

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Viestinnän koulutusohjelma / graafinen suunnittelu

Anni Savolainen

SOUKAN APTEEKIN UUSI GRAAFINEN ILME

Opinnäytetyö 2012

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Viestinnän koulutusohjelma

SAVOLAINEN, ANNI	Soukan apteekin uusi graafinen ilme
Opinnäytetyö	31 sivua + 6 liitesivua
Työn ohjaaja	Lehtori Halonen Antti
Toimeksiantaja	Soukan Apteekki
Marraskuu 2012	
Avainsanat	Yritysilme, graafinen ohjeisto, logo, symbolismi

Tässä opinnäytetyössä perehdyttiin suunnitteluprosessiin, jossa Soukan apteekille luotiin uusi graafinen ilme. Apteekki sijaitsee Espoossa Soukan lähiössä sijaitsevassa kauppakeskuksessa. Lähtökohtana oli uudistaa koko yrityksen ilme omistajavaihdoksen myötä ja tuoda apteekin graafinen ilme nykypäivään. Ilmeen uudistus sisälsi uuden tunnuksen variaatioineen, käyntikortin, kirjepohjat, kirjekuoret ja suunnitelman liikkeen ikkunateippauksia varten. Lisäksi tehtiin graafinen ohjeisto, joka sisälsi koko uuden ilmeen ja ohjeet siihen, miten käyttää ilmettä oikein. Ohjeisto myös kertoi uuden tunnuksen symboliikasta.

Taustatutkimuksessa keskityttiin kilpailevien apteekkien analysointiin sekä erityisesti apteekkien perinteisen, käärmeen ja maljan muodostaman symbolin historian tutkimiseen. Kyseinen symboli on ollut tunnettu vuosisatojen ajan. Sen merkityksen historian juuret ulottuvat aina Kreikan antiikin aikaan, ja vielä kauemmaksi. Ihmiset tunnistavat apteekkiliikkeen juuri tästä symbolista vielä nykyisinkin. Taustatutkimustyö toimi pohjana uuden ilmeen suunnitteluprosessille, erityisesti uuden tunnuksen kohdalla.

Uusi tunnus ja muu materiaali toteutettiin vektorigrafiikkana. Koko prosessin pohjalla oli idea luoda uusi, moderni ja toimiva graafinen ilme. Tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa raikas kokonaisuus, jonka tuli palvella hyvin laajaa kohderyhmää, joka sisälsi ihmisiä eri ikäryhmistä. Erityisesti iäkkäämpiä ihmisiä huomioitiin esimerkiksi käyntikorttien paperivalinnoissa. Uusi ilme kunnioitti apteekkien historiaa, ja uusi tunnus oli moderni versio apteekkien vanhasta, perinteisestä symbolista.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Media Communication

SAVOLAINEN, ANNI

New Visual Identity of Soukka Pharmacy

Bachelor's Thesis

31 pages + 6 pages of appendices

Supervisor

Halonen Antti, lecturer

Commissioned by

Soukka Pharmacy

November 2012

Keywords

trademark, graphic manual, symbolism

This thesis focused on the process of creating a new visual identity for Soukka pharmacy in the city Espoo. The design included a new trademark, business card, letterheads, envelopes, and a design for window decals. The instructions for the whole new identity were compiled as a graphic manual, which also contains information on the correct use of the new identity.

The background research concentrated on the history of the traditional symbol for pharmacies: the combination of a snake and a bowl. It has been a well known symbol through history, and the origins of the meaning reaches back to the Antiquity. People recognise a pharmacy on the basis of the two symbols. The background research worked as a base for the design process of the new trademark.

All design works was done as vector graphic. The central idea was to create a new, modern and functional visual identity. The aim was to create a fresh whole that would serve the main target group, which contains people from different age groups. The new identity recognises the history of the pharmacy, and the new trademark is a modern version of the traditional symbol of pharmacies.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	ALOITUS	7
	2.1 Aiheen valinta ja sen tutkiminen	7
	2.2 Kilpailevien yritysten analysointi	8
	2.3 Apteekkien historiasta ja symboliikasta	10
	2.4 Asiakkaan tapaaminen	12
3	ILMEEN TOTEUTTAMINEN	13
	3.1 Uusi tunnus	15
	3.2 Typografia	17
	3.3 Värit	18
	3.4 Muu materiaali	20
	3.4.1 Käyntikortti	20
	3.4.2 Kirjepohja ja kirjekuoret	21
	3.4.3 Microsoft Office Word -pohjat	22
	3.5 Ikkunateippaukset	23
	3.6 Graafinen ohjeisto	25
4	LOPPUSANAT	27

LIITTEET

- Liite 1. Käyntikortit
- Liite 2. Kirjepohja
- Liite 3. Kirjekuoret
- Liite 4. Microsoft Office Word-pohja
- Liite 5. Ikkunateippaukset

Liite 6. Esimerkkejä graafisesta ohjeistosta

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni käsittelee uuden graafisen ilmeen luomisen keskikokoiselle apteekille. Tarkoitukseni oli tehdä moderni, raikas ja toimiva visuaalinen ilme, joka sekä erottuisi muiden apteekkien samanlaisesta massasta, että samalla toisi selkeästi esille, minkä toimialan liikkeestä on kysymys. Halusin suunnittelussa ottaa huomioon sekä apteekki-alan pitkän perinteisen symbolisen historian että täysin uuden näkökulman.

Asiakkaani oli Soukan apteekki, joka omistajamuutoksen myötä uudistettiin kokonaan graafiselta ilmeeltään ja kalustoltaan vastaamaan nykypäivää. Apteekin toimitilat remontoitiin myös kokonaan. Soukan apteekki sijaitsee Espoossa keskellä lähiön kauppakeskusta, ja asiakaskunta koostuu lähinnä iäkkäistä ihmisistä, maahanmuuttajista ja lapsiperheistä, joita alueelle muuttaa yhä enemmän. Apteekki oli toiminnassa koko ajan uudistuksen ja remontin keskellä, mutta piti kuitenkin avajaiset kaiken valmistuttua.

Yhteyshenkilönä toimi apteekin uusi omistaja Anne Hietala. Ensimmäisen yhteydenoton jälkeen tapasin asiakkaan kasvotusten, ja sen jälkeen olimme sujuvasti yhteydessä sähköpostitse. Vierailin apteekissa kerran katsomassa uusia hyllyjä, kuvaamassa liikkeen etuikkunat teippauksia varten ja tutkimassa liikkeen ympäristöä.

Uuden ilmeen suunnittelu aloitettiin ”tyhjältä pöydältä”, joten aloittaessani työtä en ollut nähnyt apteekin entistä tunnusta tai ilmettä, ja liiketiloistakin minulla oli ennen paikalla vierailua vain apteekkarin antama kuvaus ja suuntaa antava pohjapiirros. Asiakas toivoi uudelta ilmeeltä raikkautta ja moderniutta, joka vastaisi nykypäivän visuaalista linjaa. Koska asiakaskunta oli laaja, se oli tärkeää ottaa huomioon ilmettä luotaessa: se tuli ottaa huomioon, jotta ilme houkuttelisi asiakkaita kaikista kohderyhmistä eikä tuntuisi vieraalta.

Ilmeen uudistus käsitti uuden tunnuksen, sen variaatiot, käyntikortin, kirjekuoret, kirjepaperit, Microsoft Word -ohjelman kanssa yhteensopivat kirjepohjat ja ikkuna-teippaukset. Tein myös suppean graafisen ohjeiston, joka kertoo kattavasti uudesta ilmeestä ja opastaa sen käytössä tulevaisuuden varalle. Viimeistelin myös kaiken materiaalin painokuntoon.

Suunnitteluprosessi alkoi tammikuussa 2011, kun otin asiakkaaseen ensimmäistä kertaa yhteyttä. Suunnittelutyö päättyi syksyllä tämän opinnäytetyön kirjoittamisen aikaan. Jäljelle jäi vielä graafisen ohjeiston viimeisteleminen ja oikeiden yhteystietojen korvaaminen materiaaliin. Työ eteni koko ajan, välillä nopeammin, välillä hitaammin. Alussa oli hieman jähmeyttä, mutta loppua kohden työtahti kiihtyi. Jotkin aihealueet, kuten ikkunateippaukset, olivat itselleni uusia, ja niiden kanssa meni enemmän aikaa. Lopulta työ kuitenkin valmistui, ja lopputulos oli mielestäni onnistunut kokonaisuus.

2 ALOITUS

2.1 Aiheen valinta ja sen tutkiminen

Koulun digitaalisen median opettaja Suvi Kitunen haki tekijää ystävänsä apteekin ilmeenuudistukseen. Olin jo aikaisemmin tehnyt yritysgrafiikkaa muun muassa seminaarityöni yhteydessä, joten tarjottu aihe tuntui mielenkiintoiselta: tiesin aiheesta jo jotain, mutta yritysgrafiikassa oli vielä paljon oppimistakin. Pohdin aluksi, olisiko toimeksianto liian samanlainen seminaarityöni aiheeseen verrattuna, mutta lopulta tulin siihen tulokseen, että vaikka kyseessä oli yritysgrafiikka, työt olivat täysin erilaisia. Teema ja asiakaskunta olivat täysin toisistaan poikkeavia verrattuna aikaisempiin projekteihin. Lisäksi tähän työhön sisältyi aihealueita, kuten ikkunateippaukset, joita en ollut ennen suunnitellut, enkä niistä tiennyt paljoakaan. Koin tarjotun toimeksiannon tarpeeksi haastavaksi ja sellaiseksi, jonka kanssa pystyisin kehittämään taitojani ja tuottamaan tulosta, jonka asiakas hyväksyisi.

Kun opinnäytetyön aihe varmistui, aloin ensimmäiseksi hakea tietoa apteekkien ja lääkinnän historiasta sekä kirjoista että internetistä. Halusin saada selville, mille pohjalle nykyinen apteekkitoiminta perustuu ja minkälaista se on aikaisemmin ollut Suomessa, jotta ymmärtäisin alan historiaa ja pystyisin yhdistämään suunnittelutyöni sen kanssa. Pyrin työssäni aina siihen, että jokaisella asialla, oli se sitten tunnus itsessään tai jokin graafinen elementti, on tarkoitus ja historia: tiedetään, mistä se on tullut, miksi se on siinä ja mitä se kertoo itsestään. Näin suunniteltavalle tuotteelle syntyy persoona, joka auttaa sen jäämistä paremmin kuulijan tai katsojan mieleen kuin tuulesta temmattu vastaanlainen työ. Halusin, että uudella suunniteltavalla tunnuksella olisi oikeasti merkitys ja symboliarvoa, sillä kuten Paul Rand toteaa mielestäni osuvasti kirjassaan ”Design Form and Chaos” (1993, 56): *A logo derives its meaning from the quality of the thing it symbolizes, not the other way around.* Logon merkitys ja arvo

muodostuu niiden asioiden, joita se symboloi, laadusta. Symbolit antavat logolle ja tunnukselle sisältöä, historiaa ja merkitystä: symboleja ei tarvitse olla paljoa, niiden laatu on tärkeämpää.

Hain erilaisia lähestymistapoja ensin luontoaiheiden ja myöhemmin perinteisen maljan ja käärmeen yhdistelmän kautta. Ennestään tiesin opetustuntienkin perusteella, että apteekkialalla on erityinen oma symbolinen historiansa, joka on säilynyt samanlaisena vuosituhansien läpi aina nykypäivään asti. En kuitenkaan tiennyt sen syvempää merkitystä: miksi juuri näiden kahden elementin yhdistelmä liitetään apteekkeihin, mistä ne ovat peräisin ja mitä ne tarkoittavat. Tämän symbolismen selvittäminen oli kaiken pohjalla ja taustalla, kun aloin tutkia apteekkialan historiaa ja siihen liittyviä alan käsitteitä.

2.2 Kilpailevien yritysten analysointi

Suomessa syntyneet ja asuneet ihmiset tunnistavat alitajuntaisesti apteekin perinteisen tunnuksen sellaisen nähdessään, sillä se iskostuu selkärankoihimme jo pienestä pitäen. Suomen Apteekkariliitonkin tunnuksessa (kuva 1) näkyvä käärme ja malja ovat Suomessa hyvin yleisiä aiheita apteekkien tunnuksissa, ja niistä asiakkaat tunnistavat apteekkiliikkeen helposti apteekiksi vielä nykyisinkin. Huomasin, että moni apteekki käyttää samaa tunnusta yhdistettynä vihreään väriin ja apteekin nimeen. Tutkiessani huomasin, että myös ulkomailta löytyy apteekkien tai vastaavien tunnuksia, joissa on käärme ja malja. Myös sauvan ja käärmeen yhdistelmiä löytyi.



Kuva 1. Apteekkariliiton tunnus (Hopun apteekki 2011)

Tämä yhdistelmä tunnus on kuitenkin melko loppuun kulutettu symboli: moni apteekki käyttää sitä ja vihreää väriä, jolloin apteekit eivät juuri erotu toisistaan visuaaliselta ilmeeltään. Huomasin merkin yleisyyden myös käydessäni eri paikkakunnilla. Muutamia variaatioita löytyy, mutta ne ovat huomattavan lähellä Apteekkariliiton kuvattunusta. Toisaalta esimerkiksi pienillä paikkakunnilla on usein vain yksi apteekki, jolla tavallaan on monopoliasema, jolloin sen ei tarvitsekaan erottua kilpailijoistaan. On eri asia, kuinka houkuttelevana ihmiset kokevat tällaisen yksitoikkoiselta vaikuttavan ilmeen, mutta jos tarjontaa ei ole, on käytävä siellä, mistä tarvitsemansa tuotteen saa.

Soukan lähin kilpailija on Espoonlahden apteekki (kuva 2), joka sijaitsee suuremmissa kauppakeskuksessa. Sen tunnuksessa on myös käytetty kuvattunuksena samaa kuvaa kuin Apteekkariliiton tunnuksessa. Tunnusvärinä on käytetty melko kirkkaan vihreää ja sivuilla esiintyy myös laivan siluetti, joka viitanee myös kauppakeskus Lippulaivan nimeen. Vaikka Espoonlahden apteekki saa varmasti asiakkaita niistä ihmisistä, jotka samalla käyvät muilla ostoksilla ostoskeskuksella, on Soukan apteekilla kuitenkin etuja puolellaan: se on lähempänä asiakkaitaan, ja siellä voi käydä asioimassa ilman, että täytyy ajaa isompaan ostoskeskukseen.



Kuva 2. Espoonlahden apteekin tunnus (Espoonlahden apteekki 2011)

Soukan apteekin tulisi graafiselta ilmeeltään poiketa Espoonlahden apteekista tarpeeksi, jotta ne erotettaisiin selvästi kahdeksi eri kilpailevaksi yritykseksi. Suurimman eron teki heti se, että päätin, että hakisin kuvattunukseen aihetta jostain muualta, tai jos käyttäisin käärmettä ja maljaa, tekisin niistä täysin erinäköiset kuin Apteekkariliiton tunnuksessa on. En nähnyt mieltä suunnitella jo valmiiksi suunniteltua tunnusta, vaikka se olisikin varmasti tunnistettavissa.

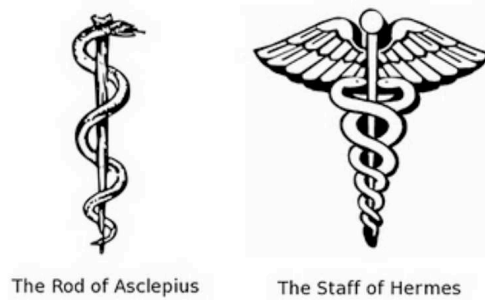
2.3 Apteekkien historiasta ja symboliikasta

Halusin tutustua apteekki-alan historiaan, sillä en tiennyt alasta paljon mitään hyväksyessäni opinnäytetyötä. Se tosin ei haitannut minua, sillä olen huomannut, että yksi paras puoli graafisen suunnittelijan ammatissa on se, että pääsee tutustumaan uusiin asioihin laaja-alaisesti, ja aiheet vaihtelevat laidasta laitaan.

Selvisi, että ennen kuin Suomeen tuli apteekkeja tai apteekkareita, täällä harjoitettiin farmasiaa kuudessa luostarissa. Ensimmäiset apteekit perustettiin 1689, ja ensimmäinen piirilääkäri virka syntyi 1794. (Talvi 1990, 5–6.) Vuonna 1897 perustettiin Suomen Apteekkariliitto valvomaan ja kehittämään apteekkaritoimintaa (Suomen Apteekkariliitto 2011), joten varsinaista apteekkitoimintaa tai apteekkareita ei ole ollut Suomessa kovin kauaa vielä.

Tutkiessani enemmän selvisi, että näiden symbolien käytön historia ulottuu aina Kreikan antiikin aikaan. Tunnuksen teki tunnetuksi kreikkalaisten jumala Asklepios, joka oli terveyden ja lääkintätaidon jumala. Asklepioksen tunnus oli sauvan ympärillä kiemurteleva käärme: koska käärme luo vuosittain nahkansa, sitä pidettiin nuortumisen symbolina. Myöhemmin lääkäreiden tunnukseksi vakiintui käärme ja sauva, ja apteekki- en tunnukseksi käärme, joka joi maljasta. (Biedermann – Lempiäinen 2002, 180–181.)

Mielestäni on kunnioitettavaa, että tunnus on säilynyt sellaisenaan useita vuosikymmeniä aina nykypäivään asti: Kreikan antiikin historiasta kumpuaa paljon asioita, jotka näkyvät vielä tämän päivän arkielämän kulttuurissa. Muun muassa nykypäivän ”hygienia” sana on saanut merkityksensä toiselta Asklepioksen tyttäreltä Hygienialta (Harper 2011), jota pidettiin yhdessä sisarensa Panakeian kanssa terveyden jumalattarina (Nokela 1983, 30). Samalta aikakaudelta on peräisin myös Hermeksen tai Rooman antiikin jumalan Merkuriuksen sauva, joka sekoitetaan usein Asklepioksen sauvaan, mutta on kuitenkin täysin eri asia (kuva 3): Merkuriuksen sauvaa kiertää kaksi käärmettä, siinä saattaa olla sauvan päässä siivet, ja se on jumalan sanansaattajan symboli (Tresidder 2004, 30–31).



Kuva 3. Vasemmalla Asklepioksen ja oikealla Hermeksen eli Merkuriuksen sauva (Today, I learned... 2011)

Tehdessäni taustatutkimusta huomasin, että varsinkin ulkomailla Merkuriuksen sauva esiintyy myös eri apteekkien tunnuksissa. En tiedä, onko kyseessä tarkoituksenmukainen teko vai pelkkä erehdys: onko Merkuriuksen sauvalle syntynyt samanlainen merkitys kuin Asklepioksen sauvalle. Todennäköisesti sauvat vain on sekoitettu keskenään. Itse koin, että käärmeen ja maljaan yhdistelmä polveutuu kuitenkin Asklepioksen sauvasta, joten keskityin juuri tähän symboliin ja sen tutkimiseen.

Vaikka tämä tunnuksien yhdistelmä yleensä liitetään Kreikan antiikin aikaan, samankaltainen parantava sauva on esiintynyt myös aikaisemmin historiassa: vielä vanhempi versio sauvasta on sumerilais-akkadialaisen parantamisen ja maan alaisen maailman jumalan Ningizzidan sauva, jonka ympärillä oli kaksi käärmettä. Toinen esikuva on foinikialaisten parantamisen jumalan Eschmundin sauva. Myöhemmin käärme ja sauva esiintyvät myös Raamatussa, kun Vanhan testamentin Aaronin ihmeitä tekevä sauva muuttuu käärmeeksi. Toinen on ”vaskikäärme”, jota katsomalla ihmiset paranivat myrkyllisen käärmeen puremasta. (Biedermann – Lempiäinen 2002, 181.) Samankaltainen parantava sauva, johon liitetään käärme, on ollut olemassa siis jo kauan ennen antiikin aikaa ja sen jälkeenkin. Mielenkiintoista olisi tietää, ulottuuko tämän yhdistelmän historia vielä kauemmaksi, mutta vanhin tieto, jonka kuitenkin löysin ja onnistuin selvittämään, koski juuri sumerilais-akkadialaisten jumalaa.

Yleisesti ottaen käärmeellä on ollut tärkeä ja melko kaksijakoinen merkitys ihmisen historiassa aikakaudesta ja maasta riippuen (Becker 2000, 263–265). Jossain vaiheessa luonnoksia piirtäessäni mietin, että olisiko käärme oikeastaan hyvä tunnus terveydenalalle, ottaen huomioon, millaisena eläimenä sitä nykyisin pidetään. Samalla kuitenkin totesin, että apteekkialaan yhdistettyä käärmettä ei koeta uhkaavana tai kenties käär-

meenä ollenkaan: se on vain symboli, joka edustaa apteekkeja, mutta on menettänyt alkuperäisen merkityksensä. Kaikki oppivat todennäköisesti tuntemaan apteekin tunnuksen jo pienestä pitäen, sillä nykyisin apteekki kuuluu peruskansalaisen terveydenhuoltoon melko vahvasti, ja siellä vierailevat paitsi iäkkäät ihmiset, myös usein lapsiperheet yhdessä lasten kanssa. Itsekin muistan vielä kotipaikkakuntani apteekin tunnuksen, joka niin ikään oli maljan ympärille kiertynyt käärme. Muistan myös, kuinka joskus ihmettelin, miksi tunnus oli sellainen, mutta ajan kuluessa sen hyväksyi, eikä ihmeteltävää enää ollut.

Vaarallisen eläimen käärmeestä tekee se, että sen purema on myrkyllinen, mutta toisaalta myrkkyä kerätään talteen ja sitä käytetään lääketieteessäkin apuna uusia lääkkeitä kehitettäessä. Rooman antiikin aikaan käärmeitä pidettiin taloissa symbolina kodin ja perheen hyvästä hengestä, kun taas Raamatun luomiskertomuksessa käärme, joka houkuttelee Eevan ja Adamin syntiin, rinnastetaan Saatanaan. (Becker 2000, 263–265.) Vaikka käärmeeseen liitetäänkin monia merkityksiä, joista osa on negatiivisia, on maljan ja käärmeen yhdistelmä niin vahva, ettei se aiheuta ihmisissä inhon, vihan tai pelon tunteita, joita käärme yksinään voisi aiheuttaa.

2.4 Asiakkaan tapaaminen

Kun ensimmäiset sähköpostit oli vaihdettu asiakkaan kanssa ja olin ehtinyt jonkin verran tehdä taustatutkimusta, tapasimme asiakkaan kanssa kasvotusten helmikuussa 2011. Kun minulla oli jo hieman pohjatietoa apteekin historiasta ja symboleista, oli helpompaa suunnitella asiakkaan kanssa projektia. Kävimme tehokkaasti läpi asiakkaan toiveet ja tehtävän työn laajuuden sekä ideoimme joitakin kohtia yhdessä. Sain itselleni hyvät muistiinpanot ja ensimmäisiä luonnoksia syntyi jo keskustellessamme. Jotkin asiat muun muassa aikataulun ja tarvittavien materiaalien suhteet jäivät vielä avoimiksi, mutta pystyimme myöhemmin sopimaan niistä sähköpostitse.

Pidän itse kasvotusten tapaamista tärkeänä: silloin saa paremman käsityksen tehtävästä työstä, ja jatkossa on helpompi kommunikoida, kun on jo tutustunut asiakkaaseen henkilökohtaisesti. Sähköpostiviestienkään kirjoittaminen ei tunnu niin kasvottomalta, kun tietää, minkälaiselle ihmiselle niitä kirjoittaa. Lisäksi kasvotusten on usein helpompi selittää asioita eikä väärinkäsityksiä synny yhtä helposti kuin esimerkiksi sähköpostin kautta.

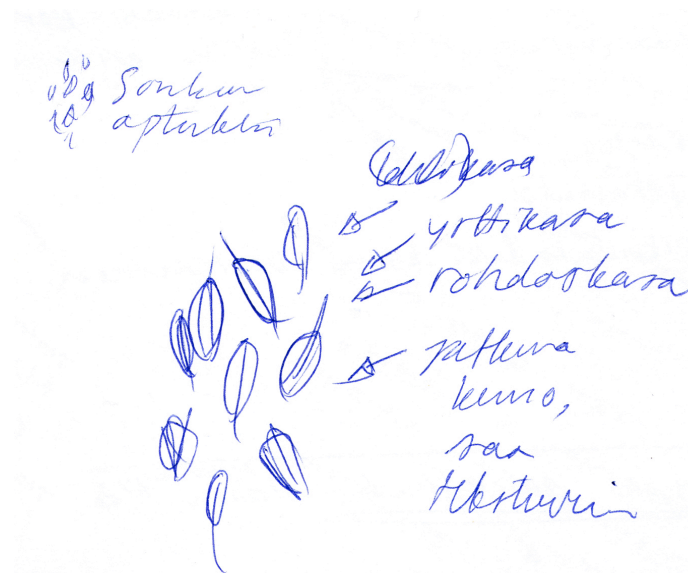
Asiakkaalla oli joidenkin asioiden, kuten uuden ilmeen koivunvihreän värin suhteen selkeät linjat, jotka omalla tavallaan helpottivat minun työtäni. Useimpien asioiden, kuten tunnuksen ja muun materiaalin kanssa sain vapaammat kädet. Asiakkaalla oli ennestään myös itsellään vahva kokemus apteekkien graafisten ilmeiden maailmasta, joten hän pystyi antamaan hyviä ja tarkkoja esimerkkejä toiveistaan ja myös asioista, joita hän ei halunnut. Kaiken kaikkiaan minulle jäi hyvä käsitys ehjästä kokonaisuudesta, jota alkaisin työstää.

Alkupalaverin jälkeen oli helppo pitää yhteyttä sähköpostitse. Lähetin asiakkaalle luonnoksiani, joihin sain paluuviestissä palautetta, ja epäselvät asiat selvisivät kysymällä. Työn edetessä myös tarvittavien töiden määrä tarkentui. Vaikka aikataulujen yhteensopimattomuus ja kiire eivät sallineet uutta tapaamista kasvotusten, yhteistyö sujui silti hyvin.

3 ILMEEN TOTEUTTAMINEN

Kun olin tehnyt jonkin verran taustatutkimusta ja tavannut asiakkaan ja keskustellut työn tavoitteista ja hänen toiveistaan, aloin ensimmäiseksi luonnostella uutta tunnusta: päätin aloittaa siitä ja sen valmistuttua keskittyä lomakkeistoon ja muuhun. Tunnus on kuitenkin tärkeä osa yritystä, sillä katsojan silmiin se toimii yrityksen ensivaikutelmana. Persoonallisella tunnuksella yritys myös erottuu toisista vastaavista yrityksistä. (Juholin – Loiri 2002, 129.) Tunnus toimii mielestäni myös ilmeen suunnannäyttäjänä ja tunnuksen ympärille on helpompi alkaa rakentaa muuta ilmettä ja materiaaleja: mielestäni se myös sitoo kaiken materiaalin samaan piiriin.

Koska halusin lähestyä tunnusta täysin uudelta suunnalta, vältin tarkoituksella käärmeen ja maljan käyttämistä. Otin aiheeksi kasvit, koska ne ovat olleet aikojen alussa perustana lääketieteelle. Ensimmäisten hätäisten käsin piirrettyjen luonnosten (kuva 4) jälkeen siirryin työskentelemään tietokoneella.

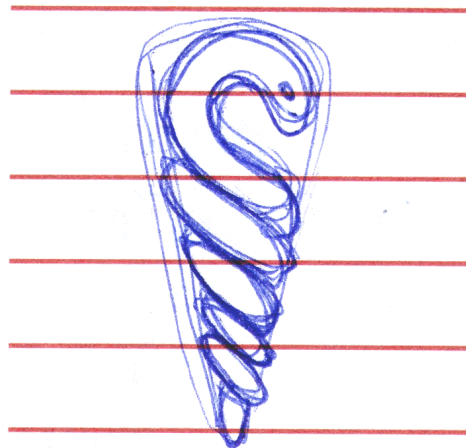


Kuva 4. Ensimmäisiä kasviaiheisiä luonnoksia

Tein monta erilaista kasviaiheista vaihtoehtoa, joissa käytin myös muita värejä kuin vihreää. Käytin tunnuksessa erilaisia yrttikasveja ja muun muassa koivun lehteä. Sain aikaiseksi melko monta luonnosta, mutta alkuinnostuksen jälkeen menin kuitenkin lukkoon enkä saanut suunniteltua enää mitään uutta. Työstin samoja aiheita ja pyöritelin töitä vain edestakaisin, mutta en löytänyt uutta näkökulmaa. Tuntui myös, etten saanut osaa tunnusluonnoksista viimeistelyä sellaisiksi, kuin halusin. Kun en keksinyt enää mitään, niin lopulta kuitenkin näytin luonnokset sekä asiakkaalle että ohjaajalleni, ja toivoin palautteen kautta pääseväni eteenpäin.

Kun olin näyttänyt ohjaajalleni luonnoksia ja keskustellut hänen kanssaan, hän kehotti jatkamaan yrittämistä ja unohtamaan edelliset luonnokset. Hän myös ehdotti ottamaan jonkin muun näkökulman kasviaiheiden sijasta. Käsitin, ettei valitsemani näkökulma ollut aivan juuri se oikea, koska se meni liian lähelle luontaistuoteliikkeitä ja kasveilla lääkitsemistä, jota harjoitetaan vielä tänäkin päivänä vaihtoehtoisena hoitomuotona nykyisen lääketieteen rinnalla. Vaikka nykylääketieteen juuret ulottuvan kasviparannukseen, on näillä kahdella parannuskeinolla kilpailuasema: toinen on sellaista parantamista, jota on käytetty vuosituhansien ajan, ja toinen nykyaikaista, teollistettua lääkitsemistä. Molemmilla tavoilla on silti sama päätavoite: parantaa taudit ja kohentaa ihmisen elämänlaatua. Luomalla tunnuksen, joka muistuttaisi asiakkaita enemmänkin jostain lääkekasvista, saattaisin antaa apteekista ristiriitaista tietoa ja viedä sen visuaalista ilmettä lähemmäksi luontaistuotekauppaa kuin apteekkia.

Palautteen jälkeen hylkäsin kaikki aikaisemmat suunnitelmani, vaikka asiakas oli periaatteessa niistä jo yhden alustavasti hyväksynyt. Aloitin uudestaan ja selasin läpi vanhoja luonnoksiani. Löysin yhden muistiinpanokirjan nurkasta kierteellä olevan, pelkistetyn käärmeen, jonka olin piirtänyt joskus ideoinnin alkuvaiheessa (kuva 5). Tartuin tuohon hätäiseen luonnokseen ja aloin työstää sitä eteenpäin. Tällä kertaa tein enemmän luonnoksia käsin, ennen kuin istuin koneen ääreen niitä pyörittelemään. Tajusin tässä vaiheessa käsin luonnostelun merkityksen: paperilla sain ideoita helpommin ulos, ja niitä pystyi muokkaamaan ja muuntamaan nopeammin ja kätevämmiin. Käsin ideoinnissa ei ole niin väliä, mitä piirtää tai minkälaista jälkeä syntyy, tärkeintä on vain tyhjentää mieltä paperille.



Kuva 5. Käärme luonnos

3.1 Uusi tunnus

Uusi kuvatunnus alkoi hiljalleen muodostua, kun muokkasin luonnosta tyyliä käärmestä. Vähitellen yksinkertaistin sen muotoa ja tein kokeiluja erilaisista kiekuroista ja kiekuran päiden muodosta. Liika vääntäminen teki kuitenkin sen, että muoto alkoi nopeasti hajota ja muistuttaa enemmänkin skorpionin kuin käärmeen häntää. Tein erilaisia kokeiluja kaaren muodoista ja viivan paksuuksista, kunnes aloin löytää mielestäni oikeanlaisen muodon. Tein käärmestä myös symmetrisen vaakasuunnassa.

Lisäsin taustalle puolipyörän, joka satoi kiekuran sisäänsä ja toimi samalla maljan symbolina. Kiekura ja malja myös tukivat hyvin toistensa muotokieltä, kiekuran

avoimet muodot jäivät sopivasti maljan piiriin eivätkä tehneet tunnuksesta liian hajonnutta. Pienillä muutoksilla hioin kiekuraa ja pohjaa yhteensopiviksi, jotta kokonaisuudesta tulisi tasapainoinen ja hyvän näköinen. Kun olin tyytyväinen lopputulokseen (kuva 6) ja sain kuvatunnuksen rinnalle logon, näytin luonnoksen asiakkaalle, joka hyväksyi sen.



Kuva 6. Uusi kuvatunnus

Vaikka lopulta käytinkin sitten perinteisiä apteekin tunnussymboleja, joita oli alussa vältellyt, päämääränäni oli tehdä tunnuksesta moderni ja erilainen. Tunnuksen tuli olla sellainen, että se edustaisi ensisijaisesti juuri Soukan apteekkia ja sen jälkeen vasta käärmettä ja maljaa, jotka puolestaan ensisijaisesti edustavat apteekkia ja sitten vasta itseään. En halunnut vain toistaa samaa, mitä kaikki muut; siinä ei olisi ollut mieltä: asiakas ei olisi hyötynyt yhtään, enkä itsekään olisi paljoa siinä oppinut.

Olin tähän tunnukseeni tyytyväisempi kuin yhteenkään kasviaiheeseen luonnokseeni. Samalla myös otin pienen riskin antaessani asiakkaalle vain yhden version tunnuksesta useamman sijaan. Jos asiakas ei olisi välittänyt tästä tunnuksesta, olisin joutunut aloittamaan jälleen tyhjältä pöydältä. Onneksi asiakas tykästy ehdotukseeni ja oli kanssani samaa mieltä.

Tunnukselle syntyi näin ollen historia, mutta myös omaa symbolipohjaa: sen lisäksi, että tunnuksessa oleva tyyllitelty käärme symboloi Asklepiosta, kuviossa pystyy näkemään vaakasuuntaisen kahdeksikon, joka on ikuisuuden ja äärettömyyden symboli (Cirlot 1971, 172). Samalla se on vaakasuuntainen s-kirjain, joka viittaa logon sanaan ”Soukan”. Maljan voi nähdä myös vaakakuppina, joka on vielä nykypäivänäkin tärkeä instrumentti lääketieteessä lääkettä punnittaessa ja annostellessa niitä asiakkaille (Gupta – Jain 2008, 20). Tunsin onnistuneeni luomaan sellaisen tunnuksen, joka edustaisi Soukan apteekkia täydellisesti ja toivottavasti palvelisi tarkoitustaan vielä pitkän aikaa.

3.2 Typografia

Samaan aikaan, kun työstin kuvatunnusta, aloin kokeilla sen rinnalle sopivia fontteja. Koska lopullisessa kuvatunnuksessa on kaarevia muotoja, halusin sen rinnalle fontin, joka tukisi muotoja omalla kaarevuudellaan. Samalla halusin fontin keventävän kuvatunnuksen yhtenäistä väripintaa, joka yksinään saattaisi olla liian raskas. Kokeilin monia erilaisia yhdistelmiä ja tulostin niitä, jotta näkisin kunnolla, miltä ne näyttäisivät paperilla. Erilaisten fonttikokeilujen jälkeen jätin pois antiikvat eli päätteelliset kirjasintyypit ja keskityin groteskeihin eli päätteettömiin kirjasintyyppeihin. Mielestäni ne sopivat paremmin yhteen kuvatunnuksen kanssa, kun taas antiikvoissa kirjainten päätteet tuntuivat tässä tapauksessa katkaisevan liikkeen ja muodon. Kuvatunnuksessa ei myöskään itsessään ollut teräviä, kapenevia muotoja, joita antiikva olisi voinut tukea.

Lopulta päädyin Century Gothic -nimiseen fonttiperheeseen (kuva 7), joka on geometrinen groteski kirjasintyyppi. Fontin on suunnitellut yhtiö nimeltään Monotype (Headley 2005, 125), ja se perustuu Sol Hessin vuosina 1936–1947 suunnittelemaan 20th Century -fonttiin. Verrattuna 20th Century -fonttiin, Century Gothic -fontissa on korkeampi x-korkeus, ja se on suunniteltu toimimaan hyvin myös tietokoneen näytöllä. (Ascender Corporation by Monotype Imaging 2011.) Se on hyvä, sillä näin ollen fontti on monikäyttöinen, ja asiakkaan on tulevaisuudessa mutkatonta käyttää sitä sekä internetsivuillaan että painotöissä.



Soukan apteekki

Kuva 7. Logo yhdessä kuvatunnuksen kanssa.

Cenruty Gothic -fontin pyöreät muodot, mutta samalla lähes tasapaksu viiva käyvät hyvin yhteen kuvatunnuksen kanssa. Fontti on myös avoin ja ilmava, mikä keventää kuvatunnusta, jolloin tunnuksesta tulee tasapainoinen. Se on tarpeeksi jyrkää, eikä kuvatunnus näin ollen paina logoa kasaan. Fonttia voidaan pitää myös ympäristöystävällisenä, sillä muun muassa Wisconsinin yliopisto on vaihtanut peruskirjasimensa Arial-fontista Century Gothic -fonttiin, koska se ei kuluta yhtä paljon mustetta (University of Wisconsin 2011).

Sen lisäksi, että Century Gothic -fonttia käytetään logossa eli kirjaintunnuksessa, sitä voidaan tulevaisuudessa käyttää myös muiden painotöiden, julkaisujen ja vastaavien otsikoissa, ja lyhyissä tekstinpätkissä. Leipätekstiä varten minun piti valita toinen fontti, joka kävisi paremmin pitkiin teksteihin, joten aloin uudelleen selata eri vaihtoehtoja läpi. Edelleen antiikvat tuntuivat vierailta, joten pitäydyin groteskeissa.

Valitsin toiseksi fontiksi Gill Sans -fontin, joka on humanistinen groteski. Fontti on hyvin luettavissa ja selkeä, ja sen on suunnitellut Eric Gill vuonna 1927. (Bringinghurst 1999, 242.) Fontti sopii hyvin leipätekstiin ja muihin pidempiin tekstialueisiin, ja ominaisuuksiensa takia teksti tulee olemaan helposti luettavaa. Se sopii myös muuhun graafiseen ilmeeseen. Näin ollen molemmat fonttivalinnat ovat sellaisia, joiden kanssa asiakkaan on helppo työskennellä jatkossakin.

3.3 Värit

Kun tapasimme asiakkaan kanssa ensimmäistä kertaa, puhuimme, että vihreä väri tulisi olemaan todennäköisin väri uudelle ilmeelle. Asiakas oli kuitenkin avoin myös muille väriehdotuksille, joten suunnittelussani otin tämän huomioon. Taustatyötä tehdessäni huomasin, että vihreä on kovin yleinen väri apteekkien graafisessa ilmeessä,

joten yritin löytää vaihtoehtoja myös muun muassa sinisen eri sävyistä. Pitäydyin kuitenkin näissä kahdessa värissä, sillä niiden tietyillä värisävyillä ja yhdistelmillä on rauhoittava ja rentouttava vaikutus mieleen ja ruumiiseen (Eiseman 2006, 96). Esimerkiksi vaaleansininen, jota ehdotin myös asiakkaalle, koetaan puhtaaksi väriksi (Eiseman 2006, 35). Sillä on myös rauhoittava vaikutus, jonka takia useimmissa sairaaloissa seinät maalataan sinisiksi (Raninen – Rautio 2003, 307). Mielestäni näistä kahdesta väriehdotuksesta muodostuvat mielleyhtymät sopivat apteekkialalle: ihmiset haavevat apteekista apua vaivaan, ja apteekin tarkoitus on tarjota apua ja rauhoittaa. Lisäksi muiden värien yhdistäminen apteekin tunnukseseen voisi olla riskialtista: keltainen, ruskea tai punainen yhdistettyä apteekkeihin ja terveyteen yleensä luovat asiakkaalle vääränlaisia mielikuvia, jotka eivät ainakaan kerro raikkaudesta tai rauhallisuudesta.

Tässä tapauksessa kyseessä ei ollut pelkästään vain tunnuksen väri, vaan sama värimaailma toistui muussa graafisessa ilmeessä ja apteekin sisustuksessa. Uutta graafista ilmettä luotaessa värin miettiminen on tärkeää, jotta se kohtaa oikean asiakaskunnan: väriä myös todennäköisesti tullaan toistamaan pidemmän aikaa useammassa paikassa (Haggard – Hosking 1999, 121–122), joten sen valinta tulee tehdä huolella. Värivalinnoilla on yllättävän suuri vaikutus ihmisten ajatteluun, tunteisiin ja mielialaan, joten vaikutusten perusteella on toisaalta helppo ymmärtää, miksi niin moni apteekki käyttää vihreää sävyä: se on varmasti rauhoittava ja muistuttaa uudesta elämästä ja tuoreudesta, eikä kovin helposti aiheuta asiakkaassa negatiivisia mielleyhtymiä.

Myöhemmin asiakas päätti apteekin uusien hyllyjen väriksi koivunvihreän sävyn ja toivoi myös tunnuksesta samanväristä. Otin tunnuksen värisävyksi saman hyllyissä käytetyn lehdenvihreän, joka kirkkaudellaan erottuu tarpeeksi yleensä tummemmista vihreistä, joita apteekit käyttävät. Vihreään väriin liitetään usein levollisuus, kärsivällisyys ja rauhoittavia tunteita (Rihlana 1997, 107). Tarkemmin eriteltynä juuri lehdenvihreä koetaan uuden alun, nuoruuden ja kasvun väriksi (Eiseman 2006, 37), mikä monitasoisesti ajatellen sopii hyvin Soukan apteekin uuden graafisen ilmeen yleisväriksi: se edustaa terveyttä ja luo mielikuvan kasvusta ja nuoruudesta, samalla se edustaa myös apteekin uutta alkua ja katkaisee siteet menneisyyteen. Päätin käyttää muissa materiaaleissa samasta vihreänsävyistä hieman vaaleampia sävyjä, jotta yleisilmeestä tulisi valoisampi ja raikkaan oloinen.

3.4 Muu materiaali

Kun uusi tunnus oli valmis pientä hiontaa lukuun ottamatta, aloin suunnitella apteekkil- le yrityslomakeistoa, ikkunateippauksia ja graafista ohjeistoa. Asiakas antoi melko suuret vapaudet materiaalien suunnitteluun, joten tein erilaisia luonnoksia ja versioita, jotka lähetin asiakkaalle valittavaksi. Loppuvaiheessa lähetin asiakkaalle hänen pyyn- nöstään materiaalia myös postitse: materiaaleista näki hyvin, minkälaisia lopulliset painomateriaalit olisivat, vaikka painojälki ei ollutkaan aivan samanlaista kuin paino- koneella tehtynä.

Miettiessäni kokonaisuutta päätin, että tavoitteenani oli suunnitella yhtenäinen lomak- keisto, joka korostaisi apteekin uutta ilmettä ja toteuttaisi sitä. Sen tuli olla myös tyy- likäs kokonaisuus. Halusin materiaaleista mielenkiintoisen näköisiä, sellaisia, jotka jäisivät tarkastelijansa mieleen toimivina ja hyvän näköisinä ratkaisuina. Halusin myös huomioida erilaiset pinnat ja leikitellä niillä, kuten myös vihreällä värillä.

Kun yrityksen sisäinen ja ulkoinen viestintä noudattavat visuaalisesti tiettyä linjaa, asiakkaat yhdistävät ilmeen aina tiettyyn yritykseen. Yritykselle syntyy näin ollen per- soonallisuus, joka jää helpommin mieleen. Graafisen ilmeen tulee kertoa yrityksestä ydinasiat ja pitkäikäisesti katsottuna kestää vuodesta toiseen toimivana. (Juholin – Loiri 2003, 129.)

3.4.1 Käyntikortti

Kun aloin suunnitella käyntikorttia, mietin kortin asiakaskuntaa ja sitä, mikä kortissa olisi tärkeintä. Kortin tuli olla informoiva, ja siitä tuli löytyä helposti kaikki tarvittavat yhteystiedot. Myös yrityksen tunnus tuli olla selvästi esillä. Kortissa ei kannattaisi käyttää mitään kovin erikoisia keinoja huomion herättämiseen, sillä ne saattaisivat vain harhauttaa kortin tarkastelijan, varsinkin, jos kyseessä olisi iäkäs tai huono- näköinen asiakas.

Valitsin käyntikorttiin ”standardikoon” eli 90 mm x 50 mm. Tämä koko varmistaisi sen, että kortti toimisi ja mahtuisi varmasti kaikkien asiakkaiden lompakkoihin. Silloin kortti pysyisi todennäköisemmin tallessa, eikä jäisi muiden paperien sekaan pyöri- mään.

Käyntikortissa (liite 1) käytin tunnuksen negatiivista muotoa eli valkoista tunnusta värillisellä vihreällä pohjalla. Väripinta teki käyntikortista erottuvan ja pirteän, lisäksi se jäisi hyvin mieleen tavallisen valkoisen kortin sijasta. Taustalla käytin graafisina elementteinä kaarevia, maljan pohjaa jäljitteleviä kuvioita, jotka toivat korttiin värisävyvaihtelua ja syvyyttä. Elementit samalla myös erottavat tunnuksen ja yhteystiedot toisistaan omaksi, selkeiksi alueiksi ja korostavat kortin haltijan nimeä ja ammattinimikettä.

Kokeilin myös laittaa osan yhteystiedoista, esimerkiksi nimen, kortin toiselle puolelle ja yhteystiedot toiselle, mutta se ei tuntunut toimivalta. Lopulta päädyin laittamaan kaikki tiedot samalle puolelle. Kortin toinen puoli on asiakkaan valinnan mukaan joko valkoinen tai vihreä, jonka päällä on kuvatunnus negatiivisena. Taustapuoli jää usein piiloon, mutta jos sinne laittaa jonkin kuvion, se voi aluksi jäädä paremmin asiakkaan mieleen.

Käyntikortin paperisuositukseksi ajattelin puolimattaa tai mattaa paperia, joka voisi olla hieman karhea. Mielestäni sellaisen käyntikortit, joiden pinnassa on jotain erikoista, hieman tekstuuria, tuntuvat sormiin paremmilta. Ne myös pysyvät paremmin kädessä iäkkäillä ihmisillä ja toisten korttien välissä tai joukossa, toisin kuin kovin liukkaana ja kiiltävinä kortit. Lisäksi ottaen huomioon myös asiakkaan budjetin kortista voi saada mielenkiintoisen ilman kalliita erikoispapereita tai erikoisia efektejä, jotka eivät olisi tarkoituksenmukaisia tässä tapauksessa.

3.4.2 Kirjepohja ja kirjekuoret

Vaikka pidin käyntikortissa olevasta värillisestä pohjasta, se ei toimisi kirjepohjassa ja kirjekuorissa: niiden painopinta-ala on fyysisesti isompi kuin käyntikortin. Niin iso värillinen pinta tekisi kirjepohjasta ja kuorista raskaat ja tunkkaisen oloiset. Päätin käyttää hyväksi sen sijaan valkoista pintaa ja värillistä tunnusta, päinvastoin kuin käyntikortissa. Otin mukaan kuitenkin tutut kaarevat graafiset elementit, jotka sitoisivat käyntikortin ja muun materiaalin yhteen.

Tein kirjepohjasta (liite 2) tarkoituksenmukaisen A4-kokoisen ja mahdollisimman monikäyttöisen: se on suunniteltu niin, että siinä voi käyttää standardin asiakirja-asettelumallin mukaista tai vastaavasti vapaampaa, mielenmukaista asettelua. Pohjaa voi käyttää sekä asiakkaiden kanssa että sisäisessä viestinnässä esimerkiksi tiedotteis-

sa. Pohja voidaan painaa painossa, jolloin pohjan käyttäjä voi tulostaa tekstin suoraan valmiille paperipohjalle: näin tulostimen ei tarvitse olla väritulostin, ja pohjaa pystyy käyttämään erilaisilla koneilla ja tulostimilla.

Tunnus on kirjepohjan ylä laidassa keskellä, josta se nousee heti lukijan silmiin ja kertoo, keneltä kirje on. Yhteystiedot ovat alhaalla vasemmalla, jossa ne erottuvat hyvin ja informatiivisesti kirjepohjan sisällöstä. Alalaidassa on keskitetysti myös pieni kaarista muodostuva graafinen elementti, joka tuo kirjepohjaan värikkyyttä: samalla se sitoo sen ulkoasultaan apteekin uuteen graafiseen ilmeeseen. Kirjepohja pysyy kuitenkin asiallisen näköisenä ja neutraalina, jolloin kaiken sävyiset tekstisisällöt sopivat siihen hyvin.

Kirjekuorissa (liite 3), joita on kahta eri kokoa (C5 ja C4) tunnus on kirjekuoren vasemmassa ylä laidassa. Yhteystiedot ovat kirjekuoren vasemmassa alalaidassa valkoisena vihreän graafisen elementin päällä. Kokeilin myös kirjepohjan tyylistä asettelua, joissa yhteystiedot ja graafiset elementit olivat erikseen. Se tuntui kirjekuoren kohdalla kuitenkin liian hajanaiselta, joten yhdistin elementit ja yhteystiedot. Kokeilin myös poikkeavampaa asettelua, jossa yhteystiedot tulisivat kirjekuoren läppään. Koin kuitenkin, että vastaanottajan on tärkeä tietää ensi katsomalla, mistä kirje on tullut ja mitkä ovat lähettäjän yhteystiedot: siksi päädyin laittamaan kaikki samalle puolelle.

Vaikka kirjekuorien graafiset elementit ovat värisävyiltään vaaleamman vihreitä kuin tunnuksen oma kirkkaanvihreä, yhteystiedot erottuvat silti selkeästi lukijalle: graafiset elementit jopa nostavat yhteystiedot selkeämmin esille. Näin kirjekuoren pintaan muodostuu kaksi eri infoaluetta: lähettäjän tunnus ja yhteystiedot. Alueet eivät kuitenkaan erotu toisistaan negatiivisella tavalla, sillä yhteinen värimaailma ja muotokieli sitovat ne kuitenkin yhteen. Tunnuksen ja yhteystietojen koot pysyvät samanlaisina kirjekuoren koosta huolimatta.

3.4.3 Microsoft Office Word -pohjat

Halusin Microsoft Office Word -ohjelman kanssa yhteensopivista kirjepohjista (liite 4) toimivat ja helpot käyttää, jotta ne soveltuisivat jokapäiväiseen käyttöön ja mahdollisimman moneen eri käyttötarkoitukseen. Word-pohjaa voi käyttää sellaisenaan sähköiseen viestintään tai sen voi tulostaa helposti kotikoneelta ja postittaa tai toimittaa eteenpäin. Pohjan tuli olla nopea ja toimiva. Se on myös yhteensopiva standardin

asiakirja-asettelumallin kanssa, sillä siinä sarkaimet on valmiiksi asetettu noudattamaan standardin mukaista 2,3 cm sarkainväliä. Vastaavasti pohjassa voi käyttää mielensä mukaista vapaampaa asettelua, ja sen asetuksia voi myös manuaalisesti muuttaa.

Tunnuksen sijoitin kirjepohjan vasempaan ylänurkkaan, koska se oli tässä tapauksessa keskittämistä toimivampi asettelun ja ulkonäön kannalta. Asiakirjamallia noudatellen tunnuksen viereen on jätetty tilaa tarvittavalle informaatiolle. Tunnuksen alapuolelle tulee vastaanottajan tiedot ja kirjeen aihe ja sisältö.

Aikaisemmin esiteltyä kirjepohjaa noudatellen Word-pohjan alalaidassa on vasemmalla yhteystiedot ja keskellä pienehkö graafinen elementti, joka sitoo tämän pohjan yhdessä tunnuksen kanssa uuteen graafiseen ilmeeseen. Aluksi aioin tehdä pohjasta mahdollisimman yksinkertaisen ja käyttää pelkkää tunnusta ylälaidassa. Pohja tuntui kuitenkin irralliselta muuhun materiaaliin verrattuna ja arkisen näköiseltä, joten lisäsin mukaan graafisen elementin. Elementti ei kuitenkaan häiritse tekstisisältöä, vaan kirjepohjan mukaisesti piristää yleisilmettä.

Aikaisemmassa projektissani oli ongelmia Word-pohjien kanssa eri ohjelmaversioista ja asetuksista johtuen. Siitä viisastuneena tein pohjat rauhallisesti alusta alkaen ja noudatin ohjekirjan neuvoja, sillä mikään ei ole turhauttavampaa, kuin asiakirjapohja, joka ei toimi niin kuin pitäisi. Testasin pohjan vielä useammalla PC-koneella, sillä asiakas todennäköisesti käyttäisi sitä todennäköisemmin kuin MAC-konetta. Varmistin myös, että kaikki pysyi kohdallaan, jotta ikäviltä yllätyksiltä vältyttäisiin.

3.5 Ikkunateippaukset

Ikkunateippauksen kanssa olin alussa hieman hukassa. En löytänyt kunnolla lähteitä, joista olisin saanut tietoa teippauksista ja niiden suunnittelusta ja toteutuksesta, eikä minulla ollut aikaisempaa kokemusta asiasta. Koin ikkunateippauksen suunnittelun kuitenkin haastavaksi työksi positiivisessa mielessä, sillä se laajensi omaa osaamistani ja antoi pienen haasteen tekemiseen. Epävarmuudesta huolimatta jatkoin eteenpäin ja mietin, mitä kaikkea maalaisjärjellä ajatellen teippauksien suunnittelussa tulisi ottaa huomioon. Sain hyviä ohjeita ohjaajaltani, joka opasti eteenpäin ja toi esiin näkökulmia, joita en ollut ajatellut.

Ennen teippauksien suunnittelemista kävin vierailemassa Soukan apteekin liike-tiloissa, vaikka yhteyshenkilöni oli valitettavasti juuri silloin poissa. Näin silti uudet, asiakkaan valitsemat hyllyt, jotka oli juuri samalla viikolla asennettu. Niiden värit ja tyyli sopivat hyvin yhteen graafisen ilmeen kanssa, kuten myös hyllyn sisällöstä kertovat tekstikyltit.

Otin liiketilan ulkoikkunoista valokuvan, jotta pystyisin paremmin tekemään suunnitelman ikkunateippauksista. Aikaisemmassa asiakastapaamisessa yhteyshenkilöni oli toivonut, että teippaukset jättäisivät hyvän näkymän sisälle liiketilaan. Valokuvasta näki hyvin, mihin kohtaan voisi laittaa enemmän, mihin vähemmän teippauksia: esimerkiksi vasemmalla oleva kassa-alueen voisi peittää paremmin ja jättää oikeanpuoleisen ikkunan, josta on hyvä näkyvyys tuotehyllyille ja asiakastilaan, paljaammaksi. Valokuvasta näki myös reunimmaiset ikkunat, jotka antoivat varastokäytössä olevaan liiketilaan. Suunnittelin siihen alun perin hyvin peittävän teippauksen, mutta myöhemmin yhteyshenkilö kertoi, että tila jäisi pois käytöstä kokonaan, joten keskityin muihin ikkunoihin. Mittasin myös ikkunoiden koot, jotta voisin liittää suunnitelmaan tarkat mitat avuksi, kun ikkunateippaukset myöhemmin toteutettaisiin.

Valokuvan pohjalta piirsin yksinkertaistetun viivakuvan, jonka päälle voisin suunnitella erilaisia teippauksia (liite 5). Sijoitin tunnukset ikkunoiden alalaitaan keskelle, josta ne näkyisivät selvästi ohikulkeville ihmisille, mutta eivät peittäisi kuitenkaan ikkunanäkymää. Etsin myös sopivaa tasapainoa tunnuksen ja ikkunan koon kanssa, sillä liian iso tunnus hallitsisi ikkunaa liikaa mutta liian pieni ei näkyisi tarpeeksi kauaksi. Ovessa oleva tunnus oli tarkoituksella pienempi, sillä se on tarkoitettu oven avaavalle asiakkaalle: ovesta olevan tunnuksen ei näin ollen tarvitsisikaan näkyä kauaksi.

Tunnusten taustalle kokeilin erilaisia muotoja graafisia elementtejä mukailien: kokeilin niin puolipalloja kuin kaariakin. Taustateipin väri olisi kuitenkin läpinäkyvää, jolloin sen päällä oleva tunnus, joka olisi läpinäkymätöntä teippiä, näkyisi selvästi ja hyvin. Lisäsin tunnukseen vielä valkoiset reunat, jotta se erottuisi vielä paremmin ja varmasti.

Suunnittelin teippauksia, jotka jatkuisivat ikkunasta toiseen: sellaisella teippauksella voisi saada visuaalisesti hienon näköiset ikkunat ja vasemmanpuoleinen varastotila peittyisi luonnollisesti suurempaan teippialaan. Kokeilin myös suunnitella ikkunoita ikään kuin ”yksilöinä”, jolloin ikkunaruudut muistuttaisivat toisiaan pieniä muutoksia

lukuun ottamatta. Haasteellisinta oli suunnitella sellainen teippaus, joka ei olisi liian yhtenäinen ja tylsä, mutta ei myöskään hajoaisi liian moneen sekavaan osaan.

Ikkuna on pinta-alaltaan iso alue, jonka tarkasteluväli vaihtelee melkoisesti ohikulkijan reitin mukaan. Paikan päällä vierailuni ja ottamani valokuvan perusteella päätin, että todennäköinen ohikulkija ja mahdollinen asiakas kulkisi ikkunoiden ohi joko ihan ikkunoiden vierestä tai noin neljän metrin päässä olevalla kävelytiellä. Kauempana kulkeville ihmisille näkyisi ikkunateippauksen muoto ja väri, mikä myös voisi houkutella asiakkaita lähemmäksi, vaikka tunnuksesta ei saisi enää selvää. Lopulta lähetin lopullisen luonnoksen asiakkaalle, joka hyväksyi sen.

3.6 Graafinen ohjeisto

Kun sekä tunnus, että lomakkeisto ja ikkunateippaukset alkoivat olla suunnittelunsa puolesta valmiita, aloitin graafisen ohjeiston tekemisen (liite 6). Sen tarkoituksena on sisältää kaiken suunnitellun materiaalin, ja kertoa niistä ja niiden käytöstä tarkempaa informaatiota lukijalle. Ohjeisto varmistaa, että jatkossa yrityksen visuaalinen ilme pysyy yhtenäisenä, mikä vahvistaa yrityksen imagoa vuosien saatossa. Se kertoo käyttäjälleen ohjeet siitä, miten materiaaleja tulee käyttää: se ei saa olla liian luovuutta rajoittava, mutta ei myöskään liian väljä. (Juholin – Loiri 2002, 138–140.) Kun olin saanut graafisesta ohjeistosta ensimmäisen luonnosmaisesta version, lähetin sen asiakkaalle hyväksyttäväksi.

Mielestäni tärkeä osa graafista ohjeistoa on esitellä eri variaatiot tunnuksesta, jotta ohjeiston käyttäjä näkee ne yhdellä silmäyksellä ja voi tehdä suunnittelutyönsä näkemänsä mukaan. Tein tunnuksesta myös harmaan ja mustavalkoisen version, joita voi käyttää, kun värillistä tunnusta ei syystä tai toisesta voida käyttää. Mustavalkoinen tunnus on myös kotitulostinystävällinen, jos esimerkiksi väritulostinta ei ole saatavilla. Määritin myös tarkemmin negatiivisen eli valkoisen tunnuksen käyttöä: sitä voisi käyttää vain vihreällä, mustalla tai harmaalla pohjalla. Muun väriset taustat eivät ole suotavia, sillä siinä katoaa nopeasti tunnuksen merkitys: sitä ei osata enää yhdistää juuri Soukan apteekkiin, koska sen vihreä väri on olennainen osa apteekin uutta ilmettä. Musta ja harmaa tausta koetaan mielestäni automaattisesti neutraaleiksi, mutta jos tunnukseen liitetään suoraan väärä väri, se voi alkaa muistuttaa jonkin aivan toisen yrityksen tunnusta, ja alkuperäinen tunnus menettää silloin tarkoituksensa.

Toinen tärkeä asia, joka piti päättää, oli tunnuksen suoja-alue. Tunnuksen suoja-alueelle ei saa sijoittaa mitään tekstiä, kuvaa tai vastaavaa: suoja-alue varmistaa, että ympärillä olevat elementit eivät hukuta tunnusta alleen tai että niitä ei vahingossa yhdistetä tunnukseen. Kokeillessani erikokoisia alueita tulin tulokseen, että parhain ja helpoin mitta alueelle olisi logon sanan ”Soukan” s-kirjaimen korkeus. Tällainen standardimitta helpottaa tunnuksen käyttäjän työtä, sillä se on vaivaton mitata, käyttää ja varmistaa, eikä suoja-alueen käytössä tarvita mitään ylimääräisiä laskuja: riittää, että alue mitataan tunnuksen reunoista lähtien. Lisäksi mitta muuttuu aina tunnuksen koon muuttuessa, jolloin se pysyy aina tarpeeksi erottavana.

Tähän mennessä olin itse käyttänyt suunnittelemissani materiaaleissa apteekin omaa vihreää ja valkoista, enkä ollut edes kaivannut muita värejä. Tajusin kuitenkin, että joskus tilanne voisi vaatia myös toisen värin käyttöä vihreän lisäksi, joten ehdotin toiseksi väriksi harmaata. Se ei loisi ristiriitaa yhdessä vihreän värin kanssa ja olisi tarpeeksi neutraali sen rinnalle. Harmaata väriä voidaan käyttää tarvittaessa esimerkiksi julkaisuissa ja niiden otsikoissa. Mielestäni se varmasti helpottaa myös jatkossa niitä, jotka uuden ilmeen kanssa ovat tekemisissä, ja toisaalta toisen värin määrääminen karsii pois virhevärien käyttöä.

Merkitsin ohjeistoon mukaan valitsemani fontit ja sen varalle, jos kumpaakaan ei voisi käyttää, määräsin käytettäväksi Arial-fonttiperheen. Lisäksi esittelin ohjeistossa kaikki tekemäni materiaalin: käyntikortin, kirjepohjan, kirjekuoret, Microsoft Office Word-pohjan ja ikkunateippaukset. Kirjoitin pienesti materiaaleista, niiden suunnittelusta ja käytöstä. Takasivulle varasin tilaa yhteyshenkilöni määräämille yhteystiedoille, joista ohjeiston tarkastelija saa lisää tietoa materiaaleista tai tunnuksen käytöstä. Ohjeisto jäi vielä viimeistelyä vaille, mutta valmistuu syksyn 2011 aikana.

Koin, että ohjeistoon sisältämäni asiat riittäisivät tässä tapauksessa yrityksen tarpeisiin ja että laajemmalle tai suppeammalle ohjeistolle ei olisi käyttöä. Suunnittelin ohjeistoon selkeän taiton, koska ohjeiston tarkoituksena oli esitellä uutta ilmettä ja sen käyttöä, ei ohjeistoa itseään. Noudatin ohjeistossa kuitenkin uutta ilmettä, sillä sekin oli osa graafista perhettä: myös ohjeistosta löytyy käyntikorteista ja muusta materiaaleista tuttuja graafisia elementtejä.

4 LOPPUSANAT

Projekti oli mielestäni juuri sopivan kokoinen ja laajuinen opinnäytetyöksi suhteutettuna käytettyyn aikaan. Alussa mietittyjen materiaalien määrä väheni työn edetessä jonkin verran, esimerkiksi internetsivujen ulkoasun suunnittelu jäi lopulta pois. Toisaalta se ei haitannut, koska tekemistä riitti ja kokonaisuus oli silti melko kattava.

Kun projekti alkoi, se eteni sykäyksittäin. Asiakkaan antamien tietojen ja taustatutkimuksen perusteella tein luonnoksia, jotka lähetin asiakkaalle, ja asiakkaalta sain palautetta, jonka mukaan tein muutoksia. Työn tekemistä rytmittivät palautteen saaminen. Aikataulun kanssa oli hieman ongelmia alussa, kun selviä päiviä, jolloin aineiston piti olla valmiina, ei ollut vielä tiedossa. Loppua kohden prosessi vauhdittui, ja ehdin saada suunnittelutyön valmiiksi ajoissa. Opinnäytetyötä kirjoittaessani viimeistelin aineiston painokuntoon.

Ensimmäiset ongelmat tulivat eteen tunnuksen suunnittelussa: halusin ehkä liikaa unohtaa apteekin perinteisen symbolismin ja valita aivan oman linjan. Kasvialueiden kanssa olin lopussa melko jumissa. En keksinyt mitään uutta, vaan istuin pitkän aikaa koneen edessä vain pyöritellen hiiren nappulaa. Onneksi suunnittelutyössä tajusin, kuinka voimakas merkki tuo käärmeen ja maljan yhdistelmä oli, ja päädyin kuitenkin käyttämään niitä elementtejä.

Olen kuitenkin tyytyväinen siihen, että löysin uuden näkökulman: sain tehtyä tunnuksesta omannäköisensä, jota ei muualla ole. Se yhtä aikaa kunnioittaa apteekkialan symbolista historiaa, mutta toimii tietynlaisena tienraivaajana: asiat voidaan tehdä myös toisella tapaa perinteiden kunnioittamista unohtamatta.

Fontin suhteen pääsin alkuarkuudesta selvittyäni hyvin liikkeelle. Lopulta oli helppo karsia sopimattomat fontit pois ja valita jäljelle jääneistä sopivin. Väriä valinta oli melko selkeä asiakkaan puolelta, joten siihen en itse päässyt paljoa vaikuttamaan. Se, mihin pystyin vaikuttamaan, oli kuitenkin värin käyttö ja vihreän eri tummuusasteiden hyödyntäminen luomissani materiaaleissa. Vaikka väri oli jo valmiiksi valittu, sitä soveltamaan monella eri tavalla. Asiakkaan valitsema vihreä on hyvän värinen: kirkas ja raikas.

Käyntikortissa painin aluksi asettelun kanssa: pelkäsin, että valitsemani tyyli olisi liian perinteinen tai tylsä. Ajattelin kuitenkin, että käyntikortissa käytetään tiettyjä asetteluja juuri sen takia, että ne on havaittu toimiviksi ratkaisuuksi. Lisäksi tämän työn kohdalla en halunnut alkaa liikaa temppuilla erikoisefekteillä tai vastaavilla, koska asiakasluokkaan kuului myös sellaisia henkilöitä, joita tällaiset voisivat vain hämätä tai häiritä.

Yritin luoda lomakkeistosta mahdollisimman toimivan. Asiakirjan asetusten kanssa olin hieman epävarma: en ollut aluksi varma, mikä asettelu toimisi ja mikä ei. Kokeilemalla ja ottamalla mallia tein kuitenkin parhaani ja toivon, että lopputulos on toimiva.

Ikkunateippauksiin liittyivät aluksi melko samat tunnelmat kuin kasviaiheisiin tunnusluonnoksiinkin. Pyörittelin vain samoja ajatuksia paperilla ja mielessäni, mikä voi osaksi johtua siitä, että asia oli minulle melko uusi. Pääsin kuitenkin eteenpäin tutkimalla muiden ikkunoiden teippauksia ja ottamalla niistä mallia. Myös kokoukset ohjaajan kanssa auttoivat, sillä esille tuli asioita, joita en ollut aikaisemmin ajatellut ja joista en löytänyt tietoa juuri mistään kirjallisuudesta tai vastaavasta. Toisaalta pidin teippausten suunnittelusta, sillä se oli kokonaan uusi asia, ja voisin myöhemmin käyttää sitä tietoa ja kokemusta, jota tästä projektista sain.

Graafisen ohjeiston sisältämien asioiden selventäminen tekstimuotoon tuntui välillä haastavalta: tekstin piti olla lempeästi ohjaavaa, mutta ei saanut kuulostaa siltä, että se pitäisi lukijaansa jotenkin tyhmänä. Pidän ohjeistojen tekemisestä, sillä samalla siinä saa miettiä taittotyyliä pieniä asioita, joita voisi näpertää loputtomiin. Mielestäni sain kokonaisuudesta ehkä yksinkertaisen, mutta käyttäjäystävällisen: ohjeistosta asiat selviävät helposti ja vaivattomasti.

Olisin voinut pysyä aikataulussa paremmin ja jaksottaa tekemistä vielä niin, että työ sujuisi tasaisen jouhevasti. Muutamit pysähtymiskohdat johtuivat juuri siitä, että uusia ideoita ei syntynyt ja luomistyö katkesi. Päämääränäni oli kuitenkin saada työ valmiiksi: asiakkaan luottamusta ei voisi pettää. Sain kuitenkin suunnittelutyön valmiiksi ajoissa, vaikka töiden viimeisteleminen painokuntoon jatkuukin vielä syksyllä.

Mielestäni sain kokonaisuudesta ehjän: kaikki suunnittelemani tuotteet noudattavat apteekin uutta graafista linjaa. Näin ne kantavat uutta ilmettä eteenpäin ja auttavat ih-

misiä yhdistämään uuden tunnuksen ja graafiset elementit juuri Soukan apteekkiin. Hiljalleen ihmiset toivottavasti tietävät jo värimaailmasta ja graafisten elementtien muodosta, että mistä apteekista oikein on kysymys.

Projektissa opin eniten suunnittelemaan ja katsomaan kokonaisuutta, kun luodaan toimiva kokonaisuus. Myös tunnuksen suunnitteluprosessi kävi vielä tarkemmin selville, ja nykyisin en todellakaan väheksy edes pieniä tuhruja paperien reunoissa: ne voivat pelastaa päivän. Vaikka graafinen suunnittelu sisältää nykyisin paljon työskentelyä tietokoneella, tämä projekti vahvisti itselleni myös käsillä tekemisen tärkeyden. Itse en ainakaan aina saa samalla tavalla ideoita tietokoneen näytölle kuin paperille. Kun pitelee kynää ja oikeasti piirtää jotain paperille, ajatukset kiteytyvät paljon täsmällisemmin.

Opin lisää myös symboliikasta ja semiotiikasta. Mielestäni graafisen suunnittelijan työ on välillä kuin salapoliisin työtä: pitää etsiä, selvittää ja kaivaa asioita esille. Tämänkin projektin perusteella voi todeta, ettei suunnittelijan työ ole missään nimessä yksitoikkoista ja tylsää, vaikka varmasti siitä sellaisen saa, jos vain kangistuu kaavoihinsa ja asennoituu negatiivisesti. Mielestäni kirjassa ”What Is Graphic Design?” (Newark 2002, 14) kerrotaan osuvasti graafisen suunnittelijan määre: *The graphic designer then is someone who is always making sense of her material, and mediating it through the forms and codes of visual language.* Graafinen suunnittelija on henkilö, joka tietää luomansa materiaalin taustat ja historian, ja välittää sen eteenpäin asiakkaille hyödyntäen visuaalista maailmaa. Työllä pitää olla sielu, merkitys, jonka suunnittelija antaa sille ja joka kantaa luomistyötä eteenpäin vuodesta toiseen.

Työtä tehdessäni tein parhaani ja olen tyytyväinen lopputulokseen, vaikka välillä työ ajautui pieniin ongelmiin. Joitain asioita olisi voinut tehdä toisin, ja olisin näin säästynyt ylimääräiseltä työltä. Vaikka mieleni teki muutaman asian kohdalla jatkaa hiomista ja pyörittämistä, pitää osata myös lopettaa. Jokaisesta työstä oppii uutta, ja voin hyödyntää oppimaani seuraavassa projektissa. Töiden kautta oppii jotain paitsi tekniikoista ja suunnittelusta, myös itsestään.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Becker, U. 2000. The Continuum encyclopedia of symbols. New York: The Continuum International Publishing Group Inc.

Biedermann, H. & Lempiäinen, P. (toim.) 2002. Suuri symbolikirja. 6. painos. Helsinki: WSOY.

Bringhurst, R. 1999. The Elements of Typography Style. Canada: Hartley & Marks.

Cirlot, J. E. C. 1971. Dictionary of Symbols. 2. painos. London: Routledge.

Eiseman, L. 2006. Color: Messages and Meanings, A Pantone Color Recourse. Massachusetts: Hand Book Press.

Gupta G. D. & Jain N. K. 2008. Modern Dispensing Pharmacy. Hyderabad: Global Media.

Haggard, L. & Hosking, S. 1999. Healing the Hospital Environment: Design, Maintenance and Management of Healthcare Premises. London: Spon Press.

Headley, G. 2005. The Encyclopedia of Fonts. London: Cassel Illustrated.

Juholin E. & Loiri P. 2002. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. 3. painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Nokela, A. 1983. Apteekkiemme aarteita. Helsinki: Kustannus Oy Otava.

Newark, Q. 2002. What Is Graphic Design? Mies: RotoVision.

Rand, P. 1993. Design Form and Chaos. New Haven: Yale University Press.

Raninen, T. & Rautio, J. 2003. Mainonnan ABC: käsikirja. Helsinki: WSOY.

Rihlana, S. 1997. Värioppi. 6. painos. Helsinki: Rakennustieto Oy.

Talvi, V. (toim.) 1990. 100-vuotias Kouvolan I Apteekki. Hangastenmaa: Savon huna-
ja.

Tresidder, J. 2004. 1001 symbolia. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Verkkolähteet

Ascender Corporation by Monotype Imaging. 2011. Saatavissa:
<http://www.ascendercorp.com/font/century-gothic/> [viitattu 14.10.2011].

Harper, D. 2011. Online Etymologia Dictionary. Saatavissa:
<http://www.etymonline.com/index.php?term=hygiene> [viitattu 14.10.2011].

Suomen Apteekkariliitto. 2011. Apteekkariliitto palveluksessasi. Saatavissa:
<http://www.apteekkariliitto.fi/fi/apteekkariliitto.html> [viitattu 26.9.2011].

University of Winscon. 2011. Saatavissa:
<http://www.uwgb.edu/compserv/topics/CenturyGothicGreenold.htm> [viitattu
14.10.2011].

Kuvalähteet

Espoonlahden apteekki. 2011. Saatavissa: <http://www.espoonlahdenapteekki.fi/> [vii-
tattu 2.11.2011].

Hopun apteekki. 2011. Saatavissa: <http://www.hopunapteekki.fi/palvelut.html> [viitattu
2.11.2011].

Today, I learned... 2011. Caduceus. Saatavissa:
[http://dailyscholar.tumblr.com/post/10364140334/a-common-mistake-made-among-
medics-professional](http://dailyscholar.tumblr.com/post/10364140334/a-common-mistake-made-among-medics-professional) [viitattu 2.11.2011].



Käyntikortin etu- ja takapuoli.

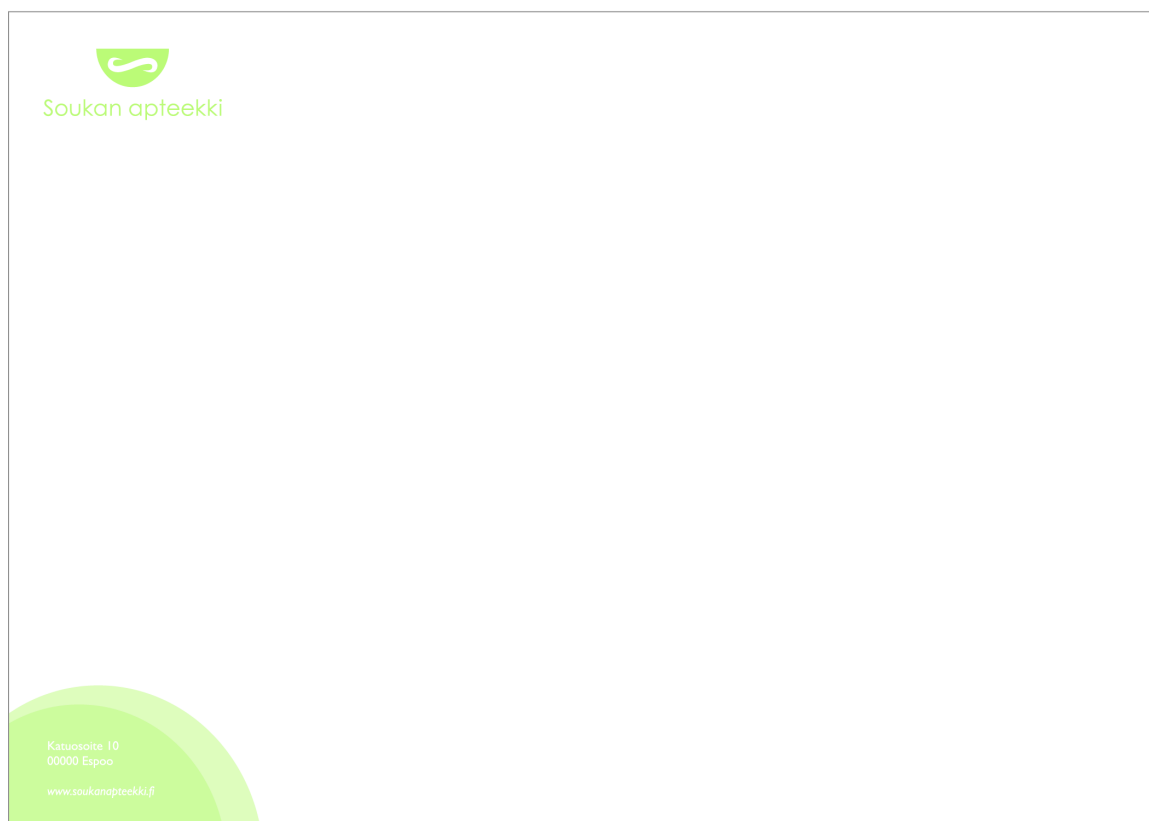
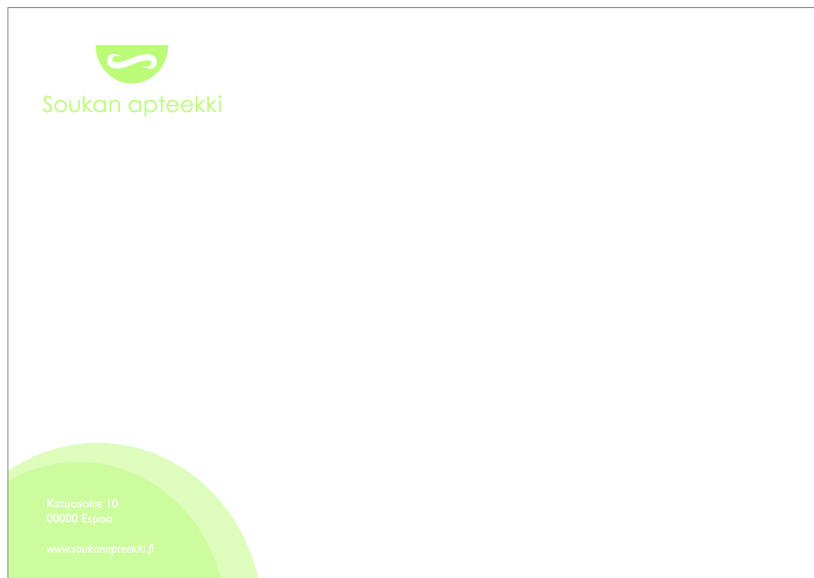


Soukan apteekki

Katuosoite 10
00000 Espoo
www.soukanapteekki.fi



Kirjepohja.



Mallikuva kirjekuorista, ylempänä C5 ja alempana C4 kokoinen.



Soukan apteekki

Mallipohja

1/1

01.01.2011

Asiakas
Esimerkkikatu 10
00000 Espoo

Esimerkkiosoite 10
00000 Espoo
www.soukanapteekki.fi





Suunnitelma apteekkiliikkeen ikkunateippauksista.

