



KALENTERIN GRAAFINEN SUUNNITTELU

–tavoitteena toimivampi painotuote

Case: TAMK Taskutieto
–lukuvuosikalenteri 2008–2009

Tampereen ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelman tutkintotyö
Vuorovaikutteisuuden suunnittelu
Kevät 2009
Irina Kauppinen

OPINNÄYTTEEN TIIVISTELMÄ

Irina Kauppinen

Kalenterin graafinen suunnittelu – tavoitteena toimivampi painotuote.

Case TAMK Taskutieto 2007-2009

Toukokuu 2009

28 sivua

Tampereen ammattikorkeakoulu

Viestinnän koulutusohjelma

Vuorovaikutteisuuden suunnittelu

Lopputyön muoto: projektimuotoinen

Lopputyön ohjaaja: Soile Nummela-Kannusmäki

Avainsanat: kalenteri, typografia, kuvittaminen, painotuote

Tiivistelmä:

TAMK Taskutieto on taskukokoinen tietopaketti ja lukuvuosikalenteri, jota jaetaan vuosittain Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijakunnan jäsenille. Graafisena suunnittelijana olen vastannut kirjan ulkoasun suunnittelusta ja julkaisun taittamisesta kahtena keväänä, 2007 ja 2008. Tehtäviini kuului julkaisun taittopohjan ja muun ulkoasun suunnittelu, kuvittaminen ja taittaminen sekä painovalmiin aineiston tekeminen ja toimittaminen painoon. Projektin tavoitteena oli paitsi suunnitella julkaisun ulkoasu kumpanakin vuonna ja saattaa julkaisu painovalmiiseen kuntoon, mutta myös kehittää julkaisua paremmin toimivaksi kokonaisuudeksi.

Kalenterien suunnittelusta on saatavilla niukasti kirjallisuutta, joten teoreettinen viitekehys muodostuu lähinnä yleisistä graafisen suunnittelun periaatteista ja niiden soveltamisesta käytäntöön. Esittelen suunnittelemani kalentereita ja pyrin arvioimaan olenko onnistunut suunnittelussani kehittämään julkaisusta paremman painotuotteen.

Kalenterin tärkeimpiä ominaisuuksia on sen käytettävyys; toimivatko suunnitellut ominaisuudet myös käytännössä. Tekstipitoisessa julkaisussa luettavuus on ehdottomasti tärkeintä, tekstin tulee olla helposti lähestyttävää ja ymmärrettävää. TAMK Taskutiedossa nämä kaksi ominaisuutta täytyy pystyä yhdistämään samaan julkaisuun, eikä houkutteleva ulkoasuakaan ole haitaksi. Hyvin suunniteltu ja toteutettu painotuote on toimiva mutta myös houkuttelevan näköinen.

THESIS SUMMARY

Irina Kauppinen

Graphic Design of Calendar – Aiming at Achieving a Better Print Publication

Case TAMK Taskutieto 2007-2009

May 2009

29 pages

TAMK University of Applied Sciences

Media Programme

Area of specialisation: Interactivity Design

Type of Final Project: Project

Thesis supervisor: Soile Nummela-Kannusmäki

Keywords: Calendar, Typography, Illustration, Print publication

Abstract:

TAMK Taskutieto is a pocket size information package and academic year calendar that is given to members of Tampere University of Applied Sciences Student Union. As a designer my responsibility has been graphic design and layout of the calendar two consecutive springs, 2007 and 2008. My responsibilities included design and layout, illustration and preparation of the material for print and sending the material to printers.

The aim of the project each year was to both design and prepare the calendar for printers but also to develop the calendar into a better functioning whole.

There is little literature to be found on graphic design of calendars so the theoretical base for this thesis is comprised mainly of general guidelines of graphic design and applying these guidelines to practice. I showcase the calendars I have designed and try to assess whether I have managed to develop them into a better publication.

The most important characteristic of a calendar is usability; whether the designed features also work in practice. In a more textually oriented publication readability becomes most important characteristic; text must be easily approachable and understandable. In TAMK Taskutieto these two characteristics have to be combined in one publication and an appealing outlook would also be recommendable. A well designed and planned print publication is practical but also looks good.

Sisällys

1	Johdanto.....	4
2	Asiakas ja työn lähtökohdat	5
2.1	Asiakas	5
2.2	Työn tiedot	5
2.3	Yleistä	6
3	Teoriapohjaa	7
3.1	Typografia	7
3.2	Taittopohja ja värit.....	9
3.2.1	<i>Taittopohja</i>	<i>9</i>
3.2.2	<i>Värit</i>	<i>10</i>
3.3	Kuvitus ja graafiset elementit	11
4	Suunnittelu ja toteutus.....	13
4.1	Edellisen vuoden kalenterin analyysiä	13
4.2	Asiakkaan toiveet.....	15
4.3	Taittopohjan suunnittelu ja värivalinnat.....	16
4.3.1	<i>2007 kalenteri</i>	<i>16</i>
4.3.2	<i>2008 kalenteri</i>	<i>18</i>
4.4	Teksti- ja kalenteriosien typografiset ratkaisut	19
4.4.1	<i>2007 kalenteri</i>	<i>19</i>
4.4.2	<i>2008 kalenteri</i>	<i>20</i>
4.5	Kuvitukset	21
4.5.1	<i>2007 kalenteri</i>	<i>21</i>
4.5.2	<i>2008 kalenteri</i>	<i>23</i>
5	Oman työn arviointia ja yhteenveto	26
	Lähteet	28

1 Johdanto

Opinnäytetyöni aiheena on Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijayhdistyksen julkaisema TAMK Taskutieto –niminen julkaisu. Projektin tavoitteena on ollut suunnitella julkaisusta toimivampi ja selkeämpi kokonaisuus, joka vastaa paremmin kohderyhmänsä vaatimuksia.

Tehtäviini kalenterin graafisena suunnittelijana ja taittaja kuului julkaisun taittopohjan ja julkaisun yleinen ulkoasun suunnittelu, kuvitukset, kannen suunnittelu sekä teksti- ja kalenteriosion taitto ja painovalmiin tiedoston valmistus ja toimittaminen painoon.

Etsin kalenterin graafisesta suunnittelusta kertovaa kirjallisuutta aloittaessani projektin mutta havaitsin, että sellaista kirjallisuutta ei varsinaisesti ole olemassa. Päädyin siis perehtymään tarkemmin vakiintuneisiin graafisen suunnittelun käytäntöjä ja etsimään vastauksia suunnittelussa vastaan tulleisiin haasteisiin sieltä.

Opinnäytetyöni teoreettinen osuus käsittelee lähinnä näitä vakiintuneita käytäntöjä niiltä osin kun koen, että ne ovat suunnitteluuni vaikuttaneet.

2 Asiakas ja työn lähtökohdat

2.1 Asiakas

Työn asiakkaana toimii Tampereen Ammattikorkeakoulun Opiskelijayhdistys ry (Tamko). Tamko on kakkien Tampereen ammattikorkeakoulussa opiskelevien yhteinen edunvalvonta- ja palvelujärjestö, joka kuuluu Suomen ammattikorkeakouluopiskelijakuntien liittoon – SAMOK Ry:hyn.

2.2 Työn tiedot

Opinnäytteenäni suunnittelin ja taitoin TAMK Taskutieto -julkaisun, joka on Tamkon vuosittain teettämä opiskelijan tiivis tietopaketti ja lukuvuosikalenteri. TAMK Taskutietoa jaetaan lähinnä Tamkon jäsenille, jonkin verran kalentereita on varattu jaettavaksi myös Tampereen ammattikorkeakoulun henkilökunnalle.

Julkaisun pääasiallinen kohderyhmä ovat opiskelijat mutta sitä jaetaan jonkin verran myös TAMK:n henkilökunnalle. Taskutieto koostuu opiskelijoille suunnatusta informatiivisesta tekstiosuudesta ja kalenteriosuudesta. Taskutieto pyrkii olemaan opiskelijan mukana kulkeva tietopaketti, josta löytyy niin lukuvuoden tärkeät päivämäärät kuin kartta sekä juna-aikataulut. Kalenteriosuus on lukuvuosikalenteri, joka alkaa kuluvan vuoden elokuusta ja päättyen seuraavan vuoden syyskuuhun. Taskutieto sisältää runsaasti mainoksia, niitä on sekä tekstiosuudessa että viikkoaukeamilla kalenteriosiossa.

Kalenterisivujen vaatimat tekijänoikeudet vuosisuunnitelmiin, vuoriruudukoihin ja nimipäiviin on hankittu Helsingin yliopiston almanakkatoimistolta.

Kalenterin tulot koostuvat lähes täysin ilmoitusmyynnistä, menopuolelle tulevat kalenterin painokulut, taittajan palkkio sekä erilaiset käyttömaksut, kuten esimerkiksi Tampereen kaupungin kartta.

2.3 Yleistä

Olen suunnitellut ja taittanut kalenterin kaksi kertaa, keväällä 2007 ja 2008. Molemmilla kerroilla olen saanut lähes vapaat kädet kalenterin ulkoasun suunnitteluun. Ensimmäisellä kerralla Tamkon silloisella toiminnanjohtajalla, Mikael Wänskällä, oli muutamia toiveita kalenterin suhteen, mutta muuten olen saanut ideoida ulkoasua vapaasti.

Aikatauluista ja muista käytännön asioista olemme sopineet suullisesti.

Materiaalivalintoihin en voinut juurikaan vaikuttaa, sillä kalenterin tiukka budjetti ei sallinut kovin kalliita materiaaleja ja aikaisemmin käytössä ollut sisuspaperi ja kannen pahvi oli todettu hyvin soveltuviksi kyseiseen painotuotteeseen. Kalenterissa haluttiin säilyttää muovikansi sekä selkämysten wire-sidonta, joka soveltuikin kyseisen kaltaiseen julkaisuun hyvin ominaisuuksiensa takia.

3 Teoriapohjaa

Kalenterin graafiseen suunnitteluun tai kalenteritaittoon keskittyneitä kirjallisuutta en onnistunut löytämään, joten päädyin perehtymään yleisiin graafisen suunnittelun sääntöihin ja noudattamaan niitä julkaisun suunnittelussa. Ohessa olen yrittänyt selvittää näitä perussääntöjä niiltä osin kuin koen, että ne ovat vaikuttaneet valintoihini ja työprosessiin kokonaisuudessaan.

3.1 Typografia

Markus Itkosen mukaan typografialla tarkoitetaan tiivistetysti tekstin ulkoasua. Hyvä typografia herättää lukijan kiinnostuksen ja on vaivatonta lukea. Sen suunnittelu perustuu paljolti vakiintuneisiin käytänteisiin ja hyväksi havaittuihin sääntöihin – asioihin, jotka voidaan tehdä hyvin tai huonosti, oikein tai väärin. Painotuotteen typografisiin ratkaisuihin kuuluu useita osialueita, jotka yhdessä muodostavat onnistuneen tai epäonnistuneen lopputuloksen. (Itkonen 2004)

Painotuotteen tekstin rakentaminen lähtee typografisista valinnoista. Ensimmäisenä on valittava tuotteessa käytettävä fontti tai fontit eli kirjaintyyppi tai kirjainperhe. Kirjaintyyppin valinta ei ole suinkaan yksinkertaista koska valinnan on sovittava kyseessä olevaan painotuotteeseen siten, että valinta tukee tuotteen muuta ulkoasua ja ”henkeä”. On päätettävä toimiiko tuotteessa paremmin päätteellinen vai päätteetön fontti, ja mikä lukuisista valinnoista soveltuu kyseessä olevaan tuotteeseen parhaiten. Yhden kirjainperheen valinta harvoin riittää vaan on mahdollisesti valittava kaksi erilaista, toisiinsa sopivaa ja toisiaan täydentävää perhettä. Kaikilla kirjaintyypeillä on oma luonteensa, joka luo kirjaintyyppistä tietynlaista mielikuvaa ja mahdollistaa sen liittämisen tiettyyn aikakauteen tai tyylisuuntaan. Tämän takia kirjainperheen valintaan on kiinnitettävä erityistä huomiota, jotta valitun kirjainperheen luonne ja siitä muodostuvat mielikuvat sopivat painotuotteen muuhun olemukseen ja tarkoitukseen.

Valinta, mihin tiettyyn fonttiin tai fontteihin suunnittelija lopulta päätyy, on pitkälti kiinni myös suunnittelijan omista mieltymyksistä. Suunnittelijat tekevät erilaisia valintoja omien kokemustensa ja näkemystensä mukaan. Suunnittelijoille tapaa myös kertyä kokemuksen myötä

tietyt ”luottofontit”, joihin on helppo palata jos valintaa on muuten vaikea tehdä. Ne ovat usein melko neutraaleja, useaan eri käyttötarkoitukseen soveltuvia, jotka näyttävät luonteeltaan hyvinkin erilaisissa painotuotteissa. Joskus haasteena voikin olla poiketa tältä mukavuusalueelta ja kokeilla rohkeampia ratkaisuja.

Kirjainperheen tai -perheiden valinnan jälkeen eteen asettuu lukuisia typografisia kysymyksiä, jotka ovat sitä mutkikkaampia, mitä pidempi teksti on kyseessä.

KIRJAIN	SANA	RIVI	KAPPALE	PALSTA
kirjainkoko	kirjainkoko	kirjainkoko	kirjainkoko	kirjainkoko
	merkkiväli	merkkiväli	merkkiväli	merkkiväli
		rivin pituus	rivin pituus	rivin pituus
		sanavälit	sanavälit	sanavälit
			rivivälit	rivivälit
			palstan muoto	palstan muoto
			sisennys	sisennys
				palstaväli

Kuva 1 Typografisia valintoja Gummeruksen mukaan. Mitä pidempi teksti, sen enemmän typografisia ratkaisuja tehtävänä. (Kirja – Toteuta se. 2003, 15)

Merkkiväli- ja sanaväliongelmat voi ratkaista taitto-ohjelman automaattiasetuksia hyödyntämällä mutta muut kysymykset on ratkaistava tapauskohtaisesti, joka kerta uudelleen. Ratkaisujen pohjana voi käyttää vakiintuneita ja hyväksi havaittuja sääntöjä, joiden avulla valinnat on helpompi tehdä ja lopputuloksesta tulee onnistunut.

Leipätekstin pistekoko on tavallisesti 9-12 pistettä (Itkonen 2004, 69). Pistekoon valintaan vaikuttavat tietenkin tuotteen käyttötarkoitus ja kohderyhmä, mutta myös lukuetaisyys ja painoalusta sekä valitun kirjaintyyppin x-korkeus (pienaakkosten korkeus, jossa ei ole ala- tai yläpidennyksiä). Pienempiä tai vastaavasti suurempia pistekokoja on mahdollista käyttää käyttötarkoituksen niin vaatiessa, kuitenkin niin, että luettavuus ei kärsi pistekoon valinnasta.

Leipätekstin pistekoon valinnan jälkeen tulee määritellä riviväli. Itkosen mukaan rivivälillä on mahdollista vaikuttaa tekstistä muodostuvaa vaikutelmaan – näyttävätkö kappaleet ja palstat ilmalta vai liian tiiviisti ahdetuilta. Yleensä riviväli on 1-4 pistettä suurempi kuin kirjainkoko

(Itkonen 2004, 71). Rivivälin määrittelyyn vaikuttavat kirjainkoon lisäksi myös rivin pituus, valitun kirjaintyyppin x- korkeus ja sivun marginaalit (Itkonen 2004, 71).

Luettaessa silmä seuraa tekstiä hyppäyksittäin ja hahmottaa kerrallaan 5-10 kirjainta – siis enintään kaksi sanaa. Mitä tottuneempi lukija on, sitä lyhyempiä ovat pysähdykset ja pitempiä hahmottuvat jaksot. Silmän tottumusten perusteella on määritetty ihanteelliseksi rivin pituudeksi 55–60 merkkiä. Se takaa myös siistit, tasaiset sanavälit suomenkieliseen tasapalstaan. Vastaavasti miniminä pidetään 35–40 merkkiä, sillä tätä lyhyemmät rivit aiheuttavat lukijalle turhia rivinvaihtoja ja katkoja lukemiseen. (Itkonen 2004, 70).

Rivin pituuden valintaan vaikuttaa painotuotteeseen suunniteltujen palstojen määrä ja ulkoasua suunniteltaessa kyseinen asia kannattaa ottaa huomioon. Joskus yksi palsta saattaa ulkoasua suunniteltaessa tuntua houkuttelevalta ratkaisulta, mutta saattaa vaikuttaa hyvinkin suuresti tekstin luettavuuteen. Tosinaan asia on myös toisin päin: käytettävissä on aivan liian vähän pinta-alaa, jotta kaksi palstaa olisivat luettavuuden kannalta tarpeeksi leveitä.

Lukuprosessin aikana katse siirtyy riviltä toiselle siten, että rivin lopussa se palaa viistosti alas vasemmalle seuraavan rivin alkuun. Tämän vuoksi, etenkin pitkissä teksteissä, palstat kannattaa tasata vasemmalle tai käyttää tasapalstaa. Silloin katse löytää seuraavan alkavan rivin vaivattomasti. (Loiri – Juholin 1998, 32.) Oikealle tasattu liehupalsta soveltuu lähinnä lyhyisiin tekstikappaleisiin.

3.2 Taittopohja ja värit

3.2.1 Taittopohja

Ambrosen ja Harrisin mukaan taitto on ulkoasun elementtien sijoittelua sivulle suhteessa niiden viemään tilaan, mutta sitä voidaan kutsua myös muodon ja tilan hallitsemiseksi (Ambrose-Harris 2005, 11). Tämän muodon ja tilan hallintaan tarvitaan suunnitelma. Taittopohjan voisikin määritellä painotuotteelle suunnitelluksi yhtenäiseksi kartaksi, johon kaikille painotuotteen toistuville elementeille on määritelty omat paikkansa. Taittopohjan avulla elementit on helppo sijoitella yhdenmukaisesti. Monisivuisissa painotuotteissa sivun visuaalinen kokonaisuus muodostuu aukeamasta ja tämän takia myös taittopohja kannattaa suunnitella aukeamana.

Taittopohja voi olla joko symmetrinen tai epäsymmetrinen (Ambrose-Harris 2005, 26-29, 40-41). Symmetrisessä taittopohjassa sivut ovat toistensa peilikuvia: sisä- ja ulkomarginaali on sama kummallakin sivulla, samoin palstat ja muut elementit sijoittuvat sivuille toistensa peilikuvana. Epäsymmetrisessä taittopohjassa kumpikin sivu on vastaavasti samankaltainen: vasemman sivun ulkomarginaali on yhtä leveä oikean sivun sisämarginaalin kanssa ja vastaavasti sisämarginaali yhtä leveä oikean sivun ulkomarginaalin kanssa. Palstat ja muut sivun elementit sijoittuvat samoille paikoille vierekkäisillä sivuilla.



Kuva 2. Ensimmäisenä symmetrinen ja toisena epäsymmetrinen taittopohja.

Taittopohjaan määritellään myös painotuotteen sivun koko, marginaalit, teksti- ja kuvapalstat, horisontaalilinjat, sivunumeroiden paikat ja leikkausvarat. (Koskinen 2001, 61)

3.2.2 Värit

Väri on viesti vastaanottajalle. Se voi viestiä usealla eri tavalla riippuen siitä, minkälaisen muiden elementtien, värien ja asioiden yhteydessä sitä käytetään. (Huovila 2006, 42)

Värien valinta painotuotteissa on aina oma haasteensa, painotuotteen mukaan on valittava siihen soveltuvat värit. Värit ovat tietyllä tapaa kulttuurisidonnaisia; eri kulttuureissa on erilaisia merkityksiä eri väreille (Huovila 2006, 45). Esimerkiksi kuolemaa symboloi länsimaisessa kulttuurissa musta väri, idässä sitä sen sijaan symboloi valkoinen. Värien symboliset merkitykset täytyy ottaa huomioon varsinkin suunniteltaessa painotuotteita kansainvälisille markkinoille.

Varsinaisten värisävyjen valinnan lisäksi painotuotteissa on otettava huomioon painotekniikkaan liittyvät värimäärät. Painotuotteessa on mahdollista käyttää erilaisia

värimääriä. Tyypillisimpiä ratkaisuja ovat 1–5 -väriset ratkaisut (Koskinen 2001, 94).

Yksivärisissä painotuotteissa käytetään vain yhtä painoväriä, joka voi olla jokin CMYK-väreistä tai esimerkiksi jokin PMS-väri (Pantone Matching System-väri). Kaksivärisissä painotuotteissa värejä on valittu kaksi. Tavanomaisin ratkaisu lienee kuitenkin 4-väriin käyttö eli perinteinen CMYK-painatus. CMYK-väreillä tarkoitetaan syaania, magentaa, keltaista ja mustaa prosessiväriä, joilla saadaan aikaan kaikki tarvittavat värisävyt.

5-väri painatuksessa normaalien prosessivärien lisäksi voidaan käyttää esimerkiksi PMS-väriä tai jotakin muuta valittua väriä. Tämä on tavallista esimerkiksi painotuotteissa, joissa käytetään jonkin yrityksen logoa, jolle on määritelty tietty painoväri, PMS-värien käytöllä varmistetaan värin oikea toistuminen painomateriaaleista huolimatta. Näiden lisäksi painotuotteissa on mahdollista käyttää erilaisia erikoisempia väriyhdistelmiä mutta niiden kustannusten vuoksi niitä käytetään lähinnä erikoisemmissa painotöissä, joissa kustannusten nousu on hyväksyttävässä suhteessa painotuotteen painosmääriin.



Painotuotteessa tulee käyttää johdonmukaisesti valittua värijärjestelmää. Esimerkiksi 4-väritöissä (CMYK) ei voida käyttää spottivärejä, koska ne ovat silloin lisävärejä. Kaiken painettavan aineiston tulee siis olla värillisyydeltään siinä muodossa, jossa se painetaan (esimerkiksi 1-, 2- tai 4-väriyö).

3.3 Kuvitus ja graafiset elementit

Visuaalisen viestinnän osuus kulttuurissamme on kasvanut tasaisesti viime vuosikymmeninä ja kuvien teknisen laadun kasvun myötä kuvituksesta on tullut yhä tärkeämpi osa myös painotuotteita. Kuva kilpailee painotuotteessa aina muiden sisältöelementtien kanssa, mutta on kuitenkin lähes aina voittaja. Tasaväkisimmän vastuksen antavat pääotsikot. Kuvan hallitseva asema johtuu siitä, että ihminen reagoi näkemäänsä aina ensin oikealla aivonpuoliskollaan, joka suurimmalla osalla on visuaalisia asioita analysoiva, ja vasta tämän jälkeen vasemmalla loogisia asioita, kuten esimerkiksi tekstiä, käsittelevällä aivonpuoliskollaan. (Koskinen 2001, 80)

Kuvan koko vaikuttaa sen huomioarvoon, mitä suurempi, sen helpommin kuva huomataan. Toisaalta jos sivuilla ei ole pääotsikkoa, katse kulkee aina ensimmäisenä kuvan/kuvien kautta vaikka ne olisivat pieniä. Kuvan sisällöllä on myös vaikutusta sen huomioarvoon, esimerkiksi lapsia sisältävillä kuvilla on parempi huomioarvo kuin aikuisia sisältävillä, samoin lähikuva ihmisestä kiinnittää huomion paremmin kuin ryhmäkuva.

Kuvan ja tekstin suhdetta painotuotteessa ei myöskään pidä väheksyä; kuvan sanoma muuttuu kun se liitetään tekstin yhteyteen. Painotuotteen sisältöelementtien tulee muodostaa yhtenäinen kokonaisuus ja kuvan ja tekstin tukea toisiaan oikealla tavalla, muodostaa samanlainen tuntemus katsojan näkemästä ja lukemasta. Tämän takia kuvien tulee liittyä tukevasti tekstin sisältöön.

Painotuotteiden kuvitukset ja graafiset elementit riippuvat painotuotteen tyylistä, tuotteen kohderyhmästä ja käyttötarkoituksesta. Kuvituskuvat ovat usein joko valo- tai piirroskuvia. Kuvitusta suunniteltaessa on kuitenkin hyvä päättää painotuotteen tarkoitukseen ja luonteeseen sopiva linjaus: sopiiko tuotteeseen paremmin piirros- vai valokuva, vai kenties näiden yhdistelmä? Valitusta linjasta kannattaa pitää kiinni, koska tällä saavutetaan selkeä ja johdonmukainen tapa käyttää kuvitusta painotuotteessa, erilainen sekalainen yhdistäminen saattaa tuottaa kaaosmaisen vaikutelman, jossa haettua vaikutelmaa voi olla vaikea havaita.

4 Suunnittelu ja toteutus

Kalenterin suunnittelu ensimmäistä kertaa tuntui melko haastavalta, sillä kaksi toisistaan hyvin poikkeavaa osiota tuli saada sopimaan yhteen saumattomasti ja niin, että ne näyttäisivät yhtenäiseltä julkaisulta. Lisäksi pieni koko, wire-sidonta ja tekstin suuri määrä tuntuivat sisältävän sen verran erilaisia haasteita, että päätin analysoida vuoden 2006 kalenteria löytääkseni vinkkejä onnistuneisiin ratkaisuihin.

Edellisen vuoden kalenterin analyysin jälkeen käsittelen kumpaakin suunnittelemaani kalenteria erikseen, koska koen tällaisen jaon selkeämmäksi tavaksi avata ja käsitellä asioita. Jaotteluun on vaikuttanut myös se, että olen muuttanut joitakin valintojani edellisen vuoden kokemusten ja havaintojen pohjalta, ja haluan tuoda selkeästi esiin myös suunnitteluprosessien erot.

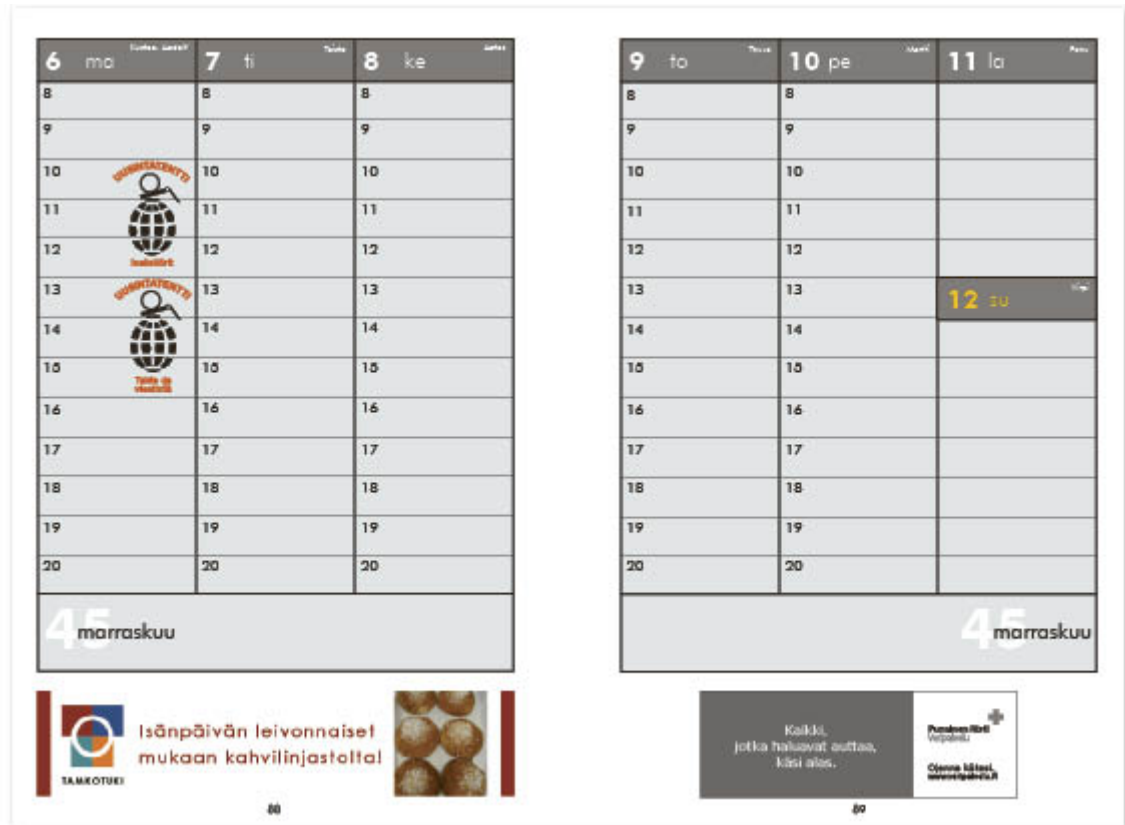
4.1 Edellisen vuoden kalenterin analyysiä

Kokonaisuutena vuoden 2006 kalenteri on melko yhtenäinen, valitut värit toistuvat johdonmukaisesti kautta julkaisun ja tyyli on yhtenäinen. Ainoastaan kansi poikkeaa muusta kalenterista melkoisesti lähinnä varmaankin sen takia, että kannen on suunnitellut toinen tekijä. Tiedän myös, että suunnittelija on saanut kannen vasta kun kalenteri oli lähes valmis, joten hän ei voinut ennakoida kannen ulkoasua suunnitelmissaan mitenkään. Kannessa on kuitenkin elementtejä, jotka toistuvat myös kalenterin sisuksessa, joten voidaan sanoa, että kuvitus pysyy yhtenäisenä vaikka kannen onkin tehnyt toinen suunnittelija.

Taittopohjan suunnittelu ei ole täysin onnistunut. Toki suuri tekstimassa asettaa omat rajoituksensa taittopohjalle, mutta tekstiosiossa taittopohjan marginaalit osoittautuvat joillakin sivuilla liian pieniksi. Wire-sidonta vaatii aukeaman sisämarginaaleilta normaalia enemmän tilaa, joten sisämarginaalin ollessa liian pieni joillakin sivuilla tekstiä on leikkautunut pois tai jäänyt wire-sidontaa varten tehtyjen reikien alle.

Sivun jakaminen tekstiosiossa kahteen palstaan on hyvä ratkaisu, se helpottaa tekstin lukemista ja pitää rivit sopivan pituisina.

Kalenteriosion viikkoaukeamilla kehukseen on tuhlattu aivan turhaan tilaa, joka voitaisiin käyttää paljon paremminkin hyödyksi. Tilaa vievät myös joka päivän kohdalla toistuvat kellonajat.



Kuva 3 Edellisvuoden kalenterin viikkoaukeama.

Vaikka kalenterissa on kyllä käytetty värejä, ovat ne melko hailukoita eivätkä tekstissä tuo kaivattua hierarkiaa esimerkiksi otsikoihin. Värejä on muutenkin käytetty melko säästeliäästi, niillä olisi voinut tuoda huomattavasti enemmän vaihtelua ja elävyyttä pitkiin tekstiosuuksiin. Esimerkiksi korostettujen tekstiosoiden taustalla on käytetty harmaata, jonka vaihtamisella johonkin kirkkaampaan väriin olisi saanut huomattavasti pirteämpää fiilistä tekstisivuille. Otsikoissa on käytetty mustaa ja harmaata, jotka olisi voinut myös hyvin vaihtaa johonkin pirteämpään väriin tai väreihin, jolloin otsikkohierarkia olisi myös selkiytynyt tietyn värin toistuessa tietyssä otsikkokoossa.

Leipätekstiin fontiksi valittu Book-leikkaus Futurasta toimii melko hyvin. Otsikoiden kokoa ja hierarkiaa olisi ehkä voinut miettiä vielä, ensimmäisen ja toisen tason otsikot ovat samaa kokoa, ainoa ero on niiden paksuusvaihtelussa.



Kuva 4. Aukeama vuoden 2006 kalenterin tekstiosista, jossa näkyvät pääotsikko, ensimmäisen ja toisen tason otsikko sekä harmaat värilaatikat, joita on käytetty tekstin alla korostuksena.

Varsinaisia kuvituksia kalenterissa on melko vähän. Tekstiosion alussa on muutama kuvitus, jotka liittyvät tekstisisältöön. Viikkoaukeamilla on käytetty tenttipäivän kuvaamiseen suunniteltua kranaatti-kuvitusta ja muualla lähinnä sisäkkäisistä ympyröistä koostuvaa sinistä pallon muotoista graafista elementtiä. Vaikka kuvitustyyli on yhtenäistä vektorigrafikka, jäävät alun tekstiin liittyvät kuvitukset irtonaisiksi koska samankaltaisia kuvituksia ei löydy muualta kalenterista.

4.2 Asiakkaan toiveet

Asiakkaan toiveena oli saada tekstiosaan aiempaa selkeämpiä korostuksia ja otsikkohierarkiaa. Toiveena oli myös, että tekstiosioita selkeytettäisiin jollain tapaa aikaisempaan verrattuna.

Kalenteriin toivottiin myös runsaampaa värien käyttöä. Olin samaa mieltä asiakkaan kanssa siitä, että värejä voisi hyödyntää huomattavasti runsaammin tekstiosiossa tuomaan tylsään tekstimassaan vaihtelua mutta myös korostamaan ja tuomaan tekstiin aiempaa enemmän selkeyttä.

Kalenteriosiossa asiakas toivoi, että keksisin tavan hyödyntää tila paremmin. Viikkoaukeamilla tilaa oli hukattu turhaan kehykseen ja kehyksessä joka päivän kohdalla toistuviin kellonaikoihin. Myöskään vuoden 2006 kalenterissa käytettyihin tenttipäivien ja uusintatenttipäivien kuvituksiin asiakas ei ollut tyytyväinen, vaan halusi niihin toisenlaisen ratkaisun.

Opiskelijat olivat myös toivoneet kalenteriin aiempaa enemmän tilaa omille muistiinpanoille ja toiminnanjohtaja toivoi, että keksisin keinon saada kalenteriin muutama tyhjä sivu muistiinpanoja varten.

4.3 Taittopohjan suunnittelu ja värivalinnat

Vuoden 2006 kalenterissa oli myös toimivia ratkaisuja ja päätin, että voisin hyvin käyttää sen valmista taittopohjaa lähtökohtana suunnittelulleni. Ajattelin, että analyysini avulla olisi mahdollista suunnitella kalenterista paremmin toimiva, selkeämpi kokonaisuus, joka voisi olla myös ulkoasultaan yhtenäisempi ja houkuttelevampi.

4.3.1 2007 kalenteri

Koska käytettävissä oli valmis taittopohja, minun tarvitsi lähinnä muokata sitä. Analyysin perusteella edellisvuoden kalenterissa marginaalit olivat olleet melko pienet, varsinkin sisämarginaali, jonka takia joillakin sivuilla tekstiä oli leikkautunut pois. Marginaaleihin lisäsin hieman tilaa, ylös ja ulkomarginaaliin 4 millimetriä, sisämarginaaliin 2 ja alamarginaaliin 0,9 millimetriä. Näillä muutoksilla sain sivulle hieman lisää tilaa ja ilmavuutta.

Viikkoaukeamilla tila haluttiin paremmin käyttöön. Kokeilin erilaisia ratkaisuja viikkoaukeaman jakamiseen mutta lopulta parhaaksi osoittautui aukeaman jakaminen viikonpäiville perinteisen kalenteriratkaisun tapaan. Jättämällä sivulta pois kehykset sain aukeaman koko pinta-alan käyttöön ja sivulle lisää tilaa myös muistiinpanoille niillä sivuilla, joilla alapalkissa ei ole mainosta. Vaikutelma on myös kevyempi, kun kellonajat ovat kullakin sivuilla vain kerran.

15. Helvi, Heta maanantai	16. Sirkka, Sirkku tiistai	17. Seana, Saini keskiviikko	18. Satu, Seda torstai	19. Uljas perjantai	20. Kasper, Kauno lauantai
8 II PERIODI 15.10.-21.12.			8	UUSINTAENTTI- tradenomit ja BBA	
9			9		
10			10		
11			11		
12			12		
13			13		21. Ursula
14			14		sunntai
15			15		
16			16		
17			17		
18			18		
19			19		
20			20		
Lokakuu viikko 42					
68			69		

Kuva 5. Viikkoaukeamaratkaisu.

Värivalinnoissa päädyin helppoon ratkaisuun: Tamkon nettisivut oli uudistettu 2006, jolloin myös Tamko oli saanut uuden graafisen ilmeen, johon väreiksi oli valittu kirkas sininen ja lämmin oranssi. Koska värit olivat mielestäni muutenkin aika miellyttävät ja uusi ilme ollut käytössä vasta yhden lukukauden, päädyin näiden värien valintaan myös kalenterissa. Kirkas sininen ja oranssi ovat mukava, energinen väriyhdistelmä ja niiden käyttö tuntui perustellulta ratkaisulta.

Sinisen ja oranssin lisäksi halusin valita yhden täydentävän värin, jota voisin käyttää tarpeen mukaan. Päädyin valitsemaan vaalean beigen sävyn, joka on tarpeeksi vaalea käytettäväksi esimerkiksi viikkoaukeamien taustavärinä.

Näiden värien lisäksi käytin erilaisia prosentuaalisia sävyjä kustakin väristä. Alla esimerkit käytetyistä väreistä.



4.3.2 2008 kalenteri

Vuoden 2008 kalenteriin ei ollut juuri tarpeen tehdä muutoksia taittopohjaan tekstiosion osalta, sillä edellisenä vuonna tehty suunnitelma toimi hyvin käytännössä ja esimerkiksi sisämarginaali oli riittävä eikä tekstejä leikkautunut pois.

Viikkoaukeamiin halusin tehdä joitain muutoksia, sillä en ollut tyytyväinen nimipäivien paikkaan edellisvuoden kalenterissa. Niiden mahduttaminen varattuun tilaan oli ollut myös hieman hankalaa, joten halusin niille paremman ratkaisun. Erilaisten kokeilujen myötä totesin, että paras paikka niille oli viikkoaukeamalla viikkotunnisteen yläpuolella.

4 ma		5 ti		6 ke		7 to		8 pe		9 la	
8						8					
9						9					
10						10					
11						11					
12						12					
13						13				Erja, Eira	
14						14				10 su	
15						15					
16						16					
17						17					
18						18					
19						19					
20						20				Lauri, Lasse	
Veera		Salme, Sanelma		Toimi, Keimo		Lahja		Sylvi, Sylvia			
Elokuu viikko 32											
// 52						58 //					

Kuva 6. Viikkoaukeama vuoden 2008 kalenterista.

Värivalinnoilla halusin erottaa vuoden 2008 kalenterin edellisvuoden kalenterista. Reissuvihko-ideasta nousi ensimmäinen helppo valinta: vihkon kannen sininen. Sinisen pariaksi valitsin lehmuksenvihreän sekä vaaleamman sävyn sinisestä, jota käytetään otsikoissa ja muualla kalenterissa.



4.4 Teksti- ja kalenteriosien typografiset ratkaisut

Joiltakin osin päädyin käyttämään kalentereissa samoja typografisia ratkaisuja, koska en nähnyt tarpeelliseksi alkaa muuttaa niitä. Tehdyillä muutoksilla olen halunnut hakea enemmän ilmeikkyyttä sivuille.

4.4.1 2007 kalenteri

Vuoden 2006 kalenterissa typografiset valinnat olivat melko selkeitä ja yksinkertaisin ja päämääränä oli oikeastaan selkiyttää esimerkiksi otsikkohierarkiaa ja siten tuoda enemmän ryhtiä sisällön erotteluun. Leipätekstiin valittu Futura toimi tehtävässään mielestäni melko hyvin, joten päätin, että en alkaisi valitsemaan sen tilalle toista päätteetöntä tekstityyppiä. Kokeilin yleensä leipätekstiin suositellun päätteellisen tekstityypin toimivuutta näin pienessä koossa, mutta tulin siihen lopputulokseen, että näin pienikokoisessa tekstissä paras ratkaisu on päätteeton tekstityyppi, koska se säilyy selkeänä ja luettavana myös pienessä koossa.

Leipätekstin pistekokoa päädyin muuttamaan sen takia, että kalenteriin toivottiin aiempaa enemmän muistiinpanotilaa ja ajattelin, että pienentämällä fonttikokoa hieman tämä olisi mahdollista saavuttaa. Leipätekstin kooksi määräytyi siis 6 pistettä, joka oli mielestäni aivan riittävä pääosin melko nuoren kohderyhmän luettavaksi. Valitsin book-leikkauksen, joka tuntui olevan sopiva tähän käyttötarkoitukseen.

Pääotsikoihin halusin valita jonkin toisen päätteettömän fontin, joka toimisi Futuran kanssa. Valinnassani päädyin hieman kulmikkaaseen Eurostileen, joka näytti toimivan Futuran kanssa melko hyvin.

Kalenterin tekstiosassa on kolmen tason otsikoita: pääotsikoissa 12 pisteen Eurostileä, joka poikkesi koossa selkeästi muista otsikoista, toisen tason otsikoissa 6 pisteen Futura ja alimman tason otsikoissa myös 6 pisteen Futura, joka poikkesi väriltään 2. tason otsikosta hierarkian selkeyttämiseksi. Sekä pääotsikot että toisen tason otsikot olivat kokonaan isoilla kirjaimilla ja väriltään sinisiä.

Clarendonin numerallit ovat mielestäni erityisen herkullisen näköisiä, joten niiden käyttäminen osittain hyvin numeropainotteisessa julkaisussa tuntui hyvältä ajatukselta.



Kuva 8. 2008 kalenterin otsikkotyypit ja kuvitusta

4.5 Kuvitukset

Kummankin kalenterin kuvitukset ovat melko yksinkertaisia viivapiirroksia, silhuettikuvia tai typografisia kuvituksia. Halusin pitää kuvitukset melko yksinkertaisina koska ne eivät ole julkaisun pääasia eivätkä varsinaisesti toimi siinä tekstin kuvittajina vaan lähinnä tuomassa lisää väriä ja elävyyttä kalenterin sivuille.

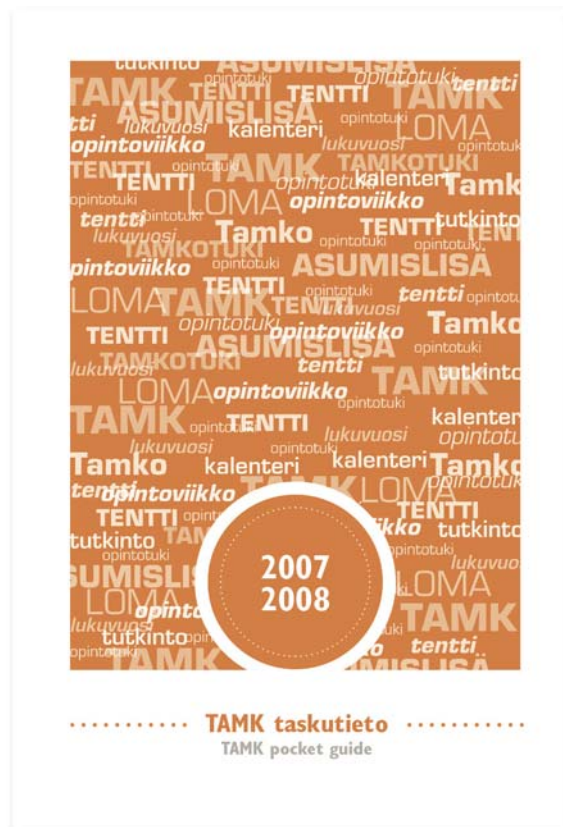
Väreinä kuvituksissa on käytetty kalenterissa muutenkin esiintyviä värejä.

4.5.1 2007 kalenteri

Suunnitellessani kantta kalenteriin sain idean kuvituksiin. Tein sopimuksen mukaan muutamia erilaisia ehdotuksia kalenterin kanteen, yhdessä niistä oli tyylitellysti piirrettyjä ihmishahmoja. Koska toiminnanjohtaja piti kuitenkin enemmän toisesta kansiehdotuksestani, päätin

hyödyntää ihmishahmo-idea kalenterin kuukauden aloittavalla sivulla. Piirsin 14 erilaista hahmoa näille sivuille. Koska hahmot olivat simppeleitä viivapiirroksia, keksin, että samoja hahmoja voisi käyttää siluetteina tuomaan kaivattua lisäväriä tekstiosioon. Samojen kuvitusten käyttäminen sekä varsinaisessa kalenteriosassa että tekstiosiossa tuo myös lisää yhtenäisyyttä julkaisun ulkoasuun.

Kansikuvitukseen sain idean nähtyäni julisteen, jossa oli aiheeseen liittyvistä sanoista muodostettu tekstuurimainen pinta. Pidin myös edellisen vuoden kannen pallo-elementistä, joten halusin säilyttää sen tuomaan jotain yhtenäisyyttä aikaisempaan julkaisuun. Lisäksi säilytin kuvituksen alla olevan TAMK Taskutieto –nimen ulkoasuun.



Kuva 9. Kansi vuoden 2007 kalenterista.



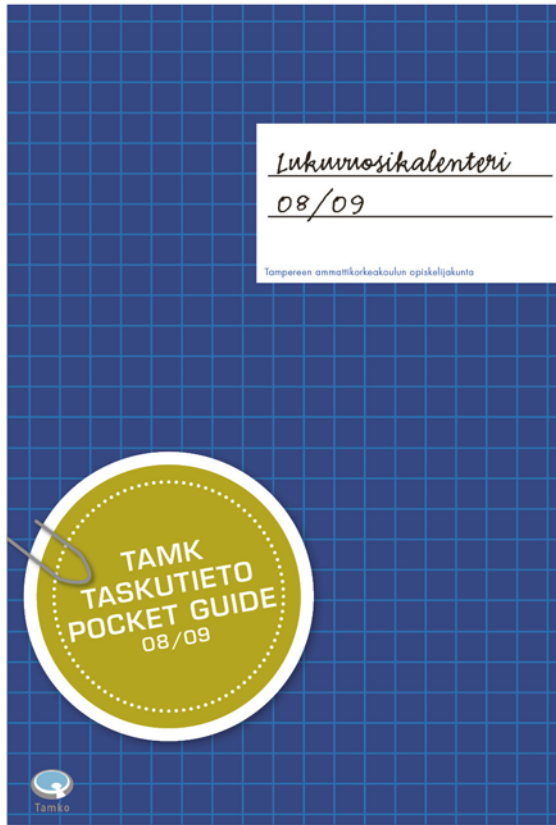
Kuva 10. Kuvituksia 2007 kalenterista.

Viikkoaukeamien tenttikuvituksien tilalle tulivat tekstimuotoiset huomautukset tenttipäivistä. Erilliset tenttikuvitukset olivat mielestäni turhia ja veivät vain turhaan tilaa sivuilta.

4.5.2 2008 kalenteri

Halusin, että vuoden 2008 kalenteri olisi jollain tapaa samanlainen mutta myös erilainen verrattuna edellisvuoden kalenteriin. Osa typografisista ratkaistuista toi yhteenkuuluvuutta aikaisempaan kalenteriin, mutta halusin myös kannesta löytyvän jotain tuttua, joten päädyin säilyttämään kannessa jo kahtena vuonna käytetyn pallon, tosin hieman eri tavalla käytettynä.

Muutoin hallitsevaksi ideaksi kalenterissa nousi eräänlainen reissuvihko. Idea näkyy kannessa ja esimerkiksi kuukausien avaussivuilla, joissa on toisella sivulla ruutuvihkoa muistuttava ruudukko. Ruutupaperi-idea toistuu myös muistiinpanosivuilla.



Kuva 11. Vuoden 2008 kalenterin kansi.

Reissuvihko-ideaan tuntui olevan vaikea keksiä yhteensopivia kuvituksia, joten kuvitus muodostuu lähinnä kuvituksenomaisesti käytetystä typografiasta ja erilaisista merkeistä.

Opiskelijan oikeusturva toimentuloon liittyvissä kysymyksissä

Ammattikorkeakouluopiskelijalla on oikeus tiettyihin sosiaalietuuksiin ja palveluihin. Niitä ovat esimerkiksi opintotuki (opintoraha, asumislisä ja opintolainan valtiontakaus) ja aikuiskoulutustuki päätoimisille opiskelijoille. Kälän tietoisuus lounas- opintolainavaroissa, sairauspäiväraha piteneikäläisen sairauden aikana ja kunnallinen terveydenhuolto opiskelupaikkakunnalla.

Opiskelija voi saada yleisiä asumistukea, ellei hänellä ole oikeutta saada opintotukea/lainaa. Opiskelija voi olla oikeutettu myös toimeentulotukeen esimerkiksi kesäaikana, ellei hänellä ei ole tuloja. Lain mukaan vanhemmilla ei ole täysi-ikäisen lapsen elatusvelvollisuutta. Toimeentulotukea voi hakea myös, jos muun etuuden saaminen viivästyy huomattavasti. Tällöin sosiaalitoimisto yleensä ilmoittaa perivänsä tuen takaisin tulevasta etuudesta.

Kohdassa Opintososiaaliset edut kerrotaan kunkin etuuden saamisedellytyksistä ja etuuden hakemisesta.

Sosiaalietuudet ovat useimmiten tarveharkintaisiin etuuksiin, joten kaikista olosuhteemuutoksista on ilmoitettava viipymättä etuuden myöntävälle taholle. Lisää maksettua etuus peritään takaisin ja esimerkiksi opintotuen takaisinperinnässä sovelletaan 15 %:n korotusta perittävään summaan. Etuuden voi myös menettää, jos katsotaan, että saaja on salannut tarkoituksella tukeen vaikuttavia tietoja. Etuuspäätöksistä voi valittaa, jos päätös saajan mielestä ei ole oikea. Valitusajan pituus ja -ohjeet löytyvät yleensä annetusta päätöksestä.

Opintotukipäätökseen haetaan muutosta va-paamuotoisella, kirjallisella, itse allekirjoitetulla hakemuksella osoitettuna muutoksenhakulautakunnalle. Kirjelmä toimitetaan päätöksen antajalle (Kela tai opintotukilautakunta) 30 päivän kuluessa päätöksen tiedoksisaannista. Muutoksenhakulautakunnan päätökseen saa hakea 30 päivän kuluessa muutosta vakuus-oikeudesta.

Opintolainan maksuvalvokissa on otettava viipymättä yhteyttä pankkiin takaisinmaksu-järjestelyn muuttamiseksi. Jos opintolainavallinnat jätetään pankin saatavaan hoitamatta, valtio lainan takajaajana joutuu maksamaan sen pankille. Tämän jälkeen Kälän opintotukikeskuksen takausvastuuyksikkö alkaa perä saavia opiskelijoita. Takausaataville alkaa kertyä 9 %:n viivästyskorke.

Kun valtion takaaman opintolainan korot alkavat erääntyä, voivat pienituloiset saada Kälän korkoavustusta. Edellytyksenä on, ettei markkinaehtoisien lainan korkoja pääomitteta, eikä hakijalla ole maksettua opintotukea koron sääntönnöksiä eräntymiskautta edeltävän viiden kuukauden ajalta. Tulorajat saa tietää Kelasta.

Mikäli terveydenhuollon palvelujen saamisessa on vaikeuksia, opiskelija voi kääntyä terveydenhuollon yksiköihin tai kunnan terveyslautakunnan puoleen. Toimeentulotuen epäoikeudenmukaisuutta voi valittaa kunnan sosiaalilautakuntaan tai joostoon ja niiden päätöksestä hallinto-oikeuteen. Useissa kunnissa on nykyään sosiaaliammies, joka palveloo ja auttaa asiakkaita valitusasioissa. Ongelmista on hyvä tiedottaa myös omaan opiskelijakuntaan, josta saa neuvoja ja apua.

Lisätietoja:
www.kela.fi
-> Opiskelijalle ja kuntien kassat (terveydenhuolto ja toimeentulotuki)



Opiskeluterveydenhuolto

Opiskeluterveydenhuollon palvelut järjestää Tampereen kaupungin Lasten ja nuorten terveyspalveluiden alaisuudessa toimiva opiskeluterveydenhuolto.

Tarkemmat tiedot mm. vastaanottoajasta saat osoitteesta www.tampere.fi/opiskeluterveys.

Henkilökohtainen sähköpostiosoite on muotoa etunimi.sukunimi@tampere.fi

Terveydenhoito
Hammaslääkäri 7.4. krs. Tullintorin vieressä. terveydenhoitaja Anneli Pälä p. (03) 565 78508 terveydenhoitaja Maija Julkunen p. (03) 565 78517 terveydenhoitaja Imeli Rantanen (liiketalous) p. (03) 565 78513

Hammashoito
Opiskelijat hakeutuvat oman asuinsoitteen mukaiseen hammashoitoon. Käsitteily ajavarauks kalliin hammashoitoon ma-pe klo 8.00-17.00 p. (03) 565 70100

Hammashoidosta peritään terveyskeskuksen hammashoidon maksut (lasku lähetetään kotiin). Opiskelija varaa ajan itse. Esteen sattuessa peruutus on tehtävä vuorokautta ennen sovittua aikaa. Sairaustapauksissa hoitoaan toimittaan terveydenhoitajan- tai lääkärin-ladissa. Peruuttamattomasta ajasta peritään salkkoa 27 e.

Psykologi-palvelut

Hammaslääkäri 7, 4 krs

Omat voimavarat ja selviytymiskeinot ovat joskus koetuksella. Ongelmia voivat aiheuttaa esimerkiksi traumaattiset kokemukset ja elämäntilanteiden kriisit. Seurauksia voivat olla pitkään jatkunut mielialan alavireisyys, jatkuva väsymys, itsehukon käyttäytyminen, kamauttava ahdistuneisuus (esim. voimakas esiintymisjännitys), "pinnan kirstyminen" ja syömisongelmat tai riippuvuudet.

Mielite painavien asioiden työstäminen yhdessä psykologin kanssa voi helpottaa ratkaisujen löytämistä ja elämäntilanteesta selviytymistä. Psykologille voi varata ajan terveydenhoitajan tai lääkärin tekemän arvioinnin jälkeen.

psykologi Jyrki Muurinaho p. (03) 565 78512, ma-pe klo 12-12.30 psykologi Raila Niittymäki-Kontola p. (03) 565 78511, ma klo 12-12.30



Yhdenvertaisuus

Yhdenvertaisuudella tarkoitetaan erilaisuuden hyväksymistä ja kosen kunnioittamista sellaisena kuin ihmisen on. Syrjintä on ihmisten välisiin eroihin perustuvaa eriytyäytävää erottelua. Yhdenvertaisuuslaissa (2004/21) kielletään väkään (suora) ja välillisen (epäsuora) syrjintä, häirintä sekä ohje- tai käsky-syrjintä.

Väkälön syrjintä tarkoittaa sitä, että henkilöä kohdellaan epäsuosittuammin kuin joku-ta toista kohdellaan, on kohdeltu tai voitaisiin kohdella samantilaisessa tilanteessa.

Välillistä syrjintää on, jos henkilö joutuu epäedullisempaan asemaan muihin nähden näennäisesti puolueettoman sääntöksen, perusteen tai käytännön vuoksi ilman, että toiminnalle on olemassa hyväksyttävä tavoite.

Häirinnällä tarkoitetaan henkilön tai ihmisryhmän arvon ja koskemattomuuden loukkauksellista tai tosiasiallista loukkaamista kielletyllä syrjintäperusteella siten, että luodaan hyökkäävä, halventava, nöyryyttävä tai vihamielinen ilmapiiri. Kiellettyä on sekä

8

Elokuu// August

MA	TI	KE	TO	PE	LA	SU
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Kuukausisuunnitelma elokuu //08

- 1 pe
- 2 la
- 3 su
- 4 ma
- 5 ti
- 6 ke
- 7 to
- 8 pe
- 9 la
- 10 su
- 11 ma
- 12 ti
- 13 ke
- 14 to
- 15 pe
- 16 la
- 17 su
- 18 ma
- 19 ti
- 20 ke
- 21 to
- 22 pe
- 23 la
- 24 su
- 25 ma
- 26 ti
- 27 ke
- 28 to
- 29 pe
- 30 la
- 31 su

Kuvat 12 ja 13. Typografista kuvitusta tekstiosioista ja kuukausien aloitusaukeamalta.

5 Oman työn arviointia ja yhteenveto

Olen kohtuullisen tyytyväinen kummankin kalenterin lopputulokseen. Joissakin asioissa olen jälkikäteen huomannut, että jokin toinen ratkaisu olisi voinut olla toimivampi tai paremman näköinen. Esimerkiksi vuoden 2008 kalenterissa viikkoaukeamilla olisi voinut käyttää muunkinlaista ratkaisua viikonpäivien taustalla. Samoin leipätekstin tekstityypin valintaa olisi voinut harkita enemmän.

Lopputulos on kuitenkin mielestäni kummassakin kalenterissa saavuttanut tavoitteensa: julkaisusta on kummallakin kerralla tullut parempi ja toimivampi julkaisu kuin aikaisemmin. Myös kohderyhmä on tuntunut pitävän lopputuloksesta; varsinkin vuoden 2008 kalenteri on kerännyt paljon positiivista palautetta.

Kalenterin käytettävyyttä parantaa mielestäni muun muassa se, että kuukausien aloitusaukeamien voimakas taustaväri saa ne erottumaan selkeästi muista sivuista kalenteria selatessa. Viikkoaukeamilla olevat elementit taas erottavat kalenteriosion muusta julkaisusta selkeästi, varsinkin vuoden 2007 kalenterissa, jossa sivun yläosan oranssi palkki erottuu kalenterin sivussa selkeästi.

Kalenterissa on myös huomattavasti aiempaa enemmän muistiinpanotilaa. Julkaisun lopussa on useampia sivuja muistiinpanoille ja muistiinpanoja mahtuu myös suurelle osalle viikkoaukeamista. Muistiinpanosivut näkyvät myös julkaisun ”sivuprofilissa” eli ne on helppo löytää nopeasti tarvittaessa. Taittopohjan muutoksilla viikkoaukeamille on saatu enemmän tilaa aikataulujen suunnitteluun eivätkä kellonajat turhaan toistu jokaisen päivän kohdalla.

Kumpikin julkaisu on mielestäni myös yhtenäisempi kokonaisuus, jossa yhdenmukaisesti käytetyt värit ja fontit yhdistävät toisistaan eroavat osat yhdeksi kokonaisuudeksi.

Kaiken kaikkiaan kumpikin kalenteriprojekti opetti tämänkaltaisen painotuotteen tekemisestä erittäin paljon: järjestelmällisyyttä, oman ajankäytön hallintaa, suunnitteluprosessin vaiheita. Yhteistyö asiakkaan kanssa sujui kummallakin kerralla mallikkaasti. Asiaa varmasti auttoi se, että olemme työskennelleet erilaisissa projekteissa melko paljon yhdessä, joten oli helppo

osoittaa luottamusta toisen arvostelukykyyhin puolin ja toisin. Myös aikataulut ovat pitäneet kummankin puolelta hienosti eikä esimerkiksi materiaalien viivästyminen ole viivästyttänyt julkaisun valmistumista.

Julkaisun kehittäminen parempaan suuntaan on aina haastava projekti, johon on mahdollista käyttää loputtomasti aikaa. Tärkeintä on kuitenkin se, että lopputulos on toimiva kokonaisuus, jossa viesti tavoittaa kohderyhmänsä helposti ymmärrettävällä tavalla.

Lähteet

Kirjallisuus

Ambrose, G & Harris, P. 2005. *Layout*. Singapore: AVA Publishing.

Kirja – Toteuta se. 2003. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Huovila, T. 2006. ”*Look*” *visuaalista viestisi*. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Itkonen, M. 2004. *Typografian käsikirja*. 2. tarkistettu painos, Helsinki: RPS-yhtiöt.

Koskinen, P. 2001. *Hyvä painotuote*. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Loiri, P. & Juholin, E. 1998. *Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja*. 2.painos, Helsinki: Inforviestintä Oy.

Verkkolähteet

Kustannusosakeyhtiö Tammi, <http://www.tammi.fi> (luettu 11.4.2009)