



# **LOGOMOTIVE**

Oppilaitoksen graafisen ohjeiston  
valmistaminen ja soveltaminen opetuskäyttöön  
audiovisuaalisen viestinnän koulutusohjelmassa

**Marko Vettenranta**

**Kehittämishankeraportti  
Huhtikuu 2007**



**JYVÄSKYLÄN  
AMMATTIKORKEAKOULU**  
*Ammatillinen opettajakorkeakoulu*

Tekijä(t)  Vettenranta, Marko	Julkaisun laji Kehittämishankeraportti	
	Sivumäärä 67	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen <span style="float: right;">saakka</span>	
Työn nimi  LOGOMOTIVE – Oppilaitoksen graafisen ohjeiston valmistaminen ja soveltaminen opetuskäyttöön audiovisuaalisen viestinnän koulutusohjelmassa.		
Koulutusohjelma Ammatillinen opettajakorkeakoulu		
Työn ohjaaja(t) Lepänjuuri, Aino		
Toimeksiantaja(t) Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitos		
Tiivistelmä <p>Lähtökohtana oli oppilaitoksen yritystunnuksen täsmällinen määrittely ja yritysviestinnän keskeisimpien elementtien uudistaminen sekä uusien sovellusten suunnittelu ja toteutus. Näiden ominaisuudet koottiin graafiseen ohjeistoon, joka muotoiltiin edelleen opetuskäyttöön. Opetusmateriaaliksi tuotetun graafisen ohjeiston tarkoitus oli toimia opiskelijoiden tukena yritysgrafiikan opintojaksolla, ei olla täydellinen opas yritysgrafiikan toteuttamiseen.</p> <p>Oppilaitoksen yritysgrafiikan uudistamisen käynnisti www-osoitteen ja myöhemmin myös puhelinnumeroiden muuttuminen. Pelkkien yhteystietojen päivittämisen lisäksi päädyttiin myös painotuotteiden ja sisäiseen käyttöön tarkoitettujen sovellusten ulkoasun stilisointiin entisen nimilogon pohjalta. Osa sisäisistä lomakkeista valmistettiin myös sähköisesti täytettävänä.</p> <p>Oppilaitoksen nimilogon mittasuhteet ja siinä käytettävät värit määriteltiin täsmällisesti ja siitä valmistettiin erilaisiin käyttökohteisiin tarkoitetut versiot. Uudistetun nimilogon asemointi eri sovelluksiin kuvattiin yksityiskohtaisesti sovellusten muiden ominaisuuksien kanssa projektin myötä valmistetussa graafisessa ohjeistossa.</p> <p>Vaikka graafinen ohjeisto on jo sellaisenaan kattava tietopaketti, sen muotoilu opetusmateriaaliksi lähti ajatuksesta, että joitakin siinä mainittuja kokonaisuuksia oli tarpeen selvittää ja perustella tarkemmin. Lähdeaineistona käytetyn kirjallisuuden perusteella päädyttiin ratkaisuun, jossa ohjeistoon lisättiin sivuja niiden aihealueiden yhteyteen, jotka koettiin tärkeimmiksi ja joiden hahmottamiseen opiskelija tarvitsivat eniten perusteluja. Lisä sivuilla perusteltiin mm. huolellisen teknisen toteutuksen tarpeellisuus, kerrotaan miten värien määrittely tulee toteuttaa ja annetaan vihjeitä onnistuneen yritysgrafiikan luomiseksi.</p> <p>Yritysgrafiikkaan kuuluvien elementtien lisäksi kuvattiin yritysgrafiikan opintojakson kurssitehtävän rakenne, toteutus sekä graafisen ohjeiston merkitys opetusmateriaalina tässä yhteydessä.</p>		

Avainsanat (asiasanat)

graafinen suunnittelu, graafinen viestintä, liikemerkit, organisaatioviestintä, oppimateriaali, opetusaineisto

Muut tiedot

Author(s)  Vettenranta, Marko	Type of Publication Development project report	
	Pages 67	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until	
Title  LOGOMOTIVE – Compiling the graphic manual of the educational institution and adapting it for the study programme of audiovisual communication		
Degree Programme Vocational teacher education		
Tutor(s) Lepänjuuri, Aino		
Assigned by Ingman College of Crafts and Design		
Abstract  The starting point was to define the logo of the educational institution accurately and renew the essential elements of the corporate communication as well as design and accomplish some new adaptations. The characteristics of these were compiled into the graphic manual, which was recast for educational purposes. The aim of the re-edited manual was to support students during the courses of the corporate design, not lend itself to be a complete guide in creating corporate design.  The change of the internet address and later also phone numbers initiated the renewal of the corporate design of the educational institution. Instead of just updating the contact information the appearance of the printed matter and the internal forms was decided to be stylized based on the existing logo as well. Part of the internal forms was created to be filled electronically.  The dimensions of the logo and the colours used in it were defined strictly and versions for different applications were elaborated. The positioning of the updated logo in the adaptations along with the other features of them were portrayed in details in the graphic manual created within the project.  Although the graphic manual is a comprehensive packet of information as it stands, the idea of adapting it for teaching material was based on the matter that some of its themes needed to be clarified and argued more closely. On the basis of the literature used as source material some pages were added in the manual concerning the themes which were found the most important and the conception of which needed to be closely argued to the students. These pages describe e.g. the necessity of painstaking technical implementation, how to define colours correctly and some hints to a successful corporate design.  Besides the elements of the corporate design also the structure and the implementation of the		

course assignment along with the relevance of the graphic manual as a teaching material in the context are depicted.

Keywords

graphic design, graphic communication, letterheads, logos, teaching materials

Miscellaneous

# SISÄLTÖ

<b>JOHDANTO</b> .....	<b>2</b>
<b>1 INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS</b> .....	<b>4</b>
<b>2 AUDIOVISUAALISEN VIESTINNÄN KOULUTUSOHJELMA</b> .....	<b>5</b>
MEDIA-ASSISTENTTI, AUDIOVISUAALISEN ALAN PERUSTUTKINTO	
<b>3 INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOKSEN YRITYSGRAFIikka</b> .....	<b>6</b>
3.1 Lähtökohdat .....	<b>6</b>
3.2 Viestinnän kokonaiskehittäminen.....	<b>7</b>
3.3 Yritysgraafiikan merkitys yritysviestinnässä .....	<b>7</b>
3.4 Yrityskuva .....	<b>8</b>
3.5 Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen logo.....	<b>9</b>
3.6 Yritystunnuksen muokkaus .....	<b>10</b>
3.7 Sovellusten valmistaminen.....	<b>11</b>
3.8 Graafinen ohjeisto.....	<b>13</b>
<b>4 GRAAFINEN OHJEISTO OPETUSKÄYTÖSSÄ</b> .....	<b>15</b>
4.1 Oppimiskäsityksiä .....	<b>15</b>
4.2 Opettaminen ja oppiminen .....	<b>17</b>
4.3 Millaista on hyvä opetusmateriaali? .....	<b>19</b>
4.4 Yritysgrafiikka graafisen suunnittelun kurssisisältönä .....	<b>21</b>
4.5 Opiskelijakuvaus .....	<b>22</b>
4.6 Kurssitehtävän kuvaus .....	<b>22</b>
4.7 Graafisen ohjeiston muotoilu opetusmateriaaliksi .....	<b>26</b>
<b>5 POHDINTA</b> .....	<b>30</b>
<b>LÄHTEET</b> .....	<b>32</b>

## LIITTEET

Liite 1. Opetuskäyttöön muokattu graafinen ohjeisto

## JOHDANTO

Toteutin Jyväskylän ammatillisen opettajakorkeakoulun opettajankoulutuksen kehittämishankkeena oman työyhteisöni (Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitos, jäljempänä myös Ingman) yritysgrafiikan täsmentämisen, uudet painosovellukset sekä graafisen ohjeiston. Hankkeeni pääpaino on graafisessa ohjeistossa, jonka muotoilin soveltuvaksi myös graafisen suunnittelun opetuksen tukimateriaaliksi toisen asteen ammatillisen koulutuksen audiovisuaalisen viestinnän koulutusohjelmassa.

Olen jakanut työskentelyni kuvauksen kahteen pääkohtaan:

- yritysgrafiikan toteuttamiseen
- siihen kuuluvan graafisen ohjeiston muotoilemiseen opetuskäyttöön soveltuvaksi.

Ensin mainitussa selvitän lyhyesti yritysgrafiikan merkitystä yrityksen/yhteisön viestinnässä, graafiseen ilmeeseen kuuluvien elementtien tuottamista ja sitä, miten nämä kytkeytyvät oppilaitoksen kokonaiskehittämiseen (luku 3. **Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen yritysgrafiikka**).

Graafisen ohjeiston muotoilemisessa käsittelen niitä tekijöitä, jotka vaikuttivat tekemiini ratkaisuihin ja miten niitä on sovellettu lopputuloksessa (luku 4. **Graafinen ohjeisto opetuskäytössä**).

Tarkoitukseni ei ollut luoda opetuskäyttöön kaikenkattavaa opasta yritysgrafiikan toteuttamisesta, vaan muokata ammattilaisten käyttöön tarkoitettua työkalusta ”selkokielineen” versio, jonka avulla opiskelijat hahmottaisivat paremmin visuaalisen ilmeen luomisen lisäksi suunnitteluprosessiin väistämättä kuuluvat tekniset vaiheet ja niiden ominaispiirteet. Yritysgrafiikan luominen ja sen onnistunut tekninen toteuttaminen vaatii huolellista paneutumista asiakkaan toimeksiantoon ja järjestelmällistä otetta työskentelyyn. Pyrkimykseni oli tuottaa graafinen ohjeisto, jonka sisältämät selkeät ohjeet ja esimerkit työprosessin eri vaiheista antavat opiskelijalle kokonaiskuvan työn laajuudesta ja sen toteuttamisen vaatimista ammatillisista taidoista.

Graafisen ohjeiston tehtävä on toimia oppaana myös henkilökunnalle, sisäl-  
sihän saamani toimeksianto myös joitakin talon omaan käyttöön tarkoitettuja,  
sähköisesti täytettäviä lomakkeita. Monet Ingmanin opettajat joutuvat lisäksi  
tekemisiin yritystunnuksen kanssa, joten tietämys sen eri versioista ja niiden  
käytöstä löytyisi helposti ja nopeasti yksistä kansista.



# 1 INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUS- OPPILAITOS

Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitos on toisen asteen ammatillinen oppilaitos Siilinjärven Toivalassa. Oppilaitosta ylläpitää Tohtori Matthias Ingmanin säätiö. Henkilökuntaa on noin 35 ja opiskelijoita 240. Oppilaitoksen toiminta rahoitetaan julkisin varoin ja opetus on siten opiskelijoille maksutonta.

Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksessa järjestetään kulttuurialan ammatillista peruskoulutusta ja aikuisten ammatillista lisäkoulutusta. Oppilaitoksessa voi suorittaa

- käsi- ja taideteollisuusalan
- audiovisuaalisen viestinnän ja
- kuvallisen ilmaisun perustutkinnon sekä
- kulttuurialan ammatti- ja erikoisammattitutkintoja.

Ammatilliset perustutkinnot ovat laajuudeltaan 120 opintoviikkoa ja niiden suorittaminen kestää kahdesta kolmeen vuotta. Ne antavat yleisen jatko-opintokelpoisuuden ammattikorkeakouluihin ja yliopistoihin.

Koulutuksen sisällöissä pyritään yhdistämään opiskelijoiden yksilölliset koulutustoiveet ja -tarpeet sekä työelämän vaatima ammattitaito. Monipuolisen ja laadukkaan opetuksen varmistamiseksi teemme yhteistyötä alueen muiden koulujen ja työ- ja kulttuurielämän edustajien kanssa. Opiskelijat voivat valita lukio- ja merkonomiopintoja, suorittaa opintoja työssäoppimalla ja tehdä erilaisia projektitöitä yrityksille ja yhteisöille osana opiskeluaan. (Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitos 2007.)

## **2 AUDIOVISUAALISEN VIESTINNÄN KOULUTUSOHJELMA**

### **MEDIA-ASSISTENTTI, AUDIOVISUAALISEN ALAN PERUSTUTKINTO**

Audiovisuaalisen viestinnän koulutusohjelman suuntautumisalajat ovat graafinen suunnittelu ja multimedia.

Opintoihin kuuluu mm. erilaisten painotuotteiden ja www-sivujen suunnittelua ja valmistamista, kuvallista ilmaisua ja viestintää, valokuvausta, kuvankäsittelyä, animaatioiden tekemistä sekä erilaisia ääni- ja videotyöprojekteja.

Media-assistentin opinnot ovat käytännönläheisiä ja usein tiimi- tai ryhmätöitä. Opiskelussa painottuu työskentely erilaisilla tietokoneohjelmilla ja alan laitteistoilla.

Opintoihin sisältyy 20 viikkoa työssäoppimista, jonka aikana opiskelija voi perehtyä kiinnostuksensa mukaan mm. seuraaviin aloihin:

- Video-, televisio- ja elokuvatyö
- Kuvankäsittely ja -valmistus
- Äänityö
- Multimediatekniikka
- Graafisen viestinnän tekniikka ja tuotanto
- Tuotantotalous ja yrittäjyys
- Tapahtumatuotannon tekniikka.

Audiovisuaalisen viestinnän perustutkinnon suorittanut media-assistentti voi työskennellä esimerkiksi ohjelmisto-, kustannus- ja lehtitaloissa, tv- ja radio-yhtiöissä sekä mainos- ja viestintätoimistoissa. Alalle ovat tyypillisiä myös pienet yritykset ja työskenteleminen itsenäisenä ammatinharjoittajana.

(Audiovisuaalisen viestinnän koulutusohjelma 2007.)

## 3 INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUS- OPPILAITOKSEN YRITYSGRAFIikka

### 3.1 Lähtökohdat

Ingmanin yritysgrafiikan muutostyö käynnistyi jo keväällä 2005 ja sen perimmäisenä taustatekijänä oli oppilaitoksen Internet-osoitteen vaihtuminen. Tämä tarkoitti luonnollisesti kaikkien painotuotteiden päivittämistä, mikä antoi samalla tilaisuuden niiden visuaalisen ilmeen uudistamisen. Tässä yhteydessä pohdittiin myös mahdollisuutta oppilaitoksen nimenmuutokseen, johon ei kuitenkaan päädytty, vaan uudet lomakkeet päätettiin toteuttaa olemassa olevaan visuaaliseen ilmeeseen – lähinnä oppilaitoksen logoon – perustuen. Tehtäväni oli myös toteuttaa graafinen ohjeisto, jollaista oppilaitoksella ei aikaisemmin ollut. Viimeisin päivitystarve on sijoittunut juuri näihin päiviin, sillä Ingman otti huhtikuun 2007 alusta käyttöön uudet yrityspuhelinnumerot, joiden vuoksi puhelin- ja telefax-numeroita sisältävät lomakkeet täytyi jälleen muotoilla uudelleen. Oppilaitoksessamme on viime aikoina luotu myös kansainvälisyysstrategiaa, jonka vaikutuksesta em. numeroiden kansainvälinen merkitsemistapa tuli ajankohtaiseksi useissa lomakkeissamme. Uskoakseni Ingmanin viestintä laajenee edelleen kansainvälisen toiminnan myötä ja vaatii uusia yritysgrafiikan sovelluksia.

Sain toimeksiannon oppilaitoksemme rehtorilta ja hankkeen kehittämistyöryhmään kuuluivat hänen ja itseni lisäksi apulaisrehtori ja taloussihteeri. Koska mistään suuremmista muutoksista ei ollut kysymys, sain jotenkin vapaat kädet lähteä ideoimaan uusia sovelluksia. Työryhmän muiden jäsenten tehtäväksi jäikin lähinnä tarvittavien sovellusten ja niiden sisältöjen määrittelemisen, luonnoksiini perehtyminen ja niiden kommentointi. Otin tehtävän mielihyvin vastaan, sillä yritysgrafiikka on itselleni yksi mieluisimmista graafisen suunnittelun osa-alueista – ehkä siksi, että sen vaatima huolellisuus ja pikkutarkkuus sopivat pedanttiin luonteeseeni erinomaisesti.

## 3.2 Viestinnän kokonaiskehittäminen

Ingmanilla ei ole erikseen määriteltyä viestintästrategiaa, ainakaan kirjallises-  
sa muodossa. Viestintä on tähän asti rajoittunut painotuotteiden yhtenäisen  
visuaalisen ilmeen lisäksi kausiluontoiseen lehti-ilmoitteluun ja esitemateriaa-  
lin tuotantoon, jotka ovat olleet minun vastuullani. Nyt kun oppilaitoksen yritys-  
grafiikka on viimeistelty ja yhtenäistetty, sen jatkosoveltamiseen löytyy var-  
masti uusia kohteita. Graafisen ohjeiston puuttuminen lienee myös ollut syynä  
siihen, että www-sivujemme ulkoasu ei ole täysin yhtenäinen muun visuaali-  
sen ilmeen kanssa. Oppilaitoksessamme on viimeisimpänä hankkeena luotu  
kansainvälisyysstrategiaa, jonka puitteissa myös viestintä laajenee ja vaatinee  
uusia yritysgrafiikan sovelluksia.

## 3.3 Yritysgrafiikan merkitys yritysviestinnässä

Yhdenmukainen ja kokonaisvaltainen yritysgrafiikka on viestinnän ulkoisen  
puolen tärkeimpiä tekijöitä. Oleellista on kuitenkin se, että graafinen ilme vies-  
tii realistisesti siitä, mikä ja millainen yritys tai yhteisö on. Liisa Kankkunen  
(2007) määrittelee asian yrityksensä www-sivuilla näin:

*Nykypäivänä yritysilmettä tarkastellaan kokonaisuutena. Värit, logot ja  
sommittelu ovat olennaisen tärkeitä, mutta vasta työkaluja, joilla raken-  
netaan lopputuotosta. Yritysviestinnässä keskeinen kysymys on erottua  
ympäristöstä, yllättää virkistävästi ja synnyttää mieleenpainuva elämys.  
Samalla kaiken yritykseen liittyvän materiaalin on tehokkaasti viestittävä  
yrityksen ajatusten selkeydestä ja niistä tavoista, joilla yritys palvelee  
asiakastaan. Yrityksen, sen edustamien tuotteiden ja palveluiden sekä  
yritysviestinnän ilmapiirin on oltava harmoniassa yrityksen arvomaailman  
ja identiteetin kanssa. (Kankkunen 2007.)*

Taideteollisen korkeakoulun www-sivuilla löytyy puolestaan seuraava määri-  
telmä:

*Yritysviestinnällä tarkoitetaan laajasti ottaen kaikkea yrityksen ulkoiseen  
ja sisäiseen tiedottamiseen liittyviä asioita, kuten esimerkiksi markki-  
nointiviestintää, tulostietojen esittämistä ja intranetia. Yritysviestinnän  
kautta viestitään yrityksen imagosta ja identiteetistä, joten se on erittäin*

*tärkeä ja laaja toiminto yrityksessä. Yritysviestinnän tärkein ominaisuus on loogisuus. Viestinnän tulee olla johdonmukaista, selkeää ja asiallista. Sitä pitää kehittää järjestelmällisesti ja systemaattisesti, jotta kaikki tarvittava tieto on helposti kaikkien ulottuvilla, ja jotta yritys näyttäytyisi halumallaan tavalla julkisuudessa. (Yritysviestintä 2007.)*

### 3.4 Yrityskuva

Ingmanin aikaisempi visuaalinen ilme oli jo joitakin vuosia vanha ja vaikka kyseessä ei olekaan voittoa tavoitteleva liikeyritys, julkisen kuvan kehittäminen ja lujittaminen on nykyään myös oppilaitosten tehtävä. Tällä luodaan itsestä ja toiminnasta ymmärrettävä yleiskäsitys – yrityskuva eli imago. Joissakin lähteissä yrityskuvan synonyymiksi mainitaan harhaanjohtavasti brandi. Brandiksi ei voi julistautua, vaan asema pitää ansaita erottuvalla, pitkäjänteisellä ja systemaattisella viestinnällä. (Poikolainen 1994, 11.)

Yrityskuva käsittää kuitenkin paljon muitakin elementtejä kuin vain esimerkiksi painotuotteissa esiintyvän yrityksen liikemerkin tai logon. Menemättä tarkemmin käsitteen syvempään olemukseen lienee syytä mainita, että yrityskuvan syntymiseen vaikutetaan tietoisesti ja suunnitelmallisesti juuri konkreettisen kuvallistamisen keinoin, mikä perustuu muotokulttuurin ilmiöiden tuntemiseen ja niiden taitavaan soveltamiseen kaikkeen mitä yritys (tässä tapauksessa oppilaitos) tekee. Eli lyhyesti sanottuna tuote- ja ympäristösuunnitteluun, kuvalliseen viestintään ja palvelukulttuuriin. Käsite on kieltämättä abstrakti: se on julkinen mielipide yrityksestä, sen tuotteista ja toiminnasta – havaintojen ja johtopäätösten summa, ei konkreettinen kuvahavainto sellaisenaan. (Mts. 11-12.)

Tämän kokonaisvaltaisen sektorin hallintaa kutsutaan nimellä *design management*, jolle ei suomen kielessä löydy oikeutta tekevää lyhyttä käännettä. Sillä kuitenkin tarkoitetaan toimintamallia, jonka avulla yrityksen tai yhteisön lähetämiä viestejä hallitaan tavoitellun yrityskuvan luomiseksi ja lujittamiseksi. (Mts. 24)

Yritysgrafiikka on siis yksi, joskin varsin näkyvä osa yrityskuvaa. Koska tehtäväni ei ollut luoda uutta ilmettä, en keskity tässä tarkemmin Ingmanin yrityskuvaan.

### 3.5 Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen logo

Lyhyt, joskin subjektiivinen, luonnehdinta oppilaitoksen nykyisestä logosta lie-nee tässä yhteydessä kuitenkin paikallaan. Ingmanilla ei ole erillistä liike-merkkiä, vaan pelkkä nimilogo, ts. yrityksen/yhteisön **nimen** typografinen kirjoitusasu. ( Ks. kuvio 1.) Käytän raportissani siitä myös yleisnimeä *yrittystunnus*, jolla tarkoitetaan myös logon ja liikemerkin yhdistelmää.



KUVIO 1. Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen nimilogo.

Yrittystunnus muodostuu Ingman -nimestä, jonka alapuolella on apuriveinä oppilaitoksen täydellinen nimi sekä suomen- että englanninkielisenä. Ingman-sanassa on käytetty Simpson-nimistä fonttia, jota logon suunnittelija on muokannut ilmeikkäämmäksi venyttämällä kirjainten muotoja ja rikkomalla kirjainten peruslinjan. Aloittavan i-kirjaimen väri on muodostettu liukuvärillä kahdesta keltaisen sävystä ja muut kirjaimet ovat harmaita. Nimilogon apuriveillä olevat nimet on ladottu Arial-fontilla, suomenkielinen tummanharmaalla ja englanninkielinen punertavalla oranssilla.

Apurivit tuovat kontrastia nimilogon eloisuudelle ja leikkisyydelle, jolloin kokonaisuudesta muodostuu hallittu ja tasapainoinen. Nimilogon hieman kujeileva luonne viestii oppilaitoksemme välittömästä ilmapiiristä ja apurivit tuovat kokonaisilmeeseen toimialan vaatimaa vakautta, kuitenkin tekemättä kokonaisuudesta liian asiallista.

### 3.6 Yritystunnuksen muokkaus

Voidakseni aloittaa uusien lomakkeiden ja muiden sovellusten työstämisen, minun oli ensin määriteltävä yritystunnuksen mittasuhteet ja siinä käytettävät värit. Koska minulla ei ollut käytössäni mitään konkreettista lähdeaineistoa, josta nämä määrittelyt olisivat käyneet ilmi, otin yhteyttä painotaloon, jota olimme käyttäneet ja josta uskoin vanhojen paino-originaalien löytyvän. Uskomukseni osoittautui oikeaksi ja sain painolta tarkat tunnuksessa käytetyt väriarvot.

Havaitsin, että eri sovellusten harmaissa osuuksissa oli käytetty useampaa sen sävyä, esimerkiksi kirjekuorissa nimilogon harmaan sävyt olivat tummempia kuin kirjelomakkeissa – mielestäni tarpeettomasti. Niinpä yhdenmukaistin tunnuksen värimaailman määrittelemällä harmaasta käytettäväksi pääsääntöisesti vain yhden perussävyä. Poikkeustapauksia varten (joissakin sovelluksissa tarvittiin harmaan muitakin sävyjä) määrittelin siitä lisäksi muutamia muita sävyarvoja.

Nimilogo muutenkin oli mielestäni jollain tavoin hajanainen, joten muokkasin sitä edelleen määrittelemällä kirjainten välistykset uudelleen, jolloin sain kokonaisuudesta ryhdikkäämmän ja mittasuhteiltaan tasapainoisemman. Muokatun logon leveys oli nyt suhteessa sen korkeuteen (leveys = 4 x korkeus). Täsmensin vielä apuriveillä olevat tekstit tarkalleen nimilogon levyisiksi säätämällä niiden kirjainvälistyksiä ja asemoin niiden sijainnin edelleen suhteessa nimilogon korkeuteen (suomenkielisen nimen etäisyys nimilogon alareunasta = 0,05 x logon korkeus ja englanninkielisen 0,25 x logon korkeus).

Kun nimilogo oli viritetty lopulliseen muotoonsa tein siitä vielä versiot erilaisia käyttötarkoituksia varten. Käytännössä tämä tarkoitti sitä, että valmistin tunnuksesta omat originaalinsa myös

- näytöllä katseltavia esityksiä varten (esim. www-sivut)
- pelkästään harmaan eri sävyillä (kun tunnusta ei ole tarpeen käyttää värikköä, mm. sisäiseen käyttöön tarkoitetut tulostettavat lomakkeet)
- mustavalkoisena viivapiirroksena (kun kohteena olevassa sovelluksessa ei ole mahdollista toistaa liukuvärejä, esim. leimasimet).

Yritystunnus joudutaan joskus sijoittamaan myös tummalle taustalle, joten tein näitä tilanteita varten edellisistä myös tähän soveltuvat versiot. Tallensin jokaisen tiedoston vielä kaikissa alan ohjelmissa avautuvaan EPS-muotoon, jolloin tästä yhdestä yritystunnuksesta valmistui kaikkine variaatioineen kaikkiaan 16 erilaista tiedostoa.

### 3.7 Sovellusten valmistaminen

Seuraava työvaihe oli painotuotteiden ja omaan käyttöön tarkoitettujen lomakkeiden päivittäminen ja paino-originaalien toteuttaminen. Sovellusten työstö eteni siten, että tein näistä ensin useita luonnoksia, joita tarkastelimme työryhmissämme. Saatuaani korjausehdotukset, viimeistelin sovellukset palautteen mukaisesti. Kun viimeistellyt versiot oli hyväksytyt, toimitin tiedostot painoon.

Painotyönä tehtäviä sovelluksia olivat

- kirjelomake (A4)
- kirjekuoret (C4, C5 ja ikkunakuori E5)
- muistilehtiö
- saatelomake
- käyntikortti (suomi + englanti)
- taitekansio
- leimasimet (useita erilaisia).

Omaan käyttöön tarkoitettuja sovelluksia olivat ensi vaiheessa

- kirjelomakkeen sähköinen versio (logolla ja ilman)
- telefax-lomake (tulostettava)
- telefax-lomake (sähköinen versio)
- hyväksiluku-lomake
- arvosanan korotus -lomake (sähköinen versio)
- oppilaitoksen omien julkaisujen kansilehti
- PowerPoint-esityspohja.

Oppilaitoksen sisäiseen käyttöön tarkoitettuja lomakkeita on useita muitakin, joiden ulkoasun yhtenäistämistyö jatkuu tulevaisuudessa. Valmistin yritystunnuksesta lisäksi muutamia erikokoisia kuvia siihen tarkoitukseen, kun tunnus halutaan liittää johonkin dokumenttiin ilman, että se vaatii alan erityisosaamista.



Vaikka kyse olikin lähinnä www-osoitteen muuttamisesta, stilisoin kaikkien lomakkeiden ulkoasun uudelleen. Tämä työvaihe oli jokseenkin nopea, koska tekstisisällöt olivat jo valmiina ja ulkoasu perustui aikaisemmin käytössä olleisiin sommittelumalleihin. Joissain tapauksissa muutokset olivat enemmänkin kosmeettisia, mitään radikaalia kun ei ollut tarkoituskaan tehdä. Työ vaati kuitenkin huolellisuutta, sillä kaikkien sovelluksissa esiintyvien elementtien ominaisuudet ja asemointi piti määritellä tarkasti kohdalleen.

Joukossa oli kuitenkin myös tapauksia, joissa tuotteen ulkoasu uudistui täydellisesti, mm. Ingmanin taitekansio. ( Ks. kuvio 2.)



KUVIO 2. Ingmanin taitekansion vanha ja uusi versio.

Aikaisemmassa versiossa oli tehty mielestäni pahin virhe, minkä yritystunnukselle voi tehdä: nimilogo oli venytetty hallitsemattomasti koko kannen alueelle. Logo on yksi niitä ”pyhiä” asioita, joita ei pidä muokata sen jälkeen, kun suunnittelija on sen ominaisuudet tarkoin määritellyt (ks. vaatimus yhdenmukaisuudesta, josta mainittiin yritysviestinnän yhteydessä). Otin ”hyötykäyttöön” myös kansion sisäpuolelle taittuvat liepeet, jotka aikaisemmin olivat täysin valkoiset. Etukannen logokuvio jatkuu nyt myös liepeisiin, jolloin kansiossa on avattunakin jotain ilmettä. Kun kansiota tarkastellaan taittamattomana painoaihiona, liepeiden kuviot ovat edelleen samalla puolella kuin etukansikin (yksipuolinen

painatus), joten tästä ratkaisustani ei myöskään aiheutunut lisäkustannuksia painatuksessa.

Omaan käyttöön tarkoitetuissa lomakkeissa suurin uudistus oli se, että muokasin muutamia niistä sähköisesti täytettäväksi. Tein esim. kirjeestä valmiin asettelupohjan, joka tulostetaan painetulle lomakkeelle sekä version, jossa logo ja yhteystiedot ovat valmiiksi mukana asettelupohjassa. Tätä versiota käytetään, kun kirjettä ei tulosteta, vaan se lähetetään sähköpostin liitteenä vastaanottajalle.

Muotoilin sähköisen telefax-lomakkeen kirjepohjan mukaisesti lisäämällä lomakkeen yläreunaan telefax-saateissa yleensä käytetyt merkinnät (Telefax-sana, sivumäärä, vastaanottajan nimi + numero). Erillistä telefax-saatetta ei näin ollen tarvita, vaan koko viestin voi kirjoittaa kaikkine tarvittavine tietoineen yhdellä kertaa.

Arvosanan korotusmerkinnät oli aikaisemmin merkitty manuaalisesti siihen tarkoitukseen tehtyyn lomakkeeseen. Suunnittelin lomakkeesta sähköisesti täytettävän version, jossa kaikki lomakkeen kentät olivat sähköisesti täytettäviä joko kirjoittamalla tai valitsemalla sopiva vaihtoehto pudotusvalikosta. Lomakkeen voi kuitenkin edelleen tulostaa entiseen tapaan ja täyttää myös manuaalisesti.

En katso tarpeelliseksi kuvata tässä kaikkien sovellusten ominaisuuksia ja niissä tekemiäni ratkaisuja. Sovellukset on esitelty yksityiskohtaisesti Ingmanin graafisessa ohjeistossa. (Ks. liite 1.)

### **3.8 Graafinen ohjeisto**

Graafisessa ohjeistossa kuvataan yritysviestinnän graafisen toteutuksen keskeiset elementit; yritystunnus, sen eri versiot ja niiden ominaisuudet, yritysviestinnässä käytettävät värit, typografia, erilaiset käyttösovellukset jne. Graafinen ohjeisto on tarkoitettu kaikkien niiden käyttöön, jotka työskentelevät yrityksen/yhteisön mainonnan, graafisen suunnittelun, muotoilun, tiedottamisen,

painatusten tai vastaavien toimintojen parissa. Graafinen ohjeisto on itse asiassa yritysviestinnän perusta; yhtenäiset ohjeet tuovat selkeyttä, vahvistavat yrityskuvaa ja luovat yhteenkuuluvuuden tunnetta työyhteisöön. Tämä kuitenkin edellyttää, että annettuihin ohjeisiin suhtaudutaan vakavasti ja että niitä myös noudatetaan.

Brandwind Oy määrittelee graafisen ohjeiston merkityksen verkkosivuillaan mielestäni onnistuneesti:

*Graafisen ohjeiston tarve ja merkitys eritasoisille markkinointiviestinnän ”operaattoreille” on hyvin vaihteleva. Pelkkä staattinen dokumentaatio ei tässä pitkälle auta. Voidaan tuskin olettaa, että pitkässä jälleenmyyntiketjussa viimeisenä lenkinä toimiva myyntimies tutkisi laajaa kirjallista dokumenttia rakentaessaan jokaista myyntiesitystä. Ohjeiden, värien ja fonttien tulee siis joustavasti seurata aineistoja sekä tukea kulloisenkin käyttäjän tarpeita ja aineistojen työnkulkuja eri käyttötilanteissa (Graafinen ohjeisto 2007).*

Graafisen ohjeiston valmistaminen oli varsin miellyttävä tehtävä. Haastavinta oli luoda ohjeistolle yritysgrafiikkaa tukeva yleisilme ja kaikin puolin selkeä ulkoasu. Jo kertaalleen mainittu pedantti luonteeni pääsi toteuttamaan itseään varsin mittavasti. Työ eteni melko pitkälti rutiininomaisesti, sillä olen urani varrella tehnyt useita graafisia ohjeistoja, tosin kaikki eivät ole olleet näin laajoja. Innovatiivisinta ulkoasun sommittelussa oli mielestäni kunkin asiakokonaisuuden yhteydessä sivun vasempaan marginaaliin sijoittamani graafinen informaatio, joka kertoo sivulla kuvatun elementin originaalitiedoston nimen, tiedostomuodon ja sijainnin ohjeiston liitteenä olevalla CD-levyllä. (Ks. kuvio 3.) Nämä yksityiskohtaiset tiedot on koostettu graafisessa ohjeistossa viimeisenä olevaan Tiedostot -osuuteen.



KUVIO 3. Tiedostomuodot ja niiden sijainti graafisesti esitettynä.

## 4 GRAAFINEN OHJEISTO OPETUSKÄYTÖSSÄ

Kehittämishankkeeni toinen osuus käsittelee graafisen ohjeiston jatkotyöstämistä opetusmateriaaliksi. Painotan vielä tässä vaiheessa, ettei tarkoitukseni ollut valmistaa täydellistä opasta yritysgrafiikan toteuttamiseen. Opetuskäyttöön muokatun graafisen ohjeiston funktio on ensisijaisesti toimia opetuksen tukena niin opettajalle kuin opiskelijallekin. Vaikka muokkaamani graafinen ohjeisto voisi toimia myös itseopiskelun välineenä, se ei kuitenkaan ole kaikenkattava lähde-teos, eikä näin ollen korvaa yritysgrafiikan kurssilla luento-opetuksena annettua informaatiota.

### 4.1 Oppimiskäsityksiä

”Kaiken systemaattisen opettamisen ja opiskelun perustana on jokin käsitys oppimisesta, siitä, millainen on oppimistapahtuman ”luonne” (von Wright 1992, 1).

Olen pitänyt omana lähtökohtanani kaikessa opetuksessa sitä, että opiskelijalla tulee olla motiivi, halu tai tarve oppia – mieluiten nämä kaikki. Ovathan he omaehtoisesti hakeutuneet ammatilliseen koulutukseen, jonka perusteella pidän näkemystäni oikeutettuna. (Aarnio, Helakorpi & Luopajarvi 1991, 75.)

Viime vuosikymmenien kognitiivisessa psykologiassa ihminen nähdään perusluonteeltaan aktiivisena, tavoitteisiin suuntautuvana ja palautehakuisena, ulkomaailmaa ja omaa minää koskevaa tietoa hakevana, minkä itsekkin uskon pitävän hyvin paikkansa. Ihmisen toimintaa ohjaavat toisaalta aikeet ja odotukset, toisaalta toiminnasta saatu palaute (tosin sellaisena kuin toimija sen tulkitsee). Havaitseminen taas nähdään ympäristöön suuntautuvana tiedonhakuna: ihminen jäsentää tietoaan hierarkkisesti rakentuvina kokonaisuuksina; uusi tieto rakentuu aiemmin opitun pohjalle ja vanhaa tietoa käytetään uuden konstruointiin. Tämähän on luonnollisesti ihannetilanne, jonka soisi toteutuvan kaikkien opiskelijoiden kohdalla. Joukossa on kuitenkin aina myös niitä, joiden valmiudet eivät vielä yllä tälle tasolle. (von Wright 1992, 16.)

Uutta ainesta voi tietysti opiskella monella tavalla. Näitä laadullisesti erilaisia tapoja, joilla ihmiset opettelevat erilaisia taitoja kutsutaan *oppimisen strategioiksi*, joita on monentyypisiä ja –tasoisia. Yhtenä ääripäänä on ns. pinta-prosessointi, jolle on ominaista, että opiskelija suuntaa tarkkaavaisuutensa opittavaan ainekseen, jota hän pyrkii painamaan mieleensä. Toisena ääripäänä on syväprosessointi eli opiskelija suuntaa tarkkaavaisuutensa siihen sanomaan, jota aineisto pyrkii välittämään. Hän näkee sen instrumenttina, jonka välityksellä hän voi oppia ymmärtämään jotakin aineiston käsittelemästä todellisuudesta. (Mts. 17)

von Wright (mts. 20) toteaaakin Resnickin (1989) sattuvasti huomauttaneen, että vaikka yksittäisiä strategioita on helppo oppia erillisinä toimintoina, tämä ei takaa, että niitä käytetään. Niiden käyttö riippuu pitkälti siitä, katsooko opiskelija olevansa itse vastuussa oppimistoiminnastaan vai odottaako hän muiden (esim. opettajan) ohjaavan häntä. Lähtökohtana on kuitenkin huomioitava myös opiskelijan kokemusmaailma, jota on pyrittävä laajentamaan kohti jäsenyntyttä kokonaiskuvaa ao. tapahtuma-/toimintakokonaisuudesta, omien tulkin-tojen aktiivisen kokeilemisen merkitystä korostaen (mts. 29).

Myös Suonperä (1993, 68) käsittelee samaa teemaa viittaamalla Neisseriin (1982), jonka mukaan mielikuvat eivät ole havaintojen kopioita vaan ne ovat irrotettavissa havainnoista. Mielikuvien pohjana pitää siis olla havaintokokemuksia. Ellei näitä synny ei voi myöskään tuottaa mielikuvia.

Oppimistyyylejä on myös useita erilaisia. Kauppila (2003, 59) kuvailee neljää ehkä yleisimmin tunnettua oppimistyyliä seuraavasti:

- **Auditiiviset opiskelijat** oppivat parhaiten kuulemalla. He pystyvät helposti varastoimaan puhuttuja sanoja (luennot).
- **Visuaaliset opiskelijat** muistavat sen, mitä ovat nähneet, ja he pystyvät palauttamaan helposti mieleen visuaalista materiaalia, kuvia ja graafisia kuvioita (videot, lukeminen).
- **Kinesteettiset opiskelijat** oppivat parhaiten tekemällä ja kokeilemalla (learning by doing). He voivat oppia hyvin taitoja ja tietoja omatoimisen ja itseohjautuvan toiminnan avulla.
- **Taktiilliset opiskelijat** oppivat parhaiten koskettelun ja kokeilemisen avulla. He käyttävät sormiaan ja käsiään oppimisessa, ja he pitävät yleensä kirjoittamisesta ja piirtämisestä (käsillä tekeminen, konkreettinen tekeminen).

Yritysgrafiikan kurssi tarjoaa hyvät edellytykset soveltaa kaikkia em. oppimistyylejä. Käyn kaikki graafisessa ohjeistossa mainitut kohdat läpi myös luennoiden, mikä palvelee auditiivisia opiskelijoita. Graafinen ohjeisto itsessään taas hyödyttää visuaalisia opiskelijoita. Kurssitehtävän työstäminen (ks. kurssitehtävän kuvaus jäljempänä) on puolestaan omiaan niin kinesteettisille kuin taktiillisillekin opiskelijoille. Koska kyseessä on kuitenkin ryhmäopetus, kaikkien yksilöllisiä vaatimuksia on mahdoton ottaa huomioon.

## 4.2 Opettaminen ja oppiminen

Opiskelu ja oppiminen – niin kuin opettaminenkin – on kuitenkin aina hyvin luova ja yksilöllinen prosessi. Siihen liittyy niin aika kuin paikka sekä erilaisia tiedollisia ja sosiaalisia konteksteja. Se on tiedon prosessointia, tiedon strategista jäsentämistä ja tietorakenteiden muokkaamista sekä muistiedustuksen luomista ongelmien ratkaisemiseksi. Tietyn tapahtuman, asian tai asiakokonaisuuden ymmärtämiseen liittyy sen tulkitseminen laajemman tietorakenteen pohjalta. Tavoitteellisen oppimisen kannalta on olennaista opiskelijan pyrkimys tulla tietoiseksi siitä, mitä hän kulloinkin opittavasta asiasta ymmärtää ja osaa tai mitä ei ymmärrä ja ei osaa. Tämä edellyttää riittäviä henkisiä valmiuksia, joiden kehittäminen on pitkäaikainen ja haastava tehtävä – mikä ei mielestäni ole kuitenkaan yksin opettajan vastuulla. (von Wright 1992, 22; Kauppila 2003, 12-20.)

Myös Suonperä (1993) toteaa, että kokonaisvaltainen asioiden, tapahtumien tai toimintojen jäsentely vaikuttaa ymmärtämisen laatuun ja viittaa Martoniin (1983), joka tutkijaryhmineen päättelee kokonaisuuksien hallintaan pyrkivien oppijoiden kykenevän tavallista useammin myös ilmiöiden ja niiden välisten yhteyksien syvälliseen ymmärtämiseen (Suonperä 1993, 59).

Kauppilán (2003) mukaan tieto ei myöskään ole passiivista vastaanottamista vaan opiskelijan oman tiedon rakentamista, konstruoimista, uuden liittämistä aikaisemmin opittuun tietoon tai näkemykseen. Hän näkee oppimisen prosessina, jossa ihminen valikoi, tulkitsee ja työöstää informaatiota, jota hän ottaa vastaan aistiensa avulla, omien odotustensa, aikaisempien tietojensa ja omien

tavoitteidensa pohjalta. Tätä teemaahan sivusin jo oppimiskäsityksiä sisältäneessä luvussa. Myös von Wright (1992) toteaa saman ja lainaa Bruneria (1966), joka toteaa tehokkaan opetuksen edellyttävän, että aineisto esitetään tavalla, joka vastaa opiskelijan omaa tapaa tarkastella todellisuutta ja viittaa tällä erityisesti opiskelijan valmiuksiin. Nämä näkemykset sopivat erinomaisesti nimenomaan yritysgraafiikan kurssin kontekstiin ja juuri tähän suuntaan halusin itsekkin lähteä graafista ohjeistoani työstämään. (von Wright 1992, 19; Kauppila 2003, 20.)

Kauppila (2003) listaa myös useita muita oppimiseen kuuluvia tekijöitä (opiskelija, opettaja, tutor, vuorovaikutus, oppimistilanne, oppimistehtävä, oppimistoiminta, oppimiskriteerit, **oppimisvälineet** ja oppimisympäristö) ja toteaa oppimistilanteen muodostuvan myös monista vuorovaikutussuhteista, joiden yhteisvaikutus on enemmän kuin erillisten vaikutusten summa, ts. vuorovaikutus antaa aineksia syvällisempään pohdintaan ja oman oppimisprosessin tehostamiseen (Kauppila 2003, 17-19).

Opettamisessa voidaan nähdä myös kaksi perusasennetta: toisessa voidaan puhua *hallintakeskeisyydestä*, jossa opettaja viitoittaa tien ja on vastuussa siitä, että tietä seurataan. Tämän ajatuksen taustalla on oletus, että ihminen pyrkii suorittamaan hänelle annetut tehtävät. Toiselle taas on ominaista pyrkimys luoda ”*oppimisympäristö*”, joka tarjoaa oppilaalle ongelmia, keinoja, ohjausta ja tukea. Taustalla on oletus, että ihminen pyrkii ymmärtämään maailmaa, etsii syitä ja selityksiä. (von Wright 1992, 30.)

Tietenkin voidaan ajatella, että molemmat lähestymistavat opetuksen ongelmiin ovat mielekkäitä riippuen siitä, *minkä* opettamisesta kulloinkin on kysymys. On esim. esitetty, että edellinen soveltuisi paremmin sisältököyhien, rutiniinomaisten taitojen opetukseen ja jälkimmäinen taas sisältörikkaiden, laajempien tietoalueiden opetukseen. Käytännössä kuitenkin joko-tai –asetelma lie-nee tavallisempi (ja on kirjoittajan mukaan myös helposti perusteltavissa). (von Wright 1992, 30.)

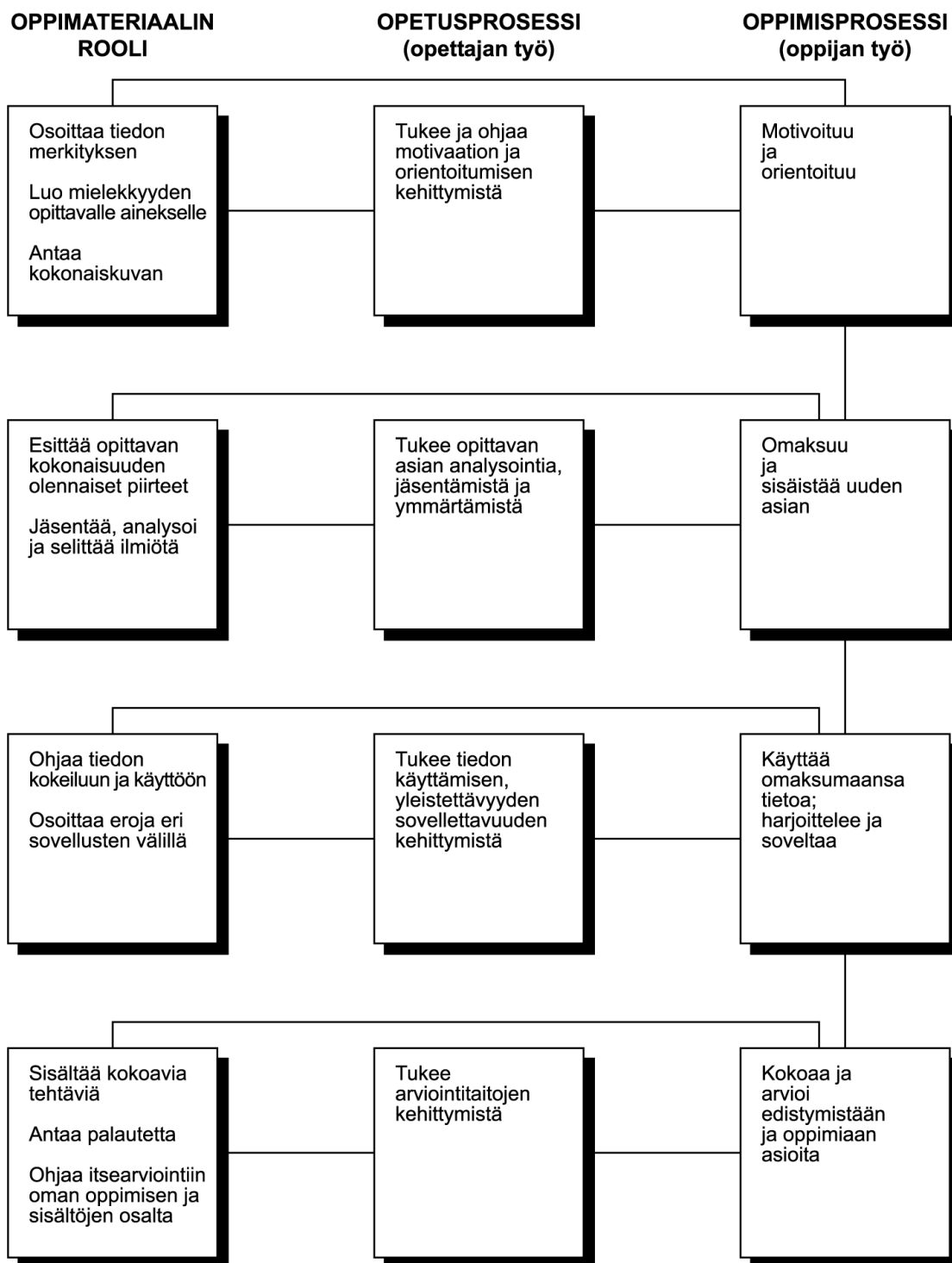
### 4.3 Millaista on hyvä opetusmateriaali?

Kehittämishankkeeni luonteesta johtuen, minun oli varsin aiheellista pohtia kysymystä, millaista on hyvä opetusmateriaali. Tarkoitushan tietenkin olisi, että opiskelija oppisi ja että aineisto olisi avuksi oppimisprosessissa. Miten välittäisin opiskelijalle mahdollisimman havainnollisessa muodossa yritysgraafikan toteuttamisen keskeiset tiedot ja taidot? Opetusmateriaalin hallinta edellyttää lisäksi taitoa eritellä ja yhdistellä sitä tarkoituksenmukaisella tavalla oppimista ajatellen. Kun ajatellaan opetus-oppimistapahtuman keskeisintä tehtävää – saada opiskelija hahmottamaan todellisuutta – täytyy oppimateriaali muovata siten, että tavoitteena on em. prosessin mahdollistuminen. Asiasisältöjen tulle olla järjestetty niin, että opiskelija kykenee hahmottamaan vaadittavan suorituskokonaisuuden sekä havaitsemaan sen keskeiset elementit ja niiden järjestyksen. Opetusmateriaalissa pitää osata kiinnittää huomio sellaisten elementtien esiin nostamiseen, jotka toimivat opiskelijan havaintoprosessia ohjaavina herätteinä. (Aarnio ym. 1991, 178; Suonperä 1993, 99)

Opetusmateriaalilla voidaan laajasti ottaen tarkoittaa kaikkea sitä materiaalia ja välineistöä, joka edistää oppimisprosessia tavoitteiden saavuttamiseksi. Yritysgraafikan kurssilla käytettävä materiaali on hyvin monimuotoista, sillä graafinen ohjeisto kirjallisena aineistona on sinällään jo varsin laaja, sisältäähän se myös mallit valmiista painotuotteista ja CD-ROM -levyn, jolta tiedostot löytyvät sähköisessä muodossa. Oppimateriaaliksi voitaneen lukea myös ne kaikki erilaiset vaiheet, jotka kuuluvat opiskelijan koko työprosessiin (luonnokset ja väli-vedokset suunniteltavasta yritysgraafiikasta, tietokoneiden ja ATK-sovellusten käyttäminen, työparin konsultointi, värikarttojen hyödyntäminen jne.) (Aarnio ym. 1991, 178-179.)

Opetuksen ja opetusmateriaalin suhde oppimisprosessin eri vaiheisiin esitetään onnistuneesti Kiiskisen (1987) laatimassa kuvassa, johon myös Aarnio ja muut viittaavat. (Ks. kuvio 4. s. 20) (Aarnio ym. 1991, 179.)





KUVIO 4. Opetusmateriaalin ja opetuksen suhde oppimisprosessin eri vaiheissa. Kuvion perustana on Kiiskisen (1987) alkuperäinen kuvio artikkelissa ”Oppimateriaalit didaktisessa prosessissa”.

Uuden opiskeltavan asian sisäistämisvaiheessa oppimateriaalin tehtävänä on tuoda ”lihaa orientaatioperustan luiden ympärille”. Oppimateriaalin tulee olla ongelmia synnyttävää ja tehtäviä antavaa mieluummin kuin kaiken valmiina

esittävää. Tällä hetkellä näyttää kuitenkin olevan vaikeaa laatia sellaista oppimateriaalia, joka ei esittäisi kaikkea valmiina vaan ohjaisi opiskelijaa hankkimaan itse aktiivisesti tietoa esimerkiksi lähdekirjallisuuden avulla. Koulutuksessa on kuitenkin tilanteita, joissa on suorastaan järkevää antaa oppimateriaali valmiissa muodossa. On monia käytännön elämän vaatimuksia, jotka edellyttävät rutiininomaista osaamista. Arkielämä osoittaa monella tavalla, että myös rutiinioppimisella on sijansa opetuksessa. (Aarnio ym. 1991, 182; Suonperä 1993, 55.)

#### 4.4 Yritysgrafiikka graafisen suunnittelun kurssisisältönä

Yritysgrafiikka on kolmen opintoviikon mittainen opintojakso graafisen viestinnän ilmaisun (15 ov) opintokokonaisuudessa. Audiovisuaalisen viestinnän koulutusohjelman opetussuunnitelma määrittelee opintojakson tavoitteet ja sisällön seuraavasti:

*\_\_ Hänen on tunnettava myös mainonnan ja markkinoinnin perusteita ja osattava soveltaa niitä omassa työssään. Opiskelijan on osattava käyttää ja soveltaa audiovisuaalisessa viestinnässä erilaisia graafisen viestinnän ilmaisukeinoja. Opiskelijan on osattava hahmottaa graafisen ilmaisun merkitys yhtenä käyttögrafiikan osatekijänä ja sisällön ilmaisijana, selkeyden ja ymmärrettävyyden lisääjänä ja keskeisenä viestin vastaanottamista ohjaavana tekijänä. Opiskelijan on ymmärrettävä värinhallinnan merkitys koko tuotantoprosessille sekä teoriassa että käytännössä (Opetushallitus 2001).*

Olkoonkin, että tämä määritelmä on kohtuullisen ympäröivää, siinä mainitaan kuitenkin selkeästi ne osa-alueet, jotka opiskelijan odotetaan oppivan. von Wright (1992, 29) toteaa opetussuunnitelmista, että kiinteitä ja yksityiskohtaisia opetussuunnitelmia tai -jaksoja on vaikea, ellei mahdotonkin, luoda.

Yritysgrafiikan kurssi sijoittuu toiseen opiskeluvuoteen, jolloin graafisen suunnittelun ja kuvailmaisun perusteet ovat (ainakin tulisi olla) opiskelijan hallussa. Tarvittavien ATK-ohjelmien käyttö on myös tähän mennessä rutinoitunut ja opiskelija voi keskittyä käsillä olevan kokonaisuuden asiasisältöihin.

Koska audiovisuaalisen viestinnän opiskelijat valmistuvat media-assistenteiksi (eivät suunnittelusta vastaaviksi AD:iksi), olen halunnut painottaa yritysgrafii-  
kan kurssilla ennen kaikkea aineiston oikeaoppista teknistä toteuttamista (pai-  
no-originaalien vaatimukset, tiedostojen hallinta, värien määrittely värikartoista  
jne.). Vaikka opiskelijoille mieluisa visuaalisen ja esteettisen kokonaisuuden  
luominen on myös tärkeää, he tulevat työelämässä toimimaan nimenomaan  
**avustavissa** tehtävissä, joihin edellä mainitsemani työvaiheet kuuluvat.

## 4.5 Opiskelijakuvaus

Audiovisuaalisen viestinnän opiskelijat ovat pääsääntöisesti peruskoulunsa  
juuri päättäneitä, tosin joukossa on myös joitakin ylioppilastutkinnon suoritta-  
neita. Mukana voi olla myös opiskelijoita, joilla on jo jokin muu ammatillinen  
tutkinto, joten opiskelijoiden ikä vaihtelee 16:sta 30:n ikävuoden tuntumaan.  
Kaikille on kuitenkin yhteistä se, että ala on jokaiselle uusi ja varsinkin yritys-  
grafiikassa kaikki lähtevät samalta viivalta. Erona vastaavasti on se, että opis-  
kelijoiden kehitysvaiheet eroavat usein selvästi toisistaan. Varsinkin nuorim-  
pien opiskelijoiden ihmissuhteiden jäsentyminen, oman identiteetin kehitys ja  
oman maailmankuvan muodostuminen ovat useimmiten vielä alkuvaihees-  
saan (Aarnio ym. 1991, 81).

Miten nämä sitten tulisi huomioida opetuksessa ja opetusmateriaalin suunnit-  
telussa? Opetusministeriön suunnitelmissa tosin ehdotetaan, että nuoris-  
asteen koulu voisi ottaa nykyistä paremmin huomioon mm. opiskelijoiden yksi-  
öllisyyden, taipumukset ja lahjakkuuserot, mutta ei kuitenkaan esitä malleja  
tai ehdotuksia tämän toteuttamiseen (mts. 41).

## 4.6 Kurssitehtävän kuvaus

Ennen varsinaista tehtävänantoa opiskelijoille arvotaan kuvitteelliset yritykset  
(jollakin voi olla myös oikea asiakastyö), joista mainitaan vain nimi ja toimiala.  
Opiskelijoiden tehtävänä on määritellä yrityksen tarkemmat ominaisuudet ja  
luoda sille imago (ks. **Yrityskuva** s. 8). Kun luonnehdinnat ovat valmiit, suori-

tetaan uusi arvonta. Jokainen saa jonkun toisen tekemän kuvauksen yrityksestä ja suunnittelee tälle yritysgrafiikan. Vastaavasti kuvauksen tehnyt opiskelija toimii toimeksiantajana suunnittelijaksi arvotulle toverilleen. Näin tehtävään saadaan mukaan myös asiakastöihin kiinteästi liittyvä vuorovaikutuselementti, jolla pyritään jäljittelemään työelämän vastaavaa tilannetta.

Glaserin (1991) mukaan sosiaalisessa kontekstissa yksilön ajatteluprosessit tulevat ”näkyviin” niin hänelle itselleen kuin muillekin. Hänen on mahdollista reflektoida niitä niin itsekseen kuin vastavuoroisesti muiden kanssa. Kun ryhmätoiminnan puitteissa itse kukin perustelee käsityksiään ja ratkaisujaan, tämä luo edellytykset ei vain muilta oppimiselle vaan myös omien ajatusprosessien ennako-oletusten ja ”itsestään selvyyksien” kyseenalaistamiselle. (von Wright 1992, 26.)

Jatkotyöskentelyä varten opiskelijat saavat opintojakson tehtävästä kirjallisen tehtävänannon, jossa kuvataan kurssin tavoitteet, tehtävän osa-alueet sekä arviointikriteerit.

Tavoitteeksi on määritelty painovalmiiden yritysgrafiikan sovellusten tuottaminen. Varsinainen tehtävä sisältää em. arvonnassa saadun yrityksen toiveiden mukaisen graafisen ilmeen toteuttamisen, joka sisältää seuraavat elementit:

1. Yritystunnus (nimilogo ja liikemerkki)
2. Tunnuksen soveltaminen seuraaviin painotuotteisiin
  - kirjelomake A4
  - kirjekuoret C4 ja C5
  - käyntikortti
  - vapaavalintainen sovellus (ikkuna- tai autoteippaus tai tunnuksen animointi)
3. Graafinen ohjeisto.

Tehtävänannossa kukin vaihe on vielä ohjeistettu erikseen. Yritystunnuksen kohdalla muistutetaan esim. selkeydestä ja viestivyydestä ja tarvittavista väri- ja tiedostoversioista. Painotuotteista palautetaan mieliin mm. sommittelun mahdollisuudet ja rajoitukset. Valmistettavan graafisen ohjeiston sisältö on myös määritelty yksityiskohtaisesti. Arviointikriteereinä mainitaan mm. ilmaisykyky, visuaalisuus, pelkistämiskyky, informatiivisuus, viimeistelty jälki ja tekninen osaaminen.

Huomasin Aarnion ja muiden (1991) mukailmien Engeströmin (1987) käsitysten soveltuvan erinomaisesti yritysgrafiikan kurssiin. Engeström erittelee kahdeksan vaihetta, jotka tukevat oppimista ja jotka tulee ottaa huomioon opetusmenetelmän valinnassa. Mukailin vaiheita edelleen ja määrittelin niihin opetusmenetelmän ja tavoitteen yritysgrafiikan kurssin näkökulmasta:

1. Uuden oppiaineksen pohjustaminen opiskelijoiden mielenkiinnon herättämiseksi ja suuntaamiseksi opittavaan aiheeseen. Tärkeää on saada opiskelija havaitsemaan omat puutteensa opiskeltavana olevan ongelman ratkaisemisessa ja saada sitä kautta aikaan sisällöllinen motivaatio opiskeltavaan alueeseen.

**Opetusmenetelmä:** Luennointi, analysointiharjoitus olemassa olevista liikemerkeistä ja logoista

**Tavoite:** yrityskuvan viestinnällisen merkityksen ymmärtäminen

2. Opiskelijoiden orientoiminen opiskeltavaan aihekokonaisuuteen. Tässä yhteydessä opiskelijoille selviää opiskeltavan kokonaisuuden tavoite sekä samalla se tietorakenne, jonka osaamiseen tämän aihekokonaisuuden hallinta perustuu

**Opetusmenetelmä:** harjoitustehtävä (yrityskuva)

**tavoite:** luoda yrityksen ilme ja viestinnälliset tavoitteet kirjallisesti kuvaillen

3. Uuden tiedon sisäistäminen, millä tarkoitetaan esitetyn tietorakenteen yksityiskohtien opiskelemista. Tätä ei pidä käsittää vain opettajan esittämäksi opetuksesi vaan opiskelijan itsenäiseksi ja aktiiviseksi tiedon hankkimiseksi opettajan antamien viitteiden mukaan

**Opetusmenetelmä:** parityöskentely; opiskelijat toimivat toisilleen asiakkaina ja suunnittelijoina

**tavoite:** saavuttaa toimeksiantajan/suunnittelijan rooli ja niihin kuuluvat tehtävät

4. Opiskellun aiheen kertaaminen, joka keskittyy aihekokonaisuuden olennaisiin ja vaikeisiin kohtiin. Kertaus voi olla opetusmuodoltaan opettajan kyselyä, opiskelijan omaa kuvausta kokonaisuuteen kuuluvan ongelman ratkaisusta, itsenäisesti suoritettuja kertaavia tehtäviä tms.

**Opetusmenetelmä:** luentomuotoinen opetus (kertaus) ja itsenäinen työskentely vuorovaikutuksessa opettajan ja muun ryhmän kanssa  
**tavoite:** tarvittavien ATK-sovellusten hallittu tekninen osaaminen

5. Opiskellun aihekokonaisuuden systematisointi, jolla tarkoitetaan kokonaisuutta selventävää jäsentelyä. Tässä opiskelijat voivat rauhassa perehtyä oppimaansa, kysellä opettajalta niistä ongelmista, jotka eivät vielä ole täysin selvillä ja tarkentaa opiskeltavien asioiden keskinäisiä yhteyksiä

**Opetusmenetelmä:** vuorovaikutus opettajan ja työparin kesken, valmis malli graafisesta ohjeistosta

**tavoite:** tehtäväkokonaisuuden vaatimusten ymmärtäminen

6. Harjoittelu, jolla pyritään kehittämään opiskelijalle muodostuneen sisäisen mallin avulla käytännön motorisia taitoja. Päämääränä voi olla paitsi tiettyjen taidollisten suoritusten automatisoituminen myös ajattelun ja luovuuden taitojen kehittäminen erilaisten harjoitusten avulla

**Opetusmenetelmä:** työskentely itsenäisesti ja työparin kanssa

**tavoite:** asiakkaalta saadun toimeksiannon mukaisen yritysilmmeen luominen

7. Soveltamisvaihe, jolloin pyritään ratkaisemaan uusia tehtäviä ja tilanteita opitun avulla. Tässä vaiheessa koetellaan opitun soveltamiskelpoisuutta muuttuvissa tilanteissa ja arvioidaan niitä puutteita, joita opitun osalta tulee täydentää soveltamiskelpoisuuden lisäämiseksi

**Opetusmenetelmä:** työskentely itsenäisesti ja työparin kanssa

**tavoite:** luodun ilmeen sovittaminen erilaisiin sovelluksiin

8. Opiskelun kontrollointi, jossa pyritään arvioimaan sekä opittavan asian oikeellisuutta ja käyttökelpoisuutta että opiskelijan omia oppimistuloksia. Antaako opittu ne ratkaisuvälmiudet käytännön ongelmiin, joihin alussa pyrittiin. Olenko oppinut jotain puutteellisesti ja kuinka minun pitäisi täydentää oppimaani?

**Opetusmenetelmä:** työskentely itsenäisesti ja työparin kanssa, opettajan ohjaus ja palaute

**tavoite:** Onnistuneen (visuaalisesti, teknisesti ja käytettävyydeltään) yrityksen graafisen ilmeen toteuttaminen.

Opiskelun arvioinnin ja kontrolloinnin osalta oppimateriaalin tulee ohjata opiskelijan itsearvioinnin kehittymistä. Tällöin on oleellista, että materiaali sekä ohjaa häntä valitsemaan ne puolueettomat kriteerit, joilla hän voi arvioida suoritustaan että myös huomaamaan ne mahdolliset puutteet, joita opituksessa aiheistossa oli hänen näkemyksensä mukaan käytännön sovellettavuuden kannalta. Teknisten ominaisuuksien ollessa kyseessä, materiaali antaa kyllä tarkat kriteerit siihen, miten yritysgraafiikan eri sovellukset toteutetaan. Visuaalisuuden osalta liikutaan kuitenkin vahvasti mielikuvien maailmassa, jossa ”oikean” ja ”väärän” luonnehtiminen on mahdotonta. Tosin graafisen suunnittelun perusteet (värien symboliikka, liikesuunta, sommittelu) tulevat tässä vaiheessa kuitenkin avuksi. (Aarnio ym. 1991, 157-159, 182)

#### **4.7 Graafisen ohjeiston muotoilu opetusmateriaaliksi**

Miettiessäni vaihtoehtoja miten muokkaisin Ingmanin graafisen ohjeiston opetuksessa käytettäväksi tukimateriaaliksi, valitsin työskentelyni kantavaksi teemaksi Kauppilan (2003) esittämän teesin: ”*Tieto on jäsennettävä niin, että sen voi sisäistää*” (Kauppila 2003, 11).

Edellä käsitellyistä kokonaisuuksista voisi tietysti poimia myös muita tärkeitä hyvän opetusmateriaalin vaatimuksia. Graafinen ohjeisto on kuitenkin jo perusmuodossaan erittäin informatiivinen kokonaisuus, jossa asiasisällöt on järjestetty siten, että keskeiset elementit ovat johdonmukaisessa järjestyksessä. Opiskelija pystyy jo tämän perusteella hahmottamaan vaaditun suorituskokonaisuuden. Halusin kuitenkin vielä täsmentää joidenkin ohjeistossa mainittujen seikkojen yksityiskohtia, esimerkkinä mainittakoon vaikkapa opiskelijoiden tietämättömyys asiakirjan asettelun perusteista. Se, että kirjelomakkeen tietyt kohdat on varattu päiväykselle ja asiakirjan nimelle ja tietyt lähettäjän ja vastaanottajan yhteystiedoille, on monelle opiskelijalle täysin tuntematonta aluetta. Kaikki vastaavanlainen selventävä ja perusteleva lisäinformaatio oli mielestäni tarpeen monessa muussakin yhteydessä.

Koska graafisen ohjeiston tarkoitus on luonnehtia käyttäjälleen yritysviestinnän graafiseen toteutukseen kuuluvien elementtien ominaisuudet, päätin toteuttaa niiden kuvailun vieläkin perinpohjaisemmin, kuin mitä yleensä on tapa-

na. Yksityiskohtainen määrittely yritystunnuksen ja kunkin käyttösovelluksen kohdalla olisi ehdottomasti suureksi avuksi opiskelijoiden toteuttaessa omia yritysgraafiikan projektejaan.

Ingmanin yritysviestintään kuuluu lukuisia vain sisäiseen käyttöön tarkoitettuja lomakkeita, joista tässä vaiheessa toteutettiin joitakin yleisimpiä. En ole sisällyttänyt niistäkään kaikkia graafiseen ohjeistoon, sillä en nähnyt tarkoituksenmukaiseksi lähteä kuvailemaan jokaisessa yksittäisessä lomakkeessa tehtyjä ratkaisuja saati asetteluja. Oleellisin seikka – yritystunnuksen ja yhteystietojen asemointi – toistuu myös muissa sisäisissä lomakkeissa ohjeistossa esitettyjen muutamien esimerkkien mukaisesti.

Jotta yhden asiakokonaisuuden käsittely graafisessa ohjeistossa ei venähtäisi usean sivun mittaiseksi, pitäydyin varsinaisen asiasisällön suhteen ytimekkäässä ilmaisussa, selkeyttä kuitenkin unohtamatta. Haluamani lisäinformaation vaatima tila muodosti alkuun pienen ongelman; mihin ja miten sen sijoittaisin? Ratkaisin tämän siten, että asemoin ohjeiston ”normaalin” sisällön aukeamittain katsottuna vain oikeanpuoleiselle sivulle, jolloin vasemmanpuoleinen sivu jäi tyhjäksi. Tällä sivulla (kutsun näitä jatkossa infosivuiksi) voisin kertoa kunkin asiakokonaisuuden yhteydessä tarkempia perusteluja ja muita aihetta täsmentäviä seikkoja tai siihen liittyviä rajoituksia.

En katsonut tarpeelliseksi lähteä avaamaan infosivuilla yleisimpiä ammatillisia termejä, koska niiden tunteminen kuuluu jo alan perusosaamiseen. En myöskään numeroinut näitä sivuja, koska ne eivät olisi mukana graafisen ohjeiston julkisessa versiossa. Jotta sivunumerolle varattu paikka ei olisi jäänyt tyhjäksi, korvasin sen tyylitellyllä info- ( i ) merkillä.

Esittelen seuraavassa (kappaleotsikkoina käytetty graafisen ohjeiston lukujen nimiä) muutamia oleellisimpia seikkoja, joita katsoin tarpeelliseksi tarkentaa tai perustella infosivuilla. Täydelliset kuvaukset löytyvät liitteenä olevasta graafisesta ohjeistosta. (Ks. liite 1.)



## **Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitos**

Jo ensimmäisen infosivun ensimmäisessä virkkeessä totean, että myös graafinen ohjeisto on osa yritysgrafiikkaa ja että sen ulkoasu tulee sovittaa yrityksen muuhun graafiseen ilmeeseen. Tämä ensimmäinen luku toimii myös johdantona graafiseen ohjeistoon.

## **Yrityksen tunnusvärit**

Värien valinta on avainasemassa yritystunnuksen muotoilussa. Kertaan tällä sivulla eri värijärjestelmiä, niiden käyttökohteita ja vaikutuksia painatuskustannuksiin. Muistutan myös värikartan välttämättömyydestä värien määrittelyssä.

## **Yritystunnuksen mittasuhteet ja tunnuksen käyttö**

Selvitän tässä yhteydessä yritystunnuksen muotoilun perusasioita, kuten oikean ATK-sovelluksen valintaa (joku on joskus ryhtynyt toteuttamaan työtään kuvankäsittelyohjelmalla, mikä on teknisen toteutuksen kannalta jo lähtökohtaisesti väärä valinta), mittasuhteiden määrittelyä, teknistä toteuttamista, tunnuksen soveltamiskohteita sekä suunnittelijan vapautta ja vastuuta tunnuksen käytön määrittelyssä.

## **Yritystunnuksen väri- ja käyttösovellukset**

Vaikka tämän sivun aihepiiri kuvataan jo itse ohjeiston sivuilla hyvin tarkasti, päätin kerrata ne vielä infosivulla, koska tarvittavat sovellukset määräytyvät yritystunnuksen ominaisuuksien mukaan ja voivat olla tapauskohtaisesti hyvin erilaisia. Kerron myös miksi tiedostot tulee tallentaa alkuperäisoriginaalien lisäksi myös EPS-muodossa.

## **Typografia**

Tässä osuudessa kehotan opiskelijaa kiinnittämään huomiota valittavien fonttien soveltuvuuteen suhteessa yleisilmeeseen ja ennen kaikkea luettavuuteen. Muistutan myös siitä, että kaikki fontit eivät suinkaan ole ilmaisia.

## **Kirjelomake A4**

Painotuotteita käsittelevien lukujen ensimmäinen sovellus toimii infosivulla yleispätevänä ohjeistuksena kaikkiin painotuotteisiin. Kehotan opiskelijaa olemaan yhteydessä painoon jo ennen suunnittelutyön aloittamista, paino kun on

suunnittelijan välttämätön mutta myös hyödyllinen yhteistyökumppani. Sieltä löytyvä asiantuntemus voi ehkäistä varsinkin aloittelevan suunnittelijan työn ajautumisen harhapoluille. Painotan perustellen myös huoliteltua jälkeä eri elementtien asemoinnissa, sillä se on yksityiskohtien taidetta. Tässä yhteydessä maininta myös kirjelomakkeen oikean yläkulman rauhoittamisesta asiakirjan asetteluvaatimusten mukaisesti.

### **Kirjekuoret**

Saattaa kuulostaa hätävarjelen liioittelulta, mutta vastaanottajan osoitemerkintöjen paikan kertominen opiskelijoille ei kuitenkaan ole sitä. Edellisellä yritysgrafiikan kurssilla osoitteelle varattu tila oli eräässä työssä sijoitettu vasempaan alareunaan... Samalla muistutan oikean yläkulman varaamisesta postitusmerkinnöille ja painon vaatimasta naukarivarasta.

### **Käyntikortti**

Käyntikortti on pienen kokonsa vuoksi usein haastava kohde suunnittelijalle, koska pieneen kokoon on usein mahdutettava melkoinen määrä tekstiä (ks. esim. Ingmanin käyntikortit). Sarkainten hallinta tekstin asemoinnissa onkin ehdoton vaatimus useita tekstilohkoja sisältävissä painotuotteissa. Kehotan opiskelijaa myös kiinnittämään huomiota erityisesti rivivälityksiin ja välivedosten tulostamiseen: teksti on tulostettuna aivan toisennäköistä kuin näytöllä.

### **Tiedostot**

Graafisen ohjeiston loppuun sijoitettavaa luetteloa yritystunnuksen eri versioista, niiden sovelluksista ja nämä sisältävistä tiedostoista ei ole syytä jättää vain yksitoikkoiseksi listaukseksi. Myös tämä osuus on syytä muotoilla kokonaisilmeeseen sopivaksi, viestiihän sekin osaltaan ammattimaisesta otteesta.

Joidenkin sovellusten ominaisuuksia ei ehkä olisi ollut tarpeen perustella seikkaperäisesti rautalangasta vääntäen (enkä kaikkien sovellusten kohdalla näin toiminutkaan), mutta kuvailin välillä varmaan itsestäänselvyyksiäkin. Tämä ei silti ollut mielestäni turhaa, sillä kaipaahan jokainen meistä aina silloin tällöin vahvistusta omille, ihan vain talonpoikaisjärjellä päätellyille näkemyksilleen.

## 5 POHDINTOJA

Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen yritysviestinnän graafisten elementtien määrittäminen ja kuvaaminen graafiseen ohjeistoon on ollut laaja projekti, joka arvatenkin jatkuu edelleen uusien sovellusten ja vanhojen lomakkeiden päivittämisen myötä. En silti kokenut työtä missään vaiheessa raskaaksi tai vastenmieliseksi; sainhan toteuttaa merkittävässä määrin omaa osaamistani ja pidettyä yllä ammattitaitoani.

Yritysgrafiikan soveltaminen painotuotteisiin tuotti myös luomisen iloa, sillä työtehtävähän ei rajoittunut ainoastaan vanhojen tietojen päivittämiseen (mikä olisi ollut yksitoikkoista rutiinia). Uusien sovellusten – ja siinä sivussa lukuisten lehti-ilmoitusten – suunnittelussa sain tuoda esiin omia näkemyksiäni siitä, millaista oppilaitoksemme viestinnän tulisi olla ja mihin suuntaan halusin sen kehittyvän. Ehdotuksiani tarkasteltiin työryhmässämme eikä soraääniä muotoilemastani yleisilmeestä kuulunut. Saamani palaute käsitteli lähinnä kosmeettisia yksityiskohtia, kuten esim. puhelinnumeron merkitsemistapaa.

Oppilaitosten sisäisten lomakkeiden päivittämisessä pääsin muokkaamaan myös niiden toiminnallisuutta (täytettävien kenttien järjeistäminen ja muokkaaminen sähköisesti täytettäväksi) ja onnistuin siinä niin omasta kuin palautetta antaneidenkin mielestä varsin hyvin.

Graafisen ohjeiston työstäminen oli prosessin työläin vaihe. Vaikka kaikkien graafisten ohjeistojen perusrakenne onkin hyvin samankaltainen (aloitetaan yritystunnuksesta ja siirrytään sen soveltamiseen), jokainen yritys on yksilöllinen ja sen ominaispiirteet tekevät myös graafisen ohjeiston toteuttamisesta aina uuden, omaleimaisen prosessin. Aikaisempi kokemukseni oli luonnollisesti hyödyksi graafisen ohjeiston valmistamisessa eikä sen työstämisessä ollutkaan mainittavia ongelmia. Yritystunnuksen ja paino-originaalien ominaisuuksien yksityiskohtainen luonnehdinta täyttää graafisen ohjeiston näiden kuvaamiselle asettamat vaatimukset kirkkaasti. Myös kaikki tekemäni visuaaliset ratkaisut tukevat yhtenäistä ilmettä ja olenkin lopputulokseen oikein tyytyväinen.

Sen sijaan uudeksi näkökulmaksi nousi graafisen ohjeiston muokkaaminen opetuskäyttöön. Esiin nousi kysymys mitä sinne tulisi lisätä, tarvitsisiko ohjeiston rakennetta muuttaa ja miten nämä toteutettaisiin.

Perehdyttyäni opetusta, oppimista ja opetusmateriaalin tuottamista käsittelevään kirjallisuuteen, havaitsin selkeän johdonmukaisuuden siinä, että opetusmateriaalin vaatimukset kulminoituivat muutamiin selvästi määriteltäviin tekijöihin. Konstruktivismin periaatteet nousivat hyvin vahvasti esille; uusi tieto rakentuu aiemmin opitun pohjalle. Mielenkiintoista oli myös näkemys siitä, että mielikuvien pohjana tulee olla havaintokokemuksia ja jos niitä ei ole, ei voi tuottaa mielikuvia, minkä varsinkin audiovisuaalisella alalla voi katsoa olevan perusedellytys ammatissa toimimiselle. Monissa yhteyksissä todettiin myös, että opetusmateriaalin tulee välittää johdonmukaisesti ja havainnollisessa muodossa oppimista tukeva aineisto.

Näiden ajatusten pohjalta päädyin siihen, että graafinen ohjeisto ei tarvitsisi mitään radikaaleja muutoksia toimiakseen opetusmateriaalina. Itse asiassa sen ominaisuudet jo sinällään täyttivät hyvän opetusmateriaalin ehdot. Halusin kuitenkin jollain tavoin vielä täydentää tai oikeammin avata ohjeiston välillä kieltämättä teknisvoittoista ilmaisua. Aihekokonaisuuksia valaisevat lisäsivut kunkin osion yhteydessä osoittautuivat toimivaksi ratkaisuksi ja uskon niistä olevan huomattavasti apua opiskelijoilleni ja myös itselleni yritysgrafiikan kurssin sisältöjen suunnittelussa. Graafisesta ohjeistosta ei siis tarvinnut poistaa tai muuttaa mitään (mikä ei ollut aikomus alun perinkään). Muutamilla selvennyksillä sain aikaan sen, mitä olin toivonutkin: toimivan opetusmateriaalin.

Nyt toteuttamani graafinen ohjeisto ei kuitenkaan ole ainoa yritysgrafiikan kurssilla käytettävä opetusaineisto. Jo aiemmilla kursseilla olen esitellyt asiakastöinä tekemiäni graafisia ohjeistoja sekä edellisten kurssien oppilaiden tuottamia versioita. Vaikka tämä aikaisempi materiaali onkin ollut suureksi avuksi, niin toivoakseni yritysgrafiikkaan liittyvät mysteerit avautuvat nyt entistä paremmin.

# LÄHTEET

## Painetut lähteet

Aarnio, H., Helakorpi, S. & Luopajarvi, T. 1991. Ammattipedagogiikka – perusteita ja sovelluksia. Helsinki: WSOY

Bruner, J.S. 1966. Toward a theory of instruction. New York: Norton.

Engeström, Y. 1987. Orientointi opetuksessa. Valtion koulutuskeskuksen julkaisusarja B:29. Helsinki.

Glaser, R. 1991. The maturing of the relationship between the science of learning and cognition and educational practice. Learning and Instruction 1, 129-144.

Kauppila, R. A. & PS-kustannus 2003. Opi ja opeta tehokkaasti, Psykykinen valmennus oppimisen tukena. Jyväskylä: PS-kustannus

Kiiskinen, A-L. 1987. Oppimateriaalit didaktisessa prosessissa. Teoksessa: Ekola, J., Nuutinen, A. & Kiiskinen, A-L. Ammatillisten oppilaitosten oppimateriaalien laadintaan perusteita. Jyväskylän yliopisto. Kasvatustieteen tutkimuslaitoksen julkaisusarja B. Teoriaa ja käytäntöä 15. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston monistuskeskus, 101-154.

Marton, F., Dahlgren, L.O., Svensson, L. & Säljö, R. 1983. Oppimisen ohjaaminen. Espoo: Weilin + Göös.

Neisser, U. 1982. Kognitio ja todellisuus. Espoo: Weilin + Göös.

Opetushallitus 2001. Ammatillisen peruskoulutuksen opetussuunnitelman ja näyttötutkinnon perusteet: Audiovisuaalisen viestinnän perustutkinto. Audiovisuaalisen viestinnän koulutusohjelma, media-assistentti. Helsinki: Hakapaino Oy.

Poikolainen, L.. (toim.) 1994. Design management: Yrityskuvasta kilpailuvaltti. Helsinki: Otava

Resnick, L.B. (Ed.) 1989. Knowing, learning and instruction: Essays in honor of Robert Glaser. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Suonperä, M. 1993. Opettamiskäsitys. Espoo: Educons Oy

von Wright, J. & Opetushallitus 1992. Oppimiskäsitysten historiaa ja pedagogisia seurauksia. Helsinki: Painatuskeskus Oy

## Sähköiset lähteet

Audiovisuaalisen viestinnän koulutusohjelma. 2007. Viitattu 9.4.2007. Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen sivusto.

[Http://www.ingmanedu.fi/avi.html](http://www.ingmanedu.fi/avi.html).

Graafinen ohjeisto. 2007. Viitattu 9.4.2007. Brandwind Oy:n sivusto.

[Http://www.brandwind.fi/index.php?p=graafinen\\_ohjeisto](http://www.brandwind.fi/index.php?p=graafinen_ohjeisto).

Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitos. 2007. Viitattu 9.4.2007. Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen sivusto. [Http://www.ingmanedu.fi/](http://www.ingmanedu.fi/).

Kankkunen, L. 2007. Kokonaisvaltainen yrityskuva. Viitattu 9.4.2007. Selkografiikan sivusto.

[Http://www.selkografiikka.com/selkografiikka\\_yritysgrafiikka.htm](http://www.selkografiikka.com/selkografiikka_yritysgrafiikka.htm).

Yritysviestintä. 2007. Viitattu 9.4.2007. Taideteollisen korkeakoulun sivusto.

[Http://www.uiah.fi/virtu/materiaalit/mediamanagement/team01/strategia.htm](http://www.uiah.fi/virtu/materiaalit/mediamanagement/team01/strategia.htm).

# GRAAFINEN OHJEISTO



# GRAAFINEN OHJEISTO

INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS	1
GRAAFISEN OHJEISTON TARKOITUS	2
<b>YRITYSTUNNUS</b>	<b>3 - 6</b>
YRITYKSEN TUNNUSVÄRIT	3
YRITYSTUNNUKSEN MITTASUHTEET JA TUNNUKSEN KÄYTTÖ	4
YRITYSTUNNUKSEN VÄRIVERSIOT	5
TYPOGRAFIA	6
<b>PAINETTAVAT SOVELLUKSET</b>	<b>7 - 15</b>
KIRJELOMAKE A4	7
KIRJEKUORET	8 -10
SAATE	11
MUISTILEHTIÖ	12
KÄYNTIKORTTI	13
TAITEKANSIO	14
LEIMASIMET	15
<b>SÄHKÖISET SOVELLUKSET</b>	<b>16 - 19</b>
KANSILEHTI A4 (INGMANIN OMAT JULKAISUT)	16
KIRJELOMAKE A4, TELEFAX-LOMAKE	17
ARVOSANAN KOROTTAMINEN	18
POWERPOINT -ESITYSPOHJA	19
<b>TIEDOSTOT</b>	<b>20</b>



# INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS

Myös graafinen ohjeisto on osa yritysgrafiikkaa. Vaikka sen perimmäinen tarkoitus onkin esitellä ja kuvata yritystunnuksen ja sen sovellusten ominaisuudet selkeästi ja johdonmukaisesti, myös graafisen ohjeiston ulkoasu on syytä viimeistellä yrityksen graafisen ilmeen mukaiseksi.

Asiakkaan lyhyt esittely graafisen ohjeiston alussa antaa lukijalle yleiskuvan kyseessä olevasta yrityksestä ja sen toimialasta. Esittely toimii myös johdantona graafiseen ohjeistoon ja se antaa ohjeistolle ammattimaisen sävyn.



# INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS

Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitos on toisen asteen ammatillinen oppilaitos Siilinjärven Toivalassa. Oppilaitosta ylläpitää Tohtori Matthias Ingmanin säätiö. Henkilökuntaa on noin 35 ja opiskelijoita 240. Oppilaitoksen toiminta rahoitetaan julkisin varoin ja opetus on siten opiskelijoille maksutonta.

Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksessa järjestetään kulttuurialan ammatillista peruskoulutusta ja aikuisten ammatillista lisäkoulutusta. Oppilaitoksessa voi suorittaa

- käsi- ja taideteollisuusalan
- audiovisuaalisen viestinnän ja
- kuvallisen ilmaisun perustutkinnon

sekä kulttuurialan ammatti- ja erikoisammattitutkintoja. Ammatilliset perustutkinnot ovat laajuudeltaan 120 opintoviikkoa ja niiden suorittaminen kestää kahdesta kolmeen vuotta. Ne antavat yleisen jatko-opintokelpoisuuden ammattikorkeakouluihin ja yliopistoihin.

Koulutuksen sisällöissä pyrimme yhdistämään opiskelijoidemme yksilölliset koulutustoiveet ja -tarpeet sekä työelämän vaatiman ammattitaidon. Monipuolisen ja laadukkaan opetuksen varmistamiseksi teemme yhteistyötä alueen muiden koulujen ja työ- ja kulttuurielämän edustajien kanssa. Opiskelijat voivat valita lukio- ja merkonomiopintoja, suorittaa opintoja työssäoppimalla ja tehdä erilaisia projektitöitä yrityksille ja yhteisöille osana opiskeluaan.

lähde: [www.ingmanedu.fi](http://www.ingmanedu.fi)



Toivalantie 51  
70900 TOIVALA

Puhelin 0207 205 840  
Faksi 0207 205 841

[ingman@ingmanedu.fi](mailto:ingman@ingmanedu.fi)  
[www.ingmanedu.fi](http://www.ingmanedu.fi)

# GRAAFISEN OHJEISTON TARKOITUS

Vaikka graafinen ohjeisto onkin suunnattu ensisijaisesti rajatulle ryhmälle markkinoinnin, tiedottamisen ja painotalon työkaluksi, on sen sisältö ainakin pääkohdittain usein syytä saattaa myös koko työyhteisön tietoon. Esimerkiksi Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksessa useat henkilöt – niin opettajat kuin opiskelijatkin – joutuvat tekemisiin yritystunnuksen kanssa. Tämän vuoksi ainakin yritystunnuksen käyttöä koskevat ohjeet tulee saattaa kaikkien asianosaisten tietoon.

Ohjeistossa on myös hyvä mainita sen valmistumisaika sekä tekijän yhteystiedot.



# GRAAFISEN OHJEISTON TARKOITUS

Tämä graafinen ohjeisto on tarkoitettu kaikkien niiden käyttöön, jotka työskentelevät Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen mainonnan, graafisen suunnittelun, muotoilun, tiedottamisen, painatusten tai vastaavien toimintojen parissa.

Ohjeisto sisältää yritysviestinnän graafisen toteutuksen keskeiset elementit.

Ohjeistossa mainittujen elementtien (logon eri versiot ja sovellukset yritysviestinnässä) originaalitiedostot löytyvät tämän ohjeiston liitteenä olevalta CD-ROM -levyltä.

Jokaisen asiakokonaisuuden yhteydessä on mainittu originaalitiedoston/ tiedostojen nimi ja sijainti CD-ROM'illa.

Yhtenäiset ohjeet tuovat selkeyttä, vahvistavat yrityskuvaa ja luovat yhteenkuuluvuuden tunnetta työyhteisöön.

Tässä ohjeistossa annettuihin ohjeisiin tulee suhtautua vakavasti ja niitä on noudatettava.

Huhtikuussa 2007



A handwritten signature in orange ink, which appears to read 'Marko Vettenranta'.

Marko Vettenranta  
opettaja  
Audiovisuaalinen viestintä,  
graafinen suunnittelu

marko.vettenranta@ingmanedu.fi

Värit ovat olennainen osa yrityksen visuaalista ilmettä. Suunnittelija määrittelee yrityksen tunnusvärit saamansa toimeksiannon perusteella – kuitenkin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa.

Liikemerkki ja logo on suositeltavaa pyrkiä toteuttamaan joko yhdellä tai kahdella värillä. Näissä tapauksissa värit määritellään PANTONE-värikarttojen avulla. Tällä saavutetaan etua painatuskustannuksissa, koska painatus voidaan tällöin toteuttaa valmiiksi sekoitetuilla ns. spottiväreillä, jolloin värien muodostamiseen ei tarvita nelivärisarjan CMYK-värien (ns. prosessivärien) sekoituksia. Huomioi kuitenkin painotuotteiden suunnittelussa se, että jos yritystunnuksen väreinä on käytetty kahta Pantone-sävyä (esim. punaista ja keltaista) ja jos esimerkiksi kirjelomakkeen yhteystiedot painetaan mustalla, painotyössä on jo kolme väriä, jolloin painatuskustannuksissa ei saavuteta mitään etua: kolmen osaväriin painatus ei ole sen edullisempää kuin jos käytettäisiin neliväripainatusta.

Muista tunnusta suunnitellessasi myös sävyt! Jo yhden värin eri %-arvoilla saat usein tyylikkäitä yhdistelmiä. Käytä apunasi esim. FreeHandin väripaletista löytyvää tint –toimintoa. Sävyt eivät ole yksittäisiä värejä, joista paino veloittaisi erikseen. Esimerkiksi harmaan eri asteet ovat kaikki yhdestä väristä (musta; 100 K) muodostettuja sävyjä. Sävyjä voit luonnollisesti määritellä myös Pantone-väreistä.

Vaikka tunnuksesta käytetyt värit olisivatkin Pantone-värijärjestelmän mukaisia, tulee tunnuksesta valmistaa myös CMYK-värein määritelty originaali. Tunnustahan käytetään myös esim. lehti-ilmoituksissa ja lehtien painoprosessissa käytetyt värit ovat nimenomaan CMYK-värejä.

Yrityksen tunnusvärit on nykyään syytä määritellä myös RGB-värijärjestelmän arvoilla. RGB-värein toteutettua versiota käytetään esim. www-sivuilla ja muissa näytöltä katseltavissa esityksissä.

Värin arvo voidaan ilmoittaa RGB-osaväreinä tai kuusinumeroisena heksadesimaaliarvona, selvyyden vuoksi mieluiten molempina.










Määrittele paino-originaalien värit AINA värikartan avulla! Näytöllä näkyviin väreihin et voi koskaan luottaa!



# YRITYKSEN TUNNUSVÄRIT

Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen tunnusväreinä käytetään seuraavia **määriteltyjä** oranssin, keltaisen ja harmaan sävyjä.

Alla on esitetty missä yhteyksissä mitään sävyä käytetään ja miten tunnusvärit muodostetaan nelivärisarjan (CMYK) väreillä ja RGB-arvoilla.

Nimilogon alkukirjain; liukuväriin yläreuna		C 0 M 25 Y 100 K 0	R 255 G 168 B 0 # FFA800
Nimilogon alkukirjain; liukuväriin alareuna		C 0 M 0 Y 60 K 0	R 255 G 255 B 0 # FFFF00
Nimilogon muut kirjaimet; [muutamien poikkeuksin]		C 0 M 0 Y 0 K 20	R 184 G 182 B 182 # B8B6B6
Nimilogon suomenkielinen apurivi englanninkielinen apurivi [harmaasävyversio]		C 0 M 0 Y 0 K 70	R 79 G 75 B 74 # 4F4B4A
Nimilogon englanninkielinen apurivi		C 0 M 45 Y 80 K 0	R 253 G 124 B 55 # FD7C37
Nimilogon alkukirjain; liukuväriin yläreuna [harmaasävyversio]		C 0 M 0 Y 0 K 45	R 123 G 121 B 121 # 7B7979
Nimilogon alkukirjain; liukuväriin alareuna [harmaasävyversio]		C 0 M 0 Y 0 K 12	R 208 G 208 B 208 # D0D0D0
Nimilogon muut kirjaimet [harmaasävyversio]		C 0 M 0 Y 0 K 30	R 157 G 155 B 155 # 9D9B9B
Käyntikortin taustaväri		C 0 M 0 Y 0 K 7	R 228 G 228 B 228 # E4E4E4

**HUOMIO !**

**TÄMÄN GRAAFISEN OHJEISTON SIVUT ON TULOSTETTU VÄRILASER-  
TULOSTIMELLA.**

**VÄRIT EIVÄT VASTAA TARKALLEEN LOPULLISTA PAINOJÄLKEÄ!**

# YRITYSTUNNUKSEN MITTASUHTEET JA TUNNUKSEN KÄYTTÖ

## YRITYSTUNNUS

Yritystunnus – sisälsi se sitten pelkän nimilogon mahdollisine apuriveineen tai myös liikemerkin – toteutetaan aina vektorigrafiikkana. Et välttämättä pysty ennakoimaan kaikkia sen käyttökohteita, joten tunnuksen tulee olla skaalattavissa myös suureen kokoon. Bittikarttakuvana (ts. pikseleistä muodostuvana) tämä ei olisi mahdollista.

Kun suunnittelet tunnuksen, määrittele originaalin mittasuhteet huolellisesti. Näin pystyt asemoimaan tunnuksen eri osat järkevässä suhteessa toisiinsa ja kokonaisuudesta tulee tasapainoinen. Hyvä lähtökohta on nimilogossa käytetyn fontin x-korkeus. Asemoi kaikki tunnuksessa esiintyvät elementit käyttämällä niiden välisten etäisyyksien ja koon määrittelyyn jotain x:n kerrointa tai osamäärää. Tunnuksen leveys on helpointa säätää sopivan kokoiseksi kirjainvälistyksillä. Välttyäksesi hankalilta desimaaliluvuilta, tee originaalista lähtökohtaisesti sen kokoinen, että x-korkeus on vaivattomasti jaettavissa useampaan pienempään osaan. Esim. jos x-korkeus on 12 mm, se jakaantuu mukavasti tasaluvuin 2, 3, 4 ja 6 mm osiin, jolloin voit ilmoittaa jonkin toisen elementin etäisyyden tai koon suhteessa x-korkeuteen esim.  $1/3 x$ ,  $2/4 x$  jne. (ks. esimerkki alla).



Kun tunnus on valmis, konvertoi siinä käyttämäsi fontit vektoreiksi. Logonhan ei ole tarkoitus olla "tekstiä", vaan ikäänkuin piirros, jota ei enää muokata. Säilytä kuitenkin kaiken varalta itselläsi myös tunnuksen viimeistelty, konvertoimaton versio (ns. natiivi). Koskaan et voi tietää, milloin tulet sitä tarvitsemaan.

Koska Ingmanin nimilogon peruslinja ei ole tasainen (tai oikeammin siinä ei ole varsinaista peruslinjaa lainkaan), mittasuhteiden lähtökohdaksi on otettu koko nimilogon korkeus (merkitty x:llä), jonka suhteen muiden elementtien koko ja etäisyys on määriteltä.

Suunnittelijana sinun tulee myös pyrkiä huomioimaan kaikki mahdolliset tilanteet ja sovellukset, joissa tunnus tulee esiintymään. Tämä tarkoittaa sitä, että sinä päätät miten tunnusta saa – ja varsinkin miten sitä ei saa käyttää. Katso Ingmanin yritystunnuksen käyttörajoitukset viereisellä sivulla.

Ota suunnittelussasi myös huomioon, että yritystunnus ei tänä päivänä ole enää staattinen, kaksiulotteiselle pinnalle painettu jälki. Erilaisten mediasovellusten kehittymisen myötä nykyaikaisen tunnuksen tulee olla myös animoitavissa eikä äänenkään liittäminen kokonaisuuteen ole nykyään mitenkään tavatonta (esim. Nokia Tune ja Jäätelöauton tunnusmelodia).

Liitä graafiseen ohjeistoon myös lyhyt kuvaus tunnuksen symboliikasta.



# YRITYSTUNNUKSEN MITTASUHTEET JA TUNNUKSEN KÄYTTÖ

## Nimilogo

Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen yritystunnus muodostuu Ingman-nimilogosta ja sen apuriveistä, joille on sijoitettu oppilaitoksen täydellinen nimi versaalein sekä suomeksi [Arial Narrow] että englanniksi [Arial Plain].

Nimilogon leveys on 4 x sen korkeus



## Nimilogon apurivit

Oppilaitoksen suomenkielinen nimi asemoidaan siten, että sen yläreunan etäisyys nimilogon alareunasta on 0,05 x nimilogon korkeus. Englanninkielisen nimen etäisyys nimilogosta on 0,25 x nimilogon korkeus. Apurivit ovat yhtä leveitä kuin nimilogo, aloituskohta kuten nimilogossa.



## Yritystunnuksen käytössä huomioitavaa

Nimilogoja voidaan käyttää myös yksinään, mutta on suositeltavaa esittää se molempien apurivien kanssa.

Suomenkielinen apurivi voi esiintyä yksinään nimilogon yhteydessä, englanninkielistä ei sen sijaan suositella käytettäväksi yksinään nimilogon kanssa.

Apurivit – yksin tai yhdistelmänä – eivät voi esiintyä sellaisenaan, vaan ne on aina sijoitettava nimilogon yhteyteen tai sen välittömään läheisyyteen.

Jos yritystunnusta tai nimilogoja käytetään osakuviona, on huolehdittava siitä, että sen tunnistettavuus säilyy.

Nimilogon aloituskirjainta ( i ) ei kuitenkaan saa käyttää yksinään.

Yritystunnuksen tai nimilogon muokkaaminen (esim. erilaisilla kuvankäsittelyn tehosteilla) on ehdottomasti kielletty!

Ainut sallittu tehoste on nimilogon varjostus tarvittaessa.

Tunnuksen animoinnissa tästä säännöstä voi **hetkellisesti** poiketa.

**Yritystunnus on esitettävä aina vaakasuorassa.**



Yritystunnusta joudutaan soveltamaan hyvin monenlaisissa yhteyksissä, joten siitä on valmistettava kuhunkin käyttötarkoitukseen soveltuva oma originaalinsa. Tyypillisimmät sovellukset ovat

- Värillinen versio (sekä Pantone että CMYK), jota käytetään mm. lomakkeissa ym. painotuotteissa ja yrityksen www-sivuilla (RGB)
- Harmaasävyversio, jota käytetään kun ei ole tarpeen toistaa tunnuksen alkuperäisiä värejä (esim. Ingmanin omat tulostettavat lomakkeet). Käytettävät harmaan sävyt tulee määritellä huolellisesti erikseen.
- Viivapiirros, jota tarvitaan, kun valitussa sovelluksessa värejä ei syystä tai toisesta ole mahdollista toistaa (esim. leimasimet). Myös tämä versio tulee suunnitella tarkasti omanlaisekseen.

Huomaa, että näistä kaikista tarvitaan usein vielä erilliset versiot, kun tunnusta käytetään tummalla taustalla.

Koska tunnus joudutaan usein toimittamaan ulkopuolisille toimijoille, jokaisesta originaalista tulee tallentaa alkuperäissovelluksen (esim. FreeHand-dokumentti) lisäksi myös EPS-tiedosto. EPS-tiedoston avautuu kaikissa tunnetuissa graafisen alan ohjelmissa, jolloin tiedoston käyttäjä ei ole sidottu yhteen ainoaan ohjelmaan.



# YRITYSTUNNUKSEN VÄRIVERSIOT

## Värillinen versio



### logot



ingman\_cmyk  
ingman\_cmyk\_valk  
ingman\_rgb  
ingman\_rgb\_valk



ingman\_cmyk  
ingman\_cmyk\_valk  
ingman\_rgb  
ingman\_rgb\_valk



INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS  
INGMAN COLLEGE OF CRAFTS AND DESIGN



INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS  
INGMAN COLLEGE OF CRAFTS AND DESIGN

Värillistä versiota käytetään painotuotteissa [lomakkeet, lehti-ilmoitukset ym.]

Jos tunnus sijoitetaan tummalle taustalle, käytetään versiota, jossa suomenkielisen apurivin väri on valkoinen [ingman\_cmyk\_valk].

Värillisestä tunnuksesta on erilliset, **RGB-värein** toteutetut versiot näytöllä katseltavia esityksiä varten [www-sivut, PowerPoint-esitykset].

## Harmaasävyversio



### logot



ingman\_gray  
ingman\_gray\_valk



ingman\_gray  
ingman\_gray\_valk



INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS  
INGMAN COLLEGE OF CRAFTS AND DESIGN



INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS  
INGMAN COLLEGE OF CRAFTS AND DESIGN

Harmaasävyversiota käytetään silloin, kun ei ole tarpeen käyttää 4-väriversiota. Tummalle taustalle sijoitettuna molempien apurivien väri on valkoinen.

## Viivapiirros



### logot



ingman\_viivap  
ingman\_viivap\_nega



ingman\_viivap  
ingman\_viivap\_nega



INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS  
INGMAN COLLEGE OF CRAFTS AND DESIGN



INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS  
INGMAN COLLEGE OF CRAFTS AND DESIGN

Viivapiirrosta käytetään silloin, kun käyttösovelluksessa ei ole mahdollista toistaa liukuvärejä [esim. leimasimet].

Kun tunnusta joudutaan käyttämään yksivärisenä viivapiirroksena, sallitut värit ovat mustan ja valkoisen lisäksi harmaan eri sävyt.

Vaalealle taustalle sijoitettuna nimilogon aloittava kirjain on väritön ja siinä on musta reunaviiva.

Tummalla taustalla tunnuksen **kaikkien** osien väri on valkoinen.

**Tunnus ei saa esiintyä muissa väreissä, kuin mitä edellä on kuvattu.**

Kun tunnus joudutaan sijoittamaan tilaan, joka on kapeampi kuin 50 mm, englanninkielinen apurivi on suositeltavaa jättää silloin pois.

## HUOMIO !

Typografia on myös oleellinen osa yrityksen ilmettä. Suunnittelija valitsee yrityksen imagoon soveltuvan fontin, jota yritys käyttää viestinnässään (kirjeissä, lehti-ilmoituksissa jne.) Fontin valinnassa on syytä pitäytyä tutuissa ja turvalisissa – joskus tylsätköissäkin vaihtoehdoissa pelkästään jo käytännön syistä. Typografian valinnassa pääpaino on ennen kaikkea luettavuudessa yrityksen luonnetta kuitenkaan unohtamatta; typografian tulee olla sopusoinnussa yritystunnuksen ilmeen kanssa.

Muista myös, että useimmat käyttökelpoiset fontit ovat tekijänoikeuden alaisia tuotteita, joiden käyttöoikeudesta tulee maksaa. Vaikka Arial ja Times ovatkin maksuttomia ja yleisesti käytössä olevia kirjasimia, niistä kuitenkin löytyy useita leikkauksia, joilla tekstiin saa ilmeikkyyttä.



## fontit



arial



arialbd



ariali



arialbi



ARIALN



ARIALNB



ARIALNI



ARIALNBI



ariblk



ARBLI

Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen typografiassa käytetään pääsääntöisesti Arial-kirjasinperheen kirjaimia ja niiden eri leikkauksia.

### Esimerkkejä Arial-kirjasimen leikkauksista [11/11 p]:

Arial Plain	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZÄÖ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyzää [1234567890]
<b>Arial Bold</b>	<b>ABCDEFGHIJKLMN<strong>OP</strong>QRSTUVWXYZÄÖ</b> <b>abcdefghijklmnopqrstu<strong>vw</strong>xyzää [1234567890]</b>
<i>Arial Italic</i>	<i>ABCDEFGHIJKLMN<strong>OP</strong>QRSTUVWXYZÄÖ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstu<strong>vw</strong>xyzää [1234567890]</i>
<b><i>Arial Bold Italic</i></b>	<b><i>ABCDEFGHIJKLMN<strong>OP</strong>QRSTUVWXYZÄÖ</i></b> <b><i>abcdefghijklmnopqrstu<strong>vw</strong>xyzää [1234567890]</i></b>
Arial Narrow	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZÄÖ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyzää [1234567890]
<b>Arial Narrow Bold</b>	<b>ABCDEFGHIJKLMN<strong>OP</strong>QRSTUVWXYZÄÖ</b> <b>abcdefghijklmnopqrstu<strong>vw</strong>xyzää [1234567890]</b>
<i>Arial Narrow Italic</i>	<i>ABCDEFGHIJKLMN<strong>OP</strong>QRSTUVWXYZÄÖ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstu<strong>vw</strong>xyzää [1234567890]</i>
<b><i>Arial Narrow Bold Italic</i></b>	<b><i>ABCDEFGHIJKLMN<strong>OP</strong>QRSTUVWXYZÄÖ</i></b> <b><i>abcdefghijklmnopqrstu<strong>vw</strong>xyzää [1234567890]</i></b>
<b>Arial Black</b>	<b>ABCDEFGHIJKLMN<strong>OP</strong>QRSTUVWXYZÄÖ</b> <b>abcdefghijklmnopqrstu<strong>vw</strong>xyzää [1234567890]</b>
<b><i>Arial Black Italic</i></b>	<b><i>ABCDEFGHIJKLMN<strong>OP</strong>QRSTUVWXYZÄÖ</i></b> <b><i>abcdefghijklmnopqrstu<strong>vw</strong>xyzää [1234567890]</i></b>

Markkinointiviestinnässä yllämainitusta suosituksesta voidaan kuitenkin poiketa. Esim. Kabel-kirjasimen eri leikkaukset ovat suositeltavia.

### Esimerkkejä Kabel-kirjasimen leikkauksista [11/11 p]:



## fontit



kabeln



KABELM



KABELD



kabelu

Kabel Book	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZÄÖ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyzää [1234567890]
Kabel Medium	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZÄÖ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyzää [1234567890]
Kabel Demi	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZÄÖ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyzää [1234567890]
<b>Kabel Ultra</b>	<b>ABCDEFGHIJKLMN<strong>OP</strong>QRSTUVWXYZÄÖ</b> <b>abcdefghijklmnopqrstu<strong>vw</strong>xyzää [1234567890]</b>

Yritystunnuksen tyypillisimpiä käyttökohteita ovat erilaiset painotuotteet, kuten lomakkeet, kirjekuoret ja käyntikortit. Ole yhteydessä painoon jo ennen suunnittelutyön aloittamista. Saat sieltä tietoa erilaisista papereista ja niiden ominaisuuksista ja mahdollisista erityisvaatimuksista painotyön suhteen.

Yritystunnuksen sekä yrityksen muiden tietojen asemoinnin suunnittelu painotuotteisiin on täsmällistä ja huoliteltua yksityiskohtien taidetta. Eri elementtien tulee muodostaa tasapainoinen kokonaisuus, josta ei nouse esiin häiritseviä yksityiskohtia. Kaikkien painotuotteeseen sijoitettavien kohteiden ominaisuudet (koko, väri, tekstin ominaisuudet jne.) on määriteltävä tarkasti, jotta lopputulos vastaisi tavoitteita. Vaikka eri sovelluksissa käytetty sommittelu noudattaakin yleensä hyvin yhtenäistä kaavaa, painotuotteen koko tai muut ominaisuudet pakottavat kuitenkin joskus yhdenmukaisuudesta poikkeaviin ratkaisuihin.

Eri osioiden yksityiskohtainen määrittely on tarpeen myös siksi, että tulevaisuudessa sinä (tai joku toinen) joutuu mahdollisesti suunnittelemaan jonkin uuden painotuotteen, jolloin aikaisemmin tehtyjen sovellusten perusteella pystytään luomaan kokonaisuuteen saumattomasti sopiva tuote. Myös yhteystietojen muutokset on helppo päivittää ohjeiston avulla, jos alkuperäinen suunnittelija ei ole käytettävissä.

Jokaisesta paino-originaalista kannattaa tehdä originaalitiedoston lisäksi PDF-tiedosto, joka on vaivattomin versio, kun aineisto toimitetaan painoon. Silloin sinun ei tarvitse huolehtia fonttien oikeellisuudesta tai tiedostoon mahdollisesti liitetystä kuvista.

Seuraavilla sivuilla esitellään Ingmanin peruslomakkeet sekä muutama oppilaitoksen ainutlaatuisempi painotuote.

Yritysgrafiikka on kunkin yrityksen yksilöllinen tapa viestiä itsestään. Vaikka graafisen ilmeen suhteen ei sinällään mitään rajoituksia olekaan, joitakin yleisesti käytössä olevia sääntöjä tulee kuitenkin noudattaa.

Esimerkiksi kirjelomakkeen oikeaan yläkulmaan ei ole syytä sijoittaa mitään elementtejä, koska se on varattu asiakirjan nimeä ja päiväysmerkintää varten.



# KIRJELOMAKE A4



paino

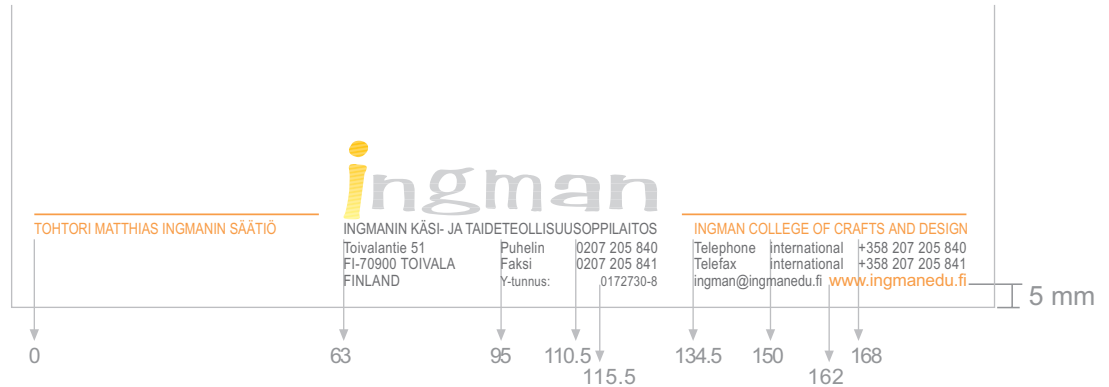


kirjelomake



kirjelomake

## Elementtien ominaisuudet ja asemointi



**Ingman-nimilogo** [64 x 16 mm] x: 73 y: 19  
**Koristeviivat** [58 mm x 1 p] x: 10 y: 19.7 [vasemmalla]  
x: 142 y: 19.7 [oikealla]  
väri: C: 0 - M: 45 - Y: 80 - K: 0

**Tekstilohko** [190 mm] t: 18 l: 10  
fontti Arial narrow Plain, 9 p  
tekstin väri 70 % K  
sarkainkohdat (mm) merkitty ylläolevaan kuvaan

## POIKKEUKSET LADONNASSA

### 1. rivi

säätiön ja oppilaitoksen  
englanninkielisen nimen väri C: 0 - M: 45 - Y: 80 - K: 0

### 2. rivi

rivivälistys: +2, kirjainvälistys: 2 %

### 3. rivi

kirjainvälistys: 2 %

### 4. rivi

FINLAND-teksti kirjainvälistys: 2 %  
Y-tunnus + numero pistekoko 8 p, kirjainvälistys: 2 %  
sähköpostiosoite kirjainvälistys: 0 %  
www-osoite pistekoko 10 p, kirjainvälistys: -1 %  
www-osoitteen väri C: 0 - M: 45 - Y: 80 - K: 0

## Tätä samaa asetelua käytetään myös saate- ja telefax-lomakkeissa.

Telefax-lomakkeissa käytetään yritystunnuksen mustavalkoista versiota, jolloin yhteystiedoissa käytettävä väri on 100 % musta (100 % K).

## Poikkeuksina

säätiön ja oppilaitoksen  
englanninkielisen nimen väri 70 % K

koristeviivojen ja  
www-osoitteen väri 45 % K

Kirjekuorissa vakiintunut tapa on merkitä lähettäjän yhteystiedot vasempaan yläkulmaan. Tästä voidaan kuitenkin poiketa, kunhan suunnittelussa huomioidaan seuraavat asiat:

- oikea yläkulma on jätettävä vapaaksi postitusmerkintöjä varten
- kuoren oikea puolisko varataan keskivaiheiltaan vastaanottajan tietoja varten
- Kuorien painatusta suunniteltaessa on otettava huomioon ”naukarivara” 10 mm kuoren jollakin sivulla. Toisin sanoen jokin kuoren sivuista on jätettävä tältä matkalta vapaaksi painatuksesta, sillä painoprosessin aikana painokone tarvitsee tämän tilan tarttuakseen kuoresta kiinni.

Painatus tehdään yleensä valmiisiin kirjekuoriin, jotka ovat pääsääntöisesti valkoisia. Jos suunnittelet painatusta värilliseen kuoreen, ota yhteyttä painoon. Värillisten kuorten painatukset saatetaan tehdä jo kirjekuoritehtaalla, jolloin asemointi- ym. vaatimukset voivat olla tavallisuudesta poikkeavia!



# KIRJEKUORI C4

[324 X 229 mm]



paino

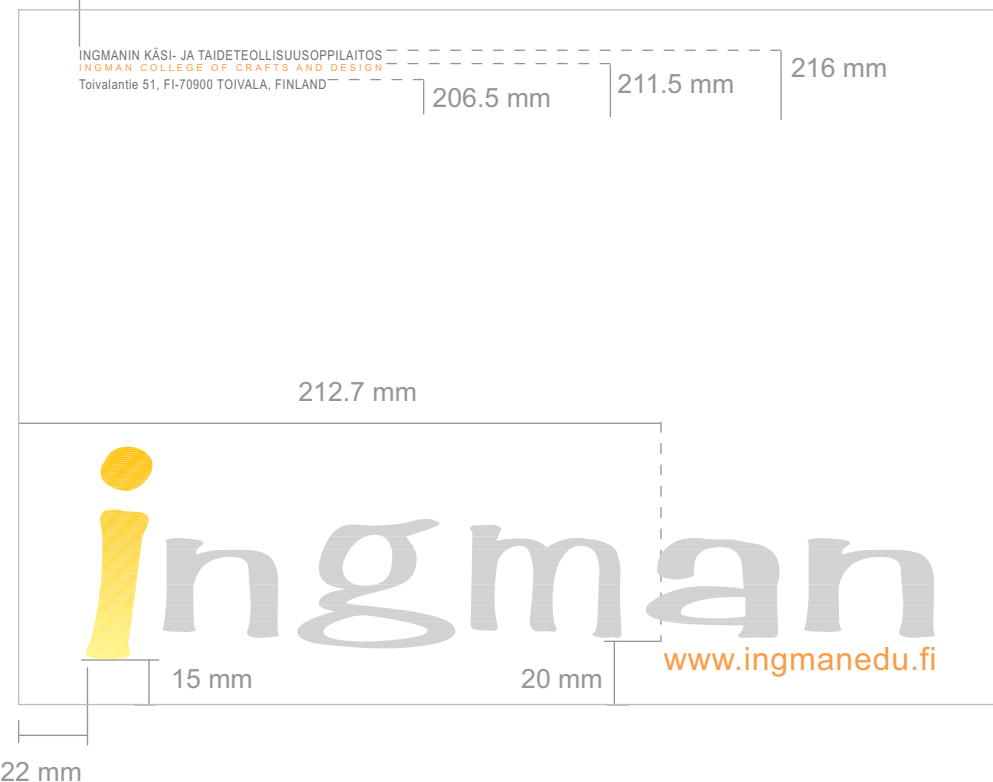


kirjekuori\_c4



kirjekuori\_c4

20 mm



## Elementtien ominaisuudet ja asemointi

### Oppilaitoksen suomenkielinen nimi:

fontti	Arial Narrow 12 p, versaali
kirjainvälistys	5 %
väri	70 % K
tekstilohko	l: 20 mm t: 216 mm

### Oppilaitoksen englanninkielinen nimi:

fontti	Arial Plain 8.4 p, versaali
kirjainvälistys	30.5 %
väri	C:0 - M:45 - Y:80 - K:0
tekstilohko	l: 20 mm t: 211.5 mm

### Katuosoite:

fontti	Arial Narrow 12 p
kirjainvälistys	5 %
väri	70 % K
tekstilohko	l: 20 mm t: 206.5 mm

### Nimilgo:

koko	280 x 70 mm
sijainti	x: 22 mm y: 15 mm

### www-osoite:

fontti	Arial Plain 30 p
kirjainvälistys	2.5 %
väri	C:0 - M:45 - Y:80 - K:0
tekstilohko	l: 212.7 mm t: 20 mm



# KIRJEKUORI C5

[229 X 162 mm]



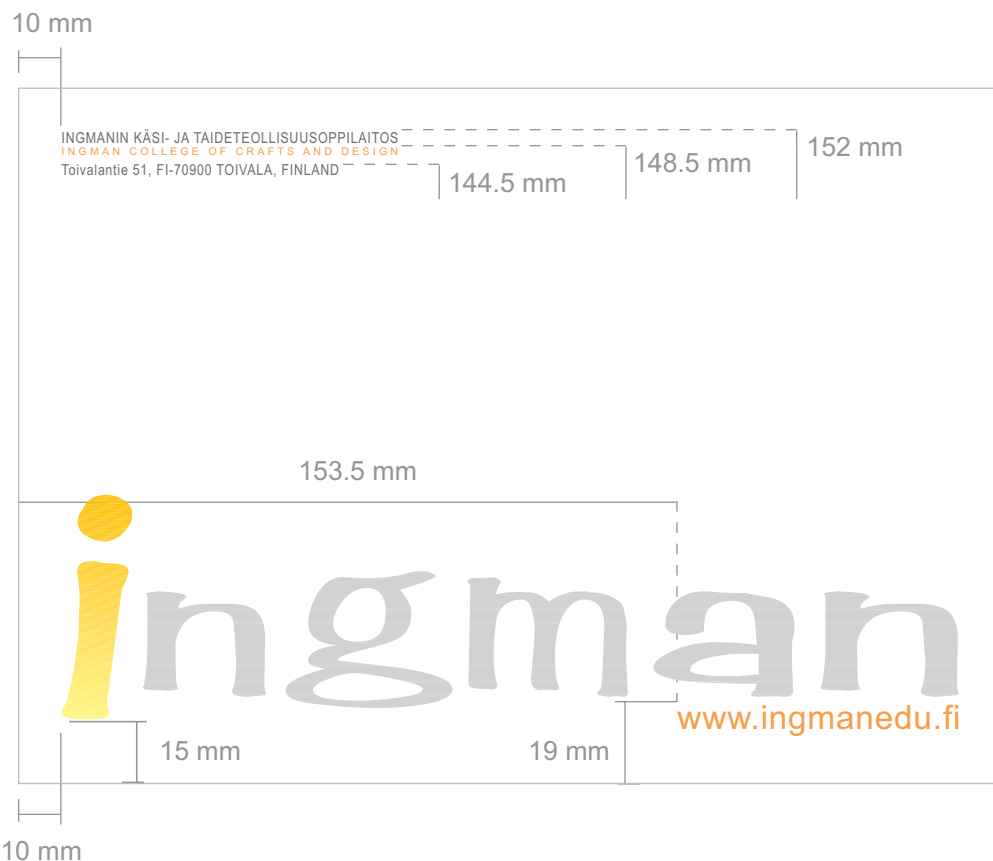
paino



kirjekuori\_c5



kirjekuori\_c5



## Elementtien ominaisuudet ja asemointi

### Oppilaitoksen suomenkielinen nimi:

fontti	Arial Narrow 10 p, versaali
kirjainvälistys	5 %
väri	70 % K
tekstilohko	l: 10 mm t: 152 mm

### Oppilaitoksen englanninkielinen nimi:

fontti	Arial Plain 7 p, versaali
kirjainvälistys	30.5 %
väri	C:0 - M:45 - Y:80 - K:0
tekstilohko	l: 10 mm t: 148.5 mm

### Katuosoite:

fontti	Arial Narrow 10 p
kirjainvälistys	5 %
väri	70 % K
tekstilohko	l: 10 mm t: 144.5 mm

### Nimilgo:

koko	209 x 52.25 mm
sijainti	x: 10 mm y: 15 mm

### www-osoite:

fontti	Arial Plain 22 p
kirjainvälistys	2.5 %
väri	C:0 - M:45 - Y:80 - K:0
tekstilohko	l: 153.5 mm t: 19 mm

# KIRJEKUORI E5

[222 X 156 mm]



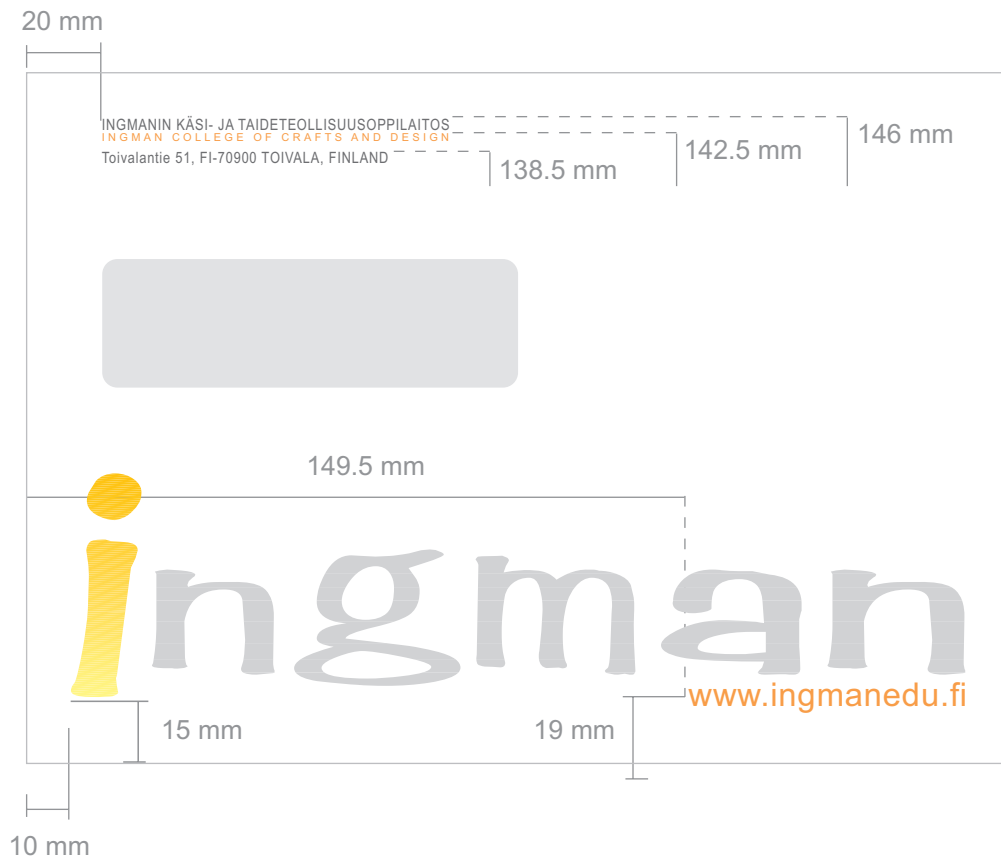
paino



kirjekuori\_e5



kirjekuori\_e5



## Elementtien ominaisuudet ja asemointi

### Oppilaitoksen suomenkielinen nimi:

fontti	Arial Narrow 10 p, versaali
kirjainvälistys	5%
väri	70% K
tekstilohko	l: 20 mm t: 146 mm

### Oppilaitoksen englanninkielinen nimi:

fontti	Arial Plain 7 p, versaali
kirjainvälistys	30.5%
väri	C: 0 - M: 45 - Y: 80 - K: 0
tekstilohko	l: 20 mm t: 142.5 mm

### Katuosoite:

fontti	Arial Narrow 10 p
kirjainvälistys	5%
väri	70% K
tekstilohko	l: 20 mm t: 138.5 mm

### Nimilogo:

koko	202 x 52.5 mm
sijainti	x: 10 mm y: 15 mm

### www-osoite:

fontti	Arial Plain 21 p
kirjainvälistys	2.5%
väri	C: 0 - M: 45 - Y: 80 - K: 0
tekstilohko	l: 149.5 mm t: 19 mm

Saatelomake on myös yksi tyypillisimmistä yritysgrafiikan sovelluksista. Sen kokoon, muotoon tai sisältöön ei ole mitään virallisia sääntöjä. Saatelomakkeen koko on tavallisimmin A5 ja sen sisältö on täysin vapaamuotoinen. Sisällön määrittelee toimeksiantaja.

Ingmanin saatelomakkeen sisältö on varsin kattava. Saatteen ideahan on, että lähettäjä voi nopeasti liittää varsinaiseen lähetykseen lyhyen, selventävän viestin. Valmiiksi merkityt vaihtoehdot lähetyksen aiheesta nopeuttavat kirjoittamista.

Saatteesta on kuitenkin syytä löytyä ainakin tila päiväykselle sekä lähettäjän yhteystiedot.



paino



saate



saate

10 mm

145 mm

**Saate** 143 mm

138.2 mm Pvm ..... / ..... / .....

**Pyynnöstänne** 128 mm

tutustumista varten

tiedoksenne

toimenpiteitä varten

**Viittaamme**

puhelinkeskusteluunne

kirjeeseenne

sähköpostiinne

tapaamiseemme

**Pyydämme**

palauttamaan täytettynä

vastaustanne

ottamaan meihin yhteyttä

toimittamaan eteenpäin

..... / ..... / ..... mennessä

40 mm

5 mm

**ingman**

TOHTORI MATTHIAS INGMANIN SÄÄTIÖ

INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS

Toivalantie 51 Puhelin 0207 205 840

FI-70900 TOIVALA Faksi 0207 205 841

FINLAND Y-tunnus: 0172730-8

INGMAN COLLEGE OF CRAFTS AND DESIGN

Telephone international +358 207 205 840

Teletax international +358 207 205 841

ingman@ingmanedu.fi www.ingmanedu.fi

## Elementtien ominaisuudet ja asemointi

<b>Saate -teksti:</b>	fontti väri tekstilohko	Arial Narrow Bold 28 p, välistys 3% C: 0 - M: 45 - Y: 80 - K: 0 l: 10 mm t: 143 mm
<b>Päiväysmerkintä:</b>	fontti väri tekstilohko	Arial Narrow 12 p teksti ja /-merkki 70% K, pisteet 30% K l: 145 mm t: 138.2 mm pisteet [7 - 7 - 20] erotetaan edeltävistä ja seuraavista merkeistä kahdella välilyönnillä
<b>Otsikot:</b>	fontti väri tekstilohko sarkaimet	Arial Narrow Bold 12 p 70% K l: 10 mm t: 128 mm 0 - 69 - 135 mm
<b>Vaihtoehdot:</b>	fontti väri tekstilohko sarkaimet pallot	Arial Narrow 10/17 p, välistys 3% 70% K l: 10 mm t: 121.2 mm 7 - 76 - 142 mm Ø 3 mm reunaviiva 1 p, C: 0 - M: 45 - Y: 80 - K: 0 asemoidaan <b>otsikoiden</b> sarkainkohtien mukaan
	alin rivi	10/20 p, pisteet [6 - 6 - 17] kuten yllä
<b>Viivat:</b>	5 kpl	1 p, 30% K, leveys 190 mm asemoidaan keskitettynä sivulle 11 mm välein alkaen 40 mm alareunasta
<b>Yhteystiedot:</b>		Kuten kirjelomakkeessa, alamarginaali 5 mm.



paino



muistilehtio



muistilehtio

## Elementtien ominaisuudet ja asemointi

### Nimilogo

koko 135 x 33.75 mm  
sijainti x: 5mm y: 2 mm

### Yhteystiedot

pystysuuntainen tekstilohko, l: 141.5 mm t: 5.2 mm

fontti Arial Narrow 9 p  
[oppilaitoksen nimessä versaali]

fontin väri 70% K

sarkainkohdat katuosoite: 68 mm  
[postinumero erotetaan katunumerosta kahdella välilyönnillä]  
puhelinnumero: 110 mm  
telefaxnumero: 138 mm  
www-osoite: 164.5 mm  
fontti: Arial Plain 12 p  
fontin väri: C: 0 - M: 45 - Y: 80 - K: 0

141.5 mm

[www.ingmanedu.fi](http://www.ingmanedu.fi)

Fax 0207 205 841

Puh. 0207 205 840

Toivalantie 51 70900 TOIVALA

INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS

**i**ngman

2 mm

5.2 mm

5 mm

Käyntikortti on tyypillinen esimerkki painotuotteesta, jossa asemoinnin tarkka määrittely on ratkaisevassa asemassa. Varsinkin suuremmissa yrityksissä suunnittelija luo yhden pohjan, johon eri henkilöiden tiedot painossa asemoidaan. Kun asemoinnista on tehty yksityiskohtainen ohje, ei painon henkilöstöllekään jää tulkinnanvaraa suunnittelijan tarkoituksesta.

Huomaa, että käyntikortin vaihtuvissa teksteissä ylä- ja alapidennyksiä sisältävät kirjaimet saattavat sattua eri riveillä kiusallisesti kohdakkain. Jotta tällaiset kirjaimet eivät aiheuttaisi luettavuusongelmia, huolehdi riittävästä rivivälityksestä!

Käyntikortin suunnittelussa haastavinta on yleensä laajojen tekstikokonaisuuksien asemointi pieneen tilaan. Sarkainten käytön hallitseminen on myös ehdoton vaatimus eri tekstiosoiden täsmälliseen kohdistamiseen.

**Muista ottaa välivedoksia työskentelysi aikana!** Fontit näyttävät tulostettuna usein aivan toiselta kuin tietokoneen näytöllä. Vedokset auttavat myös oikean pistekoon valinnassa; näytöllä sopivan kokoiselta näyttävä fontti on tulostettuna yleensä aivan liian suuri. Tämä pätee luonnollisesti kaikkiin painotöihin, ei vain käyntikortteihin.

Käyntikorttien kooksi on vakiintunut 90 x 60 mm ja ne ovat yleensä vaakasuuntaisia. Tästä voidaan kuitenkin poiketa, mutta erikoisempiin kokoihin saati muotoihin ei tavallisesti ole tarvetta. Pystysuuntaisia tai muuten vaakamallista poikkeavia käyntikortteja suosivat yleensä taiteilijat ja taiteelliset ammattialat. Normaalisissa yritysviestinnässä on parempi pitäytyä vaakasuuntaisessa perusversiossa.



# KÄYNTIKORTTI

[90 x 50]



paino



käyntikortti

## Elementtien ominaisuudet ja asemointi

Käyntikortti on kaksipuolinen [suomi - englanti], pohjaväri 7% K.

Nimilogo [84 x 21 mm] x: 3 mm y: 4 mm

Nimilogon harmaiden kirjainten väri on poikkeuksellisesti 12% K.

### Oppilaitoksen nimi

fontti	Arial Narrow 11 p
kirjainvälistys	5% [suom.] 14% [engl.]
väri	C: 0 - M: 45 - Y: 80 - K: 0
tekstilohko	l: 1.7 mm t: 48.3 mm

### Nimi + titteli -tekstilohko

t: 33 mm, tekstin tasaus oikeaan reunaan, oikean reunan marginaali 2 mm, tekstin väri: 70% K

nimi	Arial Narrow 14/14 p, versaali
titteli	Arial Narrow 9/11 p
titteli 2. rivi	Arial Narrow 9/10 p

### Yhteystiedot-tekstilohko

t: 15 mm, tekstin tasaus oikeaan reunaan, oikean reunan marginaali 2 mm, tekstin väri: 70% K

fontti	Arial Narrow 9/9 p
--------	--------------------

puhelinnumero erotetaan GSM/Mobile -sanoista kahdella välilyönnillä  
s-postiosoite erotetaan e-mail -sanoista kahdella välilyönnillä

### Osoiterivi

fontti	Arial Narrow 8 p
kirjainvälistys	2.55% [suom.] -4.6% [engl.]
väri	70% K
tekstilohko	l: 1.95 mm t: 3.3 mm

Sarkainkohdat:


PUH. / TEL	40 mm [suom.] 43.3 [engl.]
FAKSI / FAX	63.3 mm [suom.] 65.3 [engl.]


# TAITEKANSIO

[492 x 418]

[etukansi 220 x 306 mm]

 paino

 taitekansio

 taitekansio



## Elementtien ominaisuudet ja asemointi

<b>Taustakuva</b>	taustan liukuväri ylhäältä alas: valkoinen – 10% K säännöllisesti toistuva yksivärinen nimilogo [10 % K, 50 x 12.5 mm]
<b>Etukansi</b>	yritystunnus 200 x 68.7 mm, x: 282 mm y: 115 mm taustakuvassa toiseksi ylimmän rivin viimeinen ehjä nimilogo värillinen
<b>Takakansi</b>	yritystunnus 60 x 20.85 mm, x: 132 mm y: 241 mm www-osoite tekstilohkon leveys 60 mm l: 132 mm t: 239 mm Arial Plain 21 p katuosoite tekstilohkon leveys 60 mm [2 rivillä] l: 132 mm t: 226 Arial Narrow versaali 12 p/120%, teksti keskitetty, kirjainvälistys 1%,
<b>Sivulieve</b>	taustakuvassa toinen ehjä nimilogo ylhäältä lukien värillinen
<b>Alalieve</b>	taustakuva, viillot käyntikorttia varten

## HUOMIO !

Nimilogon harmaiden kirjainten väri on poikkeuksellisesti 25% K.



## PAINETTAVAT SOVELLUKSET

Nykyaikaiset leimasimet ovat varsin laadukkaita, joten mihinkään erityisiin toimenpiteisiin leimasinta suunniteltaessa ei ole syytä.

Originaali on tarkoituksenmukaisinta valmistaa yhdellä värillä (musta) lopulliseen kokoon. Vaikka yhdessä leimasimessa voidaankin nykyisin käyttää useampaa väriä, saatavilla olevien värien määrä on varsin rajallinen.

Ennen leimasimen suunnittelua kannattaa olla yhteydessä leimasimen valmistajaan. Saat valmistajalta tarkat tiedot esim. siitä, missä muodossa he toivovat saavansa originaalin. PDF lienee nykyisin käytetyin vaihtoehto.

# LEIMASIMET



paino



leimasimet



leimasimet

## Elementtien ominaisuudet ja asemointi

### Ingman perusleimasin [50 x 15 mm]

**ingman**  
INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS

**ingman**  
INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS  
TOHTORI MATTHIAS INGMANIN SÄÄTIÖ



Oppilaitoksen leimasimissa käytetään nimilogon viivapiirrosversiota.

Leimasinten väri on joko musta tai violetti.

nimilogo 50 x 12.5 mm  
apurivi tekstilohkon leveys 50 mm  
fontti: Arial Narrow 6.5 p, versaali  
fontin välistys 5%  
tekstilohkon etäisyys nimilogon alareunasta 0.5 mm

### Säätiön leimasin [50 x 18 mm]

nimilogo kuten edellä  
apurivi kuten edellä  
2. apurivi tekstilohkon leveys 50 mm  
fontti: Arial Narrow 8.5 p, versaali  
fontin välistys 4%  
tekstilohkon etäisyys nimilogon alareunasta 2.95 mm

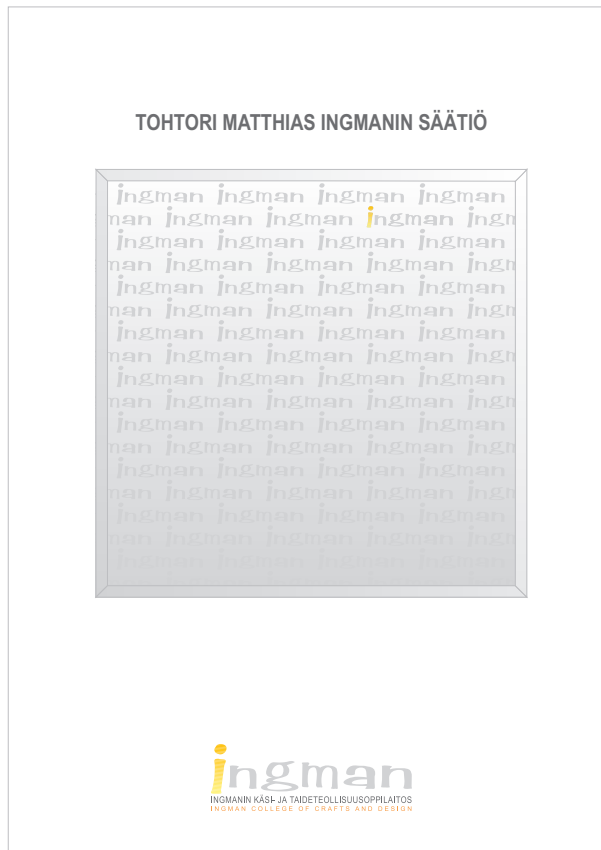
### Ingman DeLuxe-leimasin [Ø 45 mm]

koristekuvio ympyrän [Ø 36 mm] kehälle sijoitettu pistekuvio, oikeassa reunassa kehän sisäpuolella lehtikuvio  
nimilogo 34 x 8,5 mm asemituna em. ympyrän keskelle  
teksti fontti: Arial Narrow 8.65 p, versaali  
fontin välistys 3%  
teksti kierrätetty ulommalle Ø 40 mm kehälle ja käännetty 30°

Leimasimet voidaan valmistaa tapauskohtaisesti myös muun kokoisina.

# KANSILEHTI A4

[Ingmanin omat julkaisut]



## Elementtien ominaisuudet ja asemointi

<b>säätiön nimi:</b>	fontti väri tekstilohko asemointi	Arial Narrow Bold 22 p 70 % K l: 0 mm t: 260 mm, leveys 210 mm teksti asemoitu keskitettynä lohkoon
<b>neliö</b> [150 x 150 mm]	asemointi tausta	x: 30 y: 90 liukuväri ylhäältä alas: valkoinen – 20 % K säännöllisesti toistuva yksivärinen nimilogo [20 % K, 30 x 7.5 mm] toiseksi ylimmän rivin viimeinen ehjä nimilogo värillinen
<b>neliön kehukset</b> <b>liukuvärit [kehys]</b>	leveys vasen ylär. oikea alar.	4 mm ylhäältä alas: 10 % K - 20 % K vasemmalta oikealle : 10 % K - valk. ylhäältä alas: valkea - 10 % K vasemmalta oikealle : 20 % K - 10 % K
<b>nimilogo</b>	koko asemointi	70 x 23.5 mm x: 70 y: 15

Kansilehden käyttöversio on PDF-muodossa. Neliön sisällä on asiakirjan otsikkoa ja muita tietoja varten tekstilohko, joka voidaan täyttää sähköisesti suoraan Adobe Reader -ohjelmassa.

# KIRJELOMAKE A4, TELEFAX-LOMAKE



omat



kirjepohja



kirjepohja\_logolla



telefax\_sahk

Sähköisestä kirjelomakkeesta on kaksi erilaista versiota, jotka molemmat ovat Word-asiakirjamalleja. Toinen on pelkkä asettelumalli, johon on valmiiksi asemoitu kentät eri tekstiosioiden [automaattinen päiväys, asiakirjan nimi, vastaanottajan tiedot jne.] aloituskohtiin. Asiakirja tulostetaan oppilaitoksen viralliselle, painetulle kirjelomakkeelle.

Toinen versio on muutoin täysin samanlainen, mutta sen alatunnisteeseen on sijoitettu oppilaitoksen logo sekä yhteystiedot [värillinen versio, kuten painettavassa kirjelomakkeessa]. Tätä mallipohjaa käytetään, kun asiakirjaa ei tulosteta, vaan se lähetetään esim. sähköpostin liitetiedostona.

Sähköinen telefax-lomake pohjautuu edellä mainittuun sähköiseen kirjelomakkeeseen [logo ja yhteystiedot valmiina]. Erona on se, että lomakkeen yläreunaan on lisätty sana TELEFAX ja valmiit tekstikentät mm. sivumäärää ja vastaanottajan tietoja varten. Koko viesti voidaan kirjoittaa yhdellä kertaa, tulostaa ja faksata, eikä erillistä telefax-saatetta tarvita.

Telefax-lomakkeissa käytetään yritystunnuksen mustavalkoista versiota, jolloin yhteystiedoissa käytettävä väri on 100 % musta (100 % K).

## Poikkeuksina

säätiön ja oppilaitoksen  
englanninkielisen nimen väri 70 % K  
koristeviivojen ja  
www-osoitteen väri 45 % K

Sivuja   Pages	<input type="text"/>	TELEFAX	Päiväys   Date	<input type="text" value="9.4.2007"/>
Vast.ottaja   To	<input type="text"/>		<input type="text"/>	
<b>INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS</b> Tohtori Matthias Ingmanin säätiö Toivalantie 51, FI-70900 TOIVALA				
Kirjoita tähän vastaanottajan yhteystiedot. Kirjoituksesi korvaa tämän ohjetekstin.				
<b>[KIRJOITA OTSIKKO TÄHÄN]</b>				
TOHTORI MATTHIAS INGMANIN SÄÄTIÖ		INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS Toivalantie 51 FI-70900 TOIVALA FINLAND	Puhelin 0207 205 840 Faksi 0207 205 841 Y-tunnus: 0172730-8	INGMAN COLLEGE OF CRAFTS AND DESIGN Telephone international +358 207 205 840 Telefax international +358 207 205 841 ingman@ingmanedu.fi www.ingmanedu.fi

# ARVOSANAN KOROTTAMINEN



omat



arv\_korotus



arv\_korotus

ARVOSANAN KOROTTAMINEN  
JA YKSITTÄISEN ARVOSANAN SUORITTAMINEN

Luokka	Opiskelija	Opintokokonaisuus	Opinto- jakson koodi	1. pakollinen 2. valinnainen 3. työssäoppiminen 4. mukautettu Opintojakson tyyppi	Ov	Ent. arvo- sana	Uusi arvo- sana

Päiväys

Opettajan allekirjoitus

Kirjattu

**ingman**  
TOHTORI MATTHIAS INGMANNIN SÄÄTIÖ  
INGMANIN KÄSI- JA TAIDETEOLLISUUSOPPILAITOS  
Toivakantie 51 Puhelin 0207 205 840  
FI-70900 TOIVALA Faksi 0207 205 841  
ingman@ingmanedu.fi www.ingmanedu.fi  
INGMAN COLLEGE OF CRAFTS AND DESIGN

Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen sisäisissä lomakkeissa käytetään yritystunnuksen harmaasävyversiota. Yhteystiedot asemoidaan kuten telefax-lomakkeessa [ks. ed.sivu] muutamien poikkeuksin:

- puhelin- ja faksinumerot ilmoitetaan vain kotimaisen merkintätavan mukaisesti
- sähköposti- ja www-osoite asemoidaan osoitetietojen alle  
[rivivälitys -1 %, kirjainvälistys 1 %, www-osoitteen pistekoko 11 p]

Arvosanan korottamislomakkeen [A4] käyttöversio on PDF-muodossa ja sen kentät voidaan täyttää sähköisesti suoraan Adobe Reader -ohjelmassa. Lomakkeen voi täyttää myös perinteiseen tapaan manuaalisesti.

**Opintojakson tyyppi** -kentässä on pudotusvalikko, josta opintojakson tyyppi valitaan.

**Opettajan allekirjoitus** -kentän alla on näkymätön tekstilohko, johon voi halutessaan kirjoittaa nimenselvennyksen.

# POWERPOINT-ESITYSPOHJA



omat



powerp\_pohja



powerp\_tausta

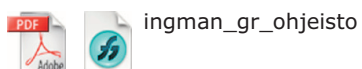


Työskentelypohja on normaali PowerPoint-esitys, johon on sijoitettu taustakuva valmiiksi. Taustakuva rakentuu

- yläpalkista [harmaa, alareunassa valkoinen viiva]
- keskialueesta [vaalea harmaa], johon nimilogo on sijoitettu pienikokoisena, säännöllisesti toistuvana, hieman taustaa tummempana kuviona
- alapalkista [harmaa, yläreunassa valkoinen viiva]:  
Ingmanin nimilogo sijoitettuna vasempaan reunaan  
oppilaitoksen nimi suomeksi ja englanniksi päällekkäin nimilogon perässä  
www-osoite oikeassa reunassa

Yritysgrafiikkaan kuuluvat yritystunnuksen eri versiot ja sovellukset tuottavat lukuisan määrän erilaisia tiedostoja. Niiden jäsentäminen ja esittäminen selkeästi on kaikkien niitä tarvitsevien etu.

Tallenna kaikki yritysgrafiikkaan liittyvät tiedostot CD-levylle ja liitä graafisen ohjeiston loppuun aina luettelo CD:ltä löytyvistä tiedostoista. Luettelon ei tarvitse olla tylsä listaus; myös sen ulkoasun viimeistely kertoo ammattimaisesta otteesta.



ingman\_gr\_ohjeisto



cd-kannet



cd-print

## fontit



ARBLI  
[Arial Black Italic]



ARIALN  
[Arial Narrow]



KABELD  
[Kabel Demi]



arial  
[Arial Plain]



ARIALNB  
[Arial Narrow Bold]



KABELM  
[Kabel Medium]



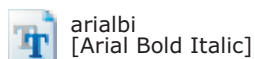
arialbd  
[Arial Bold]



ARIALNBI  
[Arial Narrow Bold Italic]



kabeln  
[Kabel Book]



arialbi  
[Arial Bold Italic]



ARIALNI  
[Arial Narrow Italic]



kabelu  
[Kabel Ultra]



ariali  
[Arial Italic ]

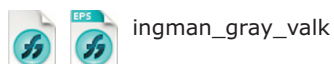


ariblk  
[Arial Black ]

## logot



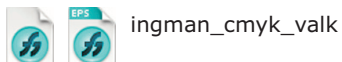
ingman\_cmyk



ingman\_gray\_valk



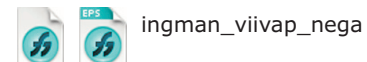
ingman\_viivap



ingman\_cmyk\_valk



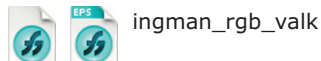
ingman\_rgb



ingman\_viivap\_nega

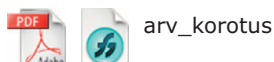


ingman\_gray



ingman\_rgb\_valk

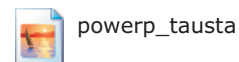
## omat



arv\_korotus



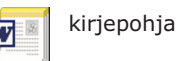
ingmanlogo\_200



powerp\_tausta



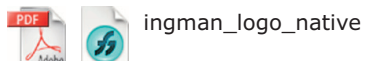
hyv\_luku



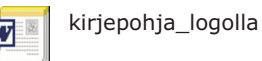
kirjepohja



telefax\_print



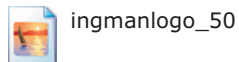
ingman\_logo\_native



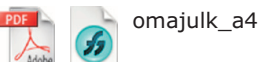
kirjepohja\_logolla



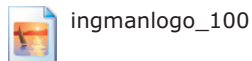
telefax\_sahk



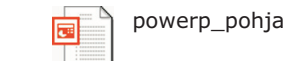
ingmanlogo\_50



omajulk\_a4

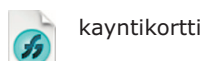


ingmanlogo\_100

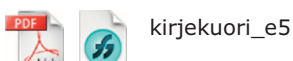


powerp\_pohja

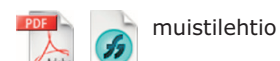
## paino



kayntikortti



kirjekuori\_e5



muistilehtio



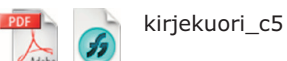
kirjekuori\_c4



kirjelomake



saate



kirjekuori\_c5



leimasimet



taitekansio