

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Media-alan koulutus

Helmi Hietämäki

UUDEN TYÖNTEKIJÄN OPPAAN VISUAALISUUS JA TAITTO

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2019



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Toukokuu 2019**  
**Media-ala**

Tikkarinne 9  
80200 JOENSUU  
+358 13 260 600

Tekijä  
Helmi Hietämäki

Nimeke  
Uuden työntekijän oppaan visuaalisuus ja taitto

Toimeksiantaja  
Lahtinen & Mantere Oy

**Tiivistelmä**

Opinnäytetyö käsittelee uuden työntekijän oppaan taittoprosessia. Toimeksianto on uuden työntekijän oppaan visualisointi Lahtinen & Mantere Oy -nimiselle mainostoimistolle. Toimeksianto toteutettiin työpaikalla yhdessä suunnittelutiimin kanssa.

Opinnäytetyön tietopohja perustuu alan kirjallisuuteen, blogiteksteihin, artikkeleihin, opetusvideoihin sekä haastatteluun. Tietopohjassa selvitetään luovuuden käsitettä, periaatteita sekä luovuuden edistämistä työympäristössä. Opinnäytetyössä esiteltiin, kuinka graafisen ohjeiston rajat voivat vaikuttaa luovaan prosessiin. Uuden työntekijän oppaan taittoprosessia kuvattiin sekä tietopohjan että toteutetun prosessin esimerkkien avulla. Opinnäytetyön lopputuloksena syntyi valmis uuden työntekijän opas toimeksiantajalle.

Kieli  
suomi

Sivuja 37  
Liitteet 1  
Liitesivumäärä 9

Asiasanat  
Taitto, luovuus, visuaalisuus, graafinen suunnittelu



**THESIS**  
**May 2019**  
**Degree Programme in Media**

Tikkarinne 9  
FI-80200 JOENSUU  
FINLAND  
Tel. + 358 13 260 600

**Author**  
Helmi Hietamäki

**Title**  
Visuality and Layout of New Employees' Guidebook

**Commissioned by**  
Lahtinen & Mantere Oy

**Abstract**

This thesis covers a layout design of the new employees' guidebook via commission. The commission was to visualize the new employees' guidebook for the advertising agency Lahtinen & Mantere Oy. The commission was executed with a design team in the workplace.

The theoretical background of this thesis is based on the literature, blog texts, articles, learning videos and interviews of the creative field. The research focus was to examine creativity concept, principles and how to advance creativity in workplaces. The thesis studied the impact of graphical guidelines in creativity. The layout design of the new employees' guidebook was introduced through the theory and examples of the process. The result of this thesis was a completed layout design of the new employees' guidebook for the commissioner.

**Language**  
Finnish

Pages 37  
Appendices 1  
Pages of Appendices 9

**Keywords**  
Layout, creativity, visuality, graphic design

## Sisälllys

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 1   | Johdanto .....  | 5  |
| 2   | Luovuus käsitteenä.....                               | 6  |
| 2.1 | Luovuuden määritelmä .....                            | 6  |
| 2.2 | Luovuuden neljä elementtiä .....                      | 6  |
| 2.3 | Luovan prosessin vaiheet .....                        | 8  |
| 3   | Luovuus osana työympäristöä .....                     | 9  |
| 3.1 | Luova talous .....                                    | 9  |
| 3.2 | Luovuutta edistävät tekijät .....                     | 10 |
| 3.3 | Flow .....  | 12 |
| 3.4 | Luova yksilö.....                                     | 13 |
| 4   | Luovuus ja graafisen ohjeisto.....                    | 14 |
| 4.1 | Graafisen ohjeiston määritelmä .....                  | 14 |
| 4.2 | Luovuus graafisen ohjeiston rajoissa .....            | 15 |
| 5   | Toimeksianto ja tavoitteet.....                       | 16 |
| 6   | Suunnittelun aloitus .....                            | 17 |
| 7   | Uuden työntekijän oppaan visuaalisuus ja taitto ..... | 18 |
| 7.1 | Taitto.....   | 18 |
| 7.2 | Typografia .....                                      | 19 |
| 7.3 | Värit .....   | 21 |
| 7.4 | Sivun rakenne .....                                   | 23 |
| 7.5 | Kuvitus.....  | 25 |
| 8   | Valmis työ .....                                      | 31 |
| 9   | Pohdinta.....   | 34 |
|     | Lähdeluettelo .....                                   | 36 |

### Liitteet

|         |                            |
|---------|----------------------------|
| Liite 1 | LM& uuden työntekijän opas |
|---------|----------------------------|

## 1 Johdanto

Kiinnostuin taittamisesta aloitettuani työharjoitteluni mainostoimisto Lahtinen & Mantere Oy:ssä syyskuussa 2018. Moni työtehtävistäni liittyi taittamiseen ja taitto-ohjelmat, kuten Adobe InDesign ja Adobe Illustrator, tulivat minulle hyvin tutuksi. Vaikka erityisesti Adobe Illustrator oli minulle jo alun perin tuttu, oli taittaminen minulle vielä täysin vierasta. Työtehtävien avulla kiinnostuin selvittämään taittamisen perusteista lisää.

Loppuvuodesta 2018 yrityksessä alettiin suunnitella uuden työntekijän oppaan toteuttamista. Tämän oppaan oli tarkoitus toimia apuna uudelle työntekijälle, ja sisältää tarpeellisen tiedon yrityksestä myös vanhoille työntekijöille. Uuden työntekijän oppaalle ei kuitenkaan oltu vielä tässä vaiheessa päätetty tekijää. Aloitin tammikuussa 2019 vakituisena työntekijänä mainostoimisto Lahtinen & Mantere Oy:llä ja sovimme toteuttavani uuden työntekijän oppaan visuaalisen suunnittelun ja taiton.

Opinnäytetyön ensimmäisessä kirjallisessa osuudessa käsittelen luovuuden määritelmää ja teoriaa sekä sitä, miten saadaan aikaiseksi luovuutta tukeva työympäristö. Tämän jälkeen käsittelen luovuuden prosessia rajatun toimeksiannon kautta. Opinnäytetyön toinen osuus perehdyttää lukijan suunnittelun eri vaiheisiin niiden tietoperustan kautta. Kolmannessa osuudessa syvennyttään tarkemmin valmiiseen työhön, sen prosessiin sekä yritykseltä tulleeseen palautteeseen.

Lopputuloksena syntyi valmis uuden työntekijän opas toimeksiantajalle. Sain hyödyntää luovuuttani täysin vapaasti samalla kun noudatin yrityksen graafista ohjeistoa. Työpanokseni ja etukäteen määriteltyjen elementtien avulla oppaasta saatiin persoonallinen, mutta silti yrityksen näköinen tuotos. Tässä opinnäytetyössä nähdään oppaasta tekstien osalta "sensuroitu" versio. Piilotettujen tietojen ei ole kuitenkaan tarkoitus vaikuttaa oppaan visuaalisuuteen, joka on tässä opinnäytetyössä kuitenkin pääroolissa. Oppaasta on myös poistettu sivut, joiden tekstien piilottaminen olisi vienyt

sisällön myös visuaalisuudelta. Tällaisten sivujen visuaaliset elementit on kuitenkin sisällytetty opinnäytetyön työskentelyprosessista kertovaan kappaleeseen.

## **2 Luovuus käsitteenä**

### **2.1 Luovuuden määritelmä**

Luovuus on kykyä yhdistää erilaisia asioita yhteen aivan uudella tavalla ja tuottaa käyttökelpoisia ja omaperäisiä tuotoksia. Luovuutta voidaan tarkastella neljän peruselementin avulla: yksilön, tuotoksen, prosessin ja luovuutta edistävän tai ehkäisevät ympäristön kannalta. (Peltomaa 2002; Uusikylä & Piirto 1999, 21.) Tärkeä luovan henkilön piirre on kyky havaita ja ratkaista ongelmia, joita muut eivät välttämättä näe (Uusikylä & Piirto 1999, 21). Luova henkilö etsii aina uusia ratkaisuja eikä tyydy tavanomaiseen ja tuttuun (Peltomaa 2002).

Luovuutta löytyy kaikilta elämän osa-alueita. Yhtä lailla luova voi olla niin ydinfyysikko, opettaja kuin taiteilijakin. Luovuutta voi olla vaikea tunnistaa, mikäli alue johon luovuus kohdistuu, on laaja-alainen tai rajoiltaan epämääräinen. Luovuus ei ole vain yksilön ominaisuus. Luovaa henkilöä varten on jo olemassa eräänlainen näyttämö yleisöineen, joka koostuu kollegoista, auktoriteeteista ja arvostelijoista, joilla on valtaa sekä nostaa esiin lahjakkuuksia mutta myös estää heidän pääsyä esille. Yksinäisten luovien henkilöiden on vaikeaa päästä esiin, jos julkisuus ja tukijaryhmä puuttuvat. (Uusikylä & Piirto 1999, 13-14.)

### **2.2 Luovuuden neljä elementtiä**

Kun luovuus on määritelty, voidaan tutkia sitä tarkemmin neljän elementin jaottelun avulla. Näitä elementtejä voidaan leikkisästi kutsua "neljäksi peeksi" sanojen ensimmäisten kirjaimien mukaan. (Uusikylä 2012, 59.)

Persoonaa muodostuu luonteenpiirteistä, älystä, arvoista ja asenteista (Uusikylä 2012, 59). Luovan persoonan on mahdollista käyttää persoonallisuutensa kaikkia ääripäitä työstäessään luovaa prosessiaan. Hän voi olla samaan aikaan energinen ja laiska tai leikkisä ja kurinalainen. Varautunut ihminen voisi tietyissä tilanteissa haluta olla spontaanimpi, mutta niin kauan kuin hän piilottaa itsestään tämän toisen puolen, hänen on vaikea olla täysin luova. (Uusikylä & Piirto 1999, 56-57.) Vanhemmissa lähteissä, kuten Uusikylän ja Piirron teoksessa "Luovuus: Taito löytää, rohkeus toteuttaa" (1999), persoonasta on käytetty myös sanaa yksilö.

Prosessilla tarkoitetaan vaiheita, joita yksilö käy läpi saavuttaakseen tavoitteen (Uusikylä 2012, 59). Luovaa prosessia kuvataan usein Graham Wallasin esittelemän neljän luovan prosessin vaiheen jaottelun kautta. Nämä neljä vaihetta esitellään tarkemmin kappaleessa 2.3. Prosessiin liittyy myös vahvasti Csikszentmihályin kehittämä termi flow, johon syvennyttään lisää opinnäytetyön kappaleessa kolme. (Uusikylä & Piirto 1999, 63-65.)

Luovasta prosessista seuraa lopputulos, produkti (Uusikylä & Piirto 1999, 68). Produkti on luova tuote, keksintö tai ajatus (Uusikylä 2012, 60). Alan asiantuntijat voivat arvioida, osoittaako produkti korkeatasoista luovuutta eli onko se korkealaatuinen ja omaperäinen (Uusikylä & Piirto 1999, 68). Produktin arviointiin kannattaa kuitenkin suhtautua kriittisesti, sillä laadukkuus ja omaperäisyys voidaan tulkita eri tavalla henkilöstä riippuen.

Paine muodostuu luovan yksilön ja ympäristön välisestä suhteesta, joka vaikuttaa luovaan suoritukseen (Uusikylä 2012, 60). Joissakin yhteyksissä paine-sanalla käytetään listauksissa sanaa ympäristö, erityisesti vanhemmissa lähteissä (Uusikylä & Piirto 1999, 70). Ympäristöjä on erilaisia ja eri tekijöistä riippuen ne voivat joko suosia tai tukahduttaa luovuutta. Ympäristöön kautta voidaan myös tarkastella historiallista ajankohtaa, jolloin luova työ suoritetaan. Esimerkiksi Picasso toi kuvataiteisiin jotain aivan uutta ja näin ollen työ oli luovaa. Samaa tyyliä jatkavia voidaan pitää uranuurtajaan verrattuna vähemmän luovina. (Uusikylä 2012, 61.)

### 2.3 Luovan prosessin vaiheet

Luovalle prosessille voidaan mainita useita eri vaiheita. Uusikylän ja Piirron (1999; 63, 107) mukaan Graham Wallas (1926) kuvaa luovaa prosessia neljän vaiheen kautta. Grahamin luovan prosessin vaiheet selkeyttävät prosessin ymmärtämistä ja antavat sille määritellyt raamit. Vaiheiden ymmärtäminen on erityisen hyödyllistä tilanteissa, joissa henkilö kokee prosessin eteenpäin viemisen haastavaksi. Luovan prosessin vaiheilla voidaan seurata missä kohtaa prosessia ollaan menossa ja mikä olisi seuraava vaihe, johon pureuduttaisiin. (Kärnä 2017.)

Valmisteluvaiheen aikana aloitetaan ongelman työstäminen ja asetetaan työlle tavoitteet. Valmisteluvaihe on vaiheista tärkein, sillä luovaa ratkaisua on mahdotonta löytää, mikäli todellinen ongelma ei ole vielä tiedossa. (Uusikylä & Piirto 1999; 63, 107.) Mitä selkeämmin ongelma määritellään, sitä helpompaa sitä on alkaa työstämään (Kärnä 2017).

Kypsyttelyvaiheessa aihe voidaan hetkeksi aikaa jättää hautumaan. Esimerkkinä tästä voidaan pitää tiedostamatonta työskentelyä, joka tapahtuu unen aikana. Työskentelijä saattaa aamulla valaistua jostakin ongelmasta, jota ei illalla millään ratkaissut. Kypsyttelyvaiheessa työskentelijän kaikki aistit havaitsevat ympäriltä materiaalia tulevien ideointivaiheiden avuksi. (Uusikylä & Piirto 1999; 63, 107.)

Oivallusvaiheessa ongelman ratkaisu saattaa syntyä kuin itsestään, jonkinlaisena ahaa-elämyksenä (Uusikylä & Piirto 1999; 63, 107). Mikäli näin ei kuitenkaan ole, voidaan oivallusvaihetta pitää ideointivaiheena ja ongelmalle koitetaan keksiä useita mahdollisia ratkaisuja, olivatpa ne hyviä tai huonoja. Huonokin idea voi johtaa parempaan ratkaisuun muunneltuna tai avata kokonaan uuden näkökulman. (Toivanen 2015b.)

Toteamisvaiheessa voidaan testata ongelmaan syntynyttä ratkaisua. Se joko hyväksytään tai hylätään. Prosessi on yksilöllinen jokaiselle työskentelijälle.



(Uusikylä & Piirto 1999; 64, 107.) Kun ideoista on löytynyt se paras, konkreettinen työ voi alkaa (Toivanen 2015b).

Luova prosessi ei kuitenkaan aina ole näin johdonmukainen. Luova prosessi on jännittävä ja kiehtova mutta usein myös turhauttava. (Uusikylä & Piirto 1990, 107.) Luovalle prosessille on hyvin tyypillistä, että ongelmanratkaisu voi olla jokseenkin epäjärjestelmällistä (Uusikylä & Piirto 1990, 63). Luova prosessi voi myös olla hyvin erilainen henkilöistä tai ammatista riippuen. Esimerkiksi graafisen suunnittelijan luova prosessi voi poiketa suuresti copywriterin luovasta prosessista, vaikka peruseriaatteet pysyisivätkin samana.

### **3 Luovuus osana työympäristöä**

#### **3.1 Luova talous**

Luovuuden määrittelyn ja peruseriaatteiden selväksi teon jälkeen voidaan syventyä tutkimaan luovuutta talouden ja työyhteisön näkökulmasta. Suomen talouselämässä on jo pitkään näkynyt luovan työn merkityksen kasvu (Wilenius 2004, 11). Luovan talouden käsite yleistyi käytössä 2000-luvun alussa, kun käsitteen teki maailmalla tutuksi muun muassa Richard Florida vuonna 2002 julkaistulla teoksellaan *The Rise of Creative Class*. Teoksessa luovaa taloutta käsitellään Floridan kehittämän termin, luovan luokan, avulla.

Luovuus on talouden yksi keskeisin voimavara. Menestys luovalla alalla syntyy kyvystä hyödyntää osaamista, sillä yhä merkittävämpi osa työstä on intellektuaalista ja perustuu osaamiseen. Työskentely ja työympäristö ovat myös entistä vaihtelevampia. (Wilenius 2004, 45-46.) Yksilöt ja yritykset, jotka tarjoavat luovuuteen tai tekijänoikeuksiin liittyvää osaamista palveluina tai tuotteina asiakaskunalleen, muodostavat luovan talouden kentän. Keskiössä luovassa taloudessa ovat ne luovat yksilöt, jotka synnyttävät toiminnallaan uusia innovaatioita, esimerkiksi palvelukonsepteja, uusia tapoja toimia, uusia tuotteita ja palveluja sekä brändejä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 8-9.)

### 3.2 Luovuutta edistävät tekijät

Luova talous perustuu käsitykseen yksilön luovuuden merkityksestä työyhteisölle. Organisaation tärkeimmäksi tavoitteeksi tulee asettaa työntekijöiden luovuuden vaaliminen, sillä työntekijää ei saa luovaksi käskemällä. Luovaa taloutta voidaan pitää uskona yksilön valtaan, sillä viime kädessä työntekijä itse omistaa kaikista tärkeimmän tuotannon tekijän, luovuuden. (Grünstein 2005, 14.) Turvaamalla luovien yksilöiden toimintakyvyn ja vahvistamalla omaehtoista verkostoitumista ja yhteisöllisyyttä, voidaan parantaa luovan talouden toimintaedellytyksiä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 7).

Luovuus on asia, jota ei voida pakottaa, mutta sille voidaan kuitenkin luoda edellytyksiä (Wilenius 2004, 12). Luovuuden edistämiseen ei ole helppoja ja yleispäteviä menetelmiä, mutta on olemassa keinoja, joilla siihen voidaan joissain määrin vaikuttaa. Professori Teresa Amabile (1998) on koostanut kuusi tekijää, joilla työnantaja voi tehostaa luovuutta yrityksessään. Nämä seikat huomioon ottaen voidaan työpaikasta luoda asetta hedelmällisempi työyhteisö luoville tekijöille.

Työpaikan luovuutta voidaan edistää antamalla työntekijöille heidän kykyihinsä nähden sopivia haasteita. On erittäin tärkeää, ettei työntekijöiltä vaadita liikaa tai liian vähän. Edellytyksenä tälle on se, että työpaikan johtoporras opettelee tuntemaan alaisensa hyvin. (Amabile 1998.) Työn on oltava tarpeeksi haasteellista, jotta työntekijä kokee työn tärkeäksi (Heikkilä 2010, 97; Uusikylä 2012, 188). Tämä edesauttaa työstä motivoitumista ja ilon tunnetta. Sopiva haasteellisuus myös edesauttaa työntekijän aitoa sitoutumista yhteisiin tavoitteisiin sekä yhteisöllisyyden tunnetta; vaikeudet halutaan voittaa yhdessä, eikä työtoverien kanssa tarvitse kilpailla. (Uusikylä 2012, 188.) Sopiva haaste myös edesauttaa flow-tilaan pääsyä ja edesauttaa työntekijän mielihyvää työtehtävästä.

Vapautta voidaan kuvata esimerkiksi vuorikiipeilystä. Johtoporras näyttää, mikä vuori kiivetään, mutta työntekijät saavat täydet vapaudet ja luovuuden päättää, miten vuori kiivetään. Autonomia auttaa työntekijöitä työskentelemään juuri heille sopivalla tavalla, kuitenkin samalla haastaen itseään yhteistä tavoitetta kohti. Työnantajan on pidettävä huolta, että työn tavoite pysyy samana, sillä työtä on lähes mahdotonta toteuttaa, mikäli tavoite vaihtelee. (Amabile 1998.)

Tärkeimmät resurssit työprojekteissa ovat aika ja raha. Työnantajien täytyy työskennellä näiden resurssien kanssa varovasti. On äärimmäisen tärkeää, että he valitsevat sopivat työntekijät oikeisiin tehtäviin tai päättävät kuinka paljon aikaa ja rahaa työntekijöille tai projektille annetaan. (Amabile 1998.) Työntekijöille on annettava tarpeeksi aikaa ideoiden kypsyttelyyn ja niistä keskusteluun (Uusikylä 2012, 188). Usein unohdettu resurssi luovuuden suhteen on fyysinen tila. Mukavasta toimistosta ei ole haittaa luovuudelle ja se voi jopa kirvoittaa luovuutta. "Oikeanlaisen" fyysisen tilan luominen ei kuitenkaan auta, mikäli muut resurssit eivät ensin ole kunnossa. (Amabile 1998.)

Luovaa ryhmää suunnitellessa tulee ottaa huomioon työryhmien piirteet. Tehokkain luova ryhmä saadaan yhdistämällä työntekijöitä, joilla on vaihtelevia näkemyksiä ja erilaiset taustat. Ideat ovat luovimmillaan eri asiantuntemuksien omaavien henkilöiden keskuudessa. Monimuotoisuus työntekijöiden välillä on kuitenkin vasta lähtökohta. Ensimmäiseksi työryhmän kaikilla jäsenillä täytyy olla sama kiinnostus yhteiseen tavoitteeseen. Toiseksi työryhmän jäsenten täytyy jakaa sama halukkuus auttaa muita ryhmän jäseniä vaikeuksissa. Kolmanneksi, jokaisen jäsenen täytyy osata arvostaa muiden ryhmän jäsenten asiantuntemusta ja näkökulmaa. Oikeanlainen kemia työryhmän välillä on erittäin tärkeää, joskin se voi osoittautua haastavaksi saavuttaa. (Amabile 1998.) Luovuus kuolee ihmisten ristiriitoihin, mutta kukoistaa näkemysten ristiriidoista (Uusikylä 2012, 189).

Työnantajat ovat usein hyvin kiireisiä ja tämä voi aiheuttaa sen, ettei luovista pyrkimyksistä muisteta antaa työntekijöille kiitosta. Työntekijät eivät tarvitse jatkuvasti kannustavaa huutosakkia, mutta työstään täysin nauttimiseen

työntekijät tarvitsevat tunteen siitä, että tekevät organisaatiolle tärkeää työtä, he tarvitsevat valvovaa rohkaisua. Menestyksekkäät työnantajat tiedostavat työntekijöiden luovan työn ja antavat heille tunnustusta. Luovuutta tappavat työnantajat epäonnistuvat huomaamaan innovatiivisten ideoiden potentiaalin ja saattavat vastata kritiikillä ja skeptisyydellä. Liian kriittinen asenne voi aiheuttaa sen, että työntekijöiden keskuuteen syntyy pelon ilmapiiri. Tämä voi aiheuttaa työntekijöiden siirtymisen palkkioiden tavoitteluun, sen sijaan, että he tavoittelisivat luovaa työskentelyä. (Amabile 1998.)

Työntekijöiden luovuutta tukee työnantajien rohkaiseva käytös, mutta todella tehokasta luova työskentely on silloin, kun koko organisaatio tukee sitä. Koko organisaation laajuinen tuki on organisaation johtoportaan tehtävä. Luova työ tulee asettaa jo organisaation arvoihin tärkeäksi prioriteetiksi. Organisaation tulee myös palkita luovaa työtä välttämällä kuitenkin rahallisia palkkioita lahjomisen pelossa. Rahalliset palkkiot voivat tuntua työntekijöistä siltä, kuin heitä yritettäisiin kontrolloida. Mikäli työntekijä ei saa luovista ansioistaan pätevää palkkiota, hän voi alkaa tuntea itsensä hyväksikäytetyksi tai vähintäänkin arvottomaksi. Tärkeintä mitä johtoporras voi tehdä, on luovuuden tukeminen informaation jakamisen ja yhteistyön avulla. (Amabile 1998.)

### **3.3 Flow**

Luovien alojen yritysten tavoitteena tulisi olla flow-tilaa tukeva työympäristö. Flow on Mihaly Csikszentmihályin kehittämä termi, jolla tarkoitetaan syvän mielihyvän ja psyykkisen eheyden tunnetta. Flow-tilaan voi päästä löytämällä työn tai harrastuksen, jossa voi antaa luovalle prosessille täyden vallan. (Uusikylä 2012, 127.) Flow on spontaani tunne, joka voi tapahtua kenelle tahansa työtään rakastavalle, oli kyseessä sitten tieteen, urheilun tai kuvataiteen ala. Flow-tilassa psyykkinen energia virtaa aivan kuin itsestään, ja flow-tilassa oleva henkilö tuntee olevansa tarmoa täynnä. Kaikki toiminta tuntuu hyvin vaivattomalta. (Csikszentmihályi 2004; Uusikylä 2012, 127.)

Flow-tilassa ajan käsite häipyy ja tunnit saattavat alkaa tuntua minuuteilta. Myös tietoisuus omasta itsestä voi hävitä ja palata tehtävän jälkeen vielä entistäkin selvempänä. Henkilö toimii flow-tilassa kuin automaattisesti. Tehtävän tekeminen käy kuin itsestään, eikä työhön liittyviä asioita tarvitse murehtia. Flow-tilassa henkilö myös kokee olevansa koko ajan kontrollissa toiminnastaan. (Uusikylä & Piirto 1999, 66; Uusikylä 2012, 127.)

Uusikylä listaa useita asioita, jotka Csikszentmihalyi on koostanut lisäämään flowta elämään. Näitä ovat esimerkiksi turhien asioiden murehtimisen lopettaminen ja huomion keskittäminen tavoitteiden asettamiseen. Mikäli jotain asiaa tehdessä ilon määrä kasvaa, sitä kannattaa tehdä enemmän. On tärkeää muistaa nauttia niistä asioista, joita jo osaa sekä kehittää näitä taitoja (Uusikylä 2012,135.)

Erityisen oleellista flow-prosessissa on tehtävän vaikeustaso. Sen on oltava oikeassa suhteessa henkilön taitoihin. Mikäli taidot ovat vielä vähäiset, tehtävien tulee olla tarpeeksi helppoja, mutta ei kuitenkaan aivan alkeellisia. Suurin nautinto flowsta saadaan, kun henkilö työskentelee lähellä kapasiteettinsa ylärajaa. Kaiken huomiokyvyn on oltava kiinni toiminnassa. Tässä tilanteessa henkilö saattaa olla niin keskittynyt työhönsä, että toiminta muodostuu lähes automaattiseksi ja henkilö lakkaa olemasta tietoinen siitä, mitä tekee. (Uusikylä 2012, 128-129.) Työpaikalla flow-tilan vaaliminen onnistuu huomioimalla erilaisten työtehtävien haasteellisuuden. Flow-tilaan tarvitaan täydellinen keskittyminen sekä tavoitteellinen toiminta, joten työnantajien on huomioitava tehtäviä antaessaan työntekijän valmiudet työn suorittamiseen.

### **3.4 Luova yksilö**

Edeltävien kappaleiden avulla voidaan todeta, että luovuutta ei voida edistää vain sormia napsauttamalla, vaan sen eteen on tehtävä töitä. Flow-tilan saavuttamiseen vaaditaan ainakin Amabilen esittämän kuusi tekijää luovuuden saavuttamiseksi työpaikalla. Työnantajalla on suuri vastuu työntekijöiden hyvinvoinnin kannalta, eikä luovuustekijöitä kannata missään nimessä

laiminlyödä, mikäli halutaan luoda avoin ja viihtyisä työympäristö. Työnantaja ei kuitenkaan ole yksinomaan vastuussa työpaikan luovuudesta vaan työntekijällä itsellään on myös valta vaikuttaa asioihin, etenkin itseensä.

Henkilökohtaisia luovuutta estäviä tekijöitä ovat esimerkiksi Minna Karjulan (2015, 18-24) opinnäytetyössään mainitsevat pelko, vertailu, perfektionismi, häpeä, ajatusten lukkiutuminen, kiire, itsetuntemuksen puute sekä mielenterveysongelmat. Voidaan siis ymmärtää, että luovuudelle löytyy useita esteitä, joiden laatu vaihtelee suuresti. Erityisesti sisäiset ongelmat eli ihmisen kokemat negatiiviset tunteet ovat suuri estävä tekijä luovan työn prosessissa. Ihminen voi koettaa havaita nämä sisäiset ongelmat ja pyrkiä parhaansa mukaan korjaamaan niitä.

Luova yksilö voi koettaa edistää omaa luovuuttaan pyrkimällä onnellisuuteen ja sopivaan määrään lepoa (Karjula 2015, 25). Rentoutumisella ja levolla voi yksilö myös mahdollistaa helpomman pääsyn flow-tilaan (Uusikylä 2012, 135). Hän voi myös mahdollistaa luovuutta uudistamalla ajattelunsa tapaa ja koettamalla olla ennakkoluuloton uusien asioiden kohtaan. Luova yksilö voi myös pyrkiä olemaan mahdollisimman rohkea sekä motivoitunut ja näin vaikuttaa positiivisesti luovuuteensa. (Karjula 2015, 25-35.)

## **4 Luovuus ja graafisen ohjeisto**

### **4.1 Graafisen ohjeiston määritelmä**

Ennen kuin lähdetään tutkimaan luovuutta graafisen ohjeiston rajoissa, on hyvä määritellä, mitä graafisella ohjeistolla tai talotyyllillä tarkoitetaan. Graafinen ohjeisto on opas, joka luodaan yhtenäistämään yrityksen ilmettä. Persoonallinen yritysilmpe erottaa yrityksen muista samankaltaisista yrityksistä ja helpottaa yrityksen muistamista ja tunnistamista. Ohjeisto tulee suunnitella kerralla kestäväksi vuosiksi eteenpäin, eli se ei saa olla hetken mielijohteesta tai ajan muotitrendeistä syntyvä ratkaisu. Visuaalinen linja on yhteisökuvan luomisen yksi keskeisimmistä työvälineistä. (Loiri & Juholin 2002, 129.)

Graafinen ohjeisto pitää sisällään tyylin, muodot ja värit. Oppaasta löytyy tarkat säännöt logon ja merkkien käytöstä sekä kaikki käytettävissä olevat kirjasintyypit. Se on tae yhdenmukaisesta linjasta ja sen hallinnasta. Opas antaa kehukset, jonka sisällä valintoja tehdään. Graafisen tyylin esiintymispaikkoja voivat esimerkiksi olla yrityksen käyntikortit, kirjelomakkeet, esitteet ja muut julkaisut, opasteet ja toimitilat. (Loiri & Juholin 2002; 129, 136-139.)

## **4.2 Luovuus graafisen ohjeiston rajoissa**

Haasteeksi luovassa työprosessissa voivat osoittautua työn toimeksiannon ja esimerkiksi aiemmin mainitun graafisen ohjeiston rajaukset. Toivonen (2019) kuvaa asiakkaalle tehtävää luovaa prosessia niin kutsutun hiekkalaatikko-vertauskuvan kautta. Toimeksiannon saaneella suunnittelijalla on käytössään niin sanottu hiekkalaatikko, joka on tarkasti rajattu ja jonka sisällä hänellä on lupa toteuttaa luovuuttaan rajattomasti. Hiekkaa ei kuitenkaan saa mennä yhtään laatikon ulkopuolelle. Hiekkalaatikkona voidaan tässä tapauksessa pitää asiakkaan graafista ohjeistoa ja toiveita sekä briefiä. Yksi voi ratkaista haasteen tekemällä sieviä ja yksinkertaisia hiekkakakkuja hiekkalaatikossa, kun taas toinen rakentaakin hiekkasta raketin, jolla lentää galaksista toiseen. Laatikon sisällä on siis mahdollista toimia ajatteleamalla sen ulkopuolelta. (Toivonen 2019.)

Täysin avoin ja rajaton hiekkalaatikko voi myös estää suunnittelijan luovuutta (Kesti 2017, 27). Rajattomat mahdollisuudet saattavat aiheuttaa sen, että aikaa kuluu turhaan loputtomaan pohdintaan siitä, mikä onkaan paras tai oikea ratkaisu (Vuorinen 2018). Rajat voivat toisinaan olla jopa luovuutta kirvoittava voima, sillä ne haastavat kunnianhimoisen suunnittelijan jopa rikkomaan määritellyjä rajoja niin luovasti, että joskus olemassa oleviin ohjeisiin tai asiakkaan määrittelemiin toiveisiin voidaan perustellusti jopa vaikuttaa. Tällöin tiukat rajat voivat hieman antaa myös periksi, jolloin luovan ratkaisun tuloksena toteutuu ajatus: "Mikään ei ole mahdotonta". (Toivonen 2019.)

Toivonen (2019) kiteyttää asian vielä kysymykseen: ”Miten onnistuu luovuus, kun tiukat rajat on?” Tähän kysymykseen kuuluu vastata: ”Luovuus on aina rajaton!” (Toivonen 2019.)

## **5 Toimeksianto ja tavoitteet**

Lahtinen & Mantere Oy on vuonna 1983 Ilpo Mantereen ja Alpo Lahtisen toimesta perustettu mainostoimisto. Vuoteen 2005 asti ainoa toimisto oli Turussa, mutta Lahtinen & Mantere Oy:n yhdistyttyä samana vuonna kansainvälisen Saatchi & Saatchi mainostoimistoketjun kanssa toimisto avattiin myös Helsinkiin. Mainostoimisto ehti olla Saatchi & Saatchin alaisuudessa 12 vuotta, kunnes vuonna 2017 Saatchi & Saatchista lähtemisen jälkeen toimintaa jatkettiin itsenäisenä suomalaisena mainostoimistona. Vuoden 2019 huhtikuussa mainostoimistolla on 34 työntekijää, joista 26 työskentelee Turussa ja kahdeksan Helsingissä. (Lahtinen & Mantere Oy, 2019.)

Sain Lahtinen & Mantere Oy:ltä helmikuussa 2019 toimeksiannon taittaa ja visualisoida heille uuden työntekijän opas. Kohderyhmänä oppaalla toimivat yrityksen uutena taloon tulevat työntekijät, mutta sen on tarkoitus palvella myös yrityksen nykyisiä työntekijöitä. Tavoitteena oli koota opas, joka perehdyttää uuden työntekijän yrityksen tarinaan, arvoihin, työtapoihin, etuihin ja ihmisiin. Oppaan mielikuvatavoite oli saada uudet ja nykyiset työntekijät tuntemaan itsensä etuoikeutetuiksi, koska työskentelevät Lahtinen & Mantere Oy:n ammattitaitoisessa ja empaattisessa yhteisössä.

Minun vastuualueeni oli oppaan visuaalisuus, mutta osallistuin myös jonkin verran oppaan sisällön ideointiin. Visuaalisuuden on tarkoitus mukailla yrityksen graafista ilmettä, olemalla rento ja mukaansatempaava ja sulkemalla pois liiallisen virallisuuden. Tein tiivistä yhteistyötä Lahtinen & Mantere Oy:n copywriterin ja Creative Coachin Saara Toivosen kanssa, joka kirjoitti oppaan sisällöt.



## 6 Suunnittelun aloitus

Toimeksiannon sopimisen jälkeen yrityksen ylemmältä taholta meille suunnittelutiimiläisille toimitettiin dokumentti, johon oli koottu kaikki asiat, jotka uuden työntekijän oppaan haluttiin sisältävän. Tämä dokumentti toimi työn alkuvaiheessa sisällysluettelona. Työtä lähdettiin edistämään copywriterin kanssa suunnittelupalavereilla, joissa suunniteltiin oppaan rakenne ja tyyli sekä lukijan tavoitemielikuva. Saimme myös osaltamme vaikuttaa oppaan sisältöön ehdottamalla mahdollisia sisältöjä.

Visuaalinen suunnittelutyö alkoi, kun minulle lähetettiin dokumentti, joka sisälsi yrityksen graafisen ohjeiston. Lahtinen & Mantere Oy:n graafinen ohjeisto ei ollut laaja, sillä se sisälsi tiedot yrityksen logon käytöstä, typografiasta sekä väreistä. Käytännöllisesti katsoen opas sisälsi kaiken tarpeellisen, mutta se jätti silti avoimeksi esimerkiksi sen, miten yrityksen tulisi käyttää valokuvia tai muuta kuvitusta. Tämä ei kuitenkaan vaikuttanut suunnitteluprosessiin negatiivisesti, sillä sain ehdottaa oppaaseen erilaisia visualisointeja, jotka voisivat toimia graafisen ohjeiston kanssa.

Sain työskennellä graafisen ohjeiston kanssa niin vapaasti kuin halusin. Yrityksen graafista ohjeistoa ei ollut vaikeaa seurata. Sen rajoissa oli helppo olla luova ja suunnitella erilaisia visualisointeja oppaaseen. Graafisen ohjeiston lisäksi tutkin yrityksen yrityspresentaatioita, joista myös löytyi hyödyllisen sisällön ohella mielenkiintoisia graafisia elementtejä. Aloin suunnittelemaan sekä paperille että Adobe Indesigniin sitä, miltä opas voisi visuaalisen ilmeen puitteissa alkaa näyttämään.

Työvälineiksi toimeksiannon prosessissa valikoituivat Adoben sovellukset Indesign taittamiseen, Illustrator vektorigrafiikan tuottamiseen ja Photoshop kuvien jälkikäsittelyyn. Oppaan olisi voinut taittaa kokonaan myös Illustratorilla niin, ettei Indesignia olisi tarvinnut käyttää ollenkaan. Koin Indesignin kuitenkin tärkeäksi välineeksi oppaan työstämisessä, sillä se on optimaalisin sovellus

tekstinkäsittelyyn. Toinen syy valinnalle oli myös se, että halusin opetella käyttämään sovellusta vieläkin paremmin. Käytössäni oli Lahtinen & Mantere Oy:n puolelta myös piirtopöytä, mutta sen käyttö jäi vähäiselle.

Alkuvaiheessa tutkin muiden yritysten uuden työntekijän oppaita ja tein Pinterest-kuvasovellukseen moodboardin, johon keräsin erilaisia kiinnostavia visuaalisia elementtejä. Moodboardilla tarkoitetaan leikekirjaa, johon voidaan koota samaan paikkaan erilaisia inspiroivia tyylejä suunnittelu aloittamisen tueksi (Alanen-Brandt, 2017). Moodboardin teko osoittautui alkuvaiheessa hyvin hyödylliseksi, sillä sain nopeasti käsityksen siitä, millainen oppaan visuaalisuus voisi olla ja mihin suuntaan haluaisin alkaa viemään sitä.

Jatkoimme copywriterin kanssa suunnittelupalavereja, joissa esittelin erilaisia suunnitelmia oppaan visuaalisuuteen. Päädyimme yksimielisesti yksinkertaiseen vektorigrafiikkaan sekä yrityksen värien korostamiseen. Saatuaani copywriterilta alustavia tekstejä oppaaseen pääsin myös suunnittelemaan typografian esillepanoa oppaassa.

## **7 Uuden työntekijän oppaan visuaalisuus ja taitto**

### **7.1 Taitto**

Taitoksi voidaan kutsua julkaisun tai painotuotteen elementtien sommittelua ja tyyllittelyä yhtenäiseksi kokonaisuudeksi haluttuun muotoon taitto-ohjelman, esimerkiksi Adobe InDesignin avulla. Julkaisuja voivat olla esimerkiksi lehdet, esitteet, kirjat, tuoteluettelot ja internetsivut. (Rantanen 2007, 220; Toivanen 2015c.) Painotuotteen taittoja voivat esimerkiksi olla pakkaukset, myyntierälaatikot ja etiketit. Onnistuneen taiton tunnusmerkkejä ovat mielenkiintoisuus, helppolukuisuus, puhuttelevuus ja informatiivisuus (Loiri & Juholin 2002, 70; Toivanen 2015c).

Taitto on useiden toisiinsa liittyvien asioiden summa. Näitä ovat typografia (muun muassa otsikot, ingressit, väliotsikot, ja kuvatekstit), graafiset elementit (muun muassa värit ja logot), kuvat (muun muassa valokuvat ja kuvitukset) sekä erikoistehosteet (esimerkiksi stanssaukset ja folioinnit). (Toivanen 2015c.)

Hyvän taiton tarkoitus on helpottaa lukijaa omaksumaan lukemaansa ja näkemäänsä. Taiton sivujen on oltava tarpeeksi samanlaisia, mutta toisistaan selkeästi eroavia, jotta ne palvelisivat kokonaisuutta tarpeeksi hyvin. Erilaiset taittoratkaisut ohjaavat lukijan mielikuvia taiton sisällöstä. Kuvien ja tekstien esillepano vaikuttaa paljolti siihen, onko kirja tai lehti luettava ja kiinnostava. (Rantanen 2007, 160-161.)

## 7.2 Typografia

Typografialla tarkoitetaan kirjaintyyppien valintaa ja käyttöä. Typografia-sana juontaa juurensa kreikankielisiin sanoihin *typos* ja *grafein*. Typos-sanalla on tarkoitettu jäljennöstä, kuvaa, leimaa tai merkkiä. Grafein-sanana päämerkitys on kirjoittaa. Yhdessä typos- ja grafein-sanoista saadaan siis kirjoittaminen. Typos-sanana useat merkitykset pitävät sisällään kaikki kirjoittamisen muodot, oli kyseessä sitten käsin kirjoittaminen tai metallisilla painokirjaimilla kirjoittaminen. (Itkonen 2019, 11.) Typografian päämäärä on helpottaa viestin välittymistä oikeanlaisena (Toivanen 2015d). Se voi sekä selkeyttää, kunnioittaa, jakaa että piilottaa viestin niin halutessaan (Bringhurst 2012, 17).

Uuden työntekijän oppaan taiton kirjaintyyppiksi valikoitui Gotham (kuva 1). Sitä käytetään jo esimerkiksi Lahtinen & Mantere Oy:n internetsivuilla lähestulkoon ainoana kirjaintyyppinä sekä otsikoissa että leipätekstissä. Gotham löytyy sivuilta useissa eri lihavoitimuodoissa, niin gemenana kuin versaalinakin. Gemenalla tarkoitetaan pienaakkosia ja versaalilla suuraakkosia (Itkonen 2019, 12). Oppaassa käytetään Gothamista versiota, jossa a-kirjain, (kuva 2) ei sisällä yläpuolella olevaa kaarta, jota myös kutsutaan koukuksi (Itkonen 2019, 17).

# GOTHAM

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö

Kuva 1. Esimerkki Gotham-fontista.

a

Koukullinen  
a-kirjain.

a

Koukuton  
a-kirjain.

Kuva 2. Esimerkki Gotham-fontin a-kirjaimen eri versioista.

Gotham on groteski kirjaintyyppi, jolla tarkoitetaan sitä, että se on tasavahva päätteetön kirjaintyyppi. Uusgroteskin Gothamista tekee g-kirjaimen muoto, sillä groteskissa kirjaintyyppissä on kaksisilmukkainen g-kirjain, kun taas uusgroteskeissa alasilmukka on avonainen (kuva 3). (Itkonen 2019, 52.) Päätteellisestä fontista käytetään nimitystä antiikva (Itkonen 2019, 12). Groteskin ja antiikvan ero voidaan nähdä kuvassa 4.

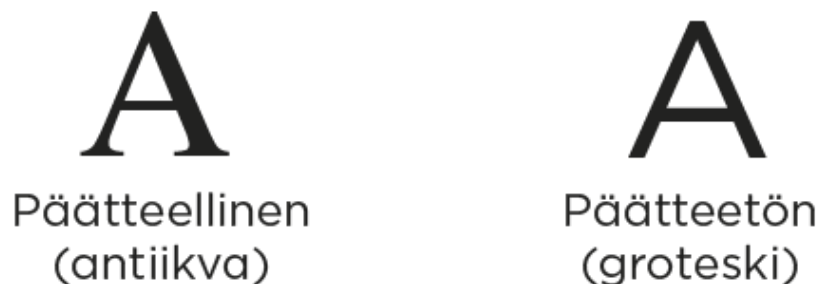
g

Groteski  
kirjaintyyppi.

g

Uusgroteski  
kirjaintyyppi.

Kuva 3. Groteskin ja uusgroteskin kirjaintyyppien ero.



Kuva 4. Antiikvan ja groteskin kirjaintyyppin ero.

Gotham-fontin on muotoillut Tobias Frere-Jones, ja se julkaistiin laajana kirjainperheenä vuonna 2000. Kirjaintyyppi perustuu perinteisiin muotoihin, mutta ei tavoittele mielikuvaa vanhasta. Kirjaintyyppin malli juontaa juurensa 1930-50-lukujen New Yorkiin, jossa kilpimaalarit maalasivat mainoskilpiä hyvin samankaltaisella typografialla. Keskeisiä piirteitä fontissa ovat ympyrät ja symmetriset kaaret, jotka olivat erityisen helppoja maalattavia kilpimaalareille. (Itkonen 2015, 122-124.)

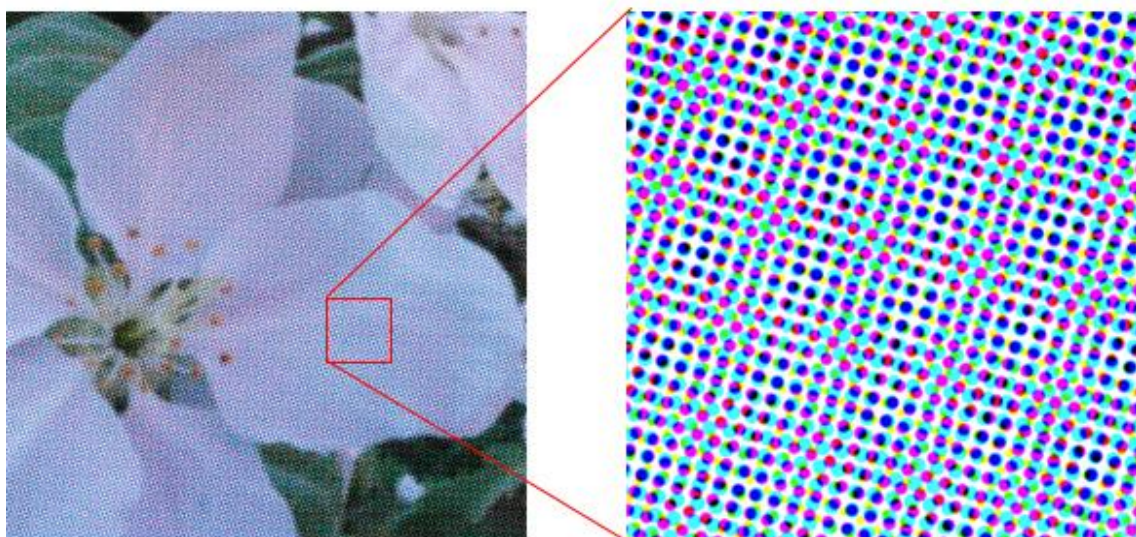
Sivun leipätekstin pistekooksi on suositeltu 9-12 pistettä, sillä yhtään suuremmat kuuluvat jo otsikkokäyttöön ja pienemmät ovat useasti jo vaikealukuisia (Itkonen 2019, 91-92). Tämän ohjeen mukaan uuden työntekijän oppaan leipätekstin kooksi asetin suurimman mahdollisen pistekoon eli 12 pistettä. Isojen otsikoiden pistekooksi valikoitui 34 pistettä ja väliotsikoille 18 pistettä. Leipätekstin riviväliksi on kannattavampaa asettaa 1-4 pistettä suurempi luku kuin kirjainkoko (Itkonen 2019, 91-92). Uuden työntekijän oppaan leipätekstin riviväliksi asetin 14,5 pt, eli 2,5 pt suurempi kuin leipätekstin pistekoko.

### 7.3 Värit

Uuden työntekijän opasta suunniteltaessa piti erityisesti ottaa huomioon värit, sillä kaikki värit eivät toistu painotuotteessa samalla tavalla kuin tietokoneen ruudulla. Opas suunniteltiin jaettavaksi ainoastaan sähköisessä muodossa, mutta painamisen mahdollisuus piti kuitenkin ottaa huomioon. Painamiseen

sopivia värejä ovat CMYK- ja Pantone-värijärjestelmät, kun taas sähköiseen jakeluun sopivimmat ovat RGB-värit (Toivanen 2015e).

CMYK-lyhenne tulee englanninkielisistä sanoista *cyan* (syaani), *magenta*, *yellow* (keltainen) ja *key* (avainväri eli musta). CMYK-värejä käytettäessä puhutaan usein neliväripainosta, sillä kaikki neljä väriä painetaan paperille erikseen. CMYK-värien voimakkuutta voidaan säätää rasteripisteillä (kuva 5). Niiden tiheys ja koko vaikuttavat lopulliseen väriin. (Loiri & Juholin 2002, 188; Toivanen 2015e.)



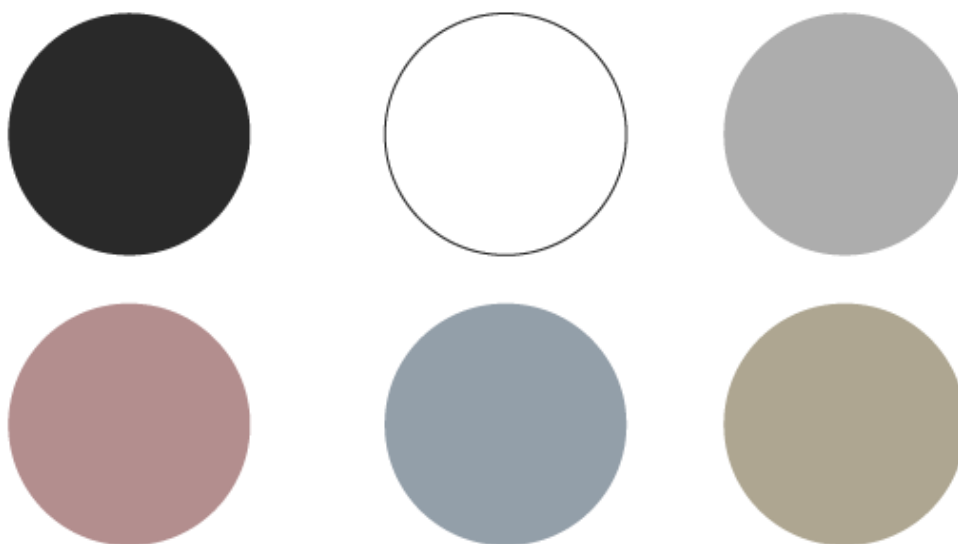
Kuva 5. Esimerkki rasterista lähietäisyydeltä.

Pantone-väreillä työskentely saa varmimmin aikaan halutun värin tuotetta painaessa. Värit sekoitetaan erivärisistä musteista ennen painamista. Etuna niillä on tasalaatuisuus ja kohdistusongelmien vähentyminen. Pantone-värejä voi valita painetuista PMS-värikartoista järjestysnumeroiden avulla. Painotuotteeseen saadaan aina tarkalleen värikartalta poimittu väri. (Loiri & Juholin 2002, 177; Toivanen 2015e.)

RGB on kolmivärijärjestelmä, jossa värejä toistetaan kolmella värillä. Nämä kolme väriä ovat punainen, vihreä ja sininen. RGB-lyhenne tulee värien englanninkielisistä nimistä: *red* (punainen), *green* (vihreä) ja *blue* (sininen).

(Rantanen 2007, 219.) Tietokoneen näytöissä, puhelimissa ja televisiossa käytetään RGB-värijärjestelmää värien esittämiseksi (Toivanen 2015e).

Lahtinen & Mantere Oy -mainostoimiston uuden työntekijän oppaan väreiksi valittiin samat maanläheiset sekä trendikkäät värit, joita graafisen ohjeiston lisäksi nähdään myös toimiston internetsivuilla (kuva 6). Päävärit ovat musta ja valkoinen, mutta oppaassa käytetään myös muita värejä, erityisesti korostamaan eri kategorioiden eroja. Oppaassa käytettiin RGB-värijärjestelmän värejä, jotta värit toistuisivat elektronisilla laitteilla mahdollisimman hyvin. Värien optimoiminen jakelutavan mukaan edesauttaa miellyttävää lukukokemusta, joten oppaasta voidaan tehdä myös tulostamiseen sopiva versio, jossa käytetään CMYK-värijärjestelmän värejä.



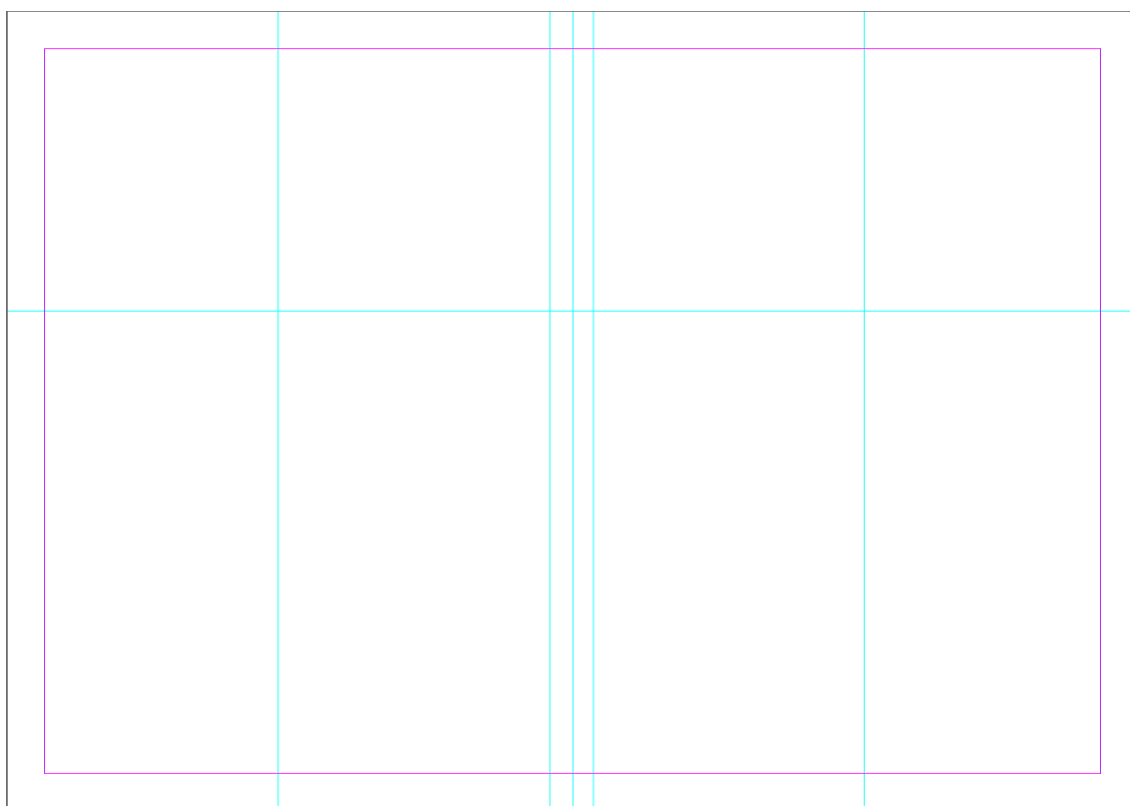
Kuva 6. Uuden työntekijän oppaan värit.

#### 7.4 Sivun rakenne

Uuden työntekijän oppaan sivun mitoksi päätin 297 millimetriä leveän ja 210 millimetriä korkean arkin eli vaakamallisen A4-paperikoon. Näiden mittojen kanssa oli helppo työskennellä ja tilaa oli tarpeeksi niin tekstille kuin kuvituksellekin. Koon suunnittelussa ei tarvinnut ottaa huomioon painokustannuksia, sillä opas julkaistaan sähköisessä muodossa.

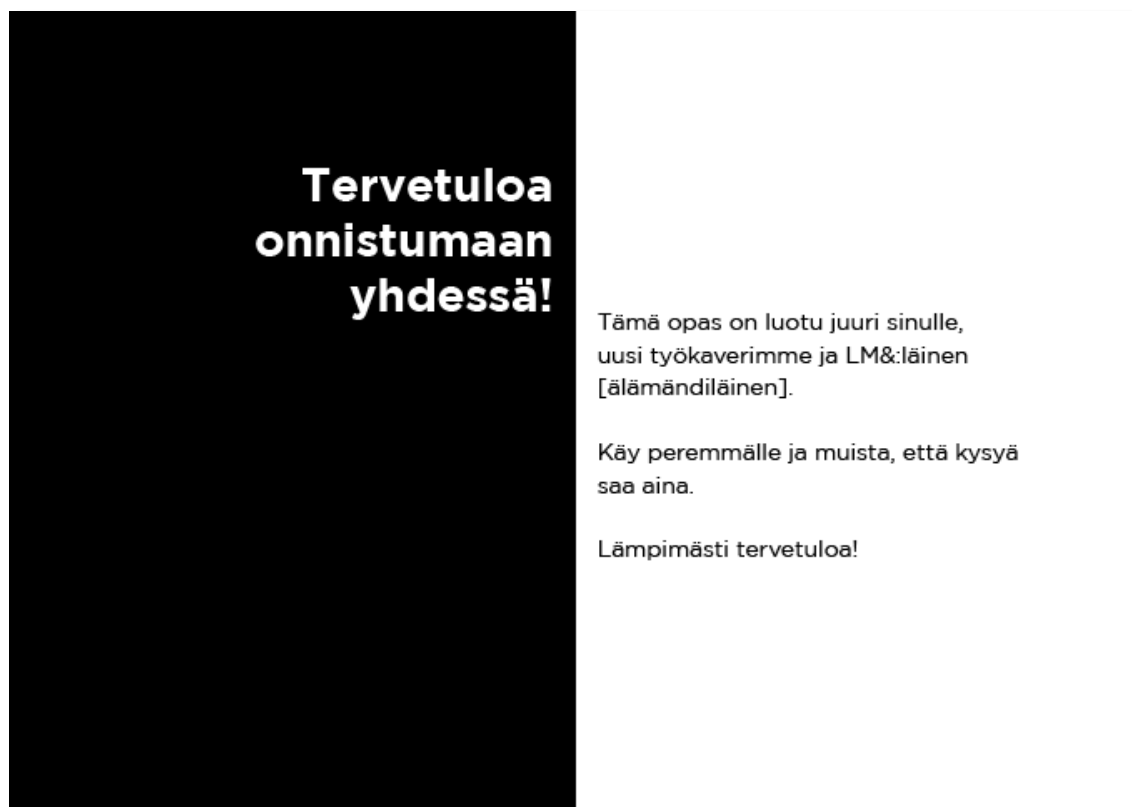
Yksittäishenkilöt voivat tulostaa uuden työntekijän oppaan näin halutessaan, mutta sitä ei paineta kirjaksi.

Taiton suunnittelussa auttaa gridi, jonka tarkoituksena on säilyttää yhtenäinen linja koko taitossa. Hyvänlainen gridi antaa suunnittelijalle mahdollisuuden rakentaa taiton kokonaisuudesta mielenkiintoisen ja vaihtelevan, mutta kuitenkin yhtenäisen kokonaisuuden. Gridi tarkoittaa taitto-ohjelmassa näkyviä pysty- ja vaakaviivoja, jotka eivät kuitenkaan näy lopullisessa valmiissa taitossa. (Toivanen 2015c.) Uuden työntekijän oppaan taitossa gridi mahdollisti väljän ja visuaalisesti tyylikkään asettelun (kuva 7). Suurin osa sivuista piti sisällään kahtia jaetun aukeaman, jonka toinen puoli oli aiheen mukaisella värillä ja toinen puoli valkoisella (kuva 8). Sivut, joissa ei ollut tätä kahtia jaettua sivua, olivat elementtiensä asettelulta keskitettyjä.



Kuva 7. Uuden työntekijän oppaan gridi.





Kuva 8. Uuden työntekijän oppaan kahtia jaettu aukeama.

Backmanin (2013, 32) mukaan Bringhurst (2008) määrittelee marginaalit näyttäväksi osaksi sivun ja aukeaman sommittelua. Marginaalit ympäröivät tekstipalstaa ja asemoivat sen paikoilleen sivulle. Backmanin mukaan Bringhurst esittää laajojen marginaalien luovan mielikuvaa arvokkuudesta. Oppaan marginaalit jätettiin melko suuriksi, sillä tekstin määrä ei vaatinut aukeamalta liikaa tilaa ja suuret marginaalit olivat mahdolliset. Uuden työntekijän oppaassa jätettiin myös tarkoituksellisesti joitakin alueita tyhjiksi. Tyhjä tila arvottaa, ryhmittää ja jäsentää taittoa. Se ei ole pelkkä taustakangas, vaan aktiivinen osa painotuotetta. Tyhjä tila korostaa otsikon merkitystä ja helpottaa lukemista (Rantanen 2007, 169-170.)

## 7.5 Kuvitus

Kuvituksella tarkoitetaan tekstiä valaisevaa ja tukevaa kuvaa. Kuvan tärkein tehtävä on luoda oikeanlainen tunnelma tekstin aihetta kohtaan ja herättää lukijassa mielenkiintoa. Kuvituskuvalla voidaan esimerkiksi havainnollistaa

muuten monimutkaisen tekstin ymmärrettävyyttä. Erityisesti opetustarkoituksiin kuvituskuvat ovat oiva apu. Kuvitus voi olla niin valokuvia kuin digitaalisia piirroksia tai taidegrafiikkaakin. (Toivanen 2015a.) Lahtinen & Mantere Oy:n graafinen ohjeisto ei sisältänyt sääntöjä siitä, miten yrityksen kuuluu käyttää kuvitusta visuaalisuudessaan. Sain siis käyttää luovuuttani aivan vapaasti uuden työntekijän oppaan kuvitusten suunnittelussa. Lopulta suunnittelin oppaaseen vektorigrafiikkaa ja ikoneita sekä määrittelin, miten valokuvia uuden työntekijän oppaassa käytettäisiin.

Päädyin käyttämään uuden työntekijän oppaan kuvituksissa selkeää vektorigrafiikkaa sekä käsiteltäviä aiheita havainnollistavia ikoneita. Vektorigrafiikka pääsi oikeuksiinsa Lahtinen & Mantere Oy:n toimistojen kuvilla (kuva 9). Käytin kuvissa yrityksen värejä, jotta ne sopisivat oppaan muuhun visuaaliseen tyyliin.



Kuva 9. Helsingin ja Turun toimistojen rakennusten vektorigrafiikat.

Suunnittelin uuden työntekijän oppaan ikonit (kuva 10) tukemaan kategorioiden pikkuotsikoita. Ikonien ei ollut tarkoitus toimia asiayhteydessä täysin yksinään, vaan niiden yhteyteen liitettiin aina aihetta tukeva otsikko. Ikonit suunniteltiin tuomaan oppaaseen hieman huumoria. Esimerkiksi ”Työaika”-otsikolle ei suunniteltu perinteistä kelloa kuvaavaa ikonia vaan herätyskelloa kuvaava ikoni.

Tällä koitettiin rikkoa oppaan mahdollista jäykkyyttä, sekä tukea aiheiden mieleenpainuvuutta.



a.



b.



c.



d.



e.



f.



g.



h.



i.



j.



k.



l.



m.



n.



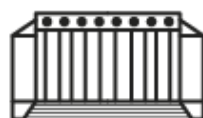
o.



p.



q.



r.



s.



t.



u.



v.



w.

Kuva 10. Oppaan ikonit: a. työaika, b. palkka, c. vuosilomat, d. liukumavapaat e. puhelinetu, f. lounassetelit, g. kalenterivapaat, h. eläketurva ja vakuutukset, i. urheiluetu, j. kulttuurietu, k. sairaus ja muut poissaolot, l. työsuojelu, m. sairausajan palkka, n. shopper experience, o. event experience, p. media experience, q. product experience, r. Helsinki (eduskuntatalo), s. Turku (Turun

linna), t. terveydenhuoltoasemat, u. LM& Loveletter, v. sosiaalisen median kanavat, w. kotisivut

Suunnittelin ikoneille yhtenäisen hieman pyöreäreunaisen visuaalisuuden. Samaa pyöreäreunaista muotoa käytin myös toimistojen vektorigrafiikkakuvien mustissa ääriviivoissa. Pyöreät muodot mielletään yleisesti sympaattisiksi, ystävällisiksi ja harmittomiksi. Vastaavasti teräväreunaiset muodot voivat viestiä luotettavuudesta, perinteikkyydestä, dynaamisuudesta ja päättävyydestä. Muuttamalla terävät reunat pyöreämmäksi, voidaan ikonista saada helpommin lähestyttävä. (Koe 2018.) Ikonit voidaan lisätä Lahtinen & Mantere Oy:n graafiseen ohjeistoon, jotta niitä voidaan hyödyntää myös muuallakin kuin vain uuden työntekijän oppaassa.

Käytin valokuvia oppaassa maltillisesti ja ne olivat joko mustavalkoisia tai ne muokattiin monochrome-valokuviksi. Monochromella tarkoitetaan kuvia, joissa on pelkästään yhden värin sävyjä (Dam 2019). Oppaassa tämä tarkoitti kuvia, jotka oli muokattu kategorian kanssa samanvärisiksi. (Kuva 11.) Monochrome-valokuvien hyödyksi voidaan mainita yksinkertaisuus, tekstuurien korostaminen sekä nostalgiset elementit. Niistä saadaan myös helposti dramaattisia, sillä kontrastia voidaan nostaa korkeaksi. (Ohnsman 2018.) Kuvaa 11 katseltaessa voidaan todeta huomion kiinnittävän etualalla oleviin suuriin kukkiin taustan jäädessä vähemmälle huomiolle. Tällä kuvamuunnoksella haettiin yhtenäistä linjaa oppaan muun yksinkertaisen ja selkeän visuaalisuuden kanssa. Valokuvista ei haluttu hallitsevaa elementtiä, mutta ne haluttiin kuitenkin sisällyttää oppaaseen. Valokuvista on nostettu esiin oppaan kategorioiden suhteen oleellinen.



Kuva 11. Esimerkki oppaan valokuvien värimuunnoksesta ennen ja jälkeen muokkauksen.

Kuvituksen ohella hyödylliseksi graafiseksi elementiksi osoittautui yrityspresentaatioissa käytetty piikikäsreunainen ympyrä (kuva 12). Tällä elementillä saatiin nostettua esiin tärkeitä tietoiskuja sekä hauskoja kommentteja uuden työntekijän oppaan sisällöstä. Ympyröiden ohella hyväksi elementiksi osoittautui niiden yhteydessä käytetyt lainausmerkit, joilla myös tavoiteltiin vähemmän jäykkää asennetta oppaan visuaalisuuteen.



Kuva 12. Oppaassa käytetty elementti tietoiskujen yhteydessä.

Suunnittelin oppaaseen myös typografisen visualisoinnin englanninkielisestä lauseesta "One team, one dream", joka tarkoittaa suomeksi käännettynä "yksi tiimi, yksi unelma" (kuva 13). Tämä ajattelutapa näkyy jokaisessa Lahtinen & Mantere Oy:n prosessissa ja siksi se oli oleellista sisällyttää oppaaseen. Tämä typografinen visualisointi sijaitsee oppaassa vain työntekijöiden käyttöön tarkoitettulla sivulla, joten sitä ei nähdä tämän opinnäytetyön liitetiedostossa.



Kuva 13. "One team, one dream."

## 8 Valmis työ

Uuden työntekijän opas valmistui visuaalisuudeltaan huhtikuussa 2019. Yhteistyö copywriterin kanssa oli antoisaa ja helppoa. Sain aina apua sitä tarvitessani ja vastavuoroisesti annoin copywriterille tekstistä näkemykseni aina hänen pyytäessään. Toimivasta yhteistyöstä hyvä esimerkki on se, että emme

välillä malttaneet vapaa-ajallakaan olla suunnittelematta opasta inspiraation iskiessä, vaan lähettelimme ideoita sähköpostitse iltamyöhään. Työn ensimmäiselle vaiheelle oli annettu aikaa kuukausi. Toiselle vaiheelle eli kommenteista tulleille korjausehdotuksille annettiin aikaa kaksi viikkoa. Aikaa työn tekemiselle oli siis aivan tarpeeksi.

Työskentelyprosessimme suunnittelutiimin kesken sujui aivan tietopohjassa kuvatun luovan prosessin vaiheiden tavoin. Asetimme työlle aluksi tavoitteet ja jätimme sen hetkeksi hautumaan. Kuten oivallusvaiheessa mainitaan, ongelman ratkaisu saattaa syntyä kuin itsestään. Sain hieman yhtäkkiä idean oppaan visuaalisuuteen ja aloin toteuttamaan siitä ehdotusta. Samaan aikaan copywriter oli jo alkanut suunnitella oppaan tekstiä, joten pääsimme aloittamaan konkreettisen työn. Mielestäni luovan prosessin vaiheiden tunteminen entuudestaan auttoi työskentelyprosessiamme, sillä kykenimme arvioimaan missä vaiheessa prosessi oli etenemässä.

Uuden työntekijän opas esiteltiin aluksi pienemmälle kokoonpanolle Helsingin toimipisteessä ja muutamien korjauksien jälkeen lähetettiin koko johtoryhmän nähtäväksi. Työhön oltiin hyvin tyytyväisiä ja oppaan visuaalinen ulkonäkö sai positiivista palautetta. Sain kehuja siitä, että olin noudattanut graafista ohjeistoa ja samalla suunnitellut visuaalisesti luovan kokonaisuuden. Rakentava palaute keskittyi lähinnä oppaan sisältöön, jota täydentelimme ja korjailimme palautteen saannin jälkeen suunnittelupalavereissa yhdessä copywriterin kanssa. Tämän jälkeen työn sisältö lähetettiin myös tarkastettavaksi palkanlaskijalle, jotta varmistettiin, ettei uuden työntekijän oppaasta löydy virheellistä tietoa. Palkanlaskijan palautteen avulla oppaasta saatiin lopullisin versio.

Suurin osa ikoneista sai kiitosta huumoristaan ja selkeydestään. Erityisesti yksinkertaisuus ja ikonien pyöreäreunainen muoto sai hyvää palautetta. Sain yrityksen muilta työntekijöiltä hyviä kehitysideoita muutamiin suunnittelemiini ikoneihin oppaassa. Esimerkiksi työterveyslääkäriasemien yhteyteen olin suunnitellut omat ikonit kuvaamaan sekä Helsinkiä että Turku. Ikoneihin oli ikuistettu Helsingistä eduskuntatalo ja Turusta Turun linna. Lääkäriasemat eivät kuitenkaan sijaitse lähelläkään näitä rakennuksia, joten koimme, että paras ja



selkein ikoni tähän yhteyteen olisi yksinkertainen risti, jolla on usein kuvattu esimerkiksi lääkäriasemia ja apteekkeja. Eduskuntatalon ja Turun linnan ikoneja päädyttiin käyttämään toisessa yhteydessä, joten niiden tekeminen ei ollut missään tapauksessa turhaa.

Toimistojen rakennusten vektorikuvat saivat paljon kehuja. Kuvien toteuttaminen oli omalta osaltaan myös mielenkiintoinen projekti. Tein kuvat Adobe Illustratorilla oikeiden valokuvien päälle, joten alkuun päästäkseni tarvitsin rakennuksista kuvat. Halusin Helsingin rakennuksen kuvaan raitiovaunun, joten kuvan ottamiseen tarvittiin juuri oikea ajankohta. Lopulta päätin rakentaa kuvan kahdesta eri valokuvasta. Turun toimiston valokuvan sain Turun valokuvaajalta. Hän onnistui saamaan valokuvaan juuri samanlaisen kuvakulman, joten vektorikuvat päätyivät näyttämään hyvin samankaltaisilta keskenään, vaikka rakennukset ovat hyvin erilaiset.

Opinnäytetyön tietopohjassa esitelty termi flow oli usein mukana työskennellessäni oppaan äärellä. Useammin kuin kerran huomasin käyttäneeni monta tuntia oppaan parissa, vaikka aikaa tuntui kuluneen vain hetki. Flow-tilaan pääseminen ei osoittautunut kohdallani siis mitenkään vaikeaksi. Erityisen helppoa flow-tilaan pääsyssä oli työskentelyni Adobe InDesignin kanssa. Ohjelman komennot ja peruseriaatteet olivat minulle tuttuja muiden Adoben ohjelmistojen kautta, mutta muuten käyttö vaati jonkin verran opettelua ja virheiden kautta oppimista. Taiton toteuttaminen InDesignilla oli selvästi hyvä päätös, sillä projektien avulla opin paljon uutta asioista, joista en vielä tiennyt niin paljoa. Mielestäni flow-tilan mahdollisti kohdallani sopiva tehtävänanto ja hyvä työilmapiiri, jonka puitteissa oli helppo tempautua täysin työn tekemiseen.

Uuden työntekijän onnistuneen perehdyttämisen kannalta työskentelyssäni ja oppaan lopputuloksessa oli mielestäni oleellisinta mahdollisimman selkeä ja perusteltu visuaalisuus. Tämä vaati omalta osaltaan tarkkaa suunnittelua ja pohtimista. Uuden työntekijän kannalta oppaan piti olla ymmärrettävissä Lahtinen & Mantere Oy:n aineistoksi, joten oli erittäin hyvä asia, että graafista ohjeistoa oli niinkin helppo noudattaa. Palautetta oppaan toimivuudesta olisi

ollut mukava saada oppaan ensisijaisen kohderyhmän jäseniltä eli yrityksen uusilta työntekijöiltä. Tällaisia henkilöitä ei kuitenkaan valitettavasti ollut, sillä toukokuussa 2019 olin itse yrityksen uusin työntekijä. Omalta osaltani voin kuitenkin sanoa, että koin oppaan hyvin hyödylliseksi uuden työntekijän näkökulmasta. Myös yrityksen vanhat työntekijän antoivat oppaalle hyvää palautetta ja uskoivat sen palvelevan hyvin yrityksen uutta työntekijää. Jään suurella mielenkiinnolla odottamaan, koska yritykseen palkataan lisää työntekijöitä, joille opas voidaan antaa.

Opas ei varsinaisesti tule koskaan olemaan täysin valmis. Se tulee elämään ja sitä on tarkoitus korjailla ja täydennellä aina kun se koetaan tarpeelliseksi. Uusille työntekijöille lähetettäviin versioihin tullaan aina merkitsemään päivämäärä, jotta voidaan osoittaa, milloin oppaan sisältämä tieto on ollut relevanttia.

## **9 Pohdinta**

Koen, että Lahtinen & Mantere Oy voi vahvasti hyötyä uuden työntekijän oppaan ohella myös koostamistani luovuutta ja luovaa työympäristöä käsittelevistä kappaleista. Vaikka yrityksessä noudatetaankin vahvasti luovuutta ja flow-tilaa tukevaa työympäristöä, on silti aina mahdollisuus parantaa ja oppia lisää. Luovuutta ei kuitenkaan voi koskaan olla liikaa ja sen ylläpitämiseksi on tehtävä kaikki mahdollinen.

Opinnäytetyötäni auttoi mielestäni vahvasti se, että lähdin tutkimaan tietopohjaa aivan alusta asti eli alkajaisiksi selvitin luovuuden perusteita. Luovuus on terminä jo etukäteen tuttu varmasti kelle tahansa alan työntekijälle, mutta sen avaaminen asiantuntijatekstien avulla auttoi kokonaisuuden hahmottamisessa. Koen myös, että luovuuden neljän elementin listassa mainittu paine oli myös yksi osasyitekijä luovuuteeni uuden työntekijän oppaan parissa. Työn tekeminen oli mielekkäämpää, kun toimeksiantajana oli oma työpaikka ja omaa tuotosta voisi tulevaisuudessa nähdä uusien työntekijöiden näyttöpäätteillä.

Paine ja ympäristö edesauttoi myös oppaan visuaalisuutta, sillä halusin tehdä siitä niin esteettisen kuin mahdollista, jotta kokisin ylpeyttä siitä, että olen itse toteuttanut sen.

Näin jälkikäteen ajateltuna myös luova talous oli omalta osaltaan läsnä toimeksiantoni toteuttamisessa. Monen muun luovan alan lisäksi myös mainosala kuuluu luovan talouden piiriin, sillä mainostoimistot sisältävät uusien innovaatioiden, tuotteiden, brändien ja palvelujen tuottajia. Graafisessa suunnittelutyössäni luova talous näkyi täysin uutena tuotteena Lahtinen & Mantere Oy:lle, jolla ei aikaisemmin ollut ollut uuden työntekijän opasta. Tuotoksen luovuuden mahdollisti sopivan tarkka, mutta kuitenkin rajattu tehtävänanto, jonka parissa oli helppo työskennellä.

Omalta osaltani voin sanoa, että opin opinnäytetyöni avulla paljon uutta sekä luovuudesta että taittoprosessista. Koen myös kehittyneeni valtavasti niin luovana tekijänä kuin graafisena suunnittelijänäkin. Erittäin vahvaksi tämän positiivisen tunteen tekee opinnäytetyön avulla kokonaan uuden sovelluksen haltuunotto. Tulen varmasti hyötymään tulevaisuudessa paljon Adobe Indesignin käyttötaidoistani. Luovuuden osalta suurimmat oppimani asiat liittyivät luovaan työympäristöön sekä siihen miten flow-tilaa voidaan vaalia työpaikalla. Hyvin opettavaista oli myös selvitys siitä, miten työskentelyssäni graafisen ohjeiston rajat taipuivat luovaan työskentelyyn.

Jatkokehitysideana uuden työntekijän oppaalle voisin nähdä virtuaalisen kirjan, joka toimisi selaimen kautta. Tästä voisin nähdä esimerkkinä, vaikka kauppakeskusten alennushulinoiden kuvastot, joita voidaan selata kuten paperista versiota, mutta jotka toimivat selaimessa. Näin ollen esimerkiksi videoiden upottaminen oppaaseen mahdollistuisi. Tämä kuitenkin vaatisi internetyhteyttä oppaan selaamiseen, joten aivan täydellinen ratkaisu se ei välttämättä olisi. Tässä vaiheessa oppaan työstämistä emme kuitenkaan kokeneet tarvetta tällaiseen versioon, mutta ehkä se olisi mahdollista tulevaisuudessa.

Mikäli saisin aloittaa työn nyt alusta asti, en usko, että muuttaisin mitään. Vaikka työllä olikin tiukka aikataulu, ei minusta siltikään tuntunut, että oppaan tekemistä olisi aloitettu liian myöhään tai että aikaa olisi ollut liian vähän. Missään vaiheessa ei tuntunut siltä, että deadline olisi liian tiukka tai että oltaisiin oltu aivan jumissa jossakin oppaan osa-alueessa. En voi kuin kiittää muita Lahtinen & Mantere Oy:n työntekijöitä ja erityisesti copywriteria saumattomasta yhteistyöstä. Kuten uuden työntekijän oppaan sisällön sanoma ja oikea elämä minua opettivat, Lahtinen & Mantere Oy:lla ei jäädä missään vaiheessa yksin.

## Lähdeluettelo

- Alanen-Brandt, T. 2017. Mikä on tyylin moodboard? Turun sanomat. <http://hyvinvointi.ts.fi/asennetta-asusteita/mika-tyylin-moodboard/>. 05.05.2019.
- Amabile, T. 1998. How to Kill Creativity. Harvard Business Review. <https://hbr.org/1998/09/how-to-kill-creativity>. 02.05.2019.
- Backman, S. 2013. Aina ajassa: historiikin suunnittelun vaiheita. Opinnäytetyö. Lahden Ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/57105/Backman\\_S\\_uvi.pdf](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/57105/Backman_S_uvi.pdf). 17.03.2019.
- Bringhurst, R. 2012. The Elements of Typographic Style. 4. painos. Hartley & Marks.
- Csikszentmihályi, M. 2004. Flow, the Secret to Happiness. TED. [https://www.ted.com/talks/mihaly\\_csikszentmihalyi\\_on\\_flow](https://www.ted.com/talks/mihaly_csikszentmihalyi_on_flow). 30.04.2019.
- Dam, P. Monochrome vs. Black and White Photography: Is There a Difference? Expert Photography. <https://expertphotography.com/monochrome-vs-black-and-white-photography/>. 06.05.2019.
- Grünstein, R. 2005. Esipuhe. Teoksessa Florida, Richard: Luovan luokan esiinmarssi. Suomentanut Mikkonen M, Nousiainen J & Raudaskoski S. Helsinki: Talentum.
- Heikkilä, J. 2010. Luovasta ideasta innovaatioon: Luovuus ja innovatiivisuus selviytymiskeinoina. Turku: Enostone.
- Huovila, T. 2006. Look: Visuaalista viestisi. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Itkonen, M. 2015. Kirjaintyytit ja tyyli. Helsinki: RPS-yhtiöt.
- Itkonen, M. 2019. Typografian käsikirja. 5. tarkistettu painos. Helsinki: Typoteekki.
- Karjula, M. 2015. Yksilön luovuus ja sen esteet: Miten luovuutta voi edistää? Opinnäytetyö. Oulun Ammattikorkeakoulu. Kuvallisen viestinnän koulutusohjelma. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/91442/Karjula\\_Minna.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/91442/Karjula_Minna.pdf?sequence=1&isAllowed=y). 02.05.2019.

- Kesti, N. 2017. Luovuuden prosessi mainonnassa – Irti luovuuden kahleista. Opinnäytetyö. Turun Ammattikorkeakoulu. Media-alan koulutus. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/126921/Luovuuden%20prosessi%20mainonnassa.pdf>. 23.04.2019.
- Koe, T. 2018. Rounded or Sharp-Corner Buttons? Trivial Design Decision That Actually Matters. UX Planet. <https://uxplanet.org/rounded-or-sharp-corner-buttons-def3977ed7c4>. 01.05.2019.
- Kärnä, M. 2017. Millainen on luova prosessi? Kävelijä Mirja Kärnä. <http://www.mirjakarna.com/millainen-luova-prosessi-luovuuden-vaiheet/>. 18.05.2019.
- Lahtinen & Mantere Oy. 2019. Mainostoimisto Lahtinen & Mantere Oy. <https://lmand.fi/>. 05.05.2019
- Loiri, P & Juholin, E. 2002. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. 3. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Makkonen, T. 2004. Kustannustoimittajan kirja. Jyväskylä: Gummerus.
- O’Shoney, C. 2015. Why Comparison Is Damaging Your Creative Potential (And How to Get Over It). Melyssa Griffin. <https://www.melyssagriffin.com/comparison-damaging-creative-potential>. 05.05.2019.
- Ohnsman, R. 2018. A Dozen Reasons to Make it Monochrome. Improve Photography. <https://improvephotography.com/52248/dozen-reasons-make-monochrome/>. 06.05.2019.
- Peltomaa, H. 2002. Luovuus: Yleistä. Opinto.net. <http://www.opinto.net/web/parser.php?sec=psyk&page=kogni-004>. 15.04.2019.
- Rantanen, L. 2007. Mistä hyvät lehdet on tehty? Visuaalisen journalismin keittokirja. Helsinki: Hill and Knowlton Finland.
- Reijonen, I. 2012. Kuplahan se käsite on – Luova talous luovien alojen parissa työskentelevien puheessa. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Viestinnän oppiaine. <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/38109/Pro%20gradu%20I%20Reijonen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. 18.05.2019.
- Toivanen, A. 2015a. Kuvitus. Graafinen. <http://www.graafinen.com/suunnittelu/kuvitus/kuvitus/>. 17.03.2019.
- Toivanen, A. 2015b. Luova prosessi. Graafinen. <https://www.graafinen.com/luovuus/luova-prosessi/>. 14.04.2019.
- Toivanen, A. 2015c. Taitto. Graafinen. <https://www.graafinen.com/suunnittelu/yleista/taitto/>. 16.03.2019.
- Toivanen, A. 2015d. Yleistä typografiasta. Graafinen. <https://www.graafinen.com/suunnittelu/typografia/yleista-typografiasta/>. 12.03.2019.
- Toivanen, A. 2015e. Värijärjestelmät. Graafinen. <https://www.graafinen.com/suunnittelu/varit/varijarjestelmat/>. 16.03.2019.
- Toivonen, S. 2019. Creative coach & copywriter. Lahtinen & Mantere Oy. Haastattelu. 15.4.2019.
- Uusikylä, K. 2012. Luovuus kuuluu kaikille. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Uusikylä, K & Piirto, J. 1999. Luovuus. Taito löytää, rohkeus toteuttaa. Jyväskylä: Atena.
- Vuorinen, T. 2018. Luovuuden tärkein vaihe on aloittaa – rajat voivat vauhdittaa inspiraatiota. Luova Laboratorio.

<https://luovalaboratorio.com/tarinat/luovuuden-tarkein-vaihe-on-aloittaa-rajat-voivat-vauhdittaa-inspiraatiota/>. 23.4.2019.

## LM& Uuden työntekijän opas

# LM&

## Uuden työntekijän opas

**Tervetuloa  
onnistumaan  
yhdessä!**

Tämä opas on luotu juuri sinulle,  
uusi työkaverimme ja LM&läinen  
[älämändiläinen].

Käy peremmälle ja muista, että kysyä  
saa aina.

Lämpimästi tervetuloa!

## Sisällysluettelo

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| <b>LM&amp; Creative Partner</b> | <b>4</b>  |
| Luova kumppani                  | 4         |
| Palvelutarjonta                 | 5         |
| Tarina                          | 6         |
| <b>Työsuhteasiat</b>            | <b>7</b>  |
| Töitä & palkkaa                 | 7         |
| Lomaa & vapautta                | 8         |
| Työ & terveys                   | 9         |
| Etuja, ole hyvä!                | 11        |
| <b>LM&amp; Me</b>               | <b>15</b> |
| Helsingin toimisto              | 15        |
| Turun toimisto                  | 16        |
| <b>LM&amp; Tarina jatkuu</b>    | <b>17</b> |

## Mikä LM& Creative Partner?

### LM& Creative Partner

Yli 30 vuotta luovaa kumppanuutta.


Ydinarvoihimme kuuluu tiivis yhteistyö asiakkaidemme kanssa ja halu katsoa kauas tulevaisuuteen. Yhdessä tehden olemme näin luoneet menestystarinoita ja rakastettavia brändejä jo yli 30 vuoden ajan.



## LM& Creative Partner


# Palvelutarjonta 360°

on strateginen työkalumme, joka johtaa brändin kaikkea toimintaa tuotekehityksestä pakkaussuunnitteluun, markkinoinnista mediavalintoihin ja myyntiin sekä viestinnästä yhteiskuntavastuuseen.




**Product Experience**

- Strategic brand development
- Brand identities
- Product concepts
- Package design
- Re-designing




**Event Experience**

- Non-standard promotions
- Event marketing




**Media Experience**

- Film & video
- Print
- OOH/DOOH
- Radio
- Mobile
- Social media



**Shopper Experience**

- Point of Sale
- Trade marketing / Sales aid
- Promotions
- Instore events



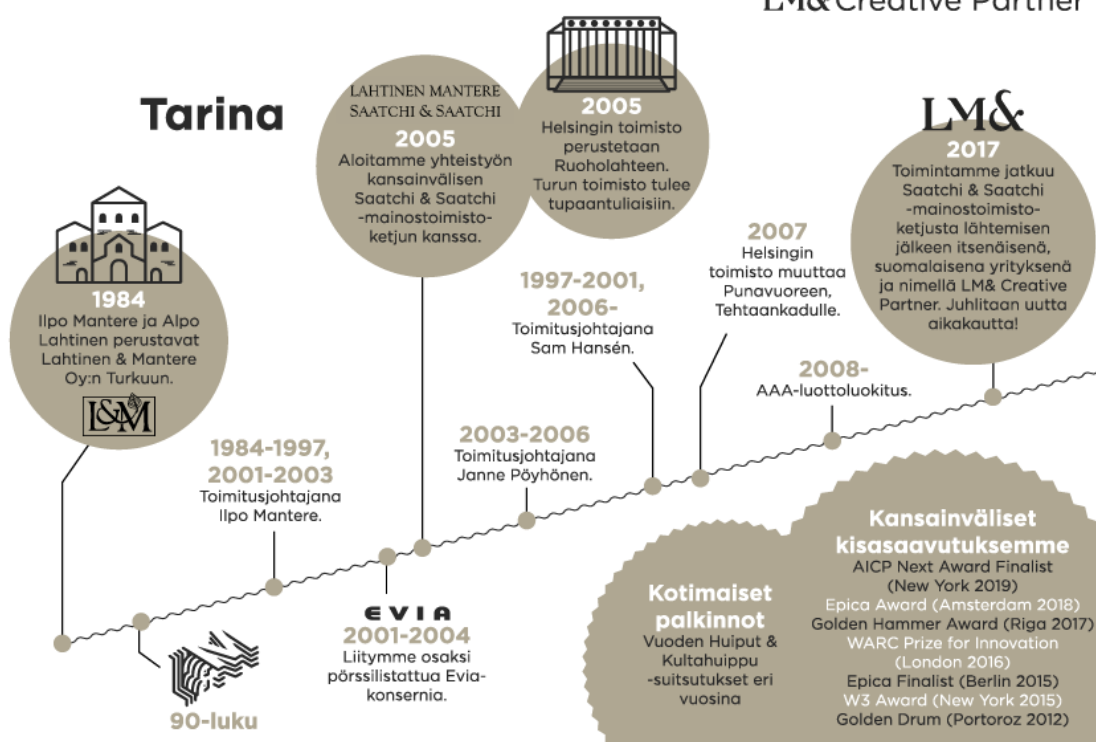
**Digital Platform Experience**

- Service design
- UI / UX design
- Community management
- Promotional games
- Analytics

5

## LM& Creative Partner

# Tarina



**1984**  
Ilpo Mantere ja Alpo Lahtinen perustavat Lahtinen & Mantere Oy:n Turkuun.

**1984-1997, 2001-2003**  
Toimitusjohtajana Ilpo Mantere.

**1997-2001, 2006-**  
Toimitusjohtajana Sam Hansén.

**2003-2006**  
Toimitusjohtajana Janne Pöyhönen.

**2005**  
Helsingin toimisto perustetaan Ruoholahteen. Turun toimisto tulee tupaantuliisiin.

**2005**  
LAHTINEN MANTERE SAATCHI & SAATCHI

**2005**  
Aloitamme yhteistyön kansainvälisen Saatchi & Saatchi -mainostoimistoketjun kanssa.

**2007**  
Helsingin toimisto muuttaa Punavuoreen, Tehtaankadulle.

**2008-**  
AAA-luottoluokitus.

**2017**  
Toimintamme jatkuu Saatchi & Saatchi -mainostoimistoketjusta lähtemisen jälkeen itsenäisenä, suomalaisena yrityksenä ja nimellä LM& Creative Partner. Juhlitaan uutta aikakautta!

**90-luku**

**EVIA 2001-2004**  
Liitymme osaksi pörssilistattua Evia-konsernia.

**Kotimaiset palkinnot**  
Vuoden Huiput & Kultahuippu -suitsutukset eri vuosina

**Kansainväliset kisaavutuksemme**  
AICP Next Award Finalist (New York 2019)  
Epica Award (Amsterdam 2018)  
Golden Hammer Award (Riga 2017)  
WARC Prize for Innovation (London 2016)  
Epica Finalist (Berlin 2015)  
W3 Award (New York 2015)  
Golden Drum (Portoroz 2012)

## LM&amp; Työsuhdeasiat

## Töitä &amp; palkkaa

Koska mainosalalla ei ole valtakunnallista yleissitovaa työehtosopimusta, noudatamme työsopimuslakia. Sen lisäksi myönnämme erikseen mainittuja yhtiökohtaisia etuuksia.

**Työaika**

Normaali työaika on 7,5 h/päivä. Rukautauko on 0,5-1 h ja se lisätään päivittäiseen työaikaan.

Meillä on käytössä työaikajärjestelmä, joka sallii sopimuksen mukaisen liukumien käytön ja kerryttämisen.

Liukuvalla työajalla tarkoitetaan työaikajärjestelyä, jossa työntekijä voi sovitussa rajoissa päättää itse työn alkamis- ja päättymisajankohdan.

**“ Huom!**

Mikäli et löydä seuraavilta sivuilta etsimääsi tai jokin asia jää epäselväksi, ota yhteys palkanlaskijaamme tai esimieheesi.

**Palkkapäivä**

Palkka maksetaan kunkin kuukauden  
Jos palkka erääntyy maksettavaksi pyhä- tai juhlapäivänä, palkka on käytettävissä jo edellisenä arkipäivänä.

Palkanlaskijalta voi kysyä palkan määrästä, maksuajasta ja lomapäivistä.

7

## Lomaa &amp; vapautta

**Vuosilomat**

Vuosilomaa ansaitaan kaudella 1.4.-31.3. (lomanmääräytymisvuosi).

Jos työsuhde on ennen 1.4. kestänyt yhtäjaksoisesti yhden vuoden, vuosiloma on enintään 30 vuorokautta eli 2 1/2 lomapäivää kuukautta kohden.

Mikäli työsuhde on ennen 1.4. kestänyt alle vuoden, on vuosiloman pituus 2 lomapäivää kuukautta kohden, enintään 24 vuorokautta.

Vuosilomapäiviä kertyy jokaiselta kuukaudelta, jona työpäiviä on ollut vähintään 14.

Lomarahaa ei makseta.

## LM&amp; Työsuhdeasiat

**Liukumavapaat**

Tuntikirjaukset tehdään

Mikäli tunteista kertyy plussaa, työntekijä voi pitää ne vapaana esimiehen kanssa sovittuna aikana. Miinustunnit tehdään sisään heti kun mahdollista.

Omaa ajantasaisista liukumasaldoista kannattaa seurata Vismasta.

**Palkalliset vapaapäivät**

- uuden vuodenpäivä
- loppiainen
- pitkäperjantai, pääsiäislauantai,
- 2.pääsiäispäivä
- vapunpäivä
- helatorstai
- juhannusaatto
- itsenäisyyspäivä
- jouluaatto, joulupäivä, tapaninpäivä

8

## Työ & terveys



### Sairaus ja muut poissaolot

Sairastumisesta tai muusta poissaolosta on ilmoitettava puhelimitse esimiehelle.

Yli 1 vuorokautta kestäneestä poissaolosta ja työkyvyttömyydestä on esitettävä lääkärintodistus, ellei tapauskohtaisesti toisin sovita.



### Eläketurva ja vakuutukset



### Sairausajan palkka

Työsopimuslain mukaan työnantaja on velvollinen maksamaan työntekijälle, jonka työsuhde on jatkunut yli kuukauden, palkkaa työkyvyttömyyden alkamispäivää seuranneen yhdeksännen arkipäivän loppuun saakka.



### Työsuojelu

9

## LM& Työsuhdeasiat

## Terveydenhuolto

Työntekijöillämme on oikeus käyttää työpaikkaterveydenhuoltoon liittyviä, sopimuksen mukaisia palveluja

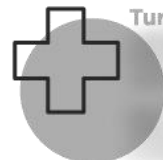
### Ajanvaraus

### Työhöntulo-tarkastus

Jokainen uusi työntekijämme on oikeutettu terveystarkastukseen. Varaa itse aika koeajan päätyttyä työterveyshoitajaltasi.



### Helsingissä



### Turussa

10

## LM& Työsuhdeasiat

# Etuja, ole hyvä!



**Lounassetelit**  
Lounasseteleitä saa lunastaa 20 kpl jokaisena työssäoloaikautena. Lounassetelien luontaisedun arvo, 75 % setelin nimellisarvosta, pidätetään palkasta.

**Turussa kello 11:00**

“ Hei, minne mentäis tänään? Hese, Subi? ”

Nyt ei ehdi, tulee Lontoosta puhelu.

Mulla on eväät! :)



**Matkapuhelinetu**  
Työtehtävien hoitoon tarvittavista matkapuhelimista sovitaan esimiehen kanssa. Matkapuhelimen verotusarvo on tällä hetkellä

**Helsingissä kello 12:00**

“ Olisiko tänään sushi-päivä? ”

Iipee on prese, mä otan näppisiounaani!


Joo, käy, Red Conception vai Mäkinepallilainen? ...vai Thai!

11

## LM& Työsuhdeasiat

# Leffaan & liikkumaan!

Maksamme työntekijöidemme kulttuuri- ja liikuntakustannuksia vuodessa yhteensä




**Kulttuurietu**  
Hinnattomien elokuvailippuja voit saada 2 kpl/kk, enintään 24 kpl vuodessa eli noin sisällytetään vuotuisen rajan.

**Liikuntapaikat Turussa**

**Kuntosalit ja uimalat:**  
Sats Elixia Jokivarsi + Centrum + Länsikeskus, [www.elixia.fi](http://www.elixia.fi)  
P&P Fitness Center, [www.ppfitnesscenter.com/](http://www.ppfitnesscenter.com/)  
M&M Kuntosali  
Raision uintikeskus Ulpuikka, Eeronkuja 5, puh. 4343360

**Tennis ja sulkapallo:**  
Manhattan Sport Center, Pitkämäenkatu 4 B  
Impivaaran Tenniskeskus Oy, Kekkuriintie 6, [itkhalli@netti.fi](mailto:itkhalli@netti.fi)



**Liikuntaetu**  
Voit käyttää edun pelkästään liikuntaan sopimuksemme mukaisissa liikuntakeskuksissa, jolloin

**Liikuntapaikat Helsingissä**

**Kuntosalit ja uimalat:**  
Sats Elixia –liikuntakeskukset Helsinki ja Espoo [www.elixia.fi](http://www.elixia.fi)  
Urheiluhallit Helsinki, [www.urheiluhallit.fi/](http://www.urheiluhallit.fi/)  
Leppävaaran uimahalli, Espoo

**LM& Työsuhdeasiat**

## Mökkilomalle Paraisille?

Yrityksemme on vuokrannut Paraisilta mökin meidän kaikkien käyttöön. Saunalla ja järvellä veneineen varusteltu mökkiviikonloppu maksaa

**Mökkivastaava**  
Mökkivastaavana toimii , joka jakaa mökkivuoroja (sesonkina "arpajaisten muodossa").

**Aamusauna & uinti - elämän pieniä suuria hetkiä :)**  
*t. eräs meikäläinen mökkeilijä*

**Metsämansikoita lenkipolulla <3**  
@ LMSS Haradsholm

**Ps. Tervetuloa jatkamaan ja jakamaan mökkitarinoita**

13

**LM& Työsuhdeasiat**

## LM& Virkistyspäivät

Koska me ihmiset olemme työpaikkamme tärkein voimavara, järjestämme yhteisiä virkistystilaisuuksia, koulutuksia ja illanviettoja.

**Kiitos koko porukalle! Mahtava teema, loistavia tehtäviä ja naurua riittä!**

**Koska on seuraavat bileet?**

**Aivan mahtava ilta, upeiden kollegoiden kanssa!**

**Good vibes, good times.**

14



LM&Me



**Helsinki**  
Lahtinen & Mantere Oy  
Tehtaankatu 27-29 D, 5th Floor  
00150 Helsinki

15

LM&Me



**Turku**  
Lahtinen & Mantere Oy  
ElectroCity, Tykistökatu 4 A,  
20520 Turku

16

LM&amp;Tarina jatkuu

## LM& Some

Löydät meidät myös somesta!



### Kotisivuillamme

näet parhaat työmme:  
[www.lmand.fi](http://www.lmand.fi)



### Some-kanavat

Tykkäyksiä saa antaa Facebook-ryhmässämme:

[www.facebook.com/lmandcreative/](https://www.facebook.com/lmandcreative/)

ja instatiili löytyy täältä:

[www.instagram.com/lmandcreative/](https://www.instagram.com/lmandcreative/)

LinkedIn:

[www.linkedin.com/company/lmand/](https://www.linkedin.com/company/lmand/)

Somevastaavamme:

### “ SOME-etikettimme

Meillä jokaisella on lojaliteettivelvollisuus työntajaa ja kollegoitamme kohtaan. Somessa toimimme niin työ- kuin vapaa-ajallamme tätä luottamussuhdetta vahingoittamatta. Kiitos!

...Ja niitä hyviä someideoita saa aina ehdottaa.



### LM& Loveletter

eli kuukausittain asiakkaillemme lähetettävä uutiskirje lennähtää seuraavaksi sinunkin meiliisi with <3

Rakkauskirjeen lähettäjä:

17

# LM&Sinä

Tervetuloa jatkamaan ja jakamaan menestystarinaamme kaikissa mahdollisissa kohtaamispisteissä!