

EVERY GREEN IN MAY

Yhtyeen visuaalisen ilmeen ja verkkosivujen suunnittelu

Opinnäytetyö, AMK

Syksy 2016

Simo Heikkinen

Lahden Ammattikorkeakoulu

Muotoiluinstituutti

Viestinnän koulutusohjelma, graafinen suunnittelu

Tiivistelmä

Suunnittelin opinnäytetyökseni logon sekä verkkosivujen toteutuksen Every Green in May -nimiselle yhtyeelle. Rock-musiikkia vahvoilla elokuvasoundtrack-vaikutteilla soittava yhtye tarvitsi itselleen visuaalisen identiteetin, joka toimisi tukirankana useille bändin tuottamille pienjulkaisuille.

Opinnäytetyössäni käsittelin bändin visuaalisen identiteetin suunnittelua sekä suunnitteluprosessia.

Avainsanoja:

Visuaalinen identiteetti, logo, yhtye, musiikki, verkkosivut, Wordpress

Abstract

I designed a logo and a website for Every Green in May, a group playing rock music with strong film score elements. The band needed a clear visual identity to support the promotion of their frequent new releases.

In my written analysis I went through the design process and the development of the visual identity.

Keywords:

Visual identity, logo, band, music, website, Wordpress

SISÄLLYS

JOHDANTO	4	<i>4.3 Typografia</i>	26
1.1 Aluksi	5	<i>4.4 Värät</i>	27
1.2 Lähtökohdat	6	<i>4.5 Wordpress-toteutus</i>	28
1.3 Every Green in May	6	<i>4.6 Responsiivisuus</i>	29
1.4 Projektin tavoitteet	6	PÄÄTÄNTÄ	36
1.5 Omat tavoitteet	7	5.1 Palaute ja itsearviointi	37
TAUSTOITUS	8	5.2 Lopuksi	37
2.1 Musiikin analysointi	9	LÄHTEET	38
2.2 Toimeksianto	10		
LOGO	11		
3.1 Taustoitutus	12		
3.3 Symbolit	15		
VERKKOSIVUT	23		
4.1 Taustoitutus ja referenssit	24		
4.2 Rakenne	25		

1

JOHDANTO

1.1 Aluksi

Olin keväällä 2016 aloittanut opinnäytetyöprosessin ja valinnut aiheekseni musiikkijulkaisun graafisen ilmeen toteuttamisen. Etsin vielä alkuvaiheessa asiakasta, jonka kanssa yhteistyössä olisi voitu toteuttaa aihettani vastaava produktio. Kun asiakasta ei etsinnöistä ja yhteydenotoista huolimatta löytynyt, aloin työstämään kokeellista projektia, joka olisi ollut jonkin olemassa olevan levyn uudelleenbrändäys. Kyseinen projekti kuitenkin kaatui alkukankeuksiin. Itselleen työskenteleminen sekä työn konkreettisen todellisuuspohjan puute olivat ongelmia, joita en kyennyt ratkaisemaan jotta työ olisi edistynyt.

Kuluneen vuoden aikana olin tehnyt Every Green in May -nimiselle yhtiölle hyvin pienimuotoisia projekteja, jotka olivat lähinnä tekstinasettelua vaatineita pikkuhommia levynkantta varten, mutta myös verkkosivujen suunnittelua sekä toteuttamista yhdessä koodarin kanssa. Olin yhteydessä viimeiseksi tekemäni julistetyön jälkeen bändin luotsaajan ja yhteyshenkilönäni toimivan Olli Tasalan kanssa, joka kertoi bändin toiminnan tulevan kasvamaan merkittävästi tulevan vuoden aikana. Ensimmäiset julkaisut olivat keränneet positiivista julkisuutta ja hyvät arviot olivat rohkaisseet bändin jäseniä viemään toimintaa eteenpäin. Tarjosin bändille logosuunnittelua sekä laajempien verkkosivujen tuottamista opin-

näytetyönäni, sillä bändille aiemmin työstämäni visuaalinen materiaali oli tehty budjetin mukaan nopeasti ja vanhat verkkosivut pohjautuivat liikaa yhtiöön ensimmäiseen julkaisuun. Yhtenäistävälle ilmeelle oli Tasalan mielestä ehdoton tarve tulevaisuutta varten, joten sovittiin että tuottaisin bändille logon lisäksi myös päivitettyt verkkosivut, jotka olisivat samalla aiempaa kattavammat.

Opinnäytetyöprosessin aikana aiheeni muuttui musiikkijulkaisun graafisen ilmeen toteuttamisesta yhtiöön ilmeen suunnitteluksi, joten jouduin aloittamaan työn lähes tyhjältä pöydältä. Aiemmin lukemani aineisto kuitenkin osoittautui relevantiksi myös uuteen aiheeseen, joten siirtymä oli loppujen lopuksi kivuttomampi kuin mitä pelkäsin.

1.2 Lähtökohdat

Lupauduin tekemään työni yhtyeelle veloituksetta, sillä se mahdollisti käyttämään projektiin niin paljon aikaa kuin itse sille raaskin antaa sekä aikataulutamaan sen muiden töideni kanssa järkevästi. Yhtyeelle, jolla ei alkuvaiheessa ole budjettia juuri mihinkään ylimääräiseen tämä oli tietysti hyvä uutinen, joten molemmat osapuolet hyötyivät selkeästi.

Vaikka projektissa ei ollut kiinni rahaa, yhtye kuitenkin tulisi hyvin suurella todennäköisyydellä käyttämään tuottamaani materiaalia, jolloin työni ensisijainen lähtökohta oli toteuttaa valmis, hyvä ja toimiva lopputuote. Projekti haluttiin toteuttaa tiiviissä yhteistyössä bändin kanssa, eli käytännössä minun ja Olli Tasalan välisenä keskusteluna. Näin projektin joka vaiheessa pysyttiin samalla viivalla sekä tavoitteet olivat aina molemmille selvät.

Sovimme projektin alkuun tapaamisen, jossa keskustelimme yleisesti bändistä; sen toimintamalleista, lähtökohdista ja musiikista. Sovimme projektin tavoitteista sekä työnkulusta. Tapaamiseen osallistui

Tasalan ja itseni lisäksi myös bändin markkinoinnista omaa erillistä opinnäytetyötään tekevä markkinoinnin opiskelija Anu Rajala.

1.3 Every Green in May

Every Green in May sai alkunsa kaveriporukan yhteisenä projektina, joka äänitti yhdessä Olli Tasalan säveltämän kappaleen ”City Ghost’s Club” ja julkaisi sen ilmaisena digisoittona kesällä 2015. Seuraavana vuonna bändi äänitti ja julkaisi kolme kappaletta sisältävän Skyend -EP:n. Tasalan mukaan yhtyeen suunnitelmana on se, että bändi alkaisi jatkossa tuottaa tiheämmin vastaavanlaisia pienjulkaisuja ja jakaa ne edelleen verkon kautta ilmaseksi. Koska musiikki saa vahvoja vaikutteita elokuvamusikista ja elokuvamaailma yleensäkin toimii innoittajana Tasalalle, aloimme puhua julkaisuista ”lyhytelokuvina”, joista jokaisella on oma teemansa.

Bändin toiminta pohjautuu vahvaan toimintamalliin, jonka ytimessä on musiikin ja visuaalisen taiteen yhdistäminen. Jokaisen kappaleen ja julkaisun olennainen osa on siihen liittyvä tai siihen pohjautuva kuva, joka

on kuitenkin enemmän kuin pelkkä kansikuva. Esimerkiksi City Ghost’s Clubin yhteydessä toteutin bändille verkkosivut, joista bändi halusi ”virtuaaligallerian”. Sivuilla pääsi kuuntelemaan musiikkia, lukemaan sanoituksia sekä katselemaan Juha Arvid Helmisen bändistä ottamia kuvia, jotka ovat ruutukaappauksia elokuvasta. Olli Tasala kertoi myös tuoreemman Skyend-kappaleen saaneen inspiraationsa Antti Palkénin ottamasta valokuvasta, joka nähdään myös EP:n kansikuvana.

1.4 Projektin tavoitteet

Virtuaaligalleria-konseptia haluttiin jatkossakin käyttää, joten se tuli olemaan yksi lähtökohta uusille verkkosivuille. Sivujen tulisi tarjota bändistä tietoa sekä samalla toimia alustana kaikille uusille julkaisuille, ja esitellä niiden alla syntyneitä tai innoittajina toimineita visuaalisia teoksia. Ennen kaikkea uusien sivujen tavoitteena olisi kuitenkin tarjota kuuntelijoille ja faneille tietoa ja taustaa yhtyeestä ja sen jäsenistä.

Verkkosivujen lisäksi yhtä tärkeässä roolissa tulisi olemaan uusi logo, joka nitoisi irralliset julkaisut yhden tunnistettavan nimen alle. Bändin nimi oli ollut aiem-

pien julkaisujen kansissa ja muissa materiaaleissa hyvin geneerisellä tyyllillä ladottuna, eikä siitä ollut vielä muodostunut varsinaista tunnistettavaa logoa. Lisäksi pöydälle nousi kysymys bändin nimestä, joka oli suhteellisen pitkä ja Tasalan mukaan vaikeasti muistettava. Vaikka vastaavanlaisia pitkiä nimiä on monilla yhtyeillä ollut käytössä, bändi halusi ottaa käyttöön varsinaisen nimen lisäksi myös lyhenteen ”EGiM”, jota käyttäen myös uusi logo haluttiin suunnitella.

1.5 Omat tavoitteet

Bändin tavoitteet olivat selvillä ensimmäisen tapaamisen jälkeen, mutta linjasin opinnäytetyölleni myös henkilökohtaisia tavoitteita. Halusin kehittyä logosuunnittelussa ja perehtyä siihen liittyvään prosessiin. Halusin tutustua verkkosuunnitteluun sekä pyrkiä myös toteuttamaan sivut itse, sen mahdollistavia työkaluja hyväksikäyttäen. Tämä tarkoitti selviytymistä hyvin alkeellisilla taidoilla HTML- ja CSS-koodikielissä. Yksinkertaisten verkkosivujen suunnittelun lisäksi myös niiden toteuttaminen olisi tulevien toimeksiantojen kannalta hyödyllistä hallita ja ainakin ymmärtää jollain tasolla.

Käytännön tavoitteiden lisäksi opinnäytetyöprojekti oli hyvä tilaisuus harjoittaa visuaalisen identiteetin suunnittelutaitoja sekä asiakaskontaktin hallinnointia. Valmiista työstä saisi myös erinomaisen työnäytteen, sillä lähes kaikki työssä nähtävä visuaalinen suunnittelu tulisi olemaan omaa jälkeäni.

2

TAUSTOITUS



Kuva 1: Juha Arvid Helminen - City Ghost's Club-sessio

"EGIMIÄ VIE eteenpäin valtava luomisvimma, vaikutteiden imeminen kulttuurin eri aloilta ja innostuminen teemaltaan hyvinkin erilaisista ilmaisumuodoista. Kaiken tämän yhdistäminen tarkoituksenmukaisesti yhden nimen alle haastaa sopivasti ja pitää aistit herkillä punaisen langan säilyttämiseksi."

- Olli Tasala

2.1 Musiikin analysointi

Every Green in May koostuu viiden soittajan kokoonpanosta, johon kuuluu kaksi kitaristia, basisti, rumpali sekä laulaja. Bändikokoonpanon lisäksi olennainen osa yhtyeen musiikista ovat elokuvamaiset sinfoniaorkesteriosuudet, jotka ovat digitaalisesti ohjelmoituja.

Yhtyeen tavoite on luoda hyvin erilaisia äänimaisemia, kulloisenkin julkaisun teemaan liittyen. Esimerkiksi ensimmäinen julkaisu City Ghost's Club sisälsi leikitteleviä ja hämyisiä tunnelmia, kun taas uusin Skyend on voimakkaampi yhtenäinen kokonaisuus, joka koostuu kolmesta

kappaleesta. Skyendillä vierailevana viulistina on soittamassa myös Elisa Järvelä.

Laulaja Tuya Pajusella on kaunis ja tunnistettava monialainen sopraanoääni, joka pystyy helposti sopeutumaan eri kappaleisiin ja tunnelmiin. Äänestä kuulee laulajan oopperataustat, mutta se tuo hyvin virkistävää vaihtelua muuten tasaiseen pop-lauluun. Laulajan ääni on usein ensimmäisiä asioita joihin musiikissa kiinnittää huomiota, ja joka yllättävän pitkälle ohjaa mielikuvia koko bändistä ja sen musiikista. Etenkin Every Green in Mayn tapauksessa mielikuvat liukuvat vahvasti Nightwishin suuntaan, sillä sinfoninen rock-musiikki naislaulajalla on etenkin Suomessa hyvin kiteeläisvoitoinen yhtälö. Tarkempi kuuntelu kuitenkin karistelee ennakkoluulot pois ja jättää jäljelle vain muutamia yhtäläisyyksiä Nightwishin, Leaves' Eyesin ja Evanescencen kaltaisiin yhtyeisiin.

Elokuvamusiikista vaikutteita on otettu etenkin James Hornerin sävellyksistä, mutta muita vaikutteita on Olli Tasalan mukaan saatu monialaisesti esimerkiksi Mustesta, Sólstafirista ja Devin Townsendista (Saari, 2016).

Vaikka vaikutteita on helppo nimetä, on EGiMin musiikki kuitenkin henkilökohtaisena mielipiteenäni hyvin ainutlaatuista ja poikkeavaa, etenkin Suomessa. Kappaleet saattavat olla keskenään todella erilaisia teknillisesti tai teemallisesti, mutta niissä vallitsee silti sama huolellisella työllä saavutettu dramaattisuus, joka ei sorru turhaan mahtipontisuuteen vaan pysyy tyylikkäänä.

2.2 Toimeksianto

Yhtyeelle tarvittiin ensisijaisesti ilmeen osalta logo, joka sitoisi vaihtelevan kuvamaailman ohjaaman visuaalisen ilmeen yhteen. Jokaisen julkaisun yhteydessä uusiutuvat kansigrafikat sekä muu kuvamateriaali on itsessään vahvasti ilmaisullista, joten haasteeksi nousi typografian ja värimaailman suunnittelemineen niin, että ne eivät ole tyyllisesti ristiriidassa olemassaolevien ja tulevien julkaisujen grafiikoiden kanssa. Suunnittelussa minun täytyi ottaa tämä huomioon ja pohtia visuaalisen ilmeen rajoja sekä muuntautumiskykyä.

Vahvimmin visuaalinen identiteetti tulisi näkymään yhtyeen omilla nettisivuilla, joihin tuli suunnitella tyylit sekä värimaailma. Verkkosivuille luomaani ilmettä

voitaisiin käyttää jatkossa myös bändin muissa materiaaleissa, kuten sosiaalisessa mediassa, käyntikorteissa ja muissa kohteissa, jotka promotoisivat yhtyettä.

Bändiltä saamani ohjeistus visuaalista ilmettä varten sisälsi seuraavia adjektiiveja: mystinen, tarinallinen, lähestyttävä, yksinkertainen ja suomalainen. Lisäksi elokuvamaailmasta innoituksensa saava yhtye halusi tämän näkyvän myös ilmeessään.

3

LOGO

KUN MUUSTA visuaalisesta ilmeestä haluttiin mukautuva, logon puolestaan tuli olla vahva, tunnistettava ja bändin visuaalista identiteettiä yhtenäistävä elementti. *Every Green in Mayn* tapauksessa logossa haasteena oli bändin pitkä nimi. Ajatuksena olikin ottaa käyttöön lyhenne ”EGiM”, jota bändistä voisi useissa yhteyksissä käyttää. Lyhenteen etuja ovat sen iskeytyvyys, mieleenpainuvuus sekä helpompi lausuminen. Lyhenne haluttiin sisällyttää logoon, mutta myös pitkää nimeä haluttiin käyttää. Logo tuli siis suunnitella toimivaksi siten, että se käyttäisi molempia nimiä ja olisi modulaarinen eri käyttötarkoituksia varten.

3.1 Taustoitus

Alina Wheeler toteaa kirjassaan *Designing Brand Identity*, että logon suunnittelussa ei ole olemassa mitään ennalta parasta lähestymistapaa tunnistettavan iden-

titeetin suunnitteluun, vaan suunnittelijan tulee tutkia monia vaihtoehtoja ja valita niistä paras asiakkaan tarpeisiin (Wheeler 2009, 50). Tällä hän viittaa mm. siihen, että tehdäänkö logomerkkiä vai ei. Tai tuleeko logon olla kuvitusmaisempi vai pelkästään vahvasti tekstipainotteinen.

Tyypillisesti bändit eivät käytä erillisiä logomerkkejä vaan tekstilogoja, joista muodostuu parhaimmillaan fanien ansiosta ikonisia tunnuksia. Poikkeuksia toki on: jotkin bändit ovat onnistuneet lyömään läpi merkilogon. kuten Black Flag tai Rolling Stones. Nämä yhtyeet eivät välttämättä tarvitse merkin lisäksi nimeään esille, sillä logot itsessään ovat tarpeeksi tunnistettavia. Näin vahva ikoninen merkitys syntyy ajan saatossa ja logon aktiivisen käytön tuloksena (Wheeler 2009, 34). Ilman vahvaa kulttisuosiota vastaavan leiman saavuttaminen on uudelle yhtyeelle vaikeaa ja nimen esille saaminen voi usein palvella bändiä paremmin.

3.2 Suunnitteluvaihe

Aloitin suunnitteluprosessin keräämällä kuvamateriaalia referenssiksi sekä inspiraatioksi. Keräsin mm.



Kuvat 2 ja 3: Rolling Stonesin logon on suunnitellut John Pasche. Black Flagin tunnuksen piirsi Raymond Pettibon.



Kuva 4: Logoreferenssejä

elokuvajulisteita, levynkansia ja logoja eri aloilta. Lisäksi tein taustatutkimusta ”kilpailijoista”, eli saman musiikkigenren bändeistä keräämällä niitä yhteen eräänlaiseksi viitekehukseksi, johon myös EGiM sijoittuu. Tämän kaltaisella tutkimuksella on Wheelerin mukaan kaksi näkökulmaa, markkinoinnillinen sekä design-painotteinen (Wheeler 2009, 114). Tutkimus oli omalta osaltani luonnollisesti muotoilukeskeinen, joten keskityin visuaalisen erottuvuuden analysointiin enkä muun markkinoinnin tutkimiseen.

Perinteisesti metallimusiikkiin yhdistetään fraktuuran ja muiden goottilaisten tekstityyppien käyttö, mutta tietyissä alagenreissä näitä esiintyy vähemmän. Valitseni melodista ja sinfonista rockia soittavien yhtyeiden logoissa oli käytetty lähes poikkeuksetta päätteellistä tekstityyppiä, kursiivia tai kalligrafiaa. Näillä halutaan ehkä viestiä tietynlaisesta runollisuudesta ja luoda ylevää vaikutelmaa, joka sopii dramaattiseen musiikkiin. Osassa logoista oli käytetty myös floraaleja tai tribaalimaisia muotoja, joiden estetiikka vetoaa vahvasti kohdeyleisöön.

Piirsin muutamia luonnoksia logosta ja kokeilin, minkä tyyppinen asettelu saattaisi toimia ja löytää mallin, joka

olisi yhtenäinen ja selkeä. Ideoista poimin muutaman, joiden pohjalta siirryin tekemään variaatioita erilaisilla tekstityypeillä Illustratorissa. Siirryn yleensä koneella työskentelyyn hyvin aikaisessa vaiheessa, sillä haluan nähdä miten luonnokset toimivat käytännössä oikeilla tekstityypeillä. Saatan printata koevedoksia erilaisilla fonteilla ja muokata niitä tussilla sekä korjauslakalla. Koska kirjainmuotoilu ei kuulu omiin vahvuuksiini, halusin pysyä valmiissa fonteissa ja korkeintaan muokata niiden omia kirjainmuotoja.

Ensimmäinen päätös oli kirjoitusasun valinta. Tähän bändiltä olikin tullut toive, että nimi kirjoitettaisiin muotoon ”EGiM”. Tein kuitenkin kokeiluja myös pelkillä pienaakkosilla, vain nähdäkseni miten se vaikuttaa yleisilmeeseen.

Päätettömällä tekstityypeillä tekemäni kokeilut karsituivat ensimmäisenä pois. Ne tuntuivat liian neutraaleilta, eivätkä ilmaisseet tarpeeksi hyvin musiikkia. Pidemmässä nimessä päätteetön tekstityyppi kuitenkin näytti toimivan, etenkin jos kontrastina lyhenteessä käytettiin päätteellistä. Lisäksi logoon tarvittiin tarinallisuutta ja

luonnonläheistä mystisyyttä, kuten bändikin oli toivonut. Orgaanisemmat ja muodoiltaan pehmeämmät päätteelliset fontit sopivat tästä syystä logoon paremmin.

Lisäksi päätteetön tekstityyppi oli myös musiikkigenreen yleisesti sopivampi valinta. Kuten jo aiemmin olin pannut merkille, päätteettömien tekstityyppien käyttö oli selvä konventio genren bändien logoissa. Päätteettömät fontit vievät ajatuksia enemmän elektronisen tai suoraviivaisemman rockin suuntaan. EGiMin tapauksessa puolestaan, kun musiikissa on käytetty paljon klassisia soittimia ja sitä tehdään teatraalisemmalla otteella, logon täytyy saada vaikutteita näistä osa-alueista. Päätteettömät tekstityypit luovat omalla klassisella olemuksellaan tarvittavia mielelyhtymiä.

Esittelin ajatukseni Tasalalle, jonka kanssa olimme samaa mieltä päätteellisen fontin käyttämisestä logossa ja päätteettömän käyttöä alatekstissä. Seuraava vaihe oli löytää sopivat fontit. Jemenoihin hain vahvoja muotoja korkeakontrastista ja leveistä fonteista. Bodonissa ja Cochinessa oli hakemaani muotokieltä, mutta päädyin leventämään molempia noin 40 prosenttia.

Toista kirjoitusasua varten etsin myös korkeakontrastista antikvaa. Päädyin kolmeen potentiaaliseen vaihtoehtoon, jotka olivat GT Sectra Fine, Noe Display, sekä Big Caslon. Modernit fontit, Noen ja Sectran, valitsin jatkokyöstöä varten niiden hyvin geometrinen päätteiden sekä omalaatuisten muotokielen takia. Big Caslonin kauris ja viimeiseen asti hiottu muotokieli taas teki vaikutuksen juuri näistä syistä. Tässä vaiheessa en vielä osannut sanoa millä linjalla asiakas halusi jatkaa, joten pidin vaihtoehdot auki ja vein kaikkia kolmea eteenpäin.

Kun olin tekemässä ensimmäistä kansikuvaa Every Green in Maylle pari vuotta aikaisemmin, ladin bändin nimen kanteen modernilla, päätteettömällä Gothamilla ja sen medium-leikkauksella. Samaa logoa käytettiin myös uudella Skyend EP:llä. Uutta logoa suunnitellessani tulin siihen tulokseen, että samaa muotoilua voidaan käyttää myös uuden logon alatekstin tyyliä, eli pitkän nimen muotoilu pysyy samana ja täten myös taaksepäin yhteensopivana.



3.3 Symbolit

Logoon haluttiin tarinallisuutta sekä jotain yksilöllistä piirrettä, joten tarvitsin siihen symbolin tai jonkinlaista viitteellistä muotokieltä, joka kertoisi nimenomaan Every Green in Mayn tarinaa. Bändin nimeä pohdiskellessa ”vihreä” ja ”toukokuu” luovat vahvoja mielikuvia. Luonnolläheisyys ei ollut sellainen asia, jota bändi olisi halunnutkaan välttää. Vihreät arvot ovat sellaisia, jotka bändin jäsenet allekirjoittavat mielellään, joten poliittisesti ei ollut ristiriitaista ottaa vaikutteita sieltä. Kuitenkaan ”vihreys” ei ole bändin ydinsanoma, mutta kevään, uuden elämän ja uuden alun symbolismi ovat vahvasti läsnä bändin nimen taustalla.

Vihreydestä, luonnosta ja elämästä päästään kasveihin ja puihin. Kaaoszinen haastattelussa Olli Tasala kertoi yhtyeen nimestä näin: ”Vuosi toisensa jälkeen toukokuu kuukoistaa enemmän ja vähemmän ankarien talvikuukausien jälkeen. Kiehtova ilmiö, jonka voin nähdä taas erityisen voimaannuttavana” (Saari 2016). Oli siis perusteltua ottaa logoon mukaan jokin kasviornamentti tai lehtisymboli, olihan siihen jo viittaus nimessäkin.

Kuva 5: Ensimmäisiä lyijykynä- ja tussiluonnoksia.

egim
egim
egim
egim

Big caslon

EGiM

GT Sectra

EGiM

Noe Display

EGiM

Kuva 6: Vektoroituja luonnoksia. Pienaakkosilla kirjoitetun logon luettavuus oli kokeellisemmissä versioissa heikko, joten se unohdettiin.

Vesi nähdään monissa luomismyyteissä elämän lähteenä, mutta lisäksi sillä on kaksoismerkitys kuoleman ja tuhon symbolina, esimerkiksi vedenpaisumuksen muodossa (Biedermann 1986, 406). Kristillisessä ikonografiassa vesi nähdään kuitenkin puhdistavana elementtinä (Biedermann 1986, 407) ja se on myös itseläni veden päällimmäinen symbolimerkitys. Tällainen symbolinen arvo pudistavana, jatkuvasti virtaavana ja muuttavana luonnonvoimana sopi mielestäni yhteen EGiMin kanssa. Lisäksi vesi ja kasvillisuus kulkevat hyvin käsi kädessä.

3.4 Versiointi

Toteutin kaksi luonnosta eri kirjoitusasuilla, ja lisäksi toisesta kaksi vaihtoehtoista versiota. En osannut itse päättää Caslonin, Sectran ja Noen välillä, joten päädyin tekemään ehdotuksesta kolme eri versiota, jolloin asiakas saisi kertoa oman mielipiteensä. Asettelin kirjaimet siten, että ne ovat kaikki yhteydessä toisiinsa. Tavoitteena kirjainten yhdistämisellä oli luoda yhtenäisempi kokonaisuus toisistaan irrallisten kirjaimien sijaan ja saavuttaa merkkimäinen lopputulos.

G, i ja M liittyvät toisiinsa päätteiden muodostaman viivan avulla. M-kirjaimen toisesta alapääteestä muotoilin aaltoviivan, joka osittain alleviivaa logoa ja viittaa veden elementtiin. Se samalla täyttää tyhjää tilaa, joka jää logon alapuolelle G:n tippuessa reilusti perusviivan alle. Jemena i:n pisteestä muotoilin lehden, jolloin sen muotokieli palveli paremmin logon tavoitteita.

Jemena-versiossa en käyttänyt kasvi-symbolia vaan keskityin veden kuvaamiseen. Yhdistin kirjaimia toisiinsa eri tavoilla ja leikittelin g:n ja i:n ligatuurilla, jossa g:n koukku pisaramaisesti roikkuu i:n pisteestä. Lisäksi kokeilin e:n ja g:n yhdistämistä, mutta se ei taipunut luonnollisen näköisesti joten hylkäsin ajatuksen. Lisäksi käytin samaa m-kirjaimen alapääteiden aaltoviivaa, kuin toisessa ehdotuksessakin. Tämä versio jäi kuitenkin keskeneräisemmäksi kuin toiset ja olisi vaatinut huomattavasti enemmän jatkotyöstöä, jotta luettavuuden vaikuttavat ongelmakohdat olisi saatu ratkaistua.

3.5 Logon valinta ja viimeistely

Suunnitteluprosessin aikana olin näyttänyt asiakkaalle joitakin lyijykynäluonnoksia, joiden pohjalta olim-



Kuva 7: Lehti-symbolin variaatioita

me alussa tehneet linjauksia. Kuitenkin vasta tässä vaiheessa esittelin asiakkaalle pidemmälle vietyjä, vektoroituja versioita. Esittelin tekemäni ehdotukset, jotka osittain hyödynsivät samoja ideoita. Ehdotuksia katseltiin yhdessä ja niistä keskusteltiin. Tasala valitsi vahvimpana Big Caslon -version ”EGiM” kirjoitusasulla, sillä se vetosi häneen selvästi selkeästi eniten. Itse olin kahden vaiheilla siitä, oliko Caslonin käyttö logossa liian ilmeinen ja turvallinen valinta. Fontti on kuitenkin hyvin yleinen ja laajalle levinnyt tuote, joten riittäisikö se luomaan riittävää vaikutelmaa ainutlaatuisuudesta?

Big Caslon perustuu alunperin William Caslonin (1692–1766) piirtämiin kirjainmuotoihin ja eritoten näiden suurimpiin leikkauksiin (Mosley, 2008). ”When in doubt, use Caslon” on käytetty vitsi, mutta se pohjau-



Kuva 8: Kirjainmuotojen kehityksen eri vaiheet.

tuu kuitenkin siihen tosiasiaan, että kyseessä on upeasti muotoiltu ja funktionaalinen fontti.

Sulateltuani ajatusta enemmän, totesin että Caslonin käyttö on perusteltua ja lisäksi logoon tehtävä muu muotoilu tekee siitä kuitenkin ainutlaatuisen ja tarpeeksi omaleimaisen. Lisäksi kuten Tasalan kanssa puhuimme, sen koettiin kuvastavan ehdotuksista parhaiten bändin musiikkia niin muotokieleltään kuin symboliarvoiltaan.

Aloin viimeistelemään logoa leventämällä kirjainmuotoja. Se teki logosta matalamman, jolloin sen suhteet olivat miellyttävämmät. Lisäksi se pienensi kontrastia kapiteelien ja pienen i-kirjaimen välillä. Pieni i-kirjain on piirretty kokonaan uudestaan, mutta se pohjautuu fontin omaan muotoiluun. Kaikinpuolin kirjaimiin tuli paljon pieniä muutoksia, jotta se toimisi kokonaisuutena harmonisempana. G:n yläkaarta tuli muokata, jottei yläpääte roikkuisi liian pitkällä, sekä kaikkien kirjaimien päätteiden ohuinta kohtaa tuli paksuntaa ja yhtenäistää.

Eniten huomiota kiinnitin aaltoviivaan sekä i:n pisteen muotoiluun. Niistä oli saatava yhteensopivia muun muotokielen kanssa, joka tarkoitti samanlaista paksuusvaihtelua sekä samaa kalligrafista muotoilua, jota fontissa on käytetty. Big Caslonin muodot eivät ole geometrisen suoraviivaisia, vaan niissä on paljon vapaata muotoilua, mikä osittain tekee siitä elävän näköisen.

Aaltoviivassa päädyin ratkaisuun, joka imitoi leveällä terällä piirrettyä viivaa. Sen paksuin kohta on optisesti yhtä paksu, kuin kirjainten leveimmät kohdat. Sen muodon tuli täyttää logon alle jäävä tyhjä tila, mutta halusin sen myös jatkavan G:n kaareen liikettä. Tämä ei ollut välttämätöntä, mutta se tuntui tekevän logosta dynaamisemman.

Pisteen suhteen tein paljon eri variaatioita. Halusin säilyttää siihen lehden muotoa, mutta kuitenkin säilyttää sen abstraktina eikä liian kuvitusmaisena. Liian yksinkertainen ei sopinut muun muotoilun kanssa yhteen ja liian yksityiskohtainen veti liikaa huomiota puoleensa. Lopulta päädyin ratkaisuun, jossa kaaret ovat osittain samoja kuin kirjainmuodoissa ja paksuusvaihtelu

on yhtenäistä. Myös lehden suunta oli mietittävä, kääntyikö se vasemmalla vai oikealle. Päädyin kääntämään lehden osoittamaan oikealle, jolloin sen suunta ohjaa katseen logon sisään eikä siitä ulospäin.

Lopuksi määrittelin logon ja alaotsikon väliin jäävän tilan leveyden kirjainten leveyttä vastaavaksi, sekä keskikohdan ja turva-alueet sen ympärille. Koska aaltoviiva jatkuu logon oikealla puolella pidemmälle kuin E-kirjaimen päätteet vasemmalla, alaotsikkoa ei voinut suoraan keskittää samalle keskiviivalle. Se olisi näyttänyt liian epätasapainoiselta, sen sijaan alaotsikko on tasattu E- ja M-kirjainten pystyviivoihin. Tämä asettelu näytti toimivalta, jos esimerkiksi logon rajaa suhteessa samanmuotoisen suorakulmion sisälle, kuten kangasmerkki-fanituotteissa saatettaisiin tehdä.

Bändilogoissa muistettavuus perustuu omasta mielestäni niiden uudelleen piirrettävyydelle joka osittain vastaa muistettavaa muotokieltä. Logon tulee olla sellainen, että se on helppo piirtää uudelleen muistista. Tässä ovat onnistuneet bändit kuten Slayer ja Metallica, joiden ikoniset logot ovat syöpyneet monen nuo-

renkin fanin mieleen niin hyvin, että niiden piirtäminen pulpetin kansiin tai vihkojen sivuille käy ulkomuistista. Tämän saavuttaminen vaatii logon suunnittelulta yksinkertaista visuaalista ideaa ja sen fiksua toteuttamista. Suunnittelemassani logossa Every Green in Maylle, pyrin samankaltaiseen yksinkertaisuuteen kirjainten asemoinnilla ja niistä rakentuvalla yhtenäisellä muodolla. Vaikka bändin kohdeyleisönä eivät välttämättä ole bändilogoja piirtelevät keskenkasvuiset hevaripojat, piirrettävyyden periaate pätee yhtäläillä EGiMin logoon kuin mihin tahansa muuhun logoon.

Wheelerin mukaan ihminen tunnistaa asioita seuraavassa järjestyksessä: muoto, väri ja sisältö. Ihmisaivot kiinnittävät ensimmäisenä huomiota tunnistettaviin muotoihin, eivätkä keskity lukemaan ensimmäisenä niiden varsinaista viestiä. ”Lukeminen ei ole välttämätöntä muotojen tunnistamiselle, mutta niiden tunnistaminen on välttämätöntä lukemiselle” (Wheeler 2009, 64). Eli etenkin bändien logoissa muistettava muotokieli voidaan nähdä tärkeimpänä elementtinä. Luettavuus tulee vasta sen jälkeen, mutta senkin on hyvä olla kunnossa, jotta tietää varmasti minkä bändin keikalle on menossa.

Egim
EVERY GREEN IN MAY

Kuva 9: Valmis logo alatekstillä. Logossa päällimmäinen ajatus oli luoda yhtenäinen, helposti toistettavissa oleva muoto, joka viestisi parhaimmalla mahdollisella tavalla bändin arvoja.



Kuva 10: Logon turvarajat ja mittasuhteet

EGiM
EVERY GREEN IN MAY

EGiM
EVERY GREEN IN MAY

EGiM

EGiM

Kuva 11: Logon eri versiot mustalla ja valkoisella pohjalla.

4

VERKKOSIVUT

YHTYEEN OMAT verkkosivut haluttiin päivittää ja niiden funktiota yhtyeen viestinnässä selkeyttää. Sivusta haluttiin keskipiste, joka toimisi väylänä sosiaalisten medioiden välillä. Sivujen tärkein elementti kuitenkin tulisi olemaan yksittäisten julkaisujen omat osiot, joissa olisi saatavilla musiikki, valokuvat ja videot samassa paikassa. Sivuille tulisi lisäksi tietoa bändistä ja sen jäsenistä.

4.1 Taustoitus ja referenssit

Aloitin tarkastelemalla muiden, isojen sekä pienten yhtyeiden verkkosivuja ja listaamalla niiden sisältöä ja rakenneratkaisuja. Hyvin usein pienillä yhtyeillä, joita maailman mittakaavassa moni suomalainen yhtye edustaa, verkkosivut ovat hyvin vaatimattomat ja some-keskeiset. Tällä viitataan siihen, että verkkosivujen aktiivisuus on syötteen eli sosiaalisten medioiden, kuten Facebookin, varassa. Tilapäivitykset ja kuvat päivittyvät automaattisesti verkkosivuille asennettuun moduuliin. Tässä tapauksessa omille verkkosivuille ei

ohjata liikennettä, vaan sieltä ohjataan ulospäin. Every Green in Mayn tapauksessa asia haluttiin hoitaa päinvastoin, eli sosiaalisesta mediasta ohjattaisiin liikennettä omille sivuille.

Yleisiä elementtejä muiden bändien sivuilla olivat: uutis- tai some-syöte, valokuvagalleria, lista julkaisuista, keikkakalenteri, musiikkivideot, bio-osio, verkkokauppa, uutiskirjeen tilaus ja yhteystiedot. Usein sivut oli rakennettu pääsivun varaan ja alisivujen määrä oli hyvin pieni. Valikon kautta pääsi siirtymään haluamaansa osioon. Päähuomio oli usein some-syötteenä ja se oli sivujen aktiivisimmin päivittyvä elementti.

Koska tiesin, että valmiit sivut tulisivat päivittymään usein aina uuden julkaisun yhteydessä, sivujen toteutuksen tulisi olla joustava ja helposti muokattavissa. Lisäsisällön ja uusien elementtien sekä alasiuvjen luomisen tulisi olla kevyesti toteutettavissa. Ratkaisuksi tähän ongelmaan, sekä siihen että joutuisin toteuttamaan sivut käytännössä itse ilman kummempaa koodiosaamista, löytyi Wordpress-teema ”Semplice”. Teema mahdollistaa sisällön muokkaamisen suoraan



Kuva 12: Havaintoja muiden verkkosivujen rakenteista.

Wordpress-julkaisualustan sisällä, eikä vaadi välttämättä CSS-ja HTML-taitoja.

Olin kuullut Semplicestä kehuja sen helposta käytettävyydestä ja sen soveltaminen tähän tarkoitukseen tuntui sopivalta. Teema on lähinnä tarkoitettu suunnittelijoiden, art directoreiden ja valokuvaajien portfolio-työkaluksi, mutta uskoin saavani sen soveltumaan tarpeisiini. Teema oli maksullinen, mutta täysin opinäytetyöni budjetin rajoissa.

4.2 Rakenne

EGiMin sivuille suunnittelin tekemiäni havaintojeni pohjalta hyvin tyypillisen rakenteen, joka hyödynsi yhden sivun eli one-pagerin periaatetta. Alasivuja tulisi olemaan vain muutama, lähinnä julkaisuille sekä uutisille. Etusivun tuli olla informatiivinen ja viestiä selkeästi sivuston sisällöstä. Koska kyseessä on alle kymmenen alasivun sivusto, riitti että etusivulla on yleinen informaatio ja linkit alasivuille. Alasivuilla taas puolestaan on linkit pääsivuille, eikä vaikeampaa osiointia tarvita. (Korpela & Linjama 2005, 131).

Jari Vahtola kirjoittaa opinäytetyössään www.lamk.fi – Käyttäjälähtöinen verkkosuunnittelu (2016) rautalankamallien hyödyistä palvelun käytettävyyttä pohdittaessa. Poistamalla kaikki grafiikka ja hahmottelemalla hyvin karkeita mustavalkoluonnoksia sivustosta voidaan keskittyä paremmin navigointiin ja sivuston perusrakenteeseen (Vahtola, 2016). Tein itsekkin sivustosta karkean esityksen, jonka esittelin asiakkaalle. Rakenne hyväksyttiin kutakuinkin sellaisenaan. Joitakin muutoksia tehtiin projektin edetessä, mutta peruskaava pysyi kutakuinkin samana.

Verkkosivuille päätettiin rakentaa seuraavat moduulit:

Kansikuva

Aloituskäytössä on isolla bändin logo, muusikoiden nimet sekä vaihtuva taustakuva. Näkymä asettaa tunnelman sivuille sekä viestii sivujen sisällöstä.

Musiikki

Tämä osio listaa kaikki bändin julkaisut ja pienkuvista pääsee siirtymään aina kyseisen julkaisun omille sivuille, joihin ladataan siihen liittyvää materiaalia.

Uutissyöte

Etusivulla listataan uusimmat uutiset, jotka ohjataan varsinaiseen artikkeliin erilliselle alasivulle. Tämä oli tärkeää saada toteutettua, jotta sivujen sisältö pysyisi päivitettyinä.

Bändin esittely

Bändin jäsenten nimet ja kuvat haluttiin saada esille. Alunperin ajatuksena oli luoda jokaiselle jäsenelle oma alasivu, jossa henkilöstä voisi lukea enemmän. Ajatus hylättiin, sillä sitä ei koettu tarpeelliseksi tai kiinnostavaksi suurimmalle osalle käyttäjistä.

Tarina

Tarina- eli bio-osio haluttiin tehdä, jotta bändistä kiinnostuneet voisivat tutustua sen taustoihin. Etusivulla on ensimmäinen kappale koko tarinasta ja koko tarinan pääsee lukemaan linkin takaa. Tarinan yhteyteen valikoitiin kuvia bändin historiasta. Kielivalinnat ovat suomeksi ja englanniksi.

Live

Tähän osioon listataan kaikki bändin tulevat keikat,

Otsikko 1

MONTREAL BOLD

Otsikko 2

Abel Regular

Leipäteksti

Libre Baskerville

niiden sijainti, lippujen hinnat yms. Toistaiseksi osio on poissa käytöstä, kunnes uusia keikkoja ilmaantuu.

Galleria

Sivuston ainut some-syöte hakee uusimmat kuvat Instagramista ja lataa ne päivittyvään kuvagalleriaan. Kuvat aukeavat uudessa välilehdessä bändin Instagram-profilissa.

4.3 Typografia

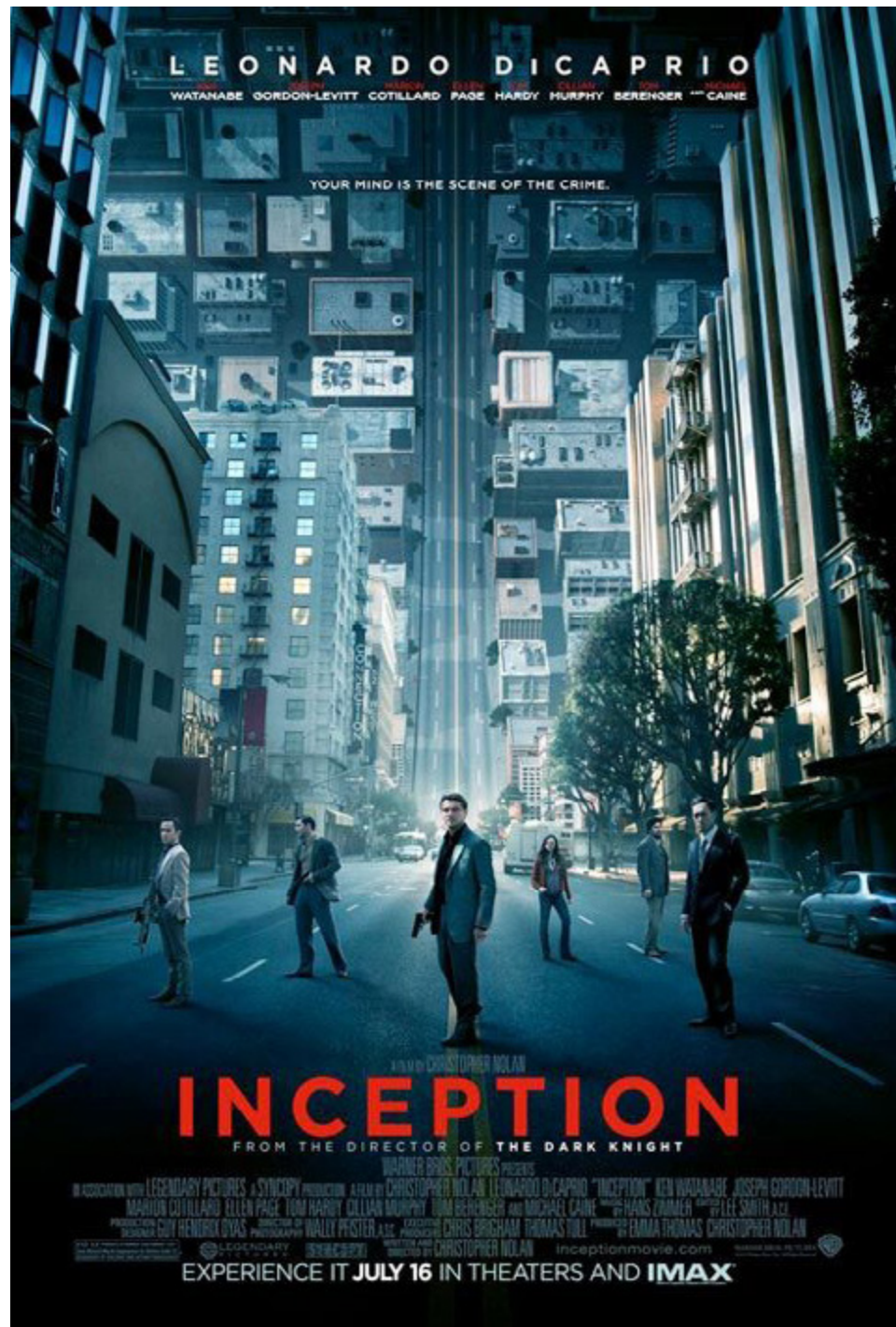
Typografian suunnittelussa yksi päähuomio oli fonttivalintojen web-yhteensopivuudessa. Fonttien tuli olla saatavilla web-lisensseillä tai olla tilattavissa verkkofonttipalveluiden kautta. Typografian kokeilu alkoi samanaikaisesti verkkosivujen layoutin suunnittelun kanssa. Se osittain määritteli mitä tyylejä tarvitaan ja minkälaisia fontteja halutaan käyttää typografisen hierarkian eri asteilla.

Alunperin olin jo ajatellut hyödyntää typografiassa elokuvajulisteissa paljon käytettyä tiivistä condensed-leikkausta, joilla yleensä näyttelijöiden, ohjaajien, käsikirjoittajien yms. nimet ladotaan julisteen alaosaan. Tiiviin leikkauksen lisäksi halusin toisen otsikkofontin, joka vastaisi logon alaotsikon muotoilua. Tiesin jo valmiiksi että Gotha-

STORY

A Journey to the Unknown

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed posuere interdum sem. Quisque ligula eros ullamcorper quis, lacinia quis facilisis sed sapien. Mauris varius diam vitae arcu. Bi tortor magna condimentum vel. Mauris sed libero. Suspendisse facilisis nulla in lacinia laoreet, lorem velit accumsan velit vel mattis libero nisl et sem.



Kuva 13: Inception (2010) -elokuvan juliste. Verkkosivujen ilmeeseen vaikuttivat elokuvajulisteet ja niiden typografia.

min lisensointi verkkoon sekä bändin omaan käyttöön olisi kustannussyistä vaikeaa, joten sille tuli löytää vastine. Leipätekstille halusin päätteelisen fontin vastapainoksi kahdelle päätteettömälle otiskkofontille. Se sopisi logon kanssa yhteen ja toisi ilmeeseen haluttua arvokkuutta.

Gothamin vastineeksi löysin Montrealin, joka on tehty Gotham pohjalta ja on sen kanssa lähes identtinen pieniä yksityiskohtia lukuunottamatta. Kaiken lisäksi se oli ilmainen, joten löin sen lukkoon samantien. Toiseksi otsikkofontiksi kokeilin julisteissakin paljon käytettyä Univers Ultra Condensedia ja muita sen variaatioita. Ne näyttivät hyvälle monessa kokeilussa ja toivat elokuvamaailmaa vahvasti esiin, mutta minua arvelutti niiden yleinen käytettävyys. Ultra Condensed ei toiminut esimerkiksi väliotsikoissa ja sen käyttö olisi vaatinut pelkkien kapiteelien käyttöä, joka monessa tapauksessa oli liian räikeää. Useamman Univers leikkauksen lisensointikaan ei tullut kysymykseen, joten oli löydettävä käytännöllisempi ja halvempi vaihtoehto.

Google Fonts -palvelun kautta on saatavissa monta hyvää fonttia verkkosivuille täysin veloitusetta. Tutkin sen kautta saatavilla olevia fontteja ja löysin Mad Typen kehittämän Abel-fontin. Se on heidän mukaansa ”moderni tulkinta tiiviistä tasapaksuista fonteista, joita on käytetty sanomalehdissä ja julisteissa”. Leipätekstiksi valitsin Googlen fonttipalvelusta Libre Baskerville, jossa oli vanhanhenkistä ilmaisua ja kuitenkin hyvä luettavuus näytöllä. Tarvittaessa Baskervillestä löytyisi myös printtikäyttöön sopiva versio.

4.4 Värit

En halunnut verkkosivujen ja ilmeen väreistä kovin voimakkaita, jotta julkaisut erottuisivat paremmin edukseen. Haasteena oli kuitenkin saada värimaailmasta ilmaisullinen ja mieleenpainuva. Sain idean mustavalkoisesta tai harmaasävyisestä värimaailmasta mustavalkoelokuvista. Mustavalkoisessa kuvassa on vanhahavaa arvokkuutta, joka tämän takia teemallisesti sopi myös EGiMin visuaalisen ilmeen tavoitteisiin. Kuitenkin pelkkä mustavalkoisuus jää itsessään hyvin latteaksi, joten tehosteväri tuli valita kolmanneksi pääväriksi mustan ja valkoisen rinnalle.

Verkkompäristön huomioonottaen tehosteväriin tuli olla erottuva esimerkiksi linkkien merkitsemiseen. Keltaisen ja mustan välillä on suuri kromaattinen kontrasti sekä vaaleusero, minkä takia yhdistelmää käytetään usein esimerkiksi liikennemerkeissä (Arnkil 2011, 138). Liian voimakas kontrasti ei kuitenkaan sopinut ilmeeseen, josta haluttiin arvokkaan oloinen. Kokeilin haalentaa keltaista, mikä johti etenkin tummalla pohjalla siihen että väri näytti kiiltävältä ja lähes kultaiselta. Lisäisin illusoorista vaikutelmaa vaalentamalla mustan tummuusarvoa pari prosenttia, jolloin värien välinen vaaleuskontrasti pieneni ja vaikutelmasta tuli pehmeämpi. 100% mustan ja valkoisen käyttäminen taustaväriä näyttöpäätteellä rasittaa myös helposti silmää, jolloin lukeminen vaikeutuu (Arnkil 2011, 148). Tästä syystä etenkin verkkosivujen taustaväreissä en käyttänyt kuin rikottuja arvoja.

Keltainen on usein etenkin maalaustaiteessa ollut kullin symboli, kun materiaalin esittäminen on muilla keinoin ollut mahdotonta (Hintsanen, 2013). Kullan yhdistäminen mustavalkoiseen väripalettiin henki arvokkuutta ja lämpöä, joten se tuntui ajatuksena hyvältä.

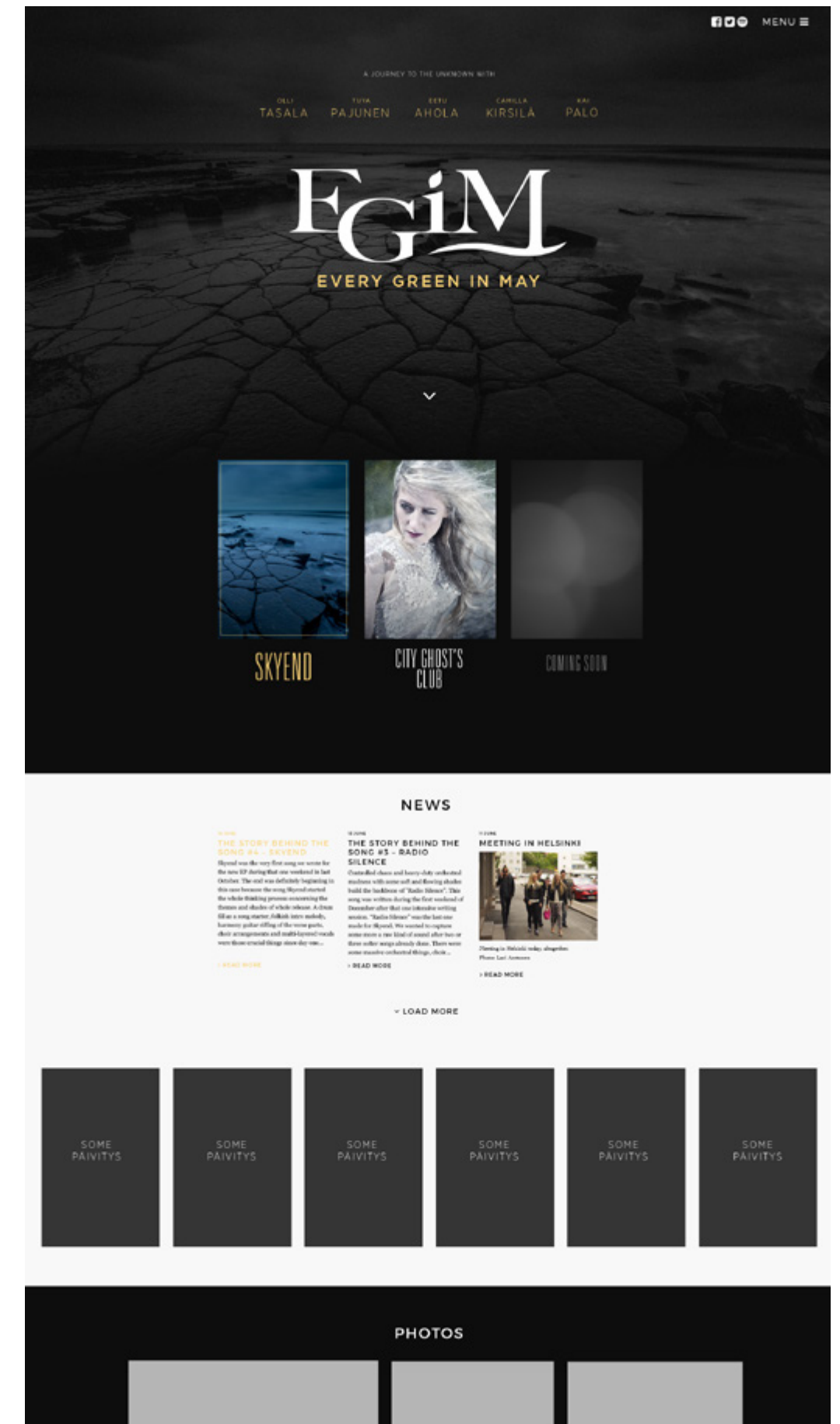
Myös bändi oli myönteisellä kannalla, nähtyään ensimmäisiä luonnoksia ilmeestä tällä väriyhdistelmällä.

4.5 Wordpress-toteutus

Semplice osoittautui hyväksi työkaluksi ja sen soveltuvuus eri käyttötarkoitukseen, kuin mihin se oli alunperin suunniteltu, onnistui ilman suurempia ongelmia. Semplice mahdollistaa reaaliaikaisen sisällönmuokkaamisen, jolloin tehdyt muutokset näkee välittömästi valmiilla sivulla. Tämä helpottaa ja nopeuttaa työskentelyä merkittävästi.

Tein Photoshopissa pohjustavan layoutin, joka toimi sivuja rakentaessa tyylimallina ja referenssinä. Joitakin muutoksia tuli tehdä teeman rajoitusten puitteissa, mutta kaikkeen löytyi kiertoratkaisu. Merkittävimmät ongelmat tulivat uutismoduulin kanssa. Etusivulle tarvittiin automaattisesti päivittyvä uutisosoite, joka lataisi kolme ensimmäistä artikkelipäivitystä näkyville ja tarjoaisi linkin koko juttuun. Wordpressin blogiosio on helppokäyttöinen tapa luoda ja päivittää artikkeleita, mutta Semplicessä ei ollut sisäänrakennettuna tarvitsemaani moduulia. Tilasin tarvittavat muokkauk-

Kuva 14: Alustava verkkosivun pohja Photoshopissa ►



set teemaan tutulta web-kehittäjältä, jonka kanssa olin aiemmin tehnyt yhteistyötä EGiMin vanhojen sivujen kanssa.

Semplice mahdollisti kustomoitujen fonttiyhdistelmien käytön ja niiden määrittämisen jokaiselle sivulle erikseen. Tämä oli hyödyllistä, kun rakensin julkaisujen omia alasivuja. Halusin jokaisen alasivun pääotsikon olevan samalla fontilla, kuin levynnimi kansikuvassa. Samoin väripaletti oli mahdollista määrittää uudelleen jokaiselle sivulle, mikä auttaa käyttäjää hahmottamaan paremmin sivuston rakennetta. Esimerkiksi Skyend-sivulla on käytetty ilmeen mukaisten värien lisäksi tummaa sinistä, joka löytyy EP:n kansikuvasta.

Sivuston vakiona ovat tietyt käyttöliittymäelementit, jotka toistuvat joka sivulla. Niiden paika on sama, mutta väri vaihtuu alasivujen mukaan. Elementtejä ovat navigaatiopalkki, jossa logo toimii linkkinä pääsivulle ja muihin osioihin pääsee klikkaamalla otsikkoa. Lisäksi jokaisella sivulla on sama alatunniste eli footeri, jossa on bändin logo, some-ikonit linkkeinä sekä linkki yhteystietoihin sekä tieto- ja kuvapakettiin medialle.

4.6 Responsiivisuus

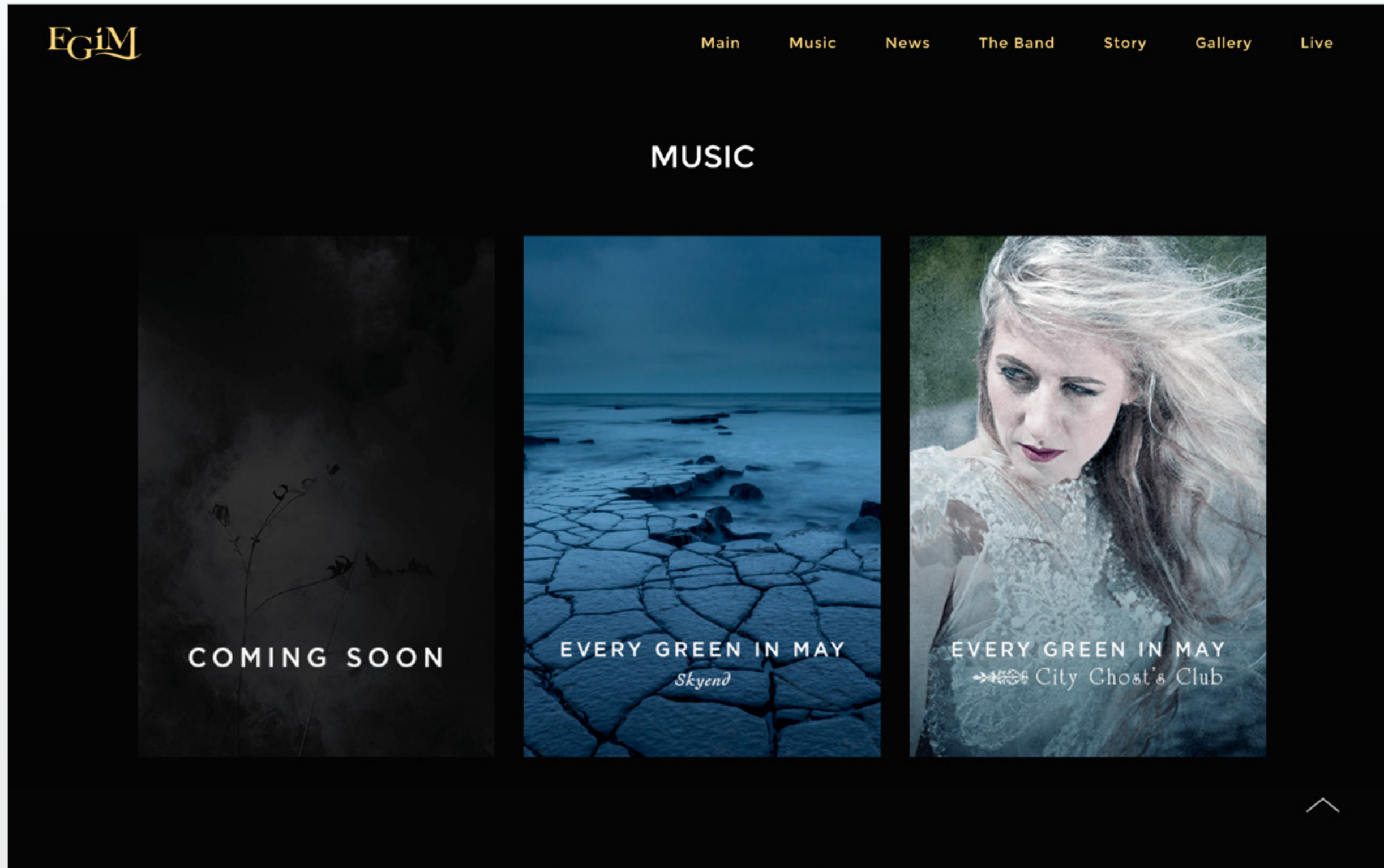
Pelkkä pöytä tietokoneiden näytölle suunniteltu verkkosivusto ei ole riittänyt käyttäjille enää moneen vuoteen. Verkon selaaminen ja hakujen tekeminen on viime vuosina yleistynyt älypuhelimilla, taulutietokoneilla ja kirjavalla joukolla muita laitteita. Googlen toukokuussa 2015 julkaiseman artikkelin mukaan hakuja tehtiin enemmän muilla laitteilla, kuin pöytäkoneella jo yli 10 maassa (Dischler, 2015). Moni nykypäivänä suunnitelluista sivustoista seuraakin Ethan Marcotten vuonna 2010 esittelemää periaatetta responsiivisten sivujen mallista. Tämän periaatteen mukaan kaikille verkkosivuston käyttäjille tulisi tarjota sama sisältö, mutta esitystavan tulisi mukautua kulloinkin käytettävän laitteen tai selainikkunan kokoon. (Marcotte, 2010).

Semplicen sisäänrakennettu responsiivisuus toimi suurelta osin mainiosti. Se osasi skaalata kuvien kokoa sopivammaksi sekä rivittää elementtejä uudelleen näytön kokoa muunnettaessa. Joihinkin kustomoituihin elementteihin, kuten aloitusnäkyyn ja uutismoduuliin tuli tehdä erilliset CSS-ohjeet, jotta ne olisivat toimineet responsiivisesti. Myös osa aloitusnäytön

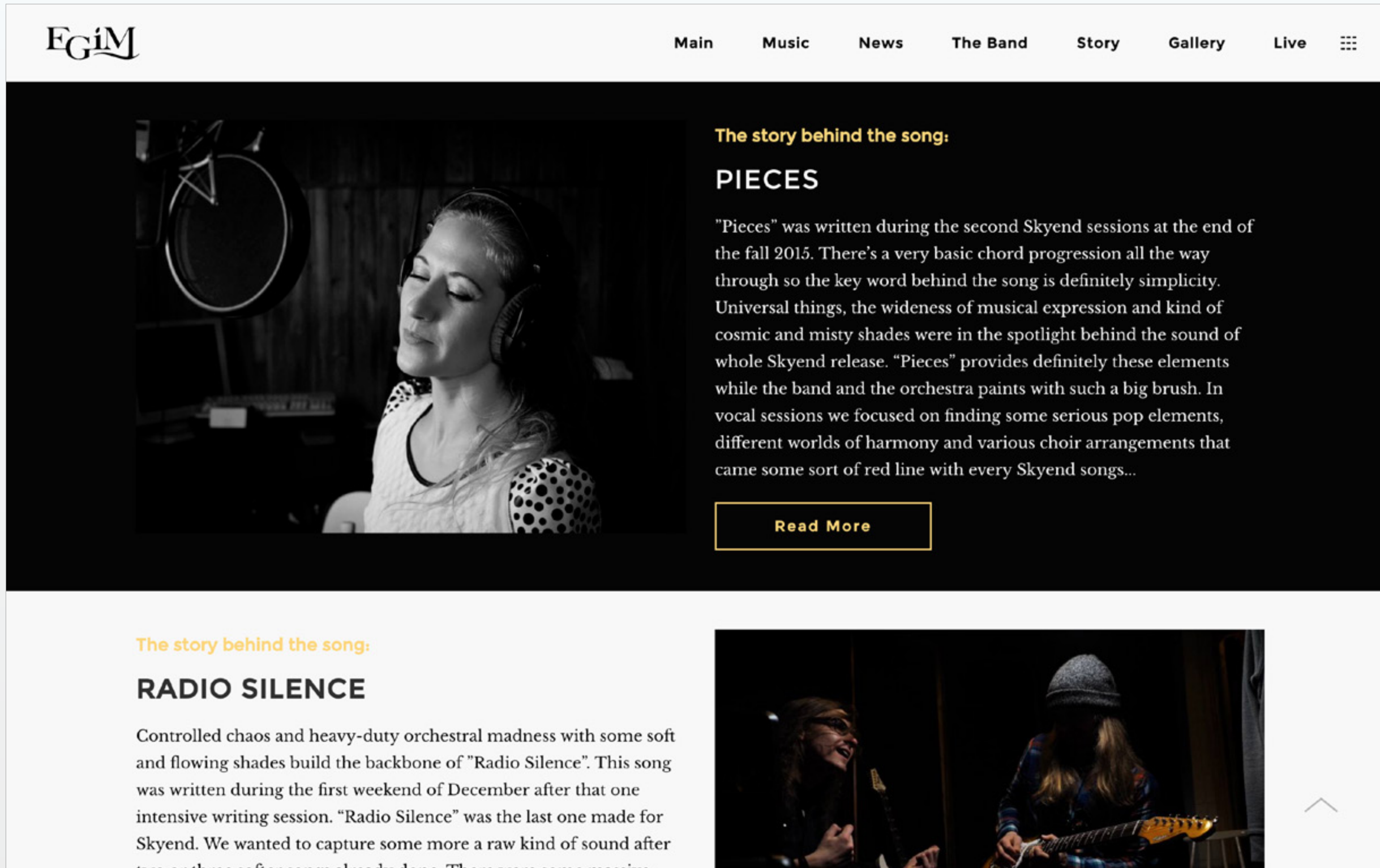
teksteistä, joilla ei ollut olennaista informatiivista arvoa karsittiin pois mobiilinäkymästä. Näillä suhteellisen pienillä muutoksilla sivusto saatiin rakennettua responsiiviseksi ja käyttöliittymä toimivammaksi myös mobiililaitteilla.



Kuva 15: Sivuston aloitusnäky. Taustakuvaan on lisätty animaatio, joka skaalaa hitaasti kuvan kokoa



Kuva 16: Linkit julkaisuihin ovat heti sivuston kärjessä.



EGiM

Main Music News The Band Story Gallery Live ☰

The story behind the song:

PIECES

"Pieces" was written during the second Skyend sessions at the end of the fall 2015. There's a very basic chord progression all the way through so the key word behind the song is definitely simplicity. Universal things, the wideness of musical expression and kind of cosmic and misty shades were in the spotlight behind the sound of whole Skyend release. "Pieces" provides definitely these elements while the band and the orchestra paints with such a big brush. In vocal sessions we focused on finding some serious pop elements, different worlds of harmony and various choir arrangements that came some sort of red line with every Skyend songs...

[Read More](#)

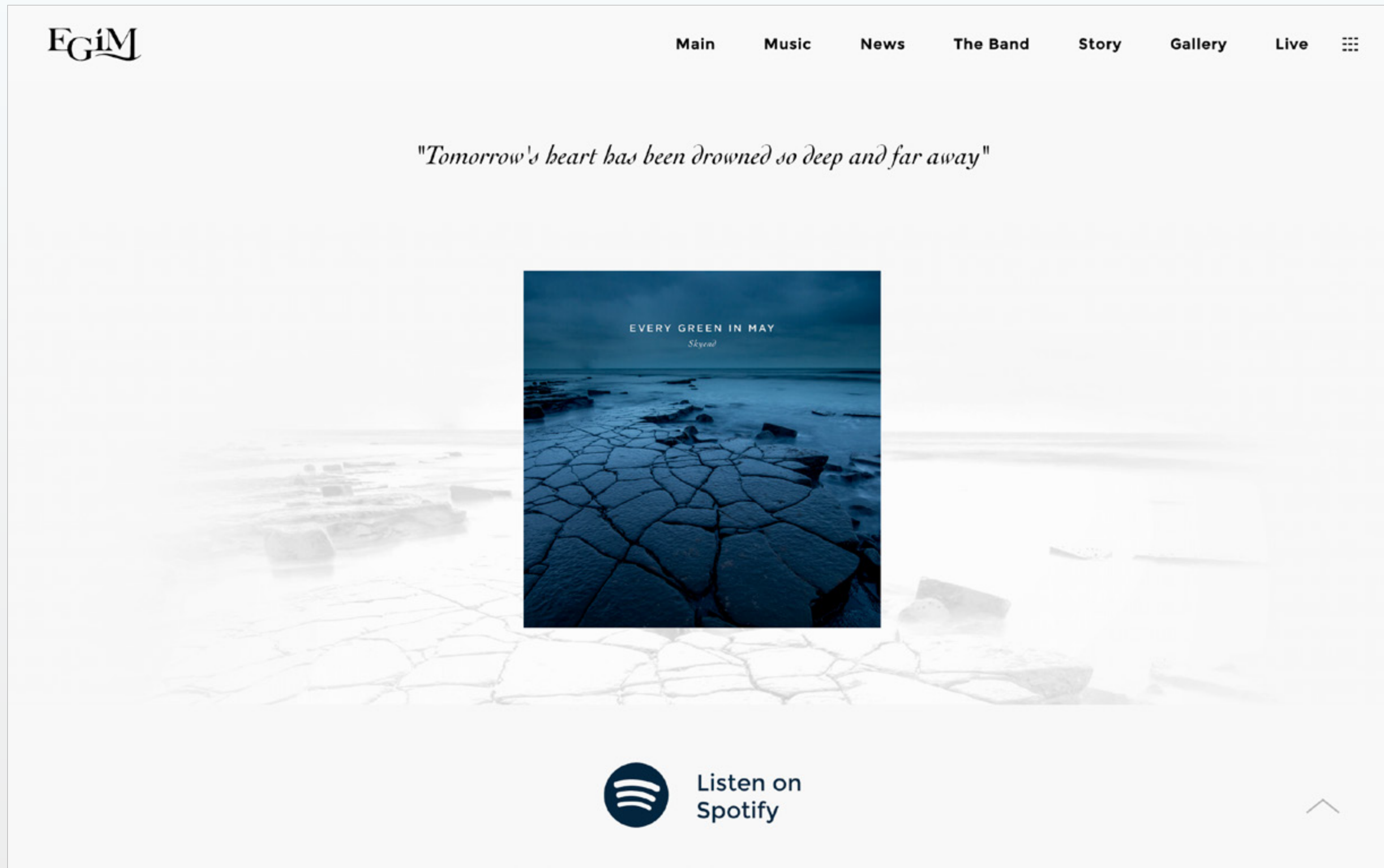
The story behind the song:

RADIO SILENCE

Controlled chaos and heavy-duty orchestral madness with some soft and flowing shades build the backbone of "Radio Silence". This song was written during the first weekend of December after that one intensive writing session. "Radio Silence" was the last one made for Skyend. We wanted to capture some more a raw kind of sound after two or three softer songs already done. There were some massive

[Read More](#)

Kuva 17: Skyendin alisivulta löytyy linkit artikkeleihin, jotka kertovat yksittäisten kappaleiden tarinan.



Kuva 18: Skyendin alasivu. Esillä on kansikuva ja myös kappaleet on mahdollista kuunnella sivulta käsin.

THE BAND



OLLI TASALA
Guitar



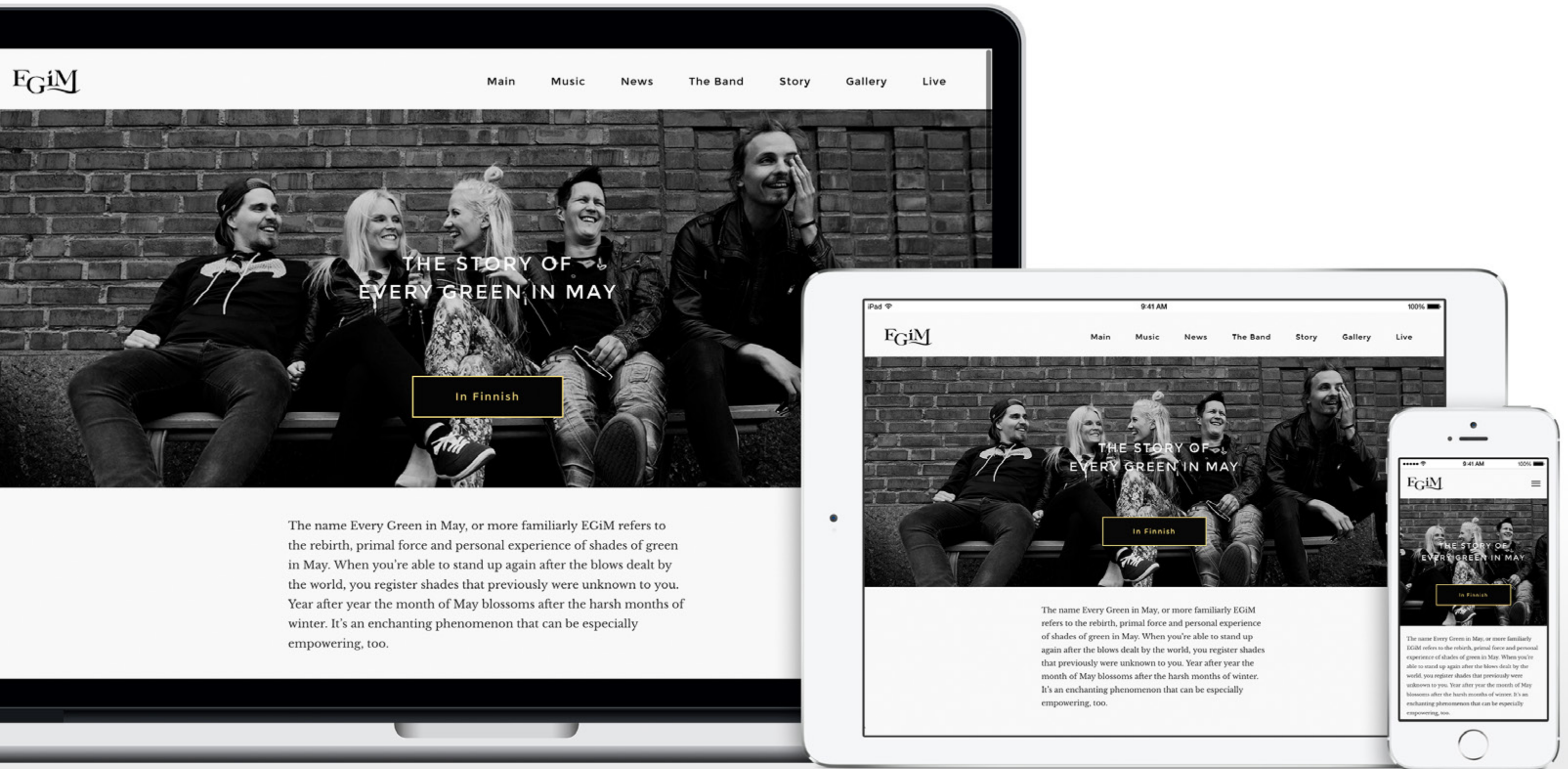
TUYA PAJUNEN
Vocals



EETU AHOLA
Guitar



Kuva 19: Etusivulla ovat esiteltynä bändin jäsenet valokuvineen.



The name Every Green in May, or more familiarly EGIM refers to the rebirth, primal force and personal experience of shades of green in May. When you're able to stand up again after the blows dealt by the world, you register shades that previously were unknown to you. Year after year the month of May blossoms after the harsh months of winter. It's an enchanting phenomenon that can be especially empowering, too.

The name Every Green in May, or more familiarly EGIM refers to the rebirth, primal force and personal experience of shades of green in May. When you're able to stand up again after the blows dealt by the world, you register shades that previously were unknown to you. Year after year the month of May blossoms after the harsh months of winter. It's an enchanting phenomenon that can be especially empowering, too.

The name Every Green in May, or more familiarly EGIM refers to the rebirth, primal force and personal experience of shades of green in May. When you're able to stand up again after the blows dealt by the world, you register shades that previously were unknown to you. Year after year the month of May blossoms after the harsh months of winter. It's an enchanting phenomenon that can be especially empowering, too.

Kuva 20: Sivusto skaalaa elementtejä responsiivisesti näyttölaitteesta riippuen.

5

PÄÄTÄNTÄ

5.1 Palaute ja itsearviointi

Voin olla hyvin iloinen, että opinnäytetyöprosessin alkukankeuksista huolimatta onnistuin saamaan itselleni työn jossa toteutuivat täysi luova vapaus sekä konkreettinen hyöty asiakkaalle. Every Green in May on upea projekti, jonka ideologia ja musiikki ovat itselleni hyvin helposti lähestyttävää ja sitä on ilo olla omalta osaltani tekemässä. Yhteistyö bändin kanssa on jatkunut tulevan julkaisun grafiikoiden suunnittelun osalta ja tulee jatkuamaan todennäköisesti myös tulevaisuudessa.

Opinnäytetyöni lopputuotteeseen voin olla tyytyväinen, sillä bändi otti sen omakseen innostuneena ja uudet verkkosivut varmasti lisäävät myös yleisön kiinnostusta. Projekti eteni sulavasti kesän ja syksyn aikana, varsinaisen deadlineen puuttuminen ei haitannut työskentelyä siinä mielessä, että projekti saatiin valmiiksi kaikkien osapuolten aikatauluun sopivalla tavalla.

Wordpress toteutuksen suunnittelu ja tekeminen oli itselleni uusi kokemus, josta opin paljon uutta. Toteutuksen kannalta on olemassa myös parempia toimintamalleja, kuten kustoimitujen wordpress teemojen

luominen ja tiiviimpi yhteistyö web-kehittäjien kanssa. Itse tekemällä ja valmisteemoja käyttämällä kohtaa monenlaisia ongelmia ja aikaa kuluu niiden ratkaisemiseen ja kiertelyyn. Koen kuitenkin, että valitsemani tapa oli välttämätön projektin budjetin kannalta ja se myös antoi kokonaisvaltaisemman kuvan web-suunnittelusta vasta-alkajalle. Työ rohkaisi ottamaan uusia askelia web-suunnittelun parissa ja etsimään lisää vastaavia töitä. Lisäkokemus ilmesuunnittelusta ja etenkin bändilogon suunnittelusta oli myös hyödyllistä, ja koen oppineeni paljon uutta nimenomaan musiikki-alan vaatimuksista graafiselle suunnittelulle.

Kaikki tekemäni suunnittelutyö otettiin käyttöön ja verkkosivut julkaistaan loppuvuoden 2016 aikana. Aika näyttää, kuinka hyvin logo ja sivut palvelevat tarkoitustaan, mutta ainakin tilaaja sekä tekijä ovat lopputulokseen tyytyväisiä.

5.2 Lopuksi

Suurin anti projektissa oli luova yhteistyö Olli Tasalan kanssa, jonka innostus EGiMiin, graafiseen suunnitteluun ja bändin tulevaisuuteen oli hyvin tarttuvaa. Kii-

tos Tuomas Jakoselle avusta Wordpressin kanssa sekä Julia Ojapellolle, Penni Osipowille ja Mika Heinoselle ohjeistuksesta kirjallisen osuuden kanssa. Kiitos myös graafikko-tovereille arvokkaasta palautteesta.

Kun Muotoiluinstituutin pääsykokeissa vuonna 2011 minulta haastattelussa kysyttiin mitä haluaisin graafisena suunnittelijana tehdä, muistan vastanneeni ”jotain musiikkijuttuja”. Laaja ja epämääräinen vastaus, josta tuskin itsekään tiesin mitä sillä tarkoitin. Nyt opinnäytetyöprosessin aikana olen saanut entistä laajemman käsityksen siitä, miten graafinen suunnittelu voi palvella musiikkia ja miten ne pystyvät toimimaan yhdessä kokonaisuutena.

Näihin musiikkijuttuihin on hienoa päättää opiskelu Muotsikassa ja kiittää GR12-ryhmää, opettajia ja henkilökuntaa yhteisistä vuosista ja opeista, jotka tulevat kantamaan pitkälle. Kiitos!

6

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Arnkil, Harald. 2011. *Värit havaintojen maailmassa*. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu

Biedermann, Hans. 2004. *Suuri symbolikirja*. Suomentanut ja toimittanut Pentti Lempiäinen. Helsinki: WSOY. Saksankielinen alkuteos 1989.

Korpela, Jukka K. & Linjama, Tero. 2005. *Web-suunnittelu*. Jyväskylä: Docendo Finland Oy

Vahtola, Jari. 2016. *www.lamk.fi – käyttäjälähtöinen verkkosuunnittelu*. Lahden Ammattikorkeakoulu

Wheeler, Alina. 2009. *Designing Brand Identity*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Sähköiset lähteet

Dischler, Jerry. 2015. *Building for the Next Moment*. adwords.googleblog.com [viitattu 24.10.2016]. Saatavissa: <https://adwords.googleblog.com/2015/05/building-for-next-moment.html>

Hintsanen, Päivi. 2013. *Keltainen*. Coloria.net [viitattu 6.10.2016]. Saatavissa: <http://www.coloria.net/varit/keltainen.htm>

Marcotte, Ethan. 2010. *Responsive Web Design*. alistapart.com [viitattu 26.10.2016]. Saatavissa: <http://alistapart.com/article/responsive-web-design>

Mosley, James. 2008. *Caslon, William, the elder (1692–1766)*. Oxford Dictionary of National Biography [viitattu 8.11.2016]. Saatavissa: <http://www.oxforddnb.com/view/article/4857>

Saari, Tuomas. 2016. *Kahlitsematonta luomisen vimmaa: haastattelussa Every Green in Mayn Olli Tasala*. Kaaoszine [viitattu 6.10.2016]. Saatavissa: <http://kaaoszine.fi/kahlitsematonta-luomisen-vimmaa-haastattelussa-every-green-in-mayn-olli-tasala/>