma ja tasainen pinta kohtaa kaislan rosoisuuden, mikä sopii luonnonläheiselle kunnalle. Merkistä ja logotyypistä löytyy kaarevia linjoja, jotka sitovat ne yhteen.

Merkin asento on tarkkaan mietitty: kaislan liike kulkee vasemmalta oikealle ja samaan aikaan se osoittaa logotyyppiin päin, kuin toivottaen tervetulleeksi Ruovedelle. Järviruoko on selkeä valinta merkiksi, kun erotetaan Ruovesi-sanan alku ja loppu eli ”ruo” ja ”vesi”.



Värikokeiluja: 1) Vihreä ja sininen ovat tasavahvat. 2) Musta väri tekee tunnuksesta synkän. 3) Merkin ja logotyypin välillä on sopivasti kontrastia.



1) Perusmuoto logo, ensisijainen 2) negatiivilogot 3) mustavalkoinen logo 4) Perusmuoto logo sloganilla, ensisijainen 5) negatiivi-logot sloganilla 6) mustavalkoinen logo sloganilla





Ruovesi



Ruovesi

# ILMEEN LUOMINEN

## Kohti brändiä

Toimiva brändi voi lisätä kunnan yhteisöllisyyttä, parantaa sen viestintää sekä toivottaa tervetulleeksi uusia matkailijoita ja asukkaita.

Logon valmistuttua suurimmat haasteet olivat vasta edessä. Kunnan työntekijöillä oli useita mielipiteitä siitä, mihin suuntaan ilmettä tulisi kehittää. Yksi asia oli varma - vanhat logot ja punainen väri saivat lähteä. Sain rakentavaa kritiikkiä ensimmäisistä luonnoksistani, mutta kaikki kommentit eivät auttaneet suunnittelutyössä, sillä ne olivat ristiriidassa keskenään.

Halusin vakuuttaa kunnanjohton vahvalla visiollani. Kun suunnittelin brändiä, lähtökohtanani olivat avainsanat: luotettava, värikäs, persoonallinen, luonnonläheinen ja aikaa kestävä. Lähdin hakemaan visioni mukaista tunnelmaa valokuvien, värien ja kuvituksien kautta.

Brändi tarvitsee tuekseen erilaisia elementtejä, jotka puhuvat samaa kieltä yhdessä ja erikseen. Graafiseen tyyliin lisättävät visuaaliset elementit, kuten valokuvat ja kuvitukset auttavat graafisen ilmeen luomisessa (Budermann, 2010, 10).

Ennen kun pääsin käsiksi kunnan valokuvapankkiin, tutkin omia valokuviani Ruovedeltä ja kokeilin osaa niistä - runsaat vaihtoehdot antoivat hyvän lähtökohdan brändin luomiseen.

## Värit

Graafisen ilmeen värit siirtyvät identiteetin mukana esimerkiksi ympäristöön, pakkauksiin ja nettisivuille, siksi niiden johdonmukaisuus ja viesti ovat tärkeitä (Budermann, 2010, 16).

Värejä käytetään herättämään tunteita ja miellelyhtymiä ja ne saattavat jäädä alitajuntaamme yllättävän tehokkaasti (Wheeler, 2013, 150). Taitava suunnittelija harkitsee tarkoin värien merkityksiä sekä missä suhteessa ne ovat toisiinsa ja ympäristöönsä.

Törmäsin kuntien nettisivuilla kaikkiin mahdollisiin sateenkaaren väreihin, yhdessä ja erikseen - tämä oli mielestäni sekavaa, joten paras mahdollisuus erottua muista kunnista, oli valita hillitty määrä värejä.

Ilmeen päävärit määritin logosta: kullanruskean ja tummansinisen, jotka ovat kontrastin puolesta yllättävä ja toisiaan täydentävä pari. Tehosteväreiksi valitsin raikkaat vaaleansinisen ja vaaleankeltaisen.

Maanläheinen kullanruskea väri tuntuu turvalliselta (www.coloria.net, 23.4.2015). Ruoveden ilmeessä se kuvaa kulttuurista ja maataloutta, jotka ovat Ruovedelle tunnusomaisia. Kultainen liitetään arvokkaisuuteen asioihin, ruskea väri symboloi Ruoveden kaislikoita ja peltoja.

Tummansiniseen väriin sain alussa inspiraation Ruovedellä järjestettävästä perinteikkästä *Noitien yöstä*. Kunnan aiemmissa tunnuksissa oli käytetty tummansinistä, joten halusin siirtää uuteen ilmeeseen jotain perinteistä. Sininen väri liitetään virallisuuteen ja lempeään elämäntapaan - nämä seikat sopivat kuntaan, joka tarjoaa luotettavia palveluita sekä rauhaisan paikan elää (www.coloria.net, 23.4.2015).

Keltainen viittaa aurinkoon ja se on liitetty positiivisuuteen, onnellisuuteen ja lämpöön (www.coloria.net, 23.4.2015). Kesä on Ruoveden kunnalle tärkeää aikaa, kun sen asukasluvu tuplaantuu kesäasukkaiden myötä, siksi ilmeen värimaailmassa tulee olla kesäisiä sävyjä.

Ruovesi on suomalainen kunta ja Suomessa asuvat kokevat sinisen sävyt omikseen: vaaleansininen tuo mieleen järvet, taivaan sekä valossa heijastelevat lumihanget. Sinisessä värissä on siis isänmaallinen symboliarvo (www.coloria.net, 23.4.2015).

Uskon valitsemieni värien kestävän aikaa, sillä olen todella miettinyt niiden yhteyttä Ruoveteen ja millaisia tunteita ne voisivat herättää katsojissa.



PÄÄVÄRI 1. Kullanruskea  
C 0 M 0 Y 79 K 35  
R 182 G 172 B 60



PÄÄVÄRI 2. Tummansininen  
C 100 M 0 Y 0 K 75  
R 0 G 69 B 99



Tehosteväri 1. Vaaleansininen  
C 55 M 0 Y 0 K 0  
R 91 G 203 B 245



Tehosteväri 2. Vaaleankeltainen  
C 5 M 0 Y 75 K 0  
R 248 G 238 B 98

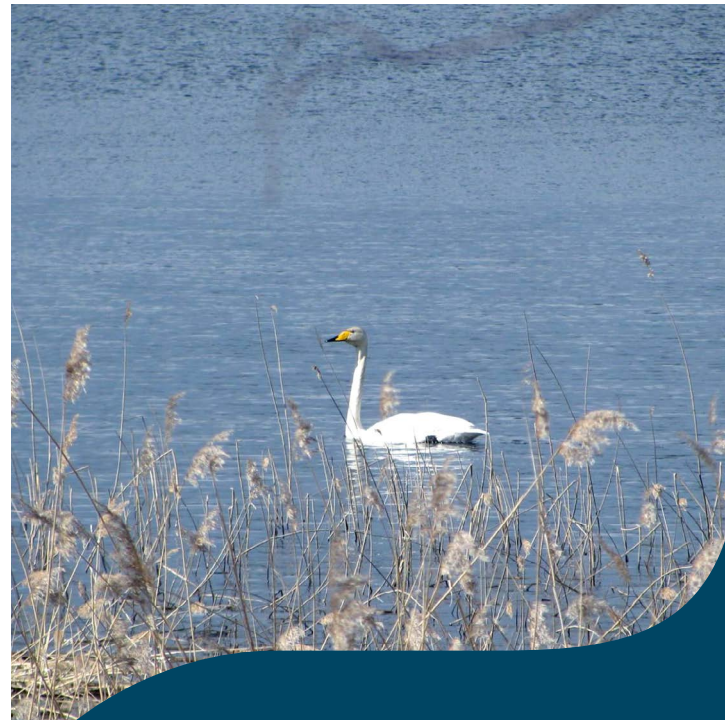
## Kuvitukset ja grafiikat

Kuvitukset ovat kuin pieniä tarinoita Ruovedeltä: niissä esiintyvät marjoja poimiva tyttö, Ruoveden nimikkoeläin, kettu, sekä talvisessa maisemassa ulkoileva poika. Hahmot kuvaavat Ruoveden ystävällisiä ihmisiä ja puhdasta luontoa. Väripaletissa käytin ilmeen värejä, mikä sitoo kuvitukset muuhun ilmeeseen.

Jokainen kuvitus muuttui yleisön kommenttien mukaan, sillä ne herättivät tunteita puolesta ja vastaan kunnantalolla. Jotkut epäilivät niitä, jotkut ihastuivat niihin. Sain väliseminaarissa paljon positiivisia kommentteja kuvituksista ja siksi jaksoin puolustaa niiden paikkaa graafisessa ilmeessä. Lopulta kuvitukset hyväksyttiin mukaan ilmeeseen.

Samaistuttavat kuvitukset ja iloinen värimaailma tuovat kunnan ilmeelle erottuvuutta, joten en enää lisännyt siihen paljon elementtejä tai muotoja, toisin kuin olin alun perin ajattellut.

Graafisten elementtien idean sain Signika-kirjasintyyppiin kaarevista yksityiskohdista. Samanlaisia muotoja on myös liikemerkissä. Ilmeen värien mukaiset selkeät elementit antavat hyvin tilaa kuville ja korostavat ilmeen kuntamaisuutta. Ajattelin yksinkertaisten elementtien myös helpottavan ilmeen jatkokäyttöä kunnassa.



KUVA 12: Jaana Joenvuori-Arsto

Graafinen elementti käytössä kuvan päällä.



Kuvitukset



## SOVELLUKSET

Ensimmäisissä kokouksissa Ruovedellä saimme sovittua materiaalit, jotka sain tehtäväkseni työstää. Tärkeimmiksi sovelluksiksi nousivat nettisivut, kirjekuoret, käyntikortit, roll-upit ja tienvarsikyltti. Suunnittelua ohjasi asiakkaan budjetti.

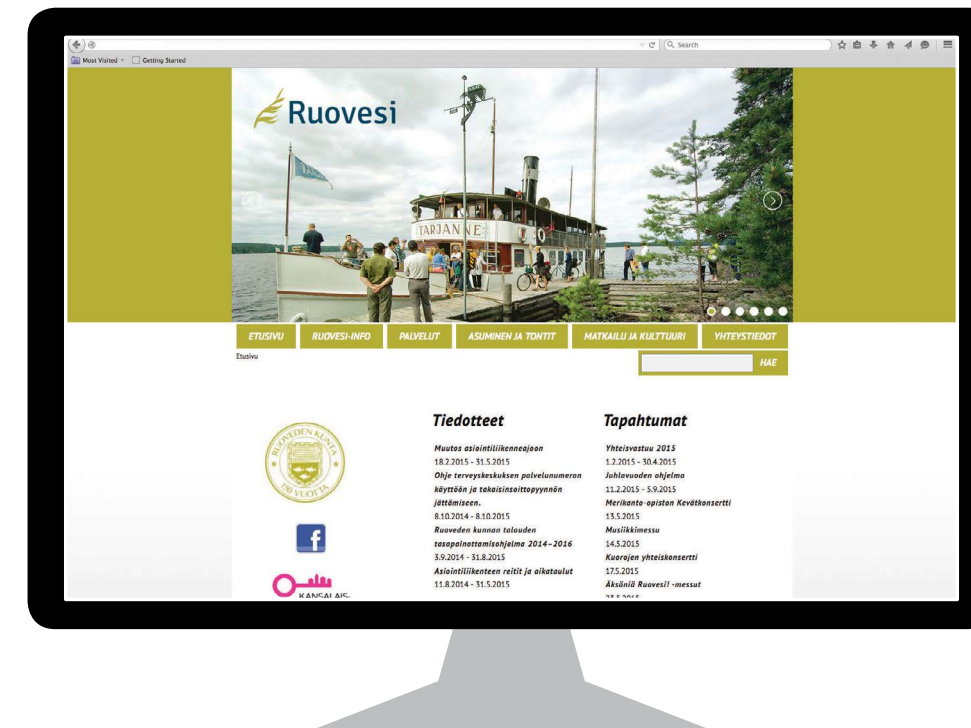
Onnekseni kunnalla on erittäin kattava valokuvapankki, josta löysin mitä upeampia kuvia. Käytin paljon valokuvia eri sovelluksissa, mikä tietysti ohjasi graafisen ilmeen suuntaa.

Nettisivut kokivat suuren muutoksen aiempaan. Aluksi Ruoveden kunnan edustajat eivät halunneet uudistaa niitä, mutta mielipiteeni sivujen tärkeydestä meni lopulta läpi. Nettisivuilla ihmiset pääsevät helposti kokemaan brändin, joten sen on oltava uuden ilmeen mukainen.

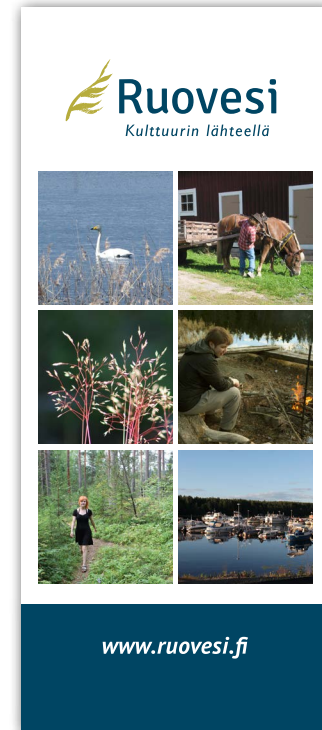
Pidin nettisivut yksinkertaisina, sillä ennen kaikkea informaation tulee olla helposti löydettävissä. Graafinen ilme näkyy nettisivuilla pääosin värimaailmassa. Bannerikuviin valikoin laajasti erilaisia elinvoimaisia ja mielenkiintoisia kuvia, joista katsoja pääsee tutustumaan Ruoveden tapahtumiin, maisemiin ja ihmisiin.



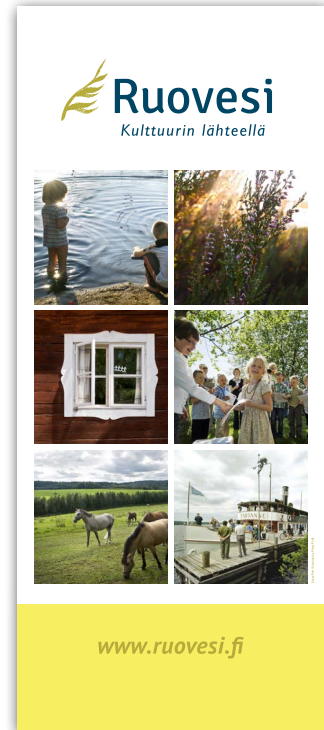
Muotoonleikatut postikortit erottuvat normaaleista suorakulmaisista korteista.



Nettisivut



Roll-upit 85cm x 200cm  
1:21



Roll-uppien tärkein tarkoitus on toimia katseenvangitsijoina esimerkiksi messuilla, joten päätin painottaa viestiä valokuvilla. Tunnelmaa luovat kuvat pääsevät oikeuksiinsa yksinkertaisessa taitossa. Valitsemiani kuvat tukevat Ruoveden kunnan imagoa matkailukuntana, sillä ne esittelevät paikallisia maisemia ja kulttuuria monipuolisesti.

Tienvarsikylin kohdalla karsin turhat elementit pois ja keskityin olennaiseen. Teksti on pääosassa, sillä tienvarsikylytti ohitetaan nopeasti ja visuaalisen viestin on oltava selkeä.

Kylyn side muuhun graafiseen ilmeeseen syntyy graafisista aaltomaisista linjoista ja tummansinisestä väristä. Myös valitsemallani valokuvalla on suuri merkitys kyltin ilmeessä: tärkein elementti Ruoveden logon ja ilmeen takana on vesi, jonka ansiosta kyltti näyttää Ruovedeltä.



Tienvarsikylytti 6m x 2,4m  
1:30

Käyntikortti on graafisen ilmeen tärkeimpiä sovelluksia, sillä se on pieni ja siirrettävä - niitä jaetaan päivittäin, joten vaikutuksen on oltava positiivinen (Wheeler, 2013, 150). Pysin perinteisen käyntikortin koossa, 90x50mm. Panostin kortin molempiin puoliin, jotta kunta sai lisää markkinointitilaa.

Kortin etupuolella annoin paljon tilaa liikemerkille, jotta sen yksityiskohdat näkyvät selkeästi. Kääntöpuolesta tein markkinoivamman, sillä se sai Ruoveden kesäistä tunnelmaa kuvaavan valokuvan. Näiden ratkaisujen johdosta pystyin käyttämään logosta sloganilla varustettua versiota, joka ei olisi mahtunut muiden tietojen kanssa yksipuoleiseen käyntikorttiin.

Kirjekuorien linjan pidin hyvin yksinkertaisena, jotta ne sopisivat kaikkiin tilanteisiin. Esimerkiksi laskujen tai muiden virallisten kirjeiden lähettämässä toimii selkeä, lähes valkoinen kuori. Logon lisäksi ilmeen elementteinä ovat etuosan aaltokuvio, jossa on kunnan nettiosoite sekä takaosan tummansininen läppä, joka kokoaa Ruoveden kunnan yhteystiedot kätevästi näkyville.



Käyntikortti etu- ja taustapuoli 90mm x 50mm



Kirjekuori etu- ja taustapuoli, C5

## LOPUKSI

Ruoveden ilmeen valmistuminen sai minut tuntemaan työni onnistuneeksi. Hyvän graafisen ilmeen suunnittelu ei ole ylellisyyttä, vaan ohitamaton perusasia toimivassa nykyaikaisessa yhteiskunnassa.

Paras tulos saavutetaan, mikäli kunta ottaa uuden ilmeen käyttöön yleisenä, sitä kunnioittaen ja toimien graafisen ohjeiston mukaisesti.

Päällimmäisenä projektista jäi mieleen aidosti toimiva vuoropuhelu asiakkaan ja minun välillä. Asioin eri tilanteissa useiden yhteyshenkilöiden kanssa ja kaikki hoitui sujuvasti. Olen ylpeä siitä, että melkein kaikki ehdotukseni toteutuivat sen ansiosta, että osasin perustella työni ratkaisut asiakkaalle.

Olen oppinut lisää työskentelyni ajankäytöstä ja suunnittelun vaiheet sujuivat nopeammin kuin ennen. Osaan ottaa entistä paremmin huomioon asiakkaan, hänen toiveensa ja suunnitella yhdessä heille sopivan ratkaisun.

Työprosessissa on usein asioita, jotka tekisin toisin, eikä tämä projekti ollut poikkeus, sillä kiireinen aikataulu pakotti minut tekemään nopeita päätöksiä. Liika itsekriittisyys ei edistä mitään, mutta projektit hiovat minua paremmaksi suunnittelijaksi ja tämä opinnäytetyö oli iso harppaus.

Kuten *David Airey* sanoi, onnistunut suunnittelutyö voi täyttää tavoitteet, jotka alun toimeksiannossa on annettu, mutta kadehdittava muotoilu on lisäksi yksinkertaista, kestävä, erottuvaa, mieleenpainuvaa ja mukautuvaa. Mielestäni olen onnistunut näissä tavoitteissa ja näen työni tuovan Ruoveden kunnalle lisäarvoa.

Uuden ilmeen käyttöönotto tarvitsee aikaa, jotta materiaalit julkaistaan ja ihmiset tottuvat näkemäänsä. Jään jännityksellä odottamaan kommentteja niin paikallisilta kuin vierailijoiltakin.

Haluan kiittää lämpimästi kaikkia myötävaikuttaneita tämän työn loppuunsaattamiseksi.

*It's about telling your story.*

- Adam N. Stone

# LÄHTEET

## **Kirjalliset lähteet**

AIREY, DAVID. 2010. LOGO DESIGN LOVE. New Riders, Berkeley.

BUDELMANN, KEVIN ; KIM, YANG ; WOZNIAK, CURT. 2010. Rockport Publishers, Beverly.

WHEELER, ALINA. 2013. Designin Brand Identity. Fourth edition. John Wiley & Sons, New Jersey.

## **Sähköiset lähteet**

<http://www.ruovesi.fi>, 20.4.2015.

<http://www.google.com/fonts>, 20.4.2015.

<http://www.coloria.net>, 23.4.2015

## **Aiheeseen liittyvät opinnot**

JULIA, OJAPELTO. 2013. Logosuunnittelu ja heraldiikka, opintojakso. Lahden ammattikorkeakoulu.

JULIA, OJAPELTO. 2013. Visuaalisen identiteetin suunnittelu, opintojakso. Lahden ammattikorkeakoulu.

## **Kuvalähteet**

KUVA 1: Veera Arstio

KUVA 2: Veera Arstio

KUVA 3: Veera Arstio

KUVA 4: Veera Arstio

KUVA 5: Mikko Kortelainen

KUVA 6: Ruoveden kunnan arkisto

KUVA 7: Ruoveden kunnan arkisto

KUVA 8: <http://www.ruovesi.fi/files/4614/0057/3528/vaakunapieni.jpg> (22.4.2015)

KUVA 9: Veera Arstio

KUVA 10: Veera Arstio

KUVA 11: Veera Arstio

KUVA 12: Jaana Joenvuori-Arstio

