



Jani Osolanus
Kirjan toimitustyö
graafisen suunnittelijan silmin

Metropolia Ammattikorkeakoulu
Medianomi, Graafinen suunnittelu
Viestintä
Opinnäytetyö
7.6.2011

Tekijä	Jani Osolanus
Otsikko	Kirjan toimitustyö graafisen suunnittelijan silmin
Sivumäärä	25 sivua + 4 liitettä
Aika	7.6.2011
Tutkinto	Medianomi AMK
Koulutusohjelma	Viestintä
Suuntautumisvaihtoehto	Graafinen suunnittelu
Ohjaaja	Pekka Krankka, päätoiminen tuntiopettaja
<p>Lopputyö tarkastelee kirjan toimitustyötä graafisen suunnittelijan silmin. Lopputyössä käydään läpi keitä eri ammattilaisia kirjan teossa yleensä on mukana ja mikä rooli graafisella suunnittelijalla on kirjaprojektissa. Lopputyön tarkoituksena on myös selvittää minkälaisia osaamistarpeita graafiselta suunnittelijalta vaaditaan, jotta pystyisi menestymään ammatissa. Näistä osaamistarpeista nostetaan tarkemmin esille tekniset taidot, hyvä yleistieto, sosiaaliset taidot, presentaatiotaito ja kuuntelutaito.</p> <p>Lopputyössä käsitellään kirjan ulkoasu suunnittelua graafisen suunnittelijan näkökulmasta. Kirjan käsittelyssä selvennetään mitä eri vaiheita kirjan suunnittelussa on. Kirjan kannen ja sisuksen suunnittelua käsitellään erikseen.</p> <p>Kirjan suunnittelun esimerkkinä toimii Lääkärikeskus Dextran 45-vuotishistoriikki, joka valmistui keväällä 2009. Kirjan ulkoasu käydään tarkkaan läpi ja työssä pyritään perustelemaan tehtyjä ratkaisuja. Lopputyössä pohditaan, kuinka kirjaprojektin toteutuksessa onnistuttiin ja mitä olisi voitu tehdä paremmin.</p> <p>Lopputyö antaa lukijalle perustiedot kirjanteosta. Työ antaa lukijalle kuvan graafiseen suunnitteluun liittyvistä osaamistarpeista. Työn tuloksena valmistui Lääkärikeskus Dextralle historiikki, joka toimii hyvin yrityksen esittely- ja markkinointimateriaalina.</p>	
Avainsanat	graafinen suunnittelu, kirja, kirjagrafiikka, typografia, historiikki

Author(s)	Jani Osolanus
Title	the Bookproject in Graphic Designer's View
Number of Pages	25 pages + 4 appendices
Date	7 June 2011
Degree	Bachelor of Media
Degree Programme	Communication
Specialisation option	Graphic design
Instructor(s)	Pekka Krankka, Principal Lecturer
<p>The purpose of this thesis is to examine bookproject from the graphic designer's point of view. The thesis indicates which professionals are needed for making a book and what is the role for the graphic designer among these professionals. The thesis shows what kind of knowledge is needed for the designer in order to be successful in his profession. The knowledge needed consists the following factors: general knowledge; social skills; ability to explain and listen.</p> <p>In this thesis, the books layout design is researched. The thesis also shows the different phases of the design workflow. Designing the book cover is discussed in its own section in addition to other aspects of book design.</p> <p>Dextra - doctor's stations 45 years chronicle is used as an illustrative material of book design. The book was published in 2009. The book's layout is discussed thoroughly and made decisions are explained. In the thesis it is discussed how successful the project was and what could have been done better.</p> <p>The diploma gives the reader a basic knowledge about the bookproject. The work gives the reader a picture of the skills needed in the graphic design. As a result of the thesis, the Dextra's chronicle was made, which works well as the company presentation and marketing material.</p>	
Keywords	graphic design, book, book design, typography, chronicle

Sisällys

1	Johdanto	5
2	Kirja	6
2.1	Kirjaprojekti	6
2.1.1	Kustantaja	6
2.1.2	Kirjaprojektin aikataulu	7
2.2	Graafisen suunnittelija kirjaprojektissa	8
2.2.1	Ulkoasu	8
2.2.2	Kirjan kansi	9
3	Graafisen suunnittelijan osaamistarpeet	11
3.1	Graafinen suunnittelija tarkkailijana	11
3.2	Yleistieto	11
3.3	Sosiaaliset taidot	12
3.4	Presentaatiotaito	12
3.5	Kuuntelutaito	13
4	Lääkärikeskus Dextran historiikin ulkoasu	14
4.1	Kirjan yleistiedot	14
4.2	Kirjan typografia	16
4.3	Dextran historiikin typografia	17
4.4	Dextran historiikin kansi	18
4.5	Kuvamateriaalit	20
4.6	Kuinka kirjaprojektissa onnistuttiin?	21
5	Yhteenveto	23
	Lähteet	25

Liite 1 Dextran historiikin kansi

Liite 2 Esimerkki Dextran historiikin sisäaukeamasta

Liite 3 Dextran historiikin mitat

Liite 4 Kaikki Dextran historiikissa käytetyt kuvat

1 Johdanto

Lopputyö tarkastelee kirjaprojekteja graafisen suunnittelijan näkökulmasta. Lopputyön tarkoituksena on valaista kirjan syntyprosessia ideasta valmiiksi julkaisuksi. Lopputyössä käydään läpi kirjaprosessiin liittyviä työvaiheita. Lopputyö painottuu kirjan graafisen suunnitteluun, mutta käy hieman läpi myös niitä vaiheita, joissa graafinen suunnittelija ei ole osallisena.

Työn tarkoituksena on selvittää millä tavalla graafisen suunnittelijan pitäisi toimia ja mitä pitää tietää, jotta saataisiin luotua mahdollisimman toimivia ulkoasuja esimerkiksi kirjoihin. Työ antaa kuvan millaisia ammatillisia valmiuksia graafisella suunnittelijalla pitää olla. Työ antaa myös näkökulmaa kuinka toimia asiakkaiden kanssa niin, että sekä suunnittelijan että asiakkaan mielipiteet tulevat huomioonotetuiksi.

Lopputyössä esimerkkikirjana toimii Lääkärikeskus Dextran 45-vuotishistoriikki. Lähtökohtana oli luoda ulkoasultaan näyttävä ja uskottava julkaisu, jota voitaisiin jakaa lääkärikeskuksen yhteistyökumppaneille ja hyödyntää yrityksen markkinoinnissa. Haasteena oli tehdä sisällöltään perinteinen historiikki, joka olisi kuitenkin nykyaikainen ja yrityksen yritysilmmeen mukainen.

Lopputyössä tarkastellaan kuinka kirjaprojekti onnistui. Millä osa-alueilla erityisesti onnistuttiin ja mitä olisi voitu tehdä paremmin? Työssä myös pohditaan, kuinka yhteistyö sujui eri kirjaprojektissa mukana olleiden ihmisten kanssa. Tässä työssä pohditaan, mitä on hyvä ottaa huomioon toimittajan ja asiakkaan kanssa toimiessa. Minkälaisia ongelmia voi toimittajan tai asiakkaan kanssa toimiessa tulla eteen ja kuinka niistä päästään yli. Tässä työssä projektin kulkua käydään läpi graafisen suunnittelijan näkökulmasta.

Projekti tehtiin ulkoasunsuunnittelun ja taiton osalta pääosin keväällä 2009 noin 3 kuukauden aikana. Kirjan kirjoittaminen ja toimittaminen oli kestänyt ennen taittoon päättämistä noin 2 vuotta.

2 Kirja

Kirja on vuosituhansia vanha keksintö. 500 vuotta sitten yleistynyt kirjapainotaito teki kirjoista entistä yleisempiä. Kirja ei ole formaattina paljonkaan muuttunut 500 vuoden aikana. Materiaalien ja painotekniikan laatu on toki kehittynyt paljon. Painotekniikka on itse asiassa kehittynyt yllättävän paljon esimerkiksi viimeisen 20 vuoden aikana (Makkonen 2004, 11.)

Kirja on pitänyt pintansa sähköisten medioiden yleistyessä. Kirja on edelleen formaattina toimiva. Kirjan asema ei nyky-yhteiskunnassa ei ole samalla lailla itsestäänselvyys, kuten ennen. Kirjalla on kuitenkin edelleen paikkansa eikä näköpiirissä ole, että kirja sinällään mihinkään katoaisi. Toki viime aikoina ovat yleistyneet erilaiset lukulaitteet, joihin voi ladata kirjoja ja joista on helppoa lukea. Tämä tietenkin muuttaa tapaa käyttää kirjaa, mutta sinällään kirja ”mediana” tuskin mihinkään katoaa. (Makkonen 2004, 11.)

2.1 Kirjaprojekti

Kirjan tekeminen on moniammatillista yhteistyötä. Kirjan teossa voi olla mukana kirjoittaja/kirjailija, (kustannus)toimittaja, graafinen suunnittelija, valokuvaaja, kuvatoimittaja ja esimerkiksi eri kirjapainoalan ammattilaiset. Roolit eivät aina ole hyvin erillisiä vaan esimerkiksi graafinen suunnittelija voi tehdä suunnittelun lisäksi kuvatoimitusta ja säätää kuvat painokelpoisiksi.

Kirjaprojektit eroavat toisistaan kirjan ”tyypin” mukaan. On eri asia, jos tehdään oppikirjaa tai vaikka kaunokirjallista romaania. Kirjassa voi olla satoja kuvia tai voi olla, ettei siinä ole yhtään kuvaa. Laatuvaatimuksetkin ovat erilaisia erilaisille kirjoille.

2.1.1 Kustantaja

Aina on oltava joku, joka maksaa kirjan teosta aiheutuvat kulut. Hyvin usein maksaja on jokin kustannustalo, kuten esimerkiksi WSOY tai Otava. Kustantaja voi olla myös yritys tai yhdistys. Yritykset saattavat esimerkiksi kustantaa omasta toiminnastaan kertovan historiikin. On olemassa erilaisia syitä miksi päätetään lähteä tekemään tiettyä kirjaa. Suuri osa kirjoista tehdään kaupallisille markkinoille. Suuret kaupalliset kustantajat pyrkivät saamaan tuottoa kustantamallaan kirjoilla. Kirjan tuottamisella tavoitellaan näin rahallista hyötyä. Osa kirjoista julkaistaan myös ilman kaupallisia tavoitteita. Esimerkiksi tieteelliset ja hallinnolliset raportit on lakisääteisesti julkaistava. Myös monet historiikit ja matrikkelit

ovat rajatulle lukijakunnalle julkaistavia, voittoa tavoittelemattomia, kirjoja. (Makkonen 2004, 13–14.)

Olipa kirjan julkaisemisen syy mikä tahansa, täytyy kirjasta tehdä kustannuspäätös. Kun päätös kirjan julkaisemisesta on tehty täytyy kustantajan valita ”yhteistyökumppanit”. Riipuen kirjan tyypistä, teksti saattaa olla jo olemassa tai sitten tekstiä aletaan vasta kirjoittaa. Kun teksti on saatu kirjoittajan/kirjoittajien toimesta kasaan, kustannustoimitaja editoi tekstiä usein vielä paljonkin. Kuvatoimitusta on voitu tehdä jo kirjoittamisen yhteydessä. Kun teksti alkaa hioutua ja kuvia on saatu kasaan tarpeeksi, alkaa kirjan sisältö pikkuhiljaa hahmottua. Tässä vaiheessa kustantajalla ja kirjoittajilla on jo yleensä hieman tuntumaa, millainen kirjasta halutaan. Toisin sanoen esimerkiksi ”brändi”, sivumäärä, kohderyhmä yms. on jo tarkentunut niin hyvin, että tässä vaiheessa projektiin voidaan ottaa mukaan graafinen suunnittelija. (Makkonen 2004, 18–21.)

2.1.2 Kirjaprojektin aikataulu

Tässä työssä tutkittavaa historiikka alettiin valmistamaan pari vuotta ennen kuin mukaan otettiin graafikko. Aivan aluksi oli yrityksen tarve tuottaa menneistä vuosikymmenistä kertova kokonaisuus. Dextran historiikissa palkattiin kirjoittajaksi ulkopuolinen historioitsija, joka samalla toimi kirjan toimittajana.

Kirjoitustyö ja kuvatoimitus voi viedä kirjaprojekteissa suhteellisen paljon aikaa. Tänä aikana yrityksen edustajille ja toimittajalle ehtii muodostua jonkinlainen mielikuva, minkälainen kirja voisi valmistuessaan olla. Kun tämä mielikuva alkaa muotoutua olisi jo hyvä käydä ensimmäinen ulkoasupalaveri graafisen suunnittelijan kanssa. Tekijät eivät aina ymmärrä varata tarpeeksi aikaa kirjan ulkoasusuunnittelulle ja taitolle. Kirjaprojektit ovat kuitenkin pitkiä prosesseja, joten projektit olisi syytä pystyä aikatauluttamaan niin, että ulkoasuun panostamiselle jää tarpeeksi aikaa. Kirjan ulkoasu on kuitenkin tärkeä elementti kokonaisuudessa. Epäonnistunut kannen tai sisuksen ulkoasu voivat pilata kirjan vaikka sisältö muuten olisikin kunnossa.

Aikataulutuksessa on syytä olla myös hieman ylimääräistä aikaa, koska kirjaprojektissa on paljon tekijöitä ja työvaiheita. Aikataulusta saatetaan lipsua. Kirjoittajat eivät välttämättä saa tekstiä valmiiksi sovituksi ajankohdaksi tai graafisen suunnittelijan ulkoasuehdotukset eivät mene läpi toimituskunnassa ja ulkoasua joudutaan viilaamaan. Painossa saattaa tapahtua jokin virhe ja voi olla, että koko painos joudutaan painamaan uudelleen. Kun projektin jokaiselle vaiheelle on varattu riittävästi aikaa eivät takaiskut ole niin

katastrofaalisia. Ongelmia aikataulun suhteen tuo se, että kirjan tekeminen aloitetaan liian myöhään. Varsinkin, jos kirja halutaan julkaista jonain tiettyinä päivinä tietyssä juhlassa, on kirjan oltava juhlaan mennessä valmis. Joskus on jopa käynyt niin, että kirjan painaminen on jostain syystä myöhästynyt ja julkistusjuhlaa varten on painettu muutama näköiskappale nopeasti digipainolla.

2.2 Graafisen suunnittelija kirjaprojektissa

2.2.1 Ulkoasu

Vaikka tekstiä ei olisi hiottu aivan loppuun ja kuvia vielä puuttuisi, voidaan alustava käsi-kirjoitus ja kirjaan tulevia kuvia antaa graafiselle suunnittelijalle. Graafiselle suunnittelijalle täytyy myös antaa mahdollisimman paljon tietoa tekeillä olevasta kirjasta. Ennen kuin graafinen suunnittelija alkaa suunnittelemaan kirjalle ulkoasua, on hänen tiedettävä monia eri asioita, jotta ulkoasusta tulee tarkoituksenmukainen. asioita, joista on hyötyä suunnittelutyössä ovat:

- Kirjan kohderyhmä ja tarkoitus
- Tekstin tyyli
- Kuvamateriaalin määrä suhteessa tekstiin
- Kuvien laatu
- Kuvien käyttökoko
- Tekstin ja erilaisten kappaletyylien määrä (otsikot, lainaukset, nostot jne.)
- Taulukoiden ja diagrammien määrä ja monimutkaisuus
- Onko kirja yksi- vai monivärinen
- Toivottu formaatti
- Tutustuminen muihin samantyyppisiin julkaisuihin
- Jne.

Kun graafisella suunnittelijalla on tietyt perustiedot ja toiveet kirjasta, voi ulkoasua lähteä hahmottelemaan järkevästi. Mallitekstistä on nähtävissä otsikkotasojen määrä ja tiheys. Siitä näkee myös erilaisten kappaletyylien määrän. Esimerkiksi, jos tekstissä on paljon lainauksia, on lainaustyylistä syytä tehdä sellainen, ettei se liikaa pomppaa esiin, koska sivuista voi tulla levottomia.

Graafisen suunnittelijan täytyy siis pystyä kommunikoimaan työn tilaajan kanssa hyvin. Graafisen suunnittelijan on kyettävä kuuntelemaan ja hahmottamaan millaista projektia ollaan tekemässä. Suunnittelija on ymmärrettävä asiakkaan näkökulma. Suunnittelijan

on toimittava ikäänkuin asiakaslähtöisesti, ja harvoin voi vain toteuttaa omia taiteellisia pyrkimyksiään. Onnistunut suunnittelu vaatii eri näkökulmien ja pyrkimysten huomioonottamista ja niiden yhteensovittamista. On tärkeää, että niin asiakas kuin suunnittelija ovat tyytyväisiä lopputulokseen ja osapuolille tulee tunne, että heidän mielipiteitään on kuunneltu. (Saughnessy 2005, 23–24.)

Kirjoittajien ja toimittajien voi olla joskus vaikea hahmottaa kuinka paljon kuvia on sopiva määrä tiettyä tekstimäärää kohden. Varsinkin, jos suuri määrä kuvia halutaan saada jonkin tietyn tekstikappaleen kohdalle, voi taitto hankaloitua turhan paljon. Toki taittaja voi ratkaista tällaisia tilanteita esimerkiksi tekemällä kuvista sivun tai aukeaman kokoisia kuvakollaaseja. Graafisen suunnittelijan on ulkoasua suunnitellessaan hyvä tietää kuvien ja tekstin suhteellinen määrä. Esimerkiksi, jos kuvia on paljon suhteessa tekstiin, voi ulkoasua muokata niin, että yhdelle sivulle ei tule niin paljon leipätekstiä. Tämä voidaan saavuttaa esimerkiksi marginaaleja suurentamalla, jolloin leipätekstipalsta kaventuu. Myös leipä tekstin riviväliä voi harventaa sopivasti. Myös kirjan formaattia kannattaa miettiä kuvien ja tekstin suhteellisten määrien mukaan.

2.2.2 Kirjan kansi

Kansi on erittäin tärkeä osa kirjaa. Kansi on se osa kirjasta, joka nähdään ensimmäisenä. Siksi sen suunnitteluun on panostettava ja varattava aikaa. Kirjan aiheen, tyylin ja luonteen olisi hyvä näkyä kannessa. On usein hyvä, jos kannesta voisi jo hieman päätellä kirjan sisältöä. Onnistunut kansi herättää kiinnostuksen koko kirjaa kohtaan. Kanteen palataan usein myös lukuprosessin aikana. Epäonnistunut kansi voi pilata kirjan myynnin tai vastaavasti se voi olla tärkeä tekijä kirjan menestyksessä. Vaikka sanotaan, että kirjaa ei saisi tuomita kannen perusteella, näin hyvin usein kuitenkin tehdään. (Makkonen 2004, 258–259.)

Kannen suunnittelu on hyvä aloittaa ulkoasupalaverilla johon osallistuu kirjallinen toimitus ja graafinen suunnittelija. Palaverissa pyritään antamaan graafiselle suunnittelijalle joitain suuntalinjoja ja esittämään toiveita ulkoasun suhteen. Riippuu paljon kirjan luonteesta, kuinka vapaasti suunnittelija voi lähteä kantta suunnittelemaan. Jos on esimerkiksi kyse kirjasarjasta, voidaan kannen ulkoasulle antaa tiukat kriteerit joita sen suunnittelussa on noudatettava. Toimituskunnan on varottava antamasta liian yksityiskohtaisia ulkoasutoiveita, koska se voi haitata luovaa suunnitteluprosessia. Kannen ulkoasusta voidaan toki neuvotella, mutta suunnittelijalle on hyvä antaa tilaa, jotta voitaisiin saada aikaan jotain, mitä asiakas ei osannut kuvitellaan. (Makkonen 2004, 251–253.)

Kirjan taittaja voi monesti olla luonteva valinta myös kannen suunnittelijaksi, koska hänelle kertyy taiton aikana tietoa kirjan sisällöstä ja kuvamaailmasta. On kuitenkin tärkeää ymmärtää, että kannen suunnittelu on erilaista kuin sisäsivujen taiton suunnittelu. Loistava sisäsivujen ulkoasuun suunnittelija ei välttämättä ole loistava kannen suunnittelija ja päinvastoin. Kun suunnittelija on saanut toimituskunnalta ohjeita ja toiveita kantta varten lähdetään kantta suunnittelemaan. Kannen suunnittelijan täytyy ymmärtää kirjan luonne ja tarkoitus. Suunnittelijan kannattaa käydä läpi samantyyppisten kirjojen kansia, jotta saa hieman kuvaa mikälaiset kannet ovat tyyppillisiä ko. tyylin kirjoille. Hyvä yksittäinen kuva voi olla ainoa, mitä tarvitsee onnistuneeseen kanteen. Kannessa ei voi eikä pidä kertoa kaikkea mitä kirja sisältää. Tämän takia useasta kuvasta koostuvat kollaasit kannessa eivät välttämättä ole paras ratkaisu. Kannessa olisi hyvä olla tietty abstrakti ulottuvuus, joka antaa mielelle tilaa liikkuu. Vaikka kannen on tärkeä kertoa kirjan aiheesta ja luonteesta, voi asioiden turha alleviivaus olla tylsää ja jopa lukijaa aliarvioivaa. (Makkonen 2004, 251–253.)

Kirjan kansi voidaan toteuttaa myös suojapaperin kanssa. Etenkin historiikeissa on tapana käyttää suojapaperia. Itse kirja päällystetään tällöin yleensä ns. ”kluuttikankaalla”, joka on yksivärinen ja johon painatukset tehdään folioinnilla. Tämän kluuttikannen päälle suunnitellaan erikseen painettava suojapaperi, joka toimii itse kirjan kantana. Tähän suojapaperiin on helppo tehdä painossa esimerkiksi erilaisia kohdelakkauksia. Dextran historiikkiin tuli suojapaperi, koska alkuperäiseen kanteen oli painossa unohtunut laittaa kohdelakkaus. Kohdelakkaus toteutettiin lopulta erilliseen suojapaperiin. Tämän takia Dextran historiikissa on ehkä hieman epätavallisesti sama kansikuva niin itse kirjan kansissa kuin suojapaperissa. (Makkonen 2004, 255.)

2.2.3 Painatus

Graafisen suunnittelijan työ kirjaprojektissa ei ole vain taittomallin tekemistä ja kirjan taittamista. Graafisen suunnittelijan kanssa kannattaa myös neuvotella kirjan painoteknisistä asioista. Graafisella suunnittelijalla on yleensä kokemusta esimerkiksi eri paperilaaduista ja ymmärrystä minkälainen paperi kulloiseenkin kirjaan voisi sopia. Kirja on esine, joten kannen ja sisuksen ulkoasun lisäksi sitä määrittelee myös siinä käytettävät materiaalit. (Makkonen 2004, 281–283.)

Graafiselle suunnittelijalle muodostuu usein suhteellisen hyvä kuva eri kirjapainoista. Kun suunnittelee paljon erilaisia painotuotteita, tulee oltua myös paljon tekemisissä erilaisten painojen kanssa. Tietoa eri painoista voi käyttää hyväksi suunnittelutyössä. Asiakkaalle voi suositella tiettyä painoa esimerkiksi, jos tietää, että jokin paino pystyy tekemään

halutunlaisia painoteknisiä toteuksia. Kirjan ulkoasuun vaikuttaa tietysti myös kirjan sidosaasi, kansimateriaali, paperin tyyppi jne. Tämän takia olisi tärkeää, että graafinen suunnittelija pystyisi olemaan mukana painatukseen liittyvien asioiden valinnassa. Asiakkaat eivät aina näe kirjan suunnittelua kokonaisuutena, vaan saattavat valita esimerkiksi painomateriaalit ilman suunnittelijan apua. Painot toki osaavat tarjota hyviä vaihtoehtoja ja tietävät mitkä ovat laadukkaita materiaaleja. Painolla ei kuitenkaan ole välttämättä sen tarkempaa tietoa kirjan muusta ulkoasusta eikä välttämättä edes kirjan sisällystystä, joten painon tarjoamat materiaalivalinnat eivät välttämättä vastaa haluttua ulkoasua. (Makonnen 2004, 281–283.)

Painamiseen kannattaa varata riittävästi aikaa, koska painamisessa tapahtuu ajoittain suunnittelijasta johtumattomia virheitä, minkä takia saatetaan painos joutua painamaan uudestaan. Myös erilaiset jälkikäsitellyt vievät aikaa.

3 Graafisen suunnittelijan osaamistarpeet

Graafinen suunnittelu vaatii laaja-alaista osaamista. Nykypäivänä graafinen suunnittelija pääsääntöisesti istuu tietokoneen ääressä. Tekninen osaaminen on jokapäiväisessä toiminnassa tärkeää. Vaikka olisi kuinka hyviä ideoita, niistä ei ole paljonkaan hyötyä, jos niitä ei osaa teknisesti toteuttaa. Tähän toki auttaa, jos on osaavia assistentteja, mutta lähtökohtaisesti graafisen suunnittelijan on osattava toteuttaa ideoitaan ja taittojaan teknisesti.

3.1 Graafinen suunnittelija tarkkailijana

Graafisen suunnittelijan on hyvä olla ulospäinsuuntautunut ja avoin erilaisille asioille. Graafisen suunnittelija on yleensä sitä parempi, mitä ”herkemmin” hän kokee ympäröivän maailman. Toisin sanoen hän on ikäänkuin tarkkailija, joka havainnoi ympäristöään omalla tavallaan. Ideat suunnitteluun voivat tulla mistä vain, joten suunnittelijan on oltava vastaanottavainen erilaisille ärsykeille.

3.2 Yleistieto

Graafisen suunnittelijan on tärkeä tuntee graafisen suunnittelun historiaa ja tämän päivän suunnittelun trendejä. Myös visuaaliseen taiteeseen on yleensä hyvä olla perehtynyt. Suunnittelun perusasiat eivät muutu, vaikka se mikä on milloinkin muodikasta, muuttuu.

Suunnittelun historiasta voi ammentaa tietämystä omaan tekemiseen. Hyvän suunnittelijan täytyy opiskella asioita myös graafisen suunnittelun ulkopuolelta. Graafisena suunnittelijana eteen tulee luultavasti hyvinkin paljon toisistaan poikkeavia suunnittelutöitä ja laaja-alainen yleistietämys auttaa suunnittelutyötä eri tilanteissa. Hyvä yleissivistys onkin siis tärkeä osa graafisen suunnittelijan ammattitaitoa. Suunnittelijan on ylipäätään hyvä olla kiinnostunut laaja-alaisesti erilaisista asioista. Yleissivistykseen liittyy myös kulttuurillinen tietämys. Graafisen suunnittelijan voi olla vaikeaa siirtyä (Saughnessy 2005, 20–22.)

3.3 Sosiaaliset taidot

Asiakkaita tavattaessa ja projekteista neuvoteltaessa on hyvä, jos graafinen suunnittelija omaa hyvät sosiaaliset taidot ja pystyy keskustelemaan heidän kanssaan luontevasti. Graafinen suunnittelija ei voi vain rehennellä tekemillään töillä, vaan hänen täytyy olla aidosti kiinnostunut asiakkaan tarpeista. Yleissivistys auttaa ymmärtämään eri aloilla toimivien ihmisten maailmankuvaa eikä ole ainakaan haittaa, jos suunnittelijalla on jonkinlaista tietämystä asiakkaan toimialasta (Saughnessy 2005, 20). On hyvä muistaa, että graafinen suunnittelija on työssään tekemisissä muidenkin kuin vain asiakkaiden kanssa. Suunnittelutoimistossa voi hyvinkin olla muita suunnittelijoita ja assistentteja, joiden kanssa pitää pystyä tekemään rakentavasti yhteistyötä. Sosiaaliset taidot auttavat luomaan työpaikalle hyvän ilmapiirin, jossa jokainen pääsee hyödyntämään kykyjään. Kommunikoinnin toisten suunnittelijoiden kanssa on oltava mieluummin reilua ja neuvottelevaista kuin dominoivaa ja toisia alentavaa. Kritiikkiä pitää toki pystyä antamaan ja vastaanottamaan, mutta paljon voi vaikuttaa siihen, millä tyyllillä sen tekee. (Saughnessy 2005, 24–25.)

3.4 Presentaatiotaito

Omasta suunnittelustaan on tärkeä pystyä puhumaan ja ideoitaan on hyvä osata valaista. Asiakkaat voivat olla välillä ns. hankalia. He eivät välttämättä tiedä, mitä haluavat tai voi olla, että heillä ei ole sellaista visuaalista näkemystä, että he pystyisivät erottamaan hyvää ja huonoa visuaalista suunnittelua toisistaan. Graafisen suunnittelijan on osattava perustella valintojaan ja pystyttävä vakuuttamaan asiakas luotettavalla tyyllillä. Jotain tiettyä ulkoasua suunniteltaessa voi kohtalaisia toteutusmahdollisuuksia olla lukuisia. Tämän takia on tärkeää, että graafinen suunnittelija uskoo omiin kykyihinsä sekä valintoihinsa. On hyvä, jos on kyky analysoida omaa suunnitteluaan niin asia- kuin tunnepohjalta. Asiakkaan on helpompi hyväksyä ideoita suunnittelijalta, joka osaa puhua suunnitelmistaan ulkoasuista, kuin suunnittelijalta, joka ei osaa niin hyvin verbalisoida asiaansa. Omasta suunnittelustaan kertomista voi opetella esimerkiksi kuvailemalla jolle-

kin tutulleen tekemäänsä ulkoasua ennen kuin paljastaa itse lopputuloksen. (Saughnessy 2005, 24–25)

Kun suunnittelija on menossa esittelemään esimerkiksi kirjan ulkoasusuunnitelmaa asiakkaalle, voi pienellä vaivalla saada esittelystä uskottavamman. Kirjan aukeamia kannattaa esimerkiksi tulostaa paperille ja liimata ne jämäkälle pahville. Tämä luo mielikuvaa, että suunnittelija tosissaan, arvostaa omaa työtänsä ja uskoo omiin suunnitteluratkaisuihin. On hyvä myös muistaa, että ulkoasusuunnitelmat saattavat kiertää yrityksessä aivan ylimmäkin johdon nähtävillä. Tällöin on tärkeää, että presentaatiomateriaalit ovat viimeistellyn ja uskottavan näköisiä.

3.5 Kuuntelutaito

Kommunikaatio on puhumisen lisäksi myös kuuntelemista. Graafisen suunnittelijan on osattava kuunnella asiakasta. Graafisen suunnittelun palveluiden ostaminen on siinä mielessä hankalaa, että asiakas ikäänkuin ostaa tuotteen näkemättä sitä. Suunnittelijan täytyy osata havainnoida asiakkaan puheesta sanattomia viestejä. Pitäisi pystyä ymmärtämään asiakkaan näkökulma ja oivaltamaan, mitä asiakas oikeasti tarkoittaa. On hyvä ymmärtää, että esimerkiksi samat sanat voivat tarkoittaa eri asioita eri ihmisille. Graafisen suunnittelijan on osattava kysyä tarkentavia kysymyksiä, jos on epäily, että asiakas puhuu hieman eri kieltä lueiin suunnittelija. Miten asiakas tarkoittaa halutessaan esimerkiksi "modernia" ja "pirskahtelevaa" ulkoasua. Varsinkin erilaiset adjektiivit voivat aiheuttaa sekaannusta. (Saughnessy 2005, 21–22)

On aika yleistä, että asiakas ei osaa sanoa, mitä haluaa. Varsinkin silloin suunnittelijan on tärkeitä yrittää havainnoida onko asiakkaan puheista kuitenkin löydettävissä joitain vihjeitä siitä mitä asiakas haluaisi lopputuloksen olevan. Näissä tilanteissa on toki myös tärkeää yrittää ehdottaa asiakkaalle erilaisia ulkoasuratkaisuja, joiden perusteella voidaan hahmotella ulkoasua. Kun asiakas ei tarkkaan tiedä, mitä haluaa, on hyvä antaa asiakkaan kertoa esimerkiksi edustamastaan yrityksestä tai muista taustalla olevista asioista. Graafisen suunnittelijan tehtävä on kuunnella tarkkaan ja tehdä muistiinpanoja. Asiakas saattaa osata kertoa esimerkiksi yrityksen arvoista ja mitä yritys pitää tärkeänä. Kuuntelemalla asiakasta suunnittelija voi parhaimmillaan kehittää juuri ko. asiakkaalle sopivia ulkoasuja.

4 Lääkärikeskus Dextran historiikin ulkoasu

Lääkärikeskus DEXTRAN historiikissa toimittaja oli käynyt asiakkaan kanssa paljon keskustelua ulkoasutoiveista jo ennen kuin projektiin tuli mukaan graafinen suunnittelija. Tämä ei välttämättä ole paras mahdollinen lähtökohta graafiselle suunnittelijalle kirjan ulkoasun suunnitteluun. Yleensä olisi hyvä, että asiakas, toimittaja ja graafinen suunnittelija pohtisivat yhdessä, minkälainen kirja halutaan saada aikaan.

Ulkoasun lähtöajatuksenani oli luoda tyylikäs ja mielenkiintoinen historiikki. Kirjan ei haluttu olevan liian vanhahtava ja niin sanottu perinteinen historiikki. Siitä haluttiin saada nuorekas, moderni ja lääkärikeskuksen näköinen. Kirjan oli tarkoitus myös toimia lääkärikeskuksen markkinoinnin apuna.

Ennen suunnittelun aloittamista tutkittiin yhdessä toimittajan kanssa, minkälaisia muita samanlaisia kirjoja oli julkaistu muiden lääkärikeskusten toimesta. Todettiin, että lääkärikeskukset eivät olleet paljonkaan julkaisseet ns. historiikkeja. Ne, jotka oli julkaistu, eivät olleet ulkoasultaan kovinkaan onnistuneita. Dextran kirjasta päätettiin lähteä tekemään omanlaisensa laadukas kokonaisuus, joka erottuisi muista tekstin ja ulkoasun laadulla.

Kirjassa on noin 120 kuvaa ja kymmenkunta piirrettyä kuviota. Noin 80 prosenttia valokuvista ja lehtileikkeistä jouduttiin skannaamaan, koska niistä ei ollut olemassa digitaalisia versioita. Kuvat oli skannattu etukäteen ja kuvat saatiin taittoon digitaalisessa muodossa. Osa kuvista jouduttiin skannaamaan uudestaan, koska ne oli alunperin skannattu liian pienellä resoluutiolla. Projekteissa on usein juuri tämän kaltaisia ongelmia skannattujen kuvien kanssa. Vaikka kuvien skannaaminen on näennäisesti helppoa, on ongelmana yleensä väärin skannausasetusten käyttö. Kuvat skannataan usein liian pienellä resoluutiolla. Joskus voi käydä niinkin, että kuvat on yleisesti skannattu tarpeeksi isolla resoluutiolla, mutta yksittäistä kuvaa saatetaankin käyttää esimerkiksi aukeaman kokoisena, jolloin kuvan resoluution täytyy olla suurempi kuin muiden kuvien. Skannausasetuksissa pitää myös huomioida, ettei skannausohjelma tee turhia kuvankäsittelyitä, kuten esimerkiksi terävöintiä.

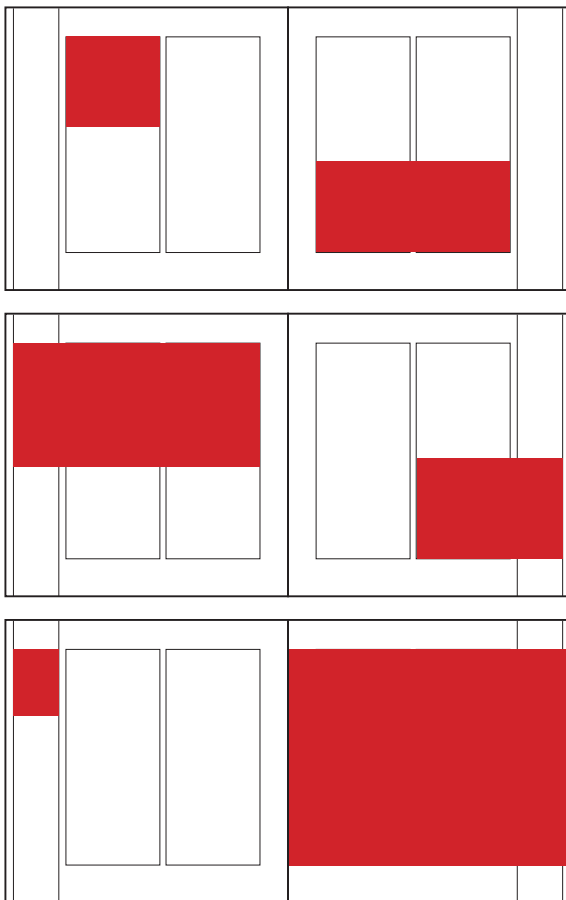
4.1 Kirjan yleistiedot

Kirjasta tuli lopulta 131-sivuinen. Kirjan kooksi olivat asiakas ja toimittaja yhdessä päättäneet 210 mm x 210 mm. Koon valinta oli perusteltu ratkaisu. Kirja haluttiin tarpeeksi pieneksi, jotta sitä olisi helppo käsitellä, lukea ja jakaa ihmisille eri tilanteissa. Toisaalta

oli myös tärkeää, että sivut olisivat tarpeeksi isoja, jotta kuvia voitaisiin käyttää tarpeeksi suurina ja näyttävinä. Kirjaan tuli myös paljon erilaisia lehtileikkeitä, jotka haluttiin saada tuotua taittoon niin suurina, että niissä olevaa tekstiä voisi lukea.

Kirjan leipätekstin asetteluksi valitsin kaksipalstaisuuden, joka sopii hyvin neliömäiseen kirjaan. Tällöin palstan leveys ei veny liian suureksi toisin kuin yksipalstaisessa vaihtoehdossa. Tällöin palstanleveyden on oltava aika leveä, jotta tekstiä mahtuu sivulle tarpeeksi ja ettei sivujen ulkoasu jää liian ”avoimeksi”. Neliömäinen sivuformaatti mahdollisti kahden leipätekstipalstan lisäksi myös yhden apupalstan. Kaksi palstaa + yksi apupalsta -ratkaisu antaa taittajalle paljon mahdollisuuksia sijoitella elementtejä aukeamille. Elementin sijoitusesimerkkejä ovat sijoittaminen:

- yhden leipätekstipalstan levyiseksi
- kahden leipätekstipalstan levyiseksi
- kahden leipätekstipalstan ja yhden apupalstan levyiseksi
- yhden leipätekstipalstan ja yhden apupalstan levyiseksi
- apupalstan levyiseksi
- lisäksi kuvat voivat mennä tarvittaessa leikkaukseen asti.



Kuva 1 Erilaisia elementtien sijoittelumahdollisuuksia

Paperiksi valittiin yhdessä toimituskunnan kanssa hyvälaatuinen ja hieman kiiltävä. Paperin haluttiin olevan laadukasta ja päällystettyä, jotta valokuvat olisivat mahdollisimman hyvälaatuisia ja kirjasta välittyisi muutenkin laadukas mielikuva.

4.2 Kirjan typografia

Typografia tulee kreikan kielen sanoista typos (merkki) ja grafein (kirjoittaa). Typografialla tarkoitetaan siis ”mekeillä kirjoittamista”. Lisäksi typografiaan liittyy paljon muitakin asioita. Palstanleveys, fonttikoko, riviväli, tasapalsta vs. liehupalsta, kirjainten välistys, kirjainten lihavuus jne. (Makkonen 2004, 221.)

Typografia on kirjan yksi tärkeimmistä asioista. Typografialla viestitään kirjoitettu asia ymmärrettävässä muodossa. Typografia antaa kirjalle luonteen yhdessä muiden ulkoasun elementtien kanssa. Typografia täytyy suunnitella huolellisesti ja tarkoituksenmukaisesti, jotta ulkoasusta tulee tyylikäs ja uskottava. Tekstiä on esimerkiksi historiikissa 2000–3000 merkkiä per sivu, joten typografia on todellakin tärkeä osa kirjan ulkoasussa. (Lidwell, Holden & Butler 2003, 124.)

Nykyään on hyvin tavallista, että kirjaan valitaan vähintään yksi antiikva ja yksi groteski kirjasin. Antiikvalla tarkoitetaan päätteellistä kirjasinta ja groteskilla päätteetöntä. Leipätekstissä käytetään yleensä antiikva-kirjasinta, koska ne ovat pääsääntöisesti helpolukuisempia kuin groteski-kirjasimet. Antiikvojen kirjaimet erottuvat toisistaan hyvin. Antiikva-kirjainten rungoissa on paksuusvaihteluita, jotka helpottavat kirjainten erottamista etenkin pienessä pistekoossa. Antiikvojen päätteet ohjaavat lukemista vasemmalta oikealle ja pitävät katseen samalla rivillä. (Makkonen 2004, 228–230.)

Kirjaan tarvitaan usein toinen kirjasin, koska esimerkiksi historiikeissä on usein laatikko-tekstejä, joissa kerrotaan jotain tietoa leipätekstin lisäksi. Nämä leipätekstistä poikkeavat tekstit on hyvä erottaa myös typografisesti. Usein tällaisiin lisäteksteihin sopii hyvin jokin luettava groteskikirjasin, koska näin ne erottuvat helposti leipätekstistä. Yleensä olisi hyvä, että valitut antiikva- ja groteski-kirjasin olisivat ominaispiirteiltään samaa sukua. Esimerkiksi renesanssiantiikvan kanssa sopii jokin humanistinen groteski, koska niissä on samanlaisia piirteitä. (Makkonen 2004, 228–230)

4.3 Dextran historiikin typografia

Valitsin Dextran historiikkiin leipätekstifontiksi Sabon-nimisen antiikva-kirjasimen ja tämän regular-leikkauksen. Sabonin on suunnitellut Jan Tschichold vuoden 1964–1967 välisenä aikana. Sabonin muodot perustuvat Claude Garamondin renesanssinaikaisiin antiikvoinhin. Sabon on nimetty ranskalaisen kirjasinleikkaajan, Jakob Sabonin, mukaan. Sabonissa on paljon samaa kuin esimerkiksi Adobe Garamondissa, mutta se on jollain tavalla hillitympi ja arvokkaampi (Bringhurst 2008, 246). Sabon oli sopiva kirjasin tähän nimenomaiseen kirjaan. Leipätekstin pistekoko on 9,7 ja riviväli 14,9. Palstan leveys on 67,5 ja palstojen väli 6 mm. (ks. liite 3) Yhdelle tekstisivulle mahtuu leipätekstiä noin 2500–2700 merkkiä.

Kirjan toiseksi kirjasimeksi valitsin Futuran. Se on geometrinen groteskikirjasin, jonka on suunnitellut Paul Renner vuonna 1927 (Pao & Berger 2006, 104). Futuran valintaan vaikutti osaltaan Dextran logon kirjasin, joka on Avant Garde. Se on myös geometrinen groteski, joka on luonteeltaan samanlainen kuin Futura. Avant Garden x-korkeus on kuitenkin suurempi kuin Futuran, joten se ei ole yhtä hyvin luettava ja se vie paljon tilaa, mikä ei ole hyvä kapealla tekstipalstalla. Futuraa käytettiin kirjassa kaikissa otsikoissa, kuvateksteissä, nostoissa ja laatikoissa leipätekstinä. Myös alatunnisteet olivat Futuraa.

Futura ja Sabon eivät kirjasimina ole ehkä aivan täydellinen pari, mutta varsinkin Futuran käyttö oli perusteltua lääkärikeskuksen logon takia. Geometrisiä groteskeja käytetään muutenkin paljon lääkärikeskusten ja apteekkien viestinnässä. Leipätekstiksi taas sopi hyvin renesanssityyppinen antiikva, joka on helppolukuista pitkissäkin teksteissä. Lisäksi se hienostuneennäköinen ja antaa kirjalle uskottavuutta.

Väliotsikoiden ulkoasua suunnittelin aluksi toimitajalta saadun viimeistelemättömän esimerkkitekstin pohjalta. Kävi ilmi, että esimerkkitekstissä oli paljon vähemmän väliotsikoita kuin lopullisessa tekstissä. Tämä aiheutti sen, että suunnittelin väliotsikot liian suuriksi ja tilaavieviksi. Alkuperäinen ajatus oli, että väliotsikot alkaisivat aina sivun yläreunasta ja veisivät tilaa leveyssuunnassa kahden palstan verran. Väliotsikoita tuli kuitenkin 1–2 kpl per aukeama, joten oli järkevää tehdä otsikkotyylissä diskreetimpi ja antaa sen juosta vapaasti tekstin mukana palstassa. Väliotsikoiden pistekoko oli 11,5 ja väritykseltään ne olivat punaisia.

Ulkoasua suunnitellessa päätin, että väliotsikoiden jälkeinen leipätekstipalsta alkaa aina neliömäisellä anfangilla, jonka reunat olivat pyöristetyt. Anfangi oli suunniteltu aikaisemmin isoksi kolmiriviseksi kirjaimeksi, mutta väliotsikkoo pienennettäessä päädyin muutta-

maan anfangia pienemmäksi. Koska otsikoita on paljon, anfangin on sulauduttava leipätekstiin eikä se saa herättää liikaa huomiota.

Kuvateksteissä käytin Futura-kirjasinta ja sen Heavy Obligue -leikkausta. Pistekoko oli 8 ja riviväli 11. Kuvatekstin alkuun päätin laittaa pienen neliön, joka korosti kuvatekstin alkukohtaa. Tästä voi olla hyötyä lukijalle esimerkiksi sivuilla, joilla on paljon kuvia ja kuvatekstejä. Kuvatekstin on erotuttava tarpeeksi leipätekstistä, ettei lukija sekoita niitä toisiinsa.

Kirjaan haluttiin mukaan nostoja, jotka kertoivat erityisesti henkilökuntaan liittyviä asioista ja tapahtumista. Nostot saattoivat liittyä leipätekstissä kerrottuihin asioihin, mutta sinällään ne toivat lisätietoa eivätkä niinkään toistaneet leipätekstin asioita niin kuin nostoilla on yleensä tapana. Nostot päätettiin sijoittaa palstojen väliin. Nostot aiheuttivat ongelmia taittoon, koska ne olivat yksi elementti lisää, joka piti saada mahtumaan sivuille. Jälkeenpäin ajateltuna nostot olisi kannattanut suunnitella hieman erilaisiksi ja niiden sijoittamista olisi voinut hieman varioida enemmän, että taitto olisi sujunut helpommin. Nostot ovat hyvä lisä leipätekstiin ja lukijan on helppo silmäillä niitä, mutta ulkoasuun ne eivät välttämättä tuo niin paljon, kuin miten paljon taitto-ongelmia ne luovat.

4.4 Dextran historiikin kansi

Projektin yksi osuus oli suunnitella julkaisulle kansi. Aloin suunnitella kantta jo taiton aikana ja pyrkimys oli aluksi löytää kirjaan tulevien kuvien joukosta sopiva kansikuva. Etsinnöistä huolimatta sopivaa kuvaa ei löytynyt. Kirjan kuvamateriaali oli vaihtelevaa ja osin suhteellisen huonolaatuista.

Kuvanvalinta kanteen on muutenkin usein hyvin hankalaa. Yritykset eivät useinkaan halua nostaa kanteen yksittäisiä tunnistettavia ihmisiä, koska esimerkiksi tässä tapauksessa kirja kertoi 45 vuodesta, johon mahtuu satoja työntekijöitä ja monta johtajaakin. Jonkun tietyn henkilön laittaminen kanteen herättää helposti kysymyksen, miksi juuri kyseinen henkilö on saanut kunnian päästä kanteen.

Taiton edetessä ja kuvamateriaalin lisääntyessä ei kuvista yksikään tuntunut sopivan kansikuvaksi. Aluksi oltiin suunniteltu, että kanteen käytettäisiin jokin sopivaa kuvaa kirjan sisäsivuilta. Yleensä on hyvä, jos kirjan kanteen löytyy jokin osuva valokuva, koska sen ympärille on helppo suunnitella kannen muut elementit. Kuva itsessään jo määrittelee hyvin pitkälle esimerkiksi sen mihin kirjan nimi on mahdollista sijoittaa. Kuvan avulla on

myös usein luontevaa määritellä kannen värimaailma. Suunnittelua yleensäkin helpottaa se, että on joitakin ”rajoituksia”, joita on noudatettava. Ei ole yleensä helppo suunnitella asioita, jos on käytettävissä esimerkiksi kaikki maailman värit tai graafiset elementit.

Kuva tuo usein myös tarvittavaa kontrastia ja mielenkiintoa kanteen. Osuva kuva antaa myös tietoa kirjan sisällöstä. Kannen kuva-aihe voi olla myös abstraktinomainen (esimerkiksi taivas tai tiiliseinä), jonka tarkoitus on herättää lukijassa tunteita.

Koska luontevaa kansikuvaa ei löytynyt, päätettiin kansi suunnitella ilman valokuvaa. Ilman valokuvaa toimiessa voi kannen suunnittelu olla haastavampaa kuin hyvän kuvan kanssa. Silloin on ikäänkuin loputtomasti vaihtoehtoja kannen toteuttamiseksi. Ilman selkeitä ”kehyksiä” ideointi voi olla tietyllä tavalla päämäärätöntä.

Kannen suunnittelun johtavaksi ajatukseksi muodostui lopulta yrityksen liikemerkki ja tunnusvärit. Kyseisellä yrityksellä ilmeinen valinta pääväriksi oli punainen, koska sitä on niin liikemerkissä, kuin muussakin yritykseen liittyvässä materiaalissa. Aluksi asiakas ei halunnut liikemerkkiä kanteen, vaan ajatus oli että kannessa olisi vain vapaamuotoisesti kirjan nimi. Ensimmäisiä suunnittelemani kansi-ideoita asiakkaan kanssa tarkasteltaessa tultiin nopeasti yhteisymmärrykseen siitä, että kanteen laitettaisiin yrityksen liikemerkki. Kirjan yksi tärkeimmistä tehtävistään oli toimia yrityksen markkinoinnin ja yrityskuvan kehittämisen apuvälineenä, joten oli perusteltua käyttää kannessa yrityksen liikemerkkiä.

Punaisen värin ohella toiseksi kannen ideaksi otin liikemerkissä olevan punaisella korostetun x-kirjaimen oikealle kaatuvan viivan. Yrityksen liikemerkin graafinen ohjeistus määritteli, että merkin on aina oltava valkoisella pohjalla, joten tämä vaati kanteen jonkinlaista valkoista aluetta, jolle merkin voisi sijoittaa. Näin päädyin valkoiseen diagonaaliseen kenttään, johon merkin sai sijoitettua sopivasti. Kannen yleisväriksi tuli punainen, johon loin vaihtelevuutta diagonaalisilla sävyymuutoksilla. Nämä sävyn vaihtelut tein valkoisen alueen suuntaisiksi. Valkoisen alueen reunalle laitoin neutraalit harmaat viivat rajaamaan punaista ja valkoista aluetta. Tein viivoista neutraalit, koska en halunnut kanteen enempää värisävyjä.

Halusin kanteen jotain erikoista, koska kyse oli kuitenkin juhlaulkaisusta, jota haluttiin käyttää markkinoinnin apuna. Päätin, että kanteen tulee mattalakka punaiselle alueelle ja valkoisen viivan alueelle kiiltävä UV-lakka. Tilaus meni normaalisti painoon, mutta jostain syystä paino unohti tehdä valkoisen alueen kohdelakkauksen. Korvaukseksi paino teki ilmaiseksi suojapaperit jokaiseen kirjaan. Suojapapereihin saatiin valkoiselle alueelle

UV-lakkaus. Vaikka suojarahaperin käyttöä ei ollut alun perin suunniteltu, se tekee kirjasta omalla tavallaan arvokkaamman. Siinä mielessä UV-lakkauksen poisjääminen alkuperäisestä kannesta olikin onnekas sattuma. Painatuksen venyminenkin ei haitannut, koska projektissa oli varauduttu vastoinkäymisiin tarpeeksi väljällä painoaikataululla.

Kannesta tehtiin lukuisia vaihtoehtoja erikokoisilla valkoisilla alueilla, joiden myötä päädyttiin lopulliseen versioon. Asiakas oli lopulta hyvin tyytyväinen kanteen. Myös itse olin tyytyväinen lopputulokseen.

4.5 Kuvamateriaalit

Historiikkeja tehtäessä törmätään hyvin usein ongelmiin kuvamateriaalien kanssa. Niin myös Dextran historiikissa. Harva yritys tai yhteisö on arkistoinut johdonmukaisesti materiaalia vuosien varrelta. Etenkin juuri historiateoksiin sopivaa kuvamateriaalia on usein niukasti. Tyisiä johtajien potretteja kyllä löytyy vaikka joka vuodelta, mutta yrityksen henkilökunnasta ja päivittäisestä "elämästä" on vaikea löytää hyvää kuvamateriaalia.

Kuvien laatu on myös usein ongelma. 1900-luvun alkupuoliskolla, kun valokuvaaminen ei ollut niin yleistä, valokuvaamisesta huolehti ammattivalokuvaajat. Näiden ottamat valokuvat näyttävät hyviltä vielä tänä päivänäkin. Kun valokuvaamisesta tuli arkipäiväisempää, alkoivat myös ns. tavalliset ihmiset ottaa kuvia. Kuvia alettiin toki ottaa enemmän kuin aiemmin, mutta laatu tippui samaa tahtia. Harjaantumaton kuvaaja saattaa rajata kuvaa väärin tai jättää kuvasta pois jotain oleellista. (Sumiloff 2000, 20–22.)

Valokuvauksen digitalisoituminen aiheutti myös omalta osaltaan kuvamateriaalien heikkenemiseen. Aluksi digitaalisten kameroiden kuvanottoresoluutiot olivat vaatimattomia. Sen ajan kuvissa ei resoluutio usein riitä painokelpoiseksi kuvaksi. Lisäksi vanhemmilla digikameroilla otetuissa kuvissa on paljon kohinaa ja värisävyt haaleita. Kuvat ovat teknisesti heikkotasoisia, jotta ne toimisivat hyvin painotuotteessa. (Sumiloff 2000, 20–22.)

Vaikka hyviä paperikuvia olisikin tarjolla, voi ongelmaksi muodostua kuvien skannaaminen. Asiakas saattaa ajatella säästävänsä rahaa, ja skannaa kuvat esimerkiksi itse. Asiakkaalla ei välttämättä ole kuitenkaan riittävästi tietoa, jotta kuvista tulisi tarpeeksi hyvälaatuisia skannauksessa. Resoluutio saattaa jäädä liian pieneksi tai annetaan skannausohjelman terävöittäviä kuvia, jolloin kuvat saattavat terävöityä liikaa. Skannereitakin on eritasoisia ja huono skanneri saattaa sekoittaa kuvan väridynamiikan tai selkeästi toistaa huonosti tiettyjä sävyjä. (Sumiloff 2000, 29.)

Dextran historiikissa oli kuvamateriaalin samoja ongelmia, joita edellä käsiteltiin. Kuvamateriaalien laatu vaihteli suuresti. Vaihteleva laatu teki kirjan ulkoasusta hieman epäjohdonmukaisen. Jollain aukeamalla kuvat olivat hienoja ja toisella taas suhteellisen huonoja.

4.6 Kuinka kirjaprojektissa onnistuttiin?

Projekti onnistui siinä mielessä hyvin, että kaikki osapuolet olivat tyytyväisiä lopputulokseen. Se on tietenkin aina tavoite ja siinä onnistuttiin. Kirja valmistui ajallaan Dextran 45-vuotisjuhliin.

Kirjaprojektin ulkoasun kanssa oli tekemisissä selkeästi kolme osapuolta: asiakkaan edustajat, toimittaja ja graafinen suunnittelija. Yhteistyö sujui pääsääntöisesti ongelmitta, mutta toki joitain vastoinkäymisiäkin oli projektin aikana. Asiakkaalla oli jonkin verran näkemyksiä ja toivomuksia ulkoasun suhteen, mutta yleisesti suunnittelijan ulkoasullisiin ja taitollisiin ratkaisuihin luotettiin ja niihin oltiin tyytyväisiä. Tässä projektissa toimittajalla oli vahva näkemys ulkoasun ja taiton suhteen. Jouduin neuvottelemaan toimittajan kanssa suhteellisen paljon erilaisista ulkoasuratkaisuista. Kirjan tekeminenhän on toki moniammatillista yhteistyötä ja tietynlaisten kompromissien tekemistä, mutta tässä tapauksessa neuvottelu vei paljon aikaa. Olisin ehkä voinut ottaa hieman vahvemman roolin ulkoasuratkaisuista, koska suunnittelijan vastuullahan ulkoasu lopulta on. Vaikka pitää olla joustava, graafisen suunnittelijan pitää osata myös pitää kiinni omasta ammatillisesta näkemyksestään varsinkin, jos tiettyihin ulkoasuratkaisuihin on hyvät perustelut.

Kirja on ulkoasultaan suhteellisen hyvä kokonaisuus. Leipätekstipalstojen ja marginaalien koot ovat onnistuneita. Typografia on hyvin luettavaa ja diskskreettiä. Joissain kohdissa tekstirivit hieman repeilevät tasapalstaisuuden takia. Tämän välttämiseksi olisi tekstillä ollut hyvä antaa hieman väljemmät välistys- ja tavutusmääritykset. Tämän lisäksi olisi ehkä voinut miettiä leipätekstin kokoa suhteessa palstanleveyteen. Nyt palstanleveys on hieman pieni verrattuna tekstikokoon. Pienempää tekstiä mahtuu luonnollisesti enemmän palstaan kuin isompaa. Palstojen välissä olevien nostojen ei tarvitsisi olla tasapalstaa, koska joissain niissä tapahtuu rumannäköistä rivien repeilyä. Nostot aiheuttivat muutenkin ongelmia taittoon. Nostojen kohdissa leipätekstipalsta kapenee puoleen ja aiheuttaa repeilyä. Nostojen sijoittaminen palstojen väliin ei välttämättä ollut paras mahdollinen idea. Niitä olisi pitänyt käsitellä kuin kuvaelementtejä ja sijoitella niitä marginaaliin tai palstaan. Nostot myös hidastivat taittotyötä tuoden ylimääräisen elementin taittoon kuvien ja leipätekstipalstojen lisäksi. Jotkin nostoista ovat myös liian pitkiä, jolloin ne menettävät ytimekkyytensä ja entisestään rikkovat taiton harmoniaa.

Väiotsikot ovat sopivan kokoisia eivätkä erotu häiritsevästi muusta tekstistä. Alatunnisteet ja sivunumerot ovat sopivan diskreettejä, eivätkä kiinnitä liikaa huomiota. Kuvatekstit erottuvat sopivasti leipätekstistä ja pieni neliö niiden alussa sopii niihin. Kirjassa on muutama laatikko, joiden teksti haluttiin saada vaikuttamaan siltä kuin se olisi kirjoitettu käsin. Kirjasinvalintaa olisi ehkä ollut syytä harkita tarkemmin, koska lopullisessa taitossa teksti on suhteellisen pientä ja vaikealukuista.

Valokuvien laatu vaihtelee paljon, mutta on ymmärrettävää, että historiikissa on vanhoja ja huonolaatuisia kuvia. Montaa huonolaatuisia kuvaa onnistuttiin parantamaan kuvankäsittelyllä. Lehtileikkeiden käyttö onnistui kirjassa suhteellisen hyvin. Ne haluttiin saada taittoon sen verran isoina, että niistä pystyisi lukemaan tekstit ja siinä onnistuttiinkin hyvin

Kansi on mielestäni onnistunut. Vaikka yrityksen logo on kannessa pienikokoisena, se erottuu hyvin ja antaa diagonaalille valkoiselle kentälle tarkoituksen. Kannen pääväriksi haluttiin punaista ja sitä siinä onkin. Punaiselle alueelle luotu diagonaalinen kuvio elävöittää kantta ja tuo kanteen abstraktin kuvaelementin. Takansi toistaa etukannen kuviota. Takakannen teksti on sopivan hillitty. Kanteen suunniteltiin aluksi UV-lakkausta valkoiselle alueelle. Paino unohti painatusvaiheessa tehdä tämän lakkauksen ja suostui lisäämään kirjoihin suojapaperin, johon lakkaus lopulta suoritettiin. UV-lakka tuo kanteen sopivasti arvokkutta ja korostaa hyvin tasaista valkoista aluetta. Suojapaperi tuo myös oman arvokkuutensa kirjan ulkoasuun. Kirja on kovakantinen ja sidosasu on sidottu. Tämä sopii kirjalle, josta haluttiin arvokkaanoloinen lahjakirja.

Kirjan formaatti on suhteellisen onnistunut. Kirja on sopivan pieni, joten sitä on mukava käsitellä ja lukea. Kirja on kuitenkin tarpeeksi iso, että ulkoasussa pystyttiin käyttämään kahta palstaa ja apupalstaa samalla sivulla. Kirja voisi olla ehkä hieman paksumpi, jolloin se antaisi ehkä vielä hieman arvokkaamman vaikutelman.

Kirjan taitto oli suhteellisen hidasta. Kirjassa oli paljon kuvia ja niiden lisäksi paljon nostoja. Tämä osaltaan hidastaa taittoa, koska jokainen aukeama täytyy rakentaa tarkasti. Myös kaksipalstaisuus luo oman haasteensa, koska palstat täytyy saada tasattua ja esimerkiksi luvut olisi hyvä loppua niin, ettei viimeisen palstan tekstimassa jää vajaaksi vaan ulottuu alareunaan asti. Kuvien kokoja ja sijoittelua muuttamalla palstoja voidaan toki tasata, mutta se vie luonnollisesti aikaa taittajalta. Toimittajakin auttoi tässä projektissa rivien tasaamista, kirjoittamalla lisää tai poistamalla kohtia leipätekstistä tarpeen mukaan.

5 Yhteenveto

Kun lähdetään suunnittelemaan painotuotetta ja esimerkiksi kirjaa on paljon asioita, joita täytyy ottaa huomioon. Yksi tärkeä lähtökohta kirjan suunnittelulle on se että kirja on tehty luettavaksi. Kirja on siis ennen kaikkea viestintää. Ulkoasu voi olla luonteeltaan konservatiivinen, moderni, arvokas, leikkisä, rosoinen, lapsenomainen jne. Ulkoasun luonne ei kuitenkaan poista sitä tosiasiaa, että kirjan teksti on tehty luettavaksi ja kuvat katsottavaksi. Tämän takia kirjan typografian suunnittelussa täytyy olla huolellinen ja varmistua siitä, että kirja on ulkoasultaan helppolukuinen.

Graafisella suunnittelijalla on lukuisia osaamistarpeita. Graafisen suunnittelijalle on hyötyä hyvästä yleistiedosta. Tällöin on helpompi toimia erilaisten projektien ja ihmisten parissa. Hyvä yleistieto auttaa luomaan tehokasta viestintää erityyppisissä yhteyksissä. Graafiselle suunnittelijalle on tärkeää omata hyvät sosiaaliset taidot, koska ammatissa joutuu työskentelemään ihmisten kanssa. Monet projektit ovat moniammatillista yhteistyötä ja sosiaalisilta tilanteilta ei voi välttyä. Graafisen suunnittelijan täytyy olla hyvä kuuntelija. Lähdettäessä suunnittelemaan esimerkiksi kirjan ulkoasua on graafisen suunnittelijan ymmärrettävä asiakkaan tarpeet ja ko. kirjan ominaisluonne. Hyvä kuuntelija tekee todennäköisemmin asiakkaan tyytyväiseksi saavaa suunnittelua kuin huono kuuntelija. Graafisen suunnittelijan on tärkeä myös osata esitellä ideoitaan suullisesti. Hyvällä ulosannilla saa asiakkaan uskomaan ideaan ja luottamaan graafisen suunnittelijan ratkaisuihin.

Kirjan toimitustyö on moniammatillista yhteistyötä. Jotta projektit onnistuvat hyvin, on yhteistyö eri alojen toimijoiden kanssa sujuttava mutkattomasti. Graafisen suunnittelijan täytyy osata tulla toimeen erilaisten ihmisten kanssa. Kirjaprojektin aikataulutuksen on tärkeää ja ulkoasun suunnittelulle ja toteutukselle on tärkeää varata tarpeeksi aikaa. Myös painatukseen kannattaa varata ylimääräistä aikaa yllättävien vastoinkäymisten varalle.

Esimerkkinä ollut Dextran historiikki -projekti toimi hyvänä vertailukohtana työssä käsitellyille asioille. Oli opettavaista miettiä, mitä Dextra-kirjan teon aikana olisi voinut tehdä paremmin. Dextran historiikki oli kokonaisuutena onnistunut, vaikka parannettavaakin löytyy. Historiikki valmistui ajallaan ja asiakas sekä toimittaja olivat hyvin tyytyväisiä lopputulokseen. Lopputyön teko antoi vinkkejä, miten kirjojen ulkoasua kannatta lähteä suunnittelemaan ja mihin asioihin on syytä kiinnittää huomiota. Vaikka olen tehnyt päivätyössäni lukuisia kirjoja, jokainen projekti on hieman erilainen ja jokaisesta oppii jotain uutta. Niin kirjan suunnittelussa kuin yleisesti graafisena suunnittelijana voi aina kehittyä paremmaksi.

Lopputyön lukija saa kuvan siitä, minkälaisia asioita kirjan tekemiseen liittyy. Lukija saa myös tietoa minkälaisia asioita graafisen suunnittelijan täytyy osata ja minkälaisia tilanteita suunnittelija työssään kohtaa ja kuinka niissä kannattaa toimia. Lopputyön konkreettisenä tuloksena syntyi Lääkärikeskus Dextran historiikki, jota käytetään yrityksen esittely- ja markkinointimateriaalina.

Lähteet

Bringhurst, Robert 2008. The Elements of Typographic Style. Vancouver: Hartley & Marks Publishers

Hansén, Aino-Maria 2000. Tulevaisuuden tekijät – Viestintäalan kehitystrendit, ammatit, osaamisvaateet ja työvoimantarve 2000-luvun kynnyksellä. Keuruu: Otava.

Itkonen, Markus 2007. Typografian käsikirja. Jyväskylä: Gummerus.

Lidwell, William; Holden, Kristina; Butler, Jill 2003. Universal Principles of Design. Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.

Makkonen, Teijo 2004. Kustannustoimittajan kirja. Jyväskylä: Suomen Kustannusyhdistys.

Pao, Imin & Berger, Joshua 2006. 30 Essential Typefaces for a Lifetime. Gloucester, Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.

Saughnessy, Adrian 2005. How to be a graphic designer without losing your soul. New York, New York: Princeton Architectural Press.

Sumiloff, Lasse 2000. Graafisen suunnittelijan teknologia. Jyväskylä: Gummerus.

Liite 1 Dextran historiikin kansi



■ **Oy Dextra Ab** on Helsingin Munkkivuoreessa sijaitseva moderni, täyden palvelun lääkärikeskus ja sairaala. Dextran tarina alkoi varsinaisesti jo vuonna 1964, jolloin se oli Suomen ensimmäisiä yksityisiä erikoislääkäreiden palveluita tarjoavia yhteisvastaanottoja.

Päivystys- ja vastaanottopotilailla mitattuna Dextra on kasvanut 45 toimintavuotensa aikana yhdeksi maamme suurimmaksi yksityiseksi ja itsenäiseksi lääkärikeskukseksi. Samalla se on pääkaupunkiseudun suurimpia yksittäisiä päivystyspisteitä.

Neljän lääkärin voimin aloittaneessa Dextrassa toimii nykyään noin 200 yleis-, erikois- ja hammaslääkärinä sekä noin 100 terveydenalan ammattilaista. Monelle potilaalle Dextra on tuttu hoitopaikka jo neljännessä polvessa.

Dextra – se oikea -kirja kertoo elämästä Dextrassa – ja vähän sen ulkopuolellakin. Koko toimintansa ajan Dextra on pyrkinyt olemaan alansa edelläkävijä sekä laadun, palvelun että ammattitaidon osalta. Samat arvot siivittävät Dextraa myös tulevaisuuteen.



Lääkärit ja henkilökunta

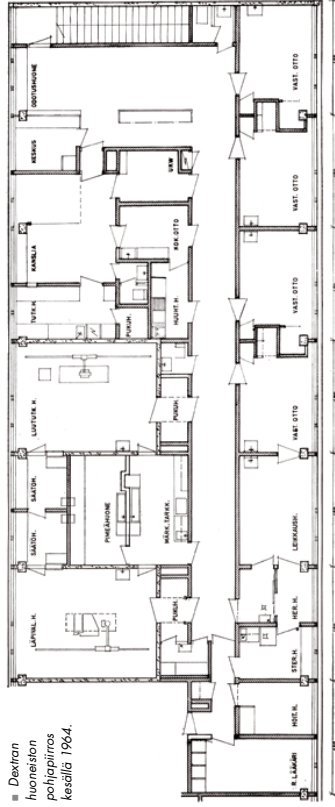
- Dextran aloittaessa toiminnansa toimi sen tiloissa 15 lääkärää:
 - kolme kirurgia,
 - neljä röntgenlääkärää, joista yksi oli erikoistunut sädehoitoon,
 - kolme sisätautilääkärää ja
 - kaksi lastenlääkärää sekä
 - gynecologi,
 - korvalääkäri ja
 - neurologi.

Lääkäreiden yhteistyö sujui erinomaisesti ja tuotti hyviä tuloksia. Hoittoa pystyttiin tarjoa-

maan nopeasti ja eristä tehokkaammin, sillä konsultaatiotarkastukset suoritettiin yleensä välittömästi ainakin kiireellisissä tapauksissa. Lääkärit toimivat vuororellen siten, että yhtä vastaanottohuonetta kohti oli keskimäärin kolme lääkärää. Palkkionsa he velvoittivat itse, mutta toimenpiteissä veloituksen suoritti Dextran kassa. Vastaanottavat lääkärit eivät parin ensimmäisen vuoden aikana nostaneet palkkiotaan vaan jättivät ne Dextraan. Näin yhtä seväsi alkuvaiheen menoista.

Kaikki talon lääkärit olivat erikoislääkäreitä, joilla oli virka myös yliopistolisessa sairaalassa. Tämä asetti vastaanottoajalle huomattavia rajoituksia ja toiminta olikin pit-

■ Dextran huoneiston pohjapiirros kesällä 1964.



kään hyvin ilmapainotteista. Vastaanottoajat alkoivat yleensä vasta kello kahden jälkeen tai vielä myöhemmin. Ajoittain Dextrassa toimi kuitenkin kirurgi myös aamupäivisin. Koska vastaanottohuoneissa oli aamupäivisin tilaa, annettiin niissä usein fysikaalista hoitoa. Tähän tarkoitukseen huone oli kyllä riittävä suuri, mutta varsin epäkäytännöllinen. Ilta-päivisin vastaanottohuoneiden miehitys oli runsasta.

Dextran henkilökunnan kokonaisvahvuus oli 14. Henkilökunnan määrä saatoi kuulostaa suurelta, mutta joustavan toiminnan taakamiseksi se katsottiin väljemmämääräiseksi. Laboratoriossa työskenteli kaksi laboratoriosairaanhoitajaa sekä kaksi laboratoriotekni-

listä apulaista. Röntgenosaston toiminnasta vastasi puolestaan röntgensairaanhoitaja. Lisäksi osastolla työskenteli kokopäivätoimiseksi kaksi ja osa-aikaisesti yksi röntgenteknillinen apulainen. Leikkausosastolla toimi kaksi erikoiskoulutuksen saanutta sairaanhoitajaa, jotka tarvittaessa autoivat vastaanotoilla ja huolehtivat lisäksi vastaanottohuoneiden instrumenteista. Leikkausosastolla sterilisointiin ja puhdistettiin myös muilla osastoilla käytetyt instrumentit.

Puhelinkeskusta ja portilaiden vastaanotomista hoiti keskuksenhoitaja. Keskuksenhoitajia oli kaksi, sillä toinen vastasi puheluhin ja kyselyihin iltaisin sekä toisen keskuksenhoitajan ruokautuminen aikana. Siivous ja laborator-

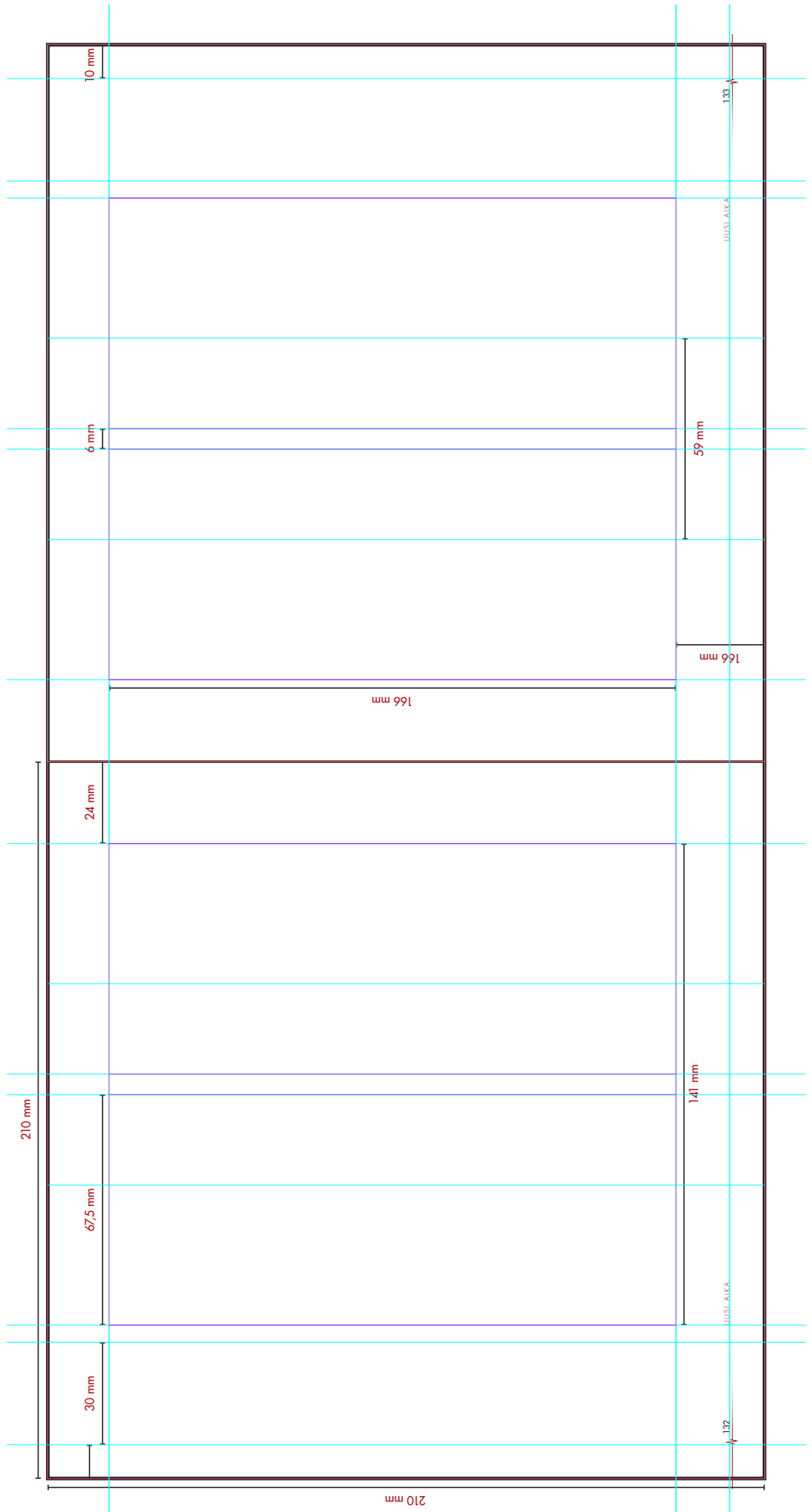


■ Odioli-huoneessa oli tilaa 15 potilaalle. Tämän lisäksi muutamia tuoleja oli sijoitettu lainoksen käytävän röntgenin, laboratorion ja leikkaussalin kohdalle.



■ Tutkimuslaitoksen ilmalaitumien sijalla sisäkäynnin vastapäätä Dextran vastaanottotilaksi toimi ajanvaraus- ja neuvontapisteenä, mutta myös puhelinkeskusena ja kassana.

Liite 3 Dextran historiikin mitat



Liite 4

Kaikki Dextran historiikissa käytetyt kuvat





Leena Niemistö





Dextra Munkkivuoren Lääketieteellinen Tutkimuslaitos Oy — Dextra Munkkijönns Mediciska Institut AB, H.Fors, önskar anställa

- en ansvarig röntgenförevisare
- 2 röntgenlaboranter
- en ansvarig sjuksköterska vid laboratoriet
- ett laboratorietechniskt tekniker
- en sjuksköterska för operationsrum och polikliniken.

De skriftliga ansökningarna jämte meritföreteckning och lönesanspråk borde komma IT. 2. 64 skickas under adress Ulfbyvägen 4 D 34, Helsingfors — Munkkijönns.

DEXTRA
Munkkivuoren Lääketieteellinen Tutkimuslaitos Oy, Hki

hakuohjeet

- vastaava röntgenohjaaja
- 2 röntgenlaborantti
- laboratorion vastaava sairaanhoitaja
- laboratorion teknillinen apulainen
- sairaanhoitaja ja poliklinikan sairaanhoitaja

Käytännölliset hakemuskädet anotaustietoineen ja palkkivaihtoehtoineen pyydetään lähettämään IT. 2. 64 mennessä osoitteella Ulfbyvägen 4 D 34, Munkkijönns.



Työskentele lääkäripalvelus Munkkivuoreen

Dextran lääkäri auttaa aina

Yhtiösi ikkää kukaan lääketieteilijä ei ole ollut koskaan. Ajat on muutettu. Viikoksi yhtiö on seurustellut sinun kanssa. Keskityttävä palvelus on jona Dextra.

Dextra auttaa heit. Myös sunnuntaihin.

DEXTRA Puh. 120 120
1 361 120
Asiantuntijapalvelus Oy, Helsingfors, 1978
Kaikki ja ellei muuten mainita toisin vast.



Heti on lausua latus kullit muuttua D. 12. 81 alle 18-25 iäkkäillä, jotta osallistujilla onneksi kerran on mahdollisuus seurustella heidän ja heit. Tietoa palvelusta: Puhelin: 120 120, Helsingfors 11.

Sydänpolttajan hankinta
DOK. ANTTI JÄÄTTILÄ
Erikoisimmi terveysohjelmat
ROCK LARS & HOLST
Rintasyövän varhaisvaheen hoito
DOK. PENKA HEIKKILÄ

Tietoa on maksuton ja sen järjestää
DEXTRA tutkimuslaitos OY.
Terveystalo
DEXTRA tutkimuslaitos hoitajien puolesta
S. H. H. H.
Dok. & Elin
Puhelin





*Teutala vattimies pöytäkirja
kannanotto puolesta
tulehain 6 pöytä 1994 kullo 12.00-17.00
u. Ruusuvuori 1 n. 00300 Helsinki
Linnalla Teutala on mahdollisuus tulla
käsikirjoittamaan tulla uutta
Linnalla Teutala vattimies.*

*W. p. 00 n. 1994 vattimies
pöytä 12.00/17.00/Teutala*



Käyttö

Teutala 40-vuotiaan Teutala julkaisun
11.1.2004 klo 16.00
Oy:n Oy:n Oy:n Oy:n Oy:n

Ilmoittaminen 20.5. mennessä Teutala Hattimies
Teutala vattimies Oy:n Oy:n

Maailman vattimies puolesta vattimies
Teutala vattimies Oy:n Oy:n 157100 0000



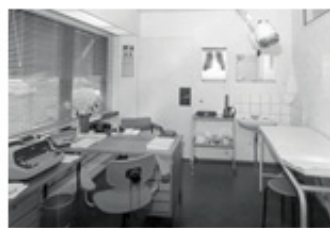
Oy:n

Teutala vattimies
professori Teutala

Maailman vattimies Oy:n
professori Teutala

Teutala vattimies Oy:n
Teutala vattimies Oy:n

Teutala vattimies



Teutala vattimies Oy:n

Teutala vattimies Oy:n

Teutala vattimies Oy:n

Teutala vattimies Oy:n



Teutala vattimies Oy:n

Teutala vattimies Oy:n

Teutala vattimies Oy:n

Teutala vattimies Oy:n

KITOS

HYLÄ OLIITE MIKALIA LUONEN
KORVETUSKESKUS JYVÄSKYLÄN
TUTKUTUKSIA MIKRO
JA TERVEYSTIİMÄ.

HYVÄÄ YÖUNEN KATINA ROVONEN

DEKTRA



Oskari on 20 vuotta vanha, kun valmistettiin ensimmäinen
Mikro-puhelin Dektra-työntekijän Suomessa.
Nyt uuden toimintamallin valmistus ja korvauksen
erittämisen lisäksi on tehtävä koulutus työntekijöille.
Tulokset ovat erittäin hyviä ja kaikki onnistuneita.
Seuraava on Alkutus- ja Dektra-työntekijän
koulutus. Koulutus on pidettävä 1 ja
2. koulutus 13. joulukuuta klo. 10:00-10:00.
Silta- ja Alkutus-työntekijän koulutus
on pidettävä 14. joulukuuta klo. 10:00-10:00.
Koulutuksen sisältö on seuraava.

Debra-Markkinointi Oy

Debra
Markkinointi Oy
Puhelin: 010 345 1234
Faksi: 010 345 1234
Sähköposti: info@debra.fi

20 vuotta asiakkaina 25-vuotiaassa Dextrassa



Mikael Luonen
Korvetaimitus- ja
korvareparointi-
keskuksen johtaja
Jyväskylässä.

Debra-Markkinointi Oy on ollut 20 vuotta asiakas Dextrassa. Mikael Luonen on ollut Dextran asiakas 25 vuotta. Luonen on ollut Dextran asiakas 25 vuotta. Luonen on ollut Dextran asiakas 25 vuotta.




Mediini- centrum i Munkobygn



Mediini-centrum i Munkobygn. Mediini-centrum i Munkobygn. Mediini-centrum i Munkobygn.

