

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus, Mainonnan suunnittelu

2020

Aleksiina Pänkäläinen

EROTTUVAN VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU KANSANOPISTOLLE

– Case: Varsinais-Suomen Kansanopisto

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Media-alan koulutus, Mainonnan suunnittelu

2020 | 41 sivua, 17 liitesivua

Aleksiina Pänkäläinen

EROTTUVAN VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU KANSANOPISTOLLE

- Case: Varsinais-Suomen Kansanopisto

Tämän opinnäytetyön aiheena on toimeksianto Varsinais-Suomen Kansanopistolta opiston visuaalisen ilmeen päivittämiseksi. Lisäksi tarkoituksena on taittaa opistolle uudella ilmeellä lukuvuosiesite.

Olen opintojeni alusta asti ollut kiinnostunut brändi- ja konseptisuunnittelusta. Yritys- ja tuotebrändien visuaalisia ilmeitä on tutkittu paljon ja niistä löytyy huimat määrät kirjallisuutta. Toisaalta, kansanopistojen brändejä ja visuaalisia ilmeitä ei ole juurikaan tutkittu, joten halusin lähteä tutkimaan tätä puuttuvaa tietoa asiakastyön kautta.

Teoriaosuudessa tavoitteenani on selvittää, voiko kansanopisto yritysten tavoin kehittää itsestään brändin, jonka visuaalinen ilme toimii erottautumiskeinona? Tutkin millaisia opistojen visuaaliset ilmeet ovat nykypäivänä ja miten kansanopistolle luodaan kilpailijoistaan erottuva visuaalinen ilme. Tähän vastatakseni tutkin visuaalisen ilmeen määritelmää ja sen rakennuspalikoita, logon osuutta visuaalisessa ilmeessä sekä määrittelen erottuvuuden käsitteen.

Toiminnallisessa osuudessa esittelen asiakastyön prosessia. Suunnittelen Varsinais-Suomen Kansanopistolle uuden logon ja määrittelen uuden visuaalisen ilmeen, jonka käyttöä ohjeistan tekemässäni graafisessa ohjeistuksessa. Ohjeiston pohjalta luon opistolle lukuvuosiesitteen, jota he pystyvät jakamaan kohderyhmilleen sekä digitaalisesti että printatussa muodossa.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on inspiroida muun muassa kansanopistoja ja muita oppilaitoksia sekä yrityksiä ja yrittäjiä pohtimaan huolellisesti suunnitellun visuaalisen ilmeen tärkeyttä ja sitä kautta kannustaa heitä kehittämään omia ilmeitään. Työ toimii tietolähteenä pääasiassa niille, joilla ei ole paljon tietotaitoa brändäyksestä ja visuaalisen ilmeen suunnittelusta.

Toimeksiannon tehtyäni ja opinnäytetyössäni tutkimani perusteella voin päätellä, että kansanopisto voi yritysten tavoin kehittää itsestään brändin. Erottuvan ja brändi-identiteetilleen uskollisen visuaalisen ilmeen voi luoda tekemällä rohkeita ja selkeästi erilaisia valintoja visuaalisessa ilmeessään, esimerkiksi värimaailman tai muotojen kautta.

ASIASANAT:

Brändi-identiteetti, visuaalinen ilme, graafinen ohjeisto, logo

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Media, Advertising Design

2020 | 41 pages, 17 pages in appendices

Aleksiina Pänkäläinen

CREATING A DISTINCTIVE VISUAL IDENTITY FOR AN ADULT EDUCATION COLLEGE

- Case: Varsinais-Suomen Kansanopisto

The subject of this thesis is to update and redesign the visual identity of Varsinais-Suomen Kansanopisto, an adult education college located in Paimio, Finland. Another purpose of the redesign is to create a comprehensive college brochure.

Since the beginning of my studies I have been interested in brands and concept design. The visual identity of company and product brands have been the subject of research and there is a large amount of literature on the topic. However, brands of educational institutions and their visual identities have not been studied much, so I wanted to research this less known topic in my thesis.

In the theory section, I do research on whether an adult education college can create a brand of itself and create distinctive visual identity, like companies do. In order to answer this, I study and compare the visual appearance of adult education colleges today and the theory behind on how to create a visual identity. I also study the definition of a visual distinctiveness and the role of a logo in the visual identity.

Based on the theory, I design and introduce the new logo and define new visual guidelines. I also design and create a comprehensive college brochure, which can be distributed to target groups both digitally and in print.

One of the aims of this thesis is to inspire adult education colleges, other educational institutions, companies and entrepreneurs with little or no knowledge in the field of branding and visual design to design and create visual identity for their business.

Based on my assignment and research, I can conclude that an adult education college can create a brand of itself. A distinctive visual identity can be created by making bold and clearly different choices visually, for example through shapes and color scheme, while still being loyal to one's brand identity.

KEYWORDS:

Brand identity, visual identity, graphic instructions, logo

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	7
2 VISUAALISEN ILMEEN OSUUS BRÄNDISSÄ	9
2.1 Brändi visuaalisen ilmeen taustalla	9
2.2 Miten visuaalinen ilme indikoi brändiä	11
2.3 Visuaalisen ilmeen rakennuspalikat	12
2.3.1 Visuaaliset elementit	13
2.3.2 Elementit luovat kokonaisuuden	16
2.4 Erottuminen visuaalisesti	16
2.5 Logon merkitys brändimielikuvan luomisessa	18
3 OPISTOJEN VISUAALISET ILMEET	19
3.1 Kilpailija-analyysi	19
3.2 VSKO lähtötilanne	25
3.2.1 Toimeksianto ja vaatimukset	25
3.2.2 Vanha visuaalinen ilme	25
4 VISUAALISEN ILMEEN RAKENTAMISEN PROSESSI	29
4.1 Inspiraatio	29
4.2 Logo brändin keskiössä	29
4.3 Värit	32
4.4 Typografia	33
4.5 Kuvamaailma	34
4.6 Lukuvuosiesite	37
5 POHDINTAA	39
LÄHTEET	40

LIITTEET

- Liite 1. Graafinen ohjeisto
- Liite 2. Lukuvuosiesite 2019-2020
- Liite 3. Sähköpostihaastattelun kysymykset

KUVAT

Kuva 1. Brändi koostuu brändin luojaan ja asiakkaan näkökulmista	10
Kuva 2. Näkemykseni brändistä prosessina	10
Kuva 3. Visuaalisen ilmeen osuus brändissä (Nuutila 2018)	11
Kuva 4. Kuopion kansalaisopiston logo	13
Kuva 5. Turun Ammattikorkeakoulun logossa keltainen tähti on liikemerkki	13
Kuva 6. Lahden kansanopiston teatterikoulutuksen logon muodostavat opiston ja koulutuslinjan nimen kirjoitusasu sekä liikemerkki	14
Kuva 7. Jyväskylän kristillisen opiston logo on kokonaisuudessaan myös liikemerkki	14
Kuva 8. Esimerkki: World Peace Party -esite, joka on taitettu pääosin typografisin keinoin (Wikipedia 2019)	14
Kuva 9. Serif (vas.) vs. Sans-serif (oik.) (Fonts 2019)	15
Kuva 10. HEO:n visuaalista ilmettä (HEO 2019)	20
Kuva 11. Lahden Kansanopiston Teatterikoulutuksen ilmettä (Lahden Kansanopiston Teatterikoulutus 2019)	21
Kuva 12. Kuopion Kansalaisopiston ilme (Kuopion kansalaisopisto 2019)	22
Kuva 13. Jyväskylän Kristillisen Kansanopiston ilme (Jyväskylän Kristillinen Kansanopisto 2019)	23
Kuva 14. Turku AMK:n visuaalista ilmettä (Turun Ammattikorkeakoulu 2019)	24
Kuva 15. VSKO:n vanha logo (VSKO 2018, vanhat verkkosivut)	26
Kuva 16. Esimerkkejä VSKO:n vanhan logon käytöstä bannereissa (VSKO 2018, vanhat verkkosivut)	26
Kuva 17. Esitteen kansi (VSKO:n lukuvuosiesite 2018-2019)	27
Kuva 18. Otteita vanhasta esitteestä (VSKO:n lukuvuosiesite 2018-2019)	28
Kuva 19. Raakaideoita ja spottivalojen innoittamia logoluonnoksia	30
Kuva 20. Logovaihtoehdot vasemmalta oikealle: 1, 2 ja 3	31
Kuva 21. Lopullinen logo	31
Kuva 22. Inspiraation lähteenä toiminut kuva, jossa VSKO:n opiskelijat loistavat lavalla värikkäiden spottivalojen alla. (Varsinais-Suomen Kansanopisto, vanhat verkkosivut)	32
Kuva 23. Uudet päävärit	33
Kuva 24. Väriyhdistelmä esimerkkejä	33
Kuva 25. Uuden ilmeen fonttivalinnat	34
Kuva 26. Vertailu: Helvetica, Arial ja Roboto	34
Kuva 27. Moodboard visuaalisesta ilmeestä	35
Kuva 28. Ideatason luonnos ilmeen jatkuvuudesta tulevilla esitteillä	35
Kuva 29. Moodboard kuvamaailman tunnelmasta (Pexels)	36
Kuva 30. Uuden lukuvuosiesitteen taittoilmettä	37

KÄYTETYT LYHENTEET JA SANASTO

Graafinen ohjeisto	Yritysilme­käsikirja, joka kertoo, miten visuaalista ilmettä toteutetaan viestinnän eri osa-alueilla. (Valokki Design, 2019)
Imago	Yrityksen itsestään tietoisesti antama kuva. (Kotimaisten kielten keskus 2019)
Ingressi	Johdanto, johdantoluku, johdate. (Kotimaisten kielten keskus 2019)
Leipäteksti	Tekstin pääosa, varsinainen teksti. (Kotimaisten kielten keskus 2019)
Slogan	Iskulause, mainoslause. (Kotimaisten kielten keskus 2019)
Taittaminen	Jonkin julkaisun, esimerkiksi lehden tai nettisivun, elementtien sommittelua ja tyyli­telyä haluttuun muotoon. (Graafinen, 2015)
Tuotemerkki	Tuotteen tavaramerkki (Kotimaisen kielten keskus)
VSKO	Varsinais-Suomen Kansanopisto

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni esittelen toimeksiantona tekemääni graafisen ilmeen uudistusta, jonka toimeksiantajana oli Varsinais-Suomen Kansanopisto. Suunnittelin heille uuden logon sekä graafisen ilmeen, jonka pohjalta tein opistolle uuden lukuvuosiesitteen. Teoriaosuudessa tutkin visuaalisen identiteetin osuutta brändissä ja erottumista visuaalisin keinoin.

Opinnäytetyössäni pyrin vastaamaan kysymykseen: Voiko kansanopisto yritysten tavoin kehittää itsestään brändin, jonka visuaalinen ilme toimii erottautumiskeinona? Teoriaosuudessa pyrin löytämään vastauksen tähän kysymykseen pohtimalla mikä on visuaalisen ilmeen rooli brändissä, mitkä ovat visuaalisen ilmeen rakennuspalikat, sekä pohtimalla erottuvan määritelmää. Analysoin myös muiden opistojen visuaalisia ilmeitä. Pyrin keskittymään kansanopiston ja sitä vastaavien opistojen visuaalisiin ilmeisiin. Kansanopisto on itsenäinen ja yksityisen säätiön ylläpitämä oppilaitos, toisin kuin esimerkiksi kaupunkien ammattikorkeakoulut ja yliopistot, jotka ovat julkisia valtion rahoittamia laitoksia. Lähteinä käytin useita eri kirja- ja verkkolähteitä. Toteutin myös tiedon saamiseksi sähköpostihaastattelun, jonka lähetin mediatoimisto Nitron suunnittelijoille. Haastatteluuni vastasi yksi sisältö- ja graafinen suunnittelija, Minna Kallio.

Toiminnallisessa osuudessa esittelen Varsinais-Suomen Kansanopistolle suunnittelemani visuaalisen ilmeen uudistuksen prosessin vaiheita ja lopputuloksen.

Varsinais-Suomen Kansanopisto (jatkossa VSKO tai asiakas) on grundtvigilainen eli sitoutumaton kansanopisto, yksityisen säätiön ylläpitämä aikuisoppilaitos, joka perustettiin vuonna 1899. Opiston ylläpitäjä on maakunnallisista järjestöistä koostuva Varsinais-Suomen Aikuiskoulutussäätiö. VSKO:n arvot perustuvat humanismiin, ekologisuuteen ja kansainvälisyyteen. Samassa osoitteessa toimii majoitus- ja tilapalveluja tarjoava Kuninkaantien Kestikartano, joka on kuitenkin aivan erillinen toimija. VSKO:lla on tällä hetkellä viisi opintolinjaa: teatteri ja maskeeraus, musiikki, musiikkiteknologia, pop ja rock, sekä elektroninen musiikki ja biisinteko. Markkinointiviestinnässään VSKO painottaa suosituinta linjaansa, joka on teatteri ja maskeeraus. Musiikin eri osa-alueisiin kohdistuvat linjat tulevat hyvällä toisella sijalla. Kansanopistossa voi kerrata kouluaineita, perehtyä erityisaloihin taiteen saralla ja kokeilla uusia opiskelutapoja. Linjat ovat myös jatko-opintoihin valmistavia, ja vähintään

lukuvuoden mittaisesta opintojaksosta saa kuusi lisäpistettä haettaessa yhteishaussa ammatilliseen perustutkintoon. Lukuvuoden pituisten linjojen lisäksi opistolla järjestetään lyhytkursseja. (Varsinais-Suomen Kansanopisto 2018)

2 VISUAALISEN ILMEEN OSUUS BRÄNDISSÄ

2.1 Brändi visuaalisen ilmeen taustalla

Markkinointiviestintäammattilaisten Mäkisen, Kahrin ja Kahrin *Brändi kulmahuoneeseen!* -kirjan (2010) mukaan tuote- ja palveluinnovaatiot ovat helposti kopioitavissa. Miten kuluttaja valitsee samanlaisten vaihtoehtojen väliltä, kumman hän ostaa? Yrityksen kannattavan kasvun kannalta brändi onkin tärkeä perusta. Vaikka yrityksen ydin on hyvä tuote tai palvelu, kuitenkin asiakasta kiinnostaa enemmän tuotteen tai palvelun antama hyöty tai ratkaisu ja yrityksen omat arvot ja periaatteet. Yrityksen on siis osattava kertoa kuluttajilleen tuotteestaan tai palvelustaan muutakin kuin faktat.

Markkinointiviestinnän parissa paljon työtä tehnyt yrittäjä ja ekonomi Pirjo von Hertzen lainaa tekstissään *Maine – ja menestystekijä* -kirjan kirjoittajien, Aulan ja Heinosen, määritelmää brändistä: sanaa ”brändi” kuuluu pääosin mainittavan markkinoinnin ja mainonnan maailmassa. Kuluttajamarkkinoinnissa brändiksi epävirallisesti kutsutaan useimmiten tuotetta, tuotemerkkiä, palvelua, yritystä, henkilöä tai muuta vastaavaa, mutta todellisuudessa brändi käsitteenä ei ole näin konkreettinen. Brändi ei siis ole yhtä kuin tuote tai yritys, vaan se on niihin liitettävää tunnettuuden laatua eli mielikuvaa. ”Brändi on tuotemerkkiin perustuva mielikuva tuotteesta kuluttajien keskuudessa.” (von Hertzen 2006, 16)

Mielikuvat koostuvat maineesta ja julkisesta kuvasta, jotka brändin luoja antaa itsestään eli imagosta, sekä siitä, miten ne muokkautuvat monien tekijöiden vaikutuksesta loppukäyttäjien mielissä (kuva 1). Brändi tuo yleensä brändin luojalle lisäarvoa ja vahvistaa näin asiakkaan omaa identiteettiä. Brändin maineeseen vaikuttavia asioita ovat yrityksen tarjoamat tuotteet ja palvelut, palvelukokemus, asiakkaiden kohtelu ja työnantajan antama kuva yrityksen työolosuhteista. (von Hertzen 2006, 15-17).



Kuva 1. Brändi koostuu brändin luojan ja asiakkaan näkökulmista

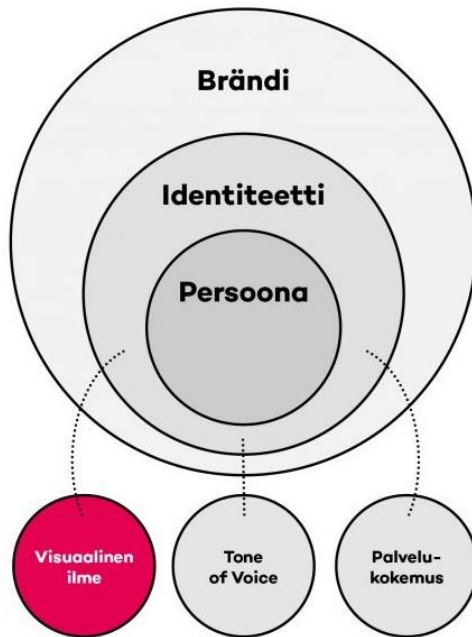
Brändi-identiteetillä tarkoitetaan yrityksen omaa kuvaa itsestään. Tämän kuvan perustana ovat yrityksen perusarvot, historia, strategiat ja visio. Näihin pohjautuen yritykselle muovautuu tavoitemielikuva yrityksestä ja sen brändistä. Tämän tavoitemielikuva pohjalta rakennetaan brändiä. Brändin rakentaminen on yrityksen työtä, jossa pyritään kehittämään brändi vastaamaan tavoitemielikuvaa. (Mäkinen ym. 2010. 16, 50). Alla olevaan kuvaan (kuva 2) olen tiivistänyt *Brändi kulmahuoneeseen!* -kirjasta sekä Brand News verkkosivuston *Mikä on brändi?* -artikkelista ajatukseni ja näkemykseni siitä, mitä brändi on, mistä se koostuu ja miten se syntyy. Ihmisten kokemukset rakentavat maineen brändistä ja sen luojasta. Tämän perusteella voin todeta, että brändi pitää aina paikkansa, vaikka se ei vastaisi yrityksen tavoitemielikuvaa. Mainetta ei voi hallita, mutta siihen voi ja yleensä pyritäänkin vaikuttamaan mm. brändinhallinnan eli brändin rakentamisen ja sen ylläpidon avulla.



Kuva 2. Näkemykseni brändistä prosessina

2.2 Miten visuaalinen ilme indikoi brändiä

Visuaalisen ilmeen tehtävänä on heijastaa brändin identiteettiä (kuva 3) ja pyrkiä erottautumaan kilpailijoista. Hyvä visuaalinen ilme on tunnistettava, jatkuva ja yhtenäinen. Visuaalinen ilme toimii myös erottautumis- ja kilpailukeinona. (Näkemystehdas MBE 2019)



Kuva 3. Visuaalisen ilmeen osuus brändissä (Nuutila 2018)

Visuaalisen ilmeeseen kuuluvat kaikki logosta mainoksiin ja painotuotteisiin, ja verkkosivuista messutuotantoihin. Visuaalinen ilme koostuu organisaation kaikista näkyvistä ja tunnistettavista visuaalisista osista ja elementeistä. (Nuutila 2018) Visuaalisen ilmeen suunnittelu käsittää kaikki valinnat ja välineet, joilla tuodaan visuaalisesti yrityksen nimeä, tunnusta ja toimikuvaa esiin. (von Herten 2006, 111)

Visuaalinen ilme on kuin brändin käyntikortti, joka ilmentää brändin ja/tai yrityksen identiteettiä – sitä mitä brändi tai yritys pohjimmiltaan on. Visuaalinen ilme on kuin ikkuna brändin ytimeen, ja tämän ikkunan on autettava asiakasta hahmottamaan, minkälainen yritys tai opisto on, mitä ja miten se toimintaansa harjoittaa. (Kubo 2015)

Suunnittelija Mikko Nuutila käsittelee brändin visuaalista ilmettä blogikirjoituksessaan *Brändille visuaalinen ilme. Miten?* (2018). Nuutila toteaa, että visuaalisen ilmeen suunnittelun päämääränä on rakentaa erilaisten esittävien ja abstraktien elementtien

kautta brändille tarinaa ja synnyttää mielikuvia brändistä. ”Jos yritys haluaa kertoa nopeasta modernista toiminnasta, muotokieli on hyvä rakentaa dynaamisten linjakkaiden muotojen varaan. Mikäli yritys haluaa viestiä luotettavuutta ja perinteisyyttä, muotokielen on hyvä olla hillitympi”, hän havainnollistaa.

Itse koen, että brändi-ilme eli brändin visuaalinen ilme on yksi näkyvimmistä brändin kosketuskohdista. Asiakas kohtaa yleensä brändin visuaalisen ilmeen ensimmäisenä. Sanallinen viesti, kuten esimerkiksi slogan, on mainosjulisteessakin esittävässä muodossa: valitulla kirjasintyyllillä ja sen värillä voidaan korostaa kirjoitetun sanomaa. Siksi minusta yksi tärkeä osa brändin rakentamisessa on visuaalisen ilmeen huolellinen suunnittelu ja toteutus.

2.3 Visuaalisen ilmeen rakennuspalikat

Visuaalisen ilmeen elementtejä määritellään eri tavoin.

Yksi yleisimmistä lähestymistavoista on lähteä ihmisen aistien toimintatavasta ja siitä, miten elementin luonne vaikuttaa merkityksen luomiseen. ”Visuaalisen ilmeen suunnittelun periaatteet nojaavat viime kädessä havaintomekanismin ominaisuuksiin”, kirjoittaa kokenut yritysilmmeen suunnittelija Juha Pohjola kirjassaan *Ilme – Visuaalisen identiteetin johtaminen* (2003). Visuaalinen muotoilu jakautuu Bellin ja Ternuksen, joita Pohjola lainaa, mukaan kahteen osaan: muotoilun periaatteet sekä muotoilun elementit. Muotoilun periaatteisiin kuuluvat mm. yhtenäisyys ja harmonia, toistaminen, tasapaino ja rytmi, kontrasti ja painottaminen. Muotoilun elementteihin kuuluvat esimerkiksi väri, tekstuuri, suhde ja suunta, koko ja muodot sekä linjat. (Pohjola 2003, 122)

Nuutilan mukaan brändi-ilmeen eli brändin visuaalisen ilmeen kokonaisuuden luovat erilaiset elementit, joita tyypillisesti ovat logo, typografia, värit, graafiset elementit ja kuvamaailma, muotokieli ja pinnanjako. Visuaalisessa ilmeessä tärkeää on kokonaisuus. Ihmiset tarkastelevat kokonaisuuksia – keskivertokuluttajalla ei ole useimmiten aikaa tarkastella mainosta muutamaa sekuntia kauempaa, joten tämä ei voi syventyä visuaalisen ilmeen eri osiin. Siksi kokonaisilmeen selkeys, ymmärrettävyys ja tunnistettavuus on tärkeää. Visuaalisen ilmeen on tärkeää olla johdonmukainen ja siitä pitää näkyä brändi sen taustalla. Visuaalisen ilmeen elementit esiintyvät harvoin yksin, joten on tärkeää huolella suunnitella visuaalisen ilmeen eri elementit, jotta ne luovat yhdessä selkeän ja johdonmukaisen ilmeen brändille. Visuaalisella ilmeellä on oltava

filosofia, joka määrittelee miksi ja miten elementtejä käytetään, minkälaisen tunnelman ja kokonaisuuden ne luovat. ”Luontevasti yhdessä toimivat elementit luovat esteettisesti miellyttävän kokonaisuuden”, Nuutila toteaa.

Sähköpostihaastattelussani (ks. liite 3) kysyin mikä on visuaalisessa ilmeessä olennaista. Haastatteluun vastannut Nitron suunnittelija, Minna Kallio, nosti myös esille johdonmukaisuuden tärkeyden.

Tiivistetysti voin todeta, että visuaalinen ilme koostuu erilaisista visuaalisista elementeistä, joiden tehtävänä on luoda yhtenäinen, johdonmukainen ja tunnistettava ilme kaikissa brändin markkinoinnin toimenpiteissä.

Kahdessa seuraavassa kappaleessa esittelen lyhyesti läpi olennaisimmat visuaaliset elementit ja niiden keskinäistä vuorovaikutusta, joka luo visuaalisen ilmeen kokonaisuuden.

2.3.1 Visuaaliset elementit

Logo

Logo on yksilöllisesti muotoiltu yrityksen tai tuotteen nimen kirjoitusasu (kuva 4). Liikemerkki on visuaalinen elementti, tunnus tai symboli logossa (kuva 5). Logolla tarkoitetaan myös kirjoitusasun ja liikemerkin muodostavaa tunnuskokonaisuutta (kuva 6). Yrityksen nimi voi olla osa liikemerkkiä (kuva 7). (Happy Branding Company 2016)

KUOPIO
KANSALAI SOPISTO

Kuva 4. Kuopion kansalaisopiston logo

TURKU AMK 
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

Kuva 5. Turun Ammattikorkeakoulun logossa keltainen tähti on liikemerkki



Kuva 6. Lahden kansanopiston teatterikoulutuksen logon muodostavat opiston ja koulutuslinjan nimen kirjoitusasu sekä liikemerkki



Kuva 7. Jyväskylän kristillisen opiston logo on kokonaisuudessaan myös liikemerkki

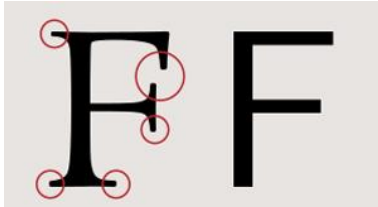
Typografia

Tekstiin, kirjasintyypeihin, kirjainten asetteluun ja väriykyseen liittyvää suunnittelua ja sommittelua kutsutaan typografiaksi, toisin sanoen typografia antaa kirjoitetulle kielelle visuaalisen muodon, joka pyrkii välittämään viestin halutulla tavalla (kuva 8). Typografia on keino kommunikoida erilaisten tekstityylien ja fonttien kautta. Nämä ovat merkittävässä osassa brändin luomassa sanallisen viestintänsä tunnelmassa ja äänensävyssä. (Graafinen 2019)



Kuva 8. Esimerkki: World Peace Party -esite, joka on taitettu pääosin typografisin keinoin (Wikipedia 2019)

Fontit käsitetään useimmiten neljässä pääryhmässä: yleisimmät ovat päätteelliset serif-fontit ja päätteettömät sans serif -fontit (kuva 9). Lisäksi on käsinkirjoitetun henkiset script-fontit ja vapaamuotoiset display-fontit. Pääryhmät voidaan jakaa myös alaryhmiin erilaisten muotojen, pääteviivojen tyylien tai fonttien mittasuhteiden mukaan. (Graafinen 2019)



Kuva 9. Serif (vas.) vs. Sans-serif (oik.) (Fonts 2019)

Värit

Väreihin liittyy ns. yleisesti hyväksytyjä merkityksiä ja symboliikkaa kulttuureista riippuen. Visuaalisessa ilmeessä väreillä on suuri vaikutus tunteisiin ja mielikuvien syntymiseen. Värien vaikutuksista ja mielleyhtymisiä on tutkittu laajalti. Esimerkiksi vihreä väri liitetään usein ekologisuuteen, puhtauteen, luonnollisuuteen. Punainen väri taas kuvastaa monien mielissä voimakkuutta ja intohimoa. Värit siis puhuvat puolestaan, joten brändiä luodessa on hyvä pohtia värien symboliikkaa, keskinäistä harmoniaa ja brändille niiden tuomaa arvoa. (Nuutila 2018)

Värien symboliarvon hyödyntämisen lisäksi värien tarkoitus ilmeessä on mm. elävöittää, tuoda estetiikkaa, yhtenäistää kokonaisuutta sekä luoda tilavaikutelmaa ja liikettä. (Graafinen 2019)

Kuvamaailma

Kuvamaailman eli kuvallisten elementtien päätarkoituksena on tukea sanallista viestiä tai kontekstia ja toisinpäin. Kuvamaailman on herätettävä asiakkaassa mielenkiintoa ja luoda oikeanlainen tunnelma vastaamaan yrityksen omaa tavoitemielikuvaa. Kuvalliset elementit voivat olla melkein mitä vain: valokuvia, graafisia muotoja, kollaaseja, typografista taidetta, maalauksia taikka piirroksia – lista jatkuu. Kuvalliset elementit voivat esimerkiksi havainnollistaa, visualisoida tai elävöittää sanallista viestiä tai toimia pelkästään koristavana elementtinä. (Graafinen 2019)

2.3.2 Elementit luovat kokonaisuuden

Sommittelu ja suhde

Sommitteluksi kutsutaan elementtien sijoittelua sovelluksessa. Sommittelun tarkoituksena on luoda eri asioiden välille yhteyksiä, jotka ohjaavat katsojaa – synnytetään mielikuvia. Kultainen leikkaus on hyvä esimerkki sommittelun rakenteesta. Suhde koskee elementtien mittasuhteiden ja sijaintien vuorovaikutusta. (Pohjola 2003, 126-127)

Järjestys ja painottaminen

Nimensä mukaisesti järjestys tarkoittaa sitä, että elementit on pyritty sijoittamaan sovelluksessa siten, että ne ohjaavat katsojan silmän liikkeitä. Eri keinoin voidaan myös korostaa eli painottaa tiettyä kohdetta. Yleensä painotetaan tärkeää kohdetta, joka sisältää tärkeää tietoa tai halutaan, että se on järjestyksessä ensimmäinen, mikä osuu katsojan silmään. (Pohjola 2003, 127)

Yhtenäisyys ja tasapaino

Eri elementtien järjestämistä siten, että ne ohjaavat silmän liikettä, kutsutaan yhtenäisyydeksi. Yhtenäisyydessä on siis kyse loogisista elementtien ryhmyksistä ja kokonaisuuksista. Tasapainoisessa ilmeessä elementtien luoma kokonaisuus on looginen ja miellyttävä silmälle. Epätasapainoinen ilme vaikuttaa sekavalta eikä siinä tehdyt valinnat luo haluttua mielikuvaa. (Pohjola 2003, 127-128)

2.4 Erottuminen visuaalisesti

Erottumisella tarkoitetaan aisteilla havaittavaksi tulemista, kuten näkyviin tai kuuluviin tulemista. Erottuminen on erilaisuutta, muista poikkeamista ja silmiin pistämistä. (Kotimaisten kielten keskus 2019)

”Kun brändistrategian keskeinen tavoite on erilaistuminen, eli tulla huomatuksi ja erottua edukseen, on katsottava markkinaa ja toimialaa kokonaisuutena sekä erikseen

kilpailijoita ja niiden brändiviestintää”, kirjoittaa von Hertzen kirjassaan. Tekemällä kilpailija-analyysin, eli tutkimalla kilpailijoiden viestintää, sen tapoja ja materiaaleja, voi saada omalle brändin suunnittelulle ja rakentamiselle hyvän lähtökohdan. Hyvin monesti saman alan yrityksillä on käytössään samat mediat, joissa esiintyy erittäin samantyyllisiä väri- ja kuvamaailmoja. (von Hertzen 2006, 133-140)

Kilpailuilla aloilla omanlainen ja selkeästi vahva visuaalinen ilme ja identiteetti on brändille erittäin tärkeä voimavara. Visuaalinen ilme viestittää yrityksen toimialasta, kuin myös brändin identiteetistä ja sille omalaatuisista piirteistä. Tärkeää on erottua edukseen ja kiinnittää asiakkaan huomio vain sekunneissa, kun tämä vilkuilee mainoksia esimerkiksi hälyisessä kauppakeskuksessa. Asiakkaan tulee myös kyetä tunnistamaan kuka tai mikä yritys on mainoksen takana. Visuaalinen identiteetti toimii erottautumisessa todella tärkeänä viestijänä, etenkin kun se on useimmiten ensimmäinen osa brändistä, jonka asiakas kohtaa. (Kubo 2015)

Selkeä keino erottua kilpailijoista visuaalisessa ilmeessä on erilaisuus. Olemalla tietoisesti erilainen, näyttämällä erilaiselta ja tekemällä asiat eri tavalla kuin kilpailijat. Tämä erilaisuuden voimavara vahvenee, jos pystyy kertomaan asiakkaille näistä eroavaisuuksista. Erilaisuudella on kuitenkin oltava perustelut ja sen on sovittava brändin identiteettiin ja persoonaan. Hyvä ja toimiva erilainen visuaalinen ilme ei voi siis olla tuulesta temmattu. (Tarinastudio 2019) Tällaista erilaisuutta on esimerkiksi poikkeaminen vallitsevista visuaalisista trendeistä tai tukeutuminen trendiin alalla tai markkinoilla, jossa sitä ehkä vähiten odotetaan. Kilpailijoiden uusiutuessa ja päivittäessä ilmetään voi vastaavasti olla suuri voimavara ja erottautumiskeino pitkällä aikavälillä, kun pysyy uskollisena alkuperäiselle ja tutulle visuaaliselle ilmeelleen.

Kallio tuo haastattelussa esimerkin hyvästä ja erottuvasta visuaalisesta ilmeestä: Niemi-palveluiden vahva kirkkaanpunainen väri, ja heidän autoissaan ja muuttolaatikoissaan esiintyvä logo. Logon voisi kääntää ylösalaisin, mutta se olisi silti tunnistettava. Niemen visuaalinen ilme on auttanut tekemään brändistä tunnetun. Kallion mielestä on myös tärkeää pohtia, mikä on brändin tavoitteleva kohderyhmä. Esimerkiksi eri ikäryhmille tehdään erinäköistä markkinointiviestintää kuin ”keski-ikäisille businesshaille”. ”Varsinais-Suomen Kansanopisto käsittääkseni koskee luovia aloja, joten visuaalisen ilmeen pitäisi olla trendikäs ja luova. Kaikessa suunnittelussa täytyy nykypäivänä ottaa huomioon saavutettavuus. Siksi saavutettavuus eli esteettömyys tulisi ottaa huomioon jo alusta lähtien”, hän toteaa. Tutkimani ja haastatteluvastauksen perusteella voin

todeta, että jokin visuaalinen elementti, kuten väri tai muoto, voi olla keino erottautua kilpailijoista.

2.5 Logon merkitys brändimielikuvan luomisessa

Toimialuetta tai tuotetta kuvaava logo on helposti kopioitavissa ja se hukkuu vastaavien logojen massaan eli se ei erotu edukseen. Tällainen logo myös vanhentuu ns. brändin ydintä kuvaavaa abstraktia logoa nopeammin. Logon pitää luoda toivottuja mielikuvia myös yksin, ilman yhteyttä mihinkään muuhun brändin viestinnän tai toiminnan osaan. (Pohjola 2003, 130)

Haastattelussani oli myös kysymys logon tärkeydestä brändimielikuvan luomisessa. Kallion mukaan logo on ”erittäin tärkeä osa visuaalista ilmettä” ja se toimii kuin käyntikortti.

Logo on siis yrityksen ja opiston tärkein tunnusmerkki. Minusta hyvässä opiston logossa tiivistyy selkeästi ja mielenkiintoisella tavalla opiston koko identiteetti, eikä se niinkään esitä mitään konkreettista.

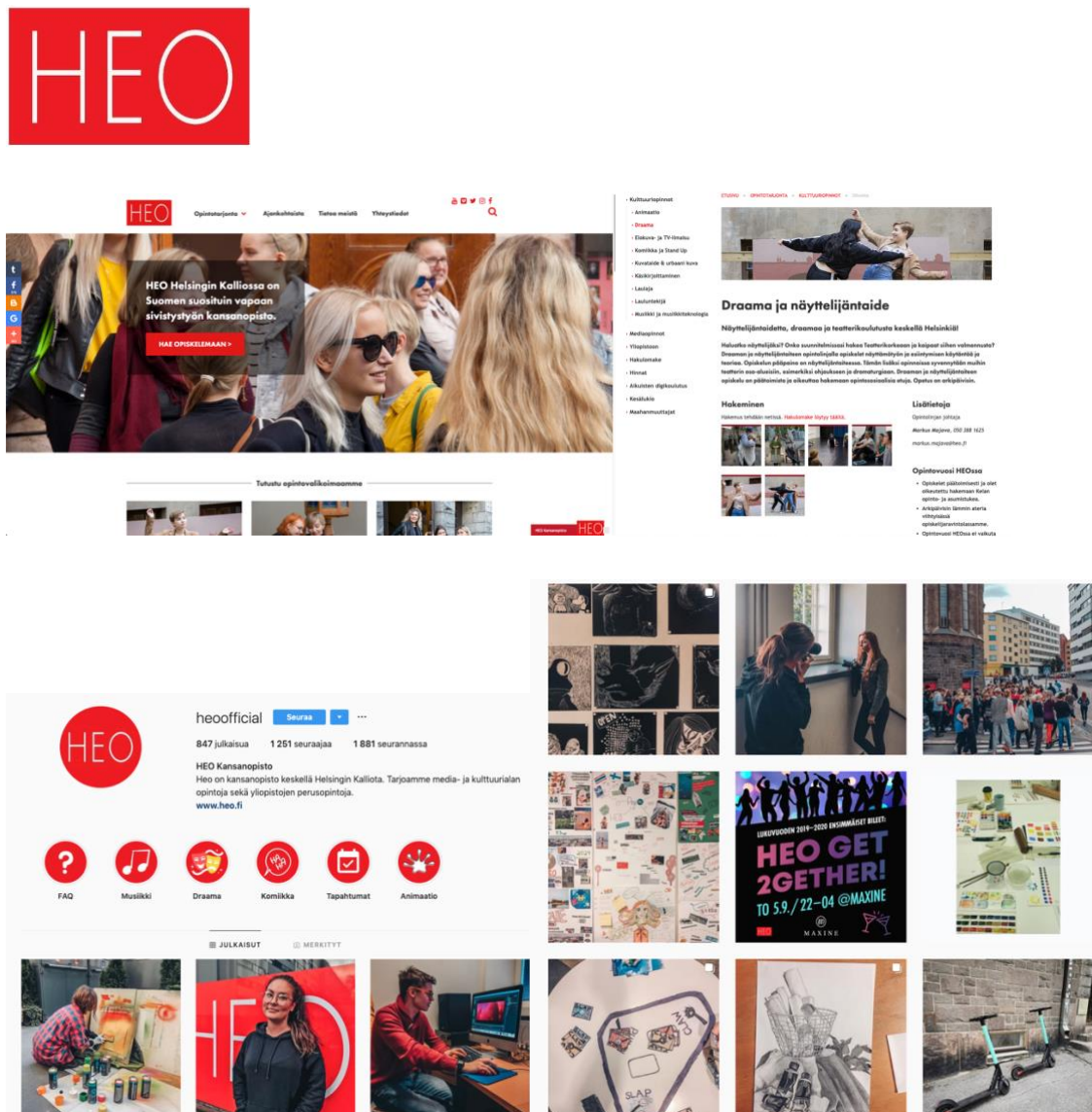
3 OPISTOJEN VISUAALISET ILMEET

3.1 Kilpailija-analyysi

On tärkeää tutkia kilpailijoita ja selvittää, mitä visuaalisen ilmeen keinoja nämä ovat ilmeissään käyttäneet tai vastaavasti jättäneet käyttämättä. Tutustuin muutamien muiden aikuisopistojen, etenkin VSKO:n linjoja vastaavia koulutuksia tarjoavien opistojen, logoihin ja visuaalisiin ilmeisiin. Samalla alueella toimii myös Turun Ammattikorkeakoulu, jonka otin mukaan kilpailija-analyysiin, vaikka kyseessä on julkinen oppilaitos. Siellä on kuitenkin tarjolla musiikin, tanssin ja teatterin koulutusohjelmat. Analyysissäni tutkin visuaalisen ilmeen elementtejä kuten logoja, värien käyttöä ja kuvamaailmaa opistojen kotisivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Pysin kiinnittämään huomiota ilmeiden tyylivalintoihin, tunnelmaan ja niistä koostuvaan kokonaiskuvaan.

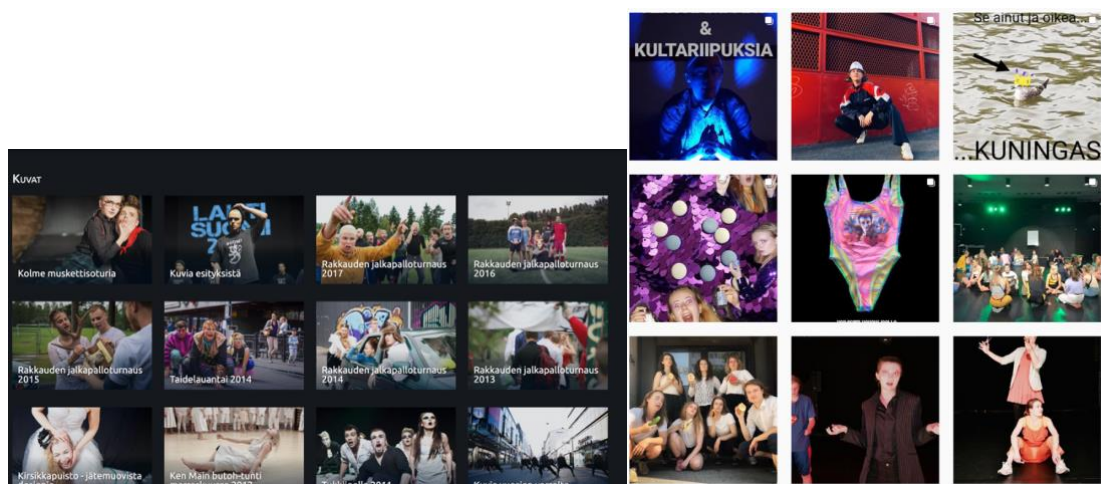
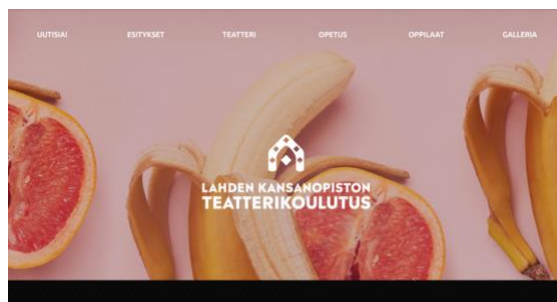
Yksityiset opinahjut ja kansanopistot eivät ole sanan suoranaيسessa merkityksessä yrityksiä, mutta niiden tarkoituksena on myös työllistää ihmisiä ja "myydä" palvelujaan, toisin sanoen koulutuksiaan, hankkimalla opiskelijoita.

HEO on Helsingissä sijaitseva vapaan sivistystyön kansanopisto. Heillä on tarjonnassaan myös VSKO:n tarjontaa vastaavia opintoja: draama, laulaja, laulun tekijä, musiikki ja musiikkiteknologia. Opiston logo on erittäin yksinkertainen, korkeat ja kapeat kirjaimet punaisen suorakulmion sisällä. Neutraali logo ei leimaa pelkäksi taiteiden tai kasvatustieteiden opistoksi. HEO:lla onkin laaja opintotarjonta, joka ei ulotu vain taiteisiin. Opiston värinä toimii puhdas punainen, joka näkyy heidän verkkosivuillaan ja sosiaalisen median kuvissa. Opistolla ei ole erityisesti tunnistettavia graafisia elementtejä ilmeessään, joten kuvalliset elementit nojaavat paljolti tilannevalokuviiin, joissa on rento ja aito tekemisen meininki (kuva 10).



Kuva 10. HEO:n visuaalista ilmettä (HEO 2019)

Lahden Kansanopiston Teatterikoulutus kuuluu Lahden Kansanopistoon, mutta koulutuksella on omat verkkosivunsa sekä oma logonsa, joka on kuitenkin hyvin samassa linjassa itse opiston logon kanssa – molemmissa on sama liikemerkki. Teatterikoulutuksella on modernit ja melko minimalistiset verkkosivut, jotka nojaavat kuviin ja tekstiin. Valokuvat tuovat väriä muutoin tummiin verkkosivuihin. Valokuvien tunnelma on pääosin rento. Verkkosivuilla on paljon tilanne- ja ryhmäkuvia esiintymistilanteista, tapahtumista ja esityksistä. Mukana on myös hauskoja muokattuja kuvia, kuten meemejä (kuva 11).

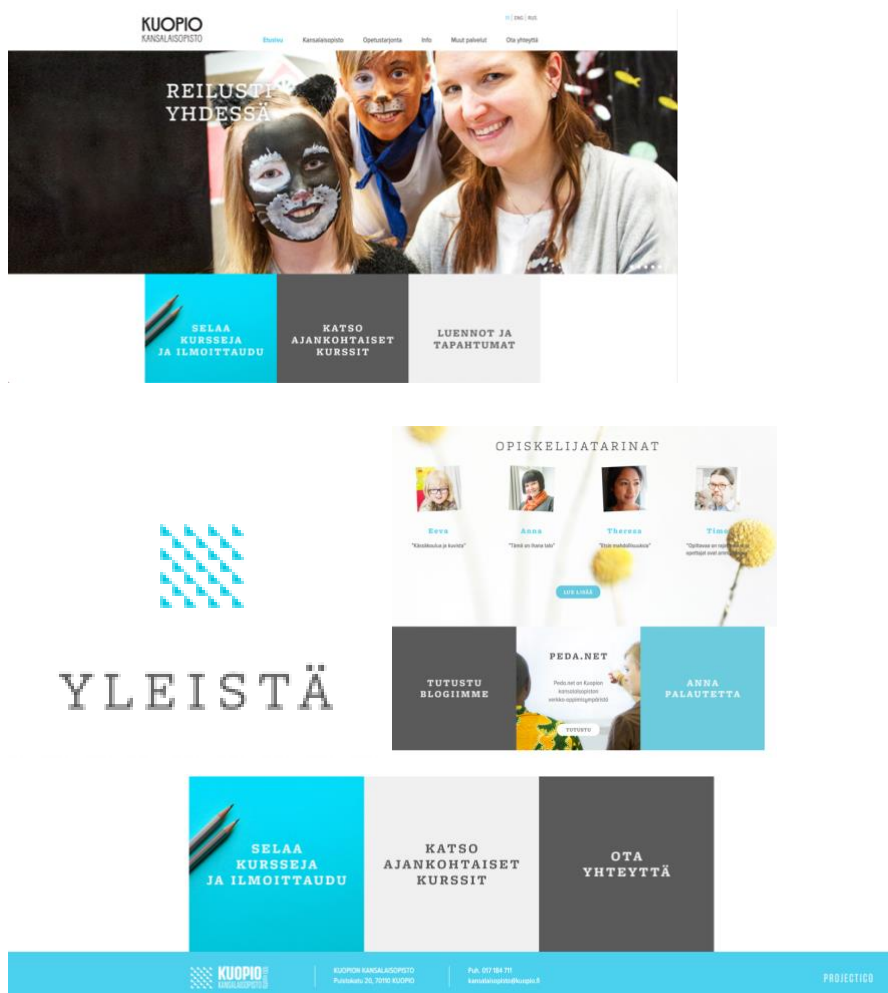


Kuva 11. Lahden Kansanopiston Teatterikoulutuksen ilmettä (Lahden Kansanopiston Teatterikoulutus 2019)

Kuopion Kansalaisopistossa on laaja koulutustarjonta, johon sisältyy esimerkiksi musiikki. Kuopion Kansalaisopiston logo luottaa täysin tekstiin, eikä sillä ole liikemerkkiä. Käytetty kirjasintyyli on moderni, selkeä, ja korkeutensa vuoksi myös hieman veikeä ja nuorekas. Kuopion kansalaisopiston ilme (kuva 12) on raikas, ja se luottaa valkoiseen, toisin sanoen negatiiviseen tilaan, vaaleansiniseen sekä harmaan eri sävyihin. Graafisina elementteinä toistuu neliö. Fontteja on pääosassa kaksi, otsikkotasolla kevyt ja moderni serif-fontti, ja leipäteksteissä selkeälinjainen sans serif -fontti.

KUOPIO

KANSALAIPOISTO



Kuva 12. Kuopion Kansalaisopiston ilme (Kuopion kansalaisopisto 2019)

Jyväskylän Kristillisellä Kansanopistolla (JKO) tarjotaan musiikin ja teatterin koulutusta kahdeksasta viikosta vuoden kestoisiin jaksoihin. JKO:n logo on poikkeava, sillä se sisältää sloganin ja www-osoitteen, muttei itse opiston nimeä, joten logosta on kontekstista irrallaan vaikea päätellä, kenen logo on kyseessä. Logo saattaakin jäädä helposti huomioimatta. JKO:n visuaalinen ilme hyödyntää enemmän värejä verrattuna muihin analyysissäni tutkimani opistot.



Kuva 13. Jyväskylän Kristillisen Kansanopiston ilme (Jyväskylän Kristillinen Kansanopisto 2019)

Turku AMK:n ilme (kuva 14) on selkeä ja raikas. Ilme rakentuu pääosin typografiasta, määrittelystä värimaailmasta ja kuvista. Kuvat vievät sovelluksien pinnasta hyvän osan tasapainottaen suurta tekstimäärää, joka on jaettu sopiviin osiin otsikoinneilla ja jakamalla tekstejä laatikoihin. Näin lukeminen on tauotettua, eikä kokonaisuus tunnu liian raskaalta.



Kuva 14. Turku AMK:n visuaalista ilmettä (Turun Ammattikorkeakoulu 2019)

Kilpailija-analyysin tuloksena voin päätellä, että ilmeet ovat keskimäärin melko hillittyjä ja ajattomia. Ilmeet tukeutuvat yhteen tai korkeintaan muutamaan tunnistettavaan elementtiin, pääosin logoon ja värimaailmaan (esim. Turku AMK:n keltainen väri tai Kuopion Kansalaisopiston sininen ja harmaa). Kansanopistojen logoissa ei erityisemmin ole käytetty liikemerkkiä, vaan ne tukeutuvat logoissaan opiston nimen tyylittelyyn.

Poikkeuksena Lahden Teatterikoulutus ja Turku AMK:n logo (liikemerkkinä keltainen tähti).

3.2 VSKO lähtötilanne

3.2.1 Toimeksianto ja vaatimukset

Toimeksiantona oli VSKO:n graafisen ilmeen uudistus. Tarkoituksenani oli suunnitella opistolle uusi logo sekä visuaalinen ilme, ja niiden pohjalta taittaa lukuvuosiesite. Ilmeen käyttöä ohjeistin graafisessa ohjeistuksessa.

Pohjatyön tarkoituksena oli selvittää, miksi uudistusta kaivataan. Miksi nykyinen logo tai visuaalinen ilme ei ole enää ajankohtainen? Tärkeää oli myös erottaa Kuninkaantien Kestikartano ja VSKO omiksi kokonaisuuksiksi. Niillä on erilliset toiminnot, mutta molemmista löytyy tietoa vain VSKO:n viestintäkanavista, mikä voi hämmentää vain toisesta toiminnasta tietoa etsiviä.

Logosta ja kokonaisvaltaisesta ilmeestä asiakas halusi yksinkertaisesti modernimpaa ja ajattomuuteen pyrkivää. Asiakkaan markkinointiviestinnän materiaalien ja kanavien tulisi olla selkeitä ja kohderyhmää palvelevaa. Keskusteltuani asiakkaan kanssa saimme koottua tärkeimmät ydinteemat, jotka tulisivat ohjaamaan ideointia ja suunnittelua: yksinkertaisuus, selkeys, käyttäjäystävällisyys ja tavoitteellisuus. Opiston tavoitteena on tiedottaa mahdollisia uusia opiskelijoita opiston opiskelumahdollisuuksista, ja innostaa heitä hakemaan opiskelupaikkaa. Opistoon hakeville ja sitä harkitseville on annettava syy hakea juuri Varsinais-Suomen Kansanopistoon, ja uusi visuaalinen ilme on ensiaskel kiinnittämään huomiota opistoon ja sen opintotarjontaan.

3.2.2 Vanha visuaalinen ilme

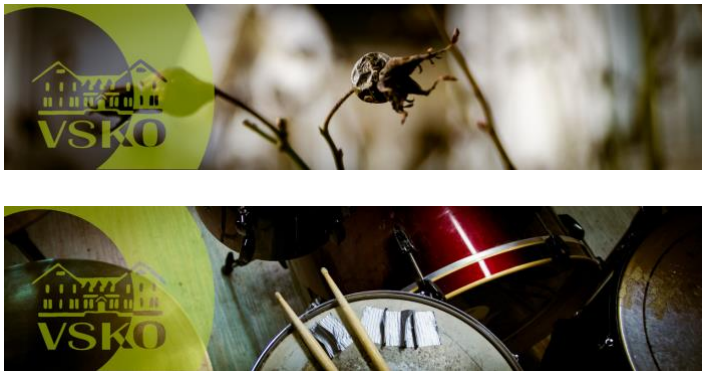
VSKO:n vanha logo (kuva 15) on iso ja siinä liikemerkkinä toimii graafinen kuva opistorakennuksesta, joka tuo logoon yksilöllisyyttä, mutta tietämättömän silmin logo voi vaikuttaa esimerkiksi rakennusalan yrityksen logolta. Logo on siis lähemmin tarkasteltuna toimialaan viittaava logo (opistorakennus), eikä niinkään opiston brändi-identiteettiä kuvaava logo. VSKO ei markkinointiviestinnässään keskity mitenkään itse rakennukseen tai esimerkiksi vetoa sen historiaan viestinnässään, joten logo ei juurikaan

kerro opiston brändi-identiteetistä tai opiston tarjonnasta. Hypoteettisessa tilanteessa voi käydä myös niin, että VSKO joutuu siirtämään toimintansa uuteen rakennukseen, jolloin vanha logo niin sanotusti vanhentuisi ja menettäisi merkityksensä.

Ympyrän osuus liikemerkissä on hieman epäselvä, ja koko ympyrää käytettäessä kuva rakennuksesta pienentyä huomattavasti, jolloin se ei toimi pienessä skaalassa. Logossa on myös lyhennys opiston nimestä, VSKO, mutta opistosta tietämättömille saattaa jäädä auki, mikä yritys tai opisto on kyseessä.



Kuva 15. VSKO:n vanha logo (VSKO 2018, vanhat verkkosivut)



Kuva 16. Esimerkkejä VSKO:n vanhan logon käytöstä bannereissa (VSKO 2018, vanhat verkkosivut)

Asiakkaan toivomuksena oli saada uudesta esitteestä sekä painettu että digitaalinen versio helposti ladattavaksi uusituille verkkosivuille.

Vanhan esitteen kannessa tasapaino ja elementtien väliset suhteet eivät ole optimaaliset. Elementtejä on monta, eikä kannella ole yhtä kiintopistettä. Kiintopisteinä toimivat niin alakulman pyöristetyt kuvat ja kannen keskellä olevien mallien mustat asut. Järjestystä ei vaikuta olevan määritelty, ja lukijan katse harhailee helposti ja olennainen

tieto jää huomaamatta. VSKO:n vasemmassa yläkulmassa oleva logo sulautuu harmaaseen taustaan, eikä lukija nopealla vilauksellakaan saa helposti selville, kenen esite on tai mistä esitteessä on kyse (kuva 17). Sama ongelma esiintyy verkkosivuilla olevissa bannereissa (kuva 16). Logo on läpikuultava, joten se helposti sulautuu ja hukkuu taustalla olevaan kuvaan jääden helposti kävijältä huomaamatta.

Lukuvuosiesitteen tarkoituksena on välittää tietoa aiheesta kiinnostuneelle tai saada kiinnostumaan esitteen sisällöstä. Kannen on myös kerrottava nopealla viestinnällä, mitä esitteen sisältö käsittelee.

Menneiden vuosien esitteet eivät ole noudattaneet mitään tiettyä kaavaa, eikä niillä ole jatkuvuutta tai yhdistäviä kohtia. VSKO:n viimeisimmässä esitteessä (kuva 18) pyöreät muodot toistuvat joka sivulla. Kuten etukannessa, sisäsivuilla toistuu sama epätasapaino ja järjestys. Tekstiä on erittäin paljon, eikä siinä ole lukemista tauottavia elementtejä, kuten väliotsikoita. Esitteestä tietoa hakeva tuskin aikoo lukea koko esitettä, vaan etsii itselleen olennaisen tiedon. Siksi lukijan tiedonhakuja olisi syytä helpottaa tauottamisella. Valokuvat ovat tärkeässä osassa, mutta kaikki eivät ole täysin yhteneväisiä väriensä ja kuvan värilämpötilojen puolesta. Hyvä esite on kuin esteettinen Instagram-seinä: kuvat on käsitelty samalla tavalla, joten ilme on yhteneväinen, esteettinen ja harmoninen. Valokuvien käyttö esitteessä on kuitenkin hyvä asia, sillä niiden tarkoituksena on kertoa opistosta ja myydä VSKO:n koulutustarjontaa lukijalle.



Kuva 17. Esitteen kansi (VSKO:n lukuvuosiesite 2018-2019)

LYHYESTI OPITUSTA

Varsinais-Suomen Kansanopisto on perustettu vuonna 1899. Opisto on sekä poliittisesti että uskonnollisesti sitoutunut eli n. grundigilainen kansanopisto, yksityisen säätiön ylläpitämä aikuisopistoina. Arvoimme perustuvat humanismin, ekologisuuteen ja kansainvälisyyteen. Opiston ylläpitää on maanviljelijöiden järjestöstä koostuva Varsinais-Suomen Aikuiskoulutuskeskus, jonka kotipaikka on Paimio. Opistonlinjat ovat valmiita ja jatko-opintoihin tähtäävä koulutus taiteen eri aloilla.

Kansanopistojen yleisistä linjista keuhkavat yleensä yhden lukuvuoden. Linjoilla voit valmistua jatko-opintoihin ja valmistua lukuvuoden puitteissa kansanopistolinjasta saat 6 läpäistystä haetaan yhteishaassa ammattilaisen perustuksiin. Lukuvuoden pituus linjojen lisäksi opistolla järjestetään erilaisia lyhytkursseja.

Asunin
Varsinais-Suomen Kansanopiston lukuvuoden kestävillä linjoilla opiskelijan on mahdollista asua opiston opiskelijasunnustessa. Annot ovat kolmen huoneen + keittiön so-

YHTEYSTIEDOT
sähköposti: www.vsko.fi
+ puh: kansanopisto@vsko.fi
puhelin: 050 913 4656

postiosasto:
Varsinais-Suomen Kansanopisto
Varsinais 37, 21300 Paimio



OPETTAJAT

Ann Hoekin, teatterin kandidaatti, on valmistunut East 15 Acting Schoolista University of Londonista vuonna 2001. Hoekin on näytellyt mm. Lontoossa Criterion Theatressa, Teatro Technisä ja Corbett Theatressa, Edinburghin Grayfriars Kirkkoaurossa, Turussa Linna-teatterissa, Tehdasteatterissa, Turun Kaupunginteatterissa, Sappolinnassa kanta-teatterissa sekä uusissa freelance-ryhmissä. Hän on ohjannut mm. lastenteatteria, musiikkia, klassikkoa ja nykydramaa. Hoekin on vieraillut useita teatterikouluja lapuilla ja maorilla, kirjoittanut ja dramatisoinut lastensyöntejä, sekä ohjannut ilmaisu- ja improvisaatiota myös ohjelmilla.

Hoekin on opiskellut laulua vuodesta 1992 ja muuilla taidoilla kuuluvat mm. tanssi, laava kirjoittaminen, astangaoga ja ukulelet sekä poikkilullun soitto. Tällä hetkellä Ann Hoekin ohjelmistossa ja teatteriteatteritoiminnassa Turussa sekä toimistossa, esiintymistyyliä mm. Sappolinnassa Kesäteatterin esittämisessä, ja keuhkallista sekä soinnista että taustalajana useissa kokoonpanoissa. Repertuaarissa kuuluu monipuolisesti rytmimusiikkia laaja kirjo, ja esiintymisiä on ollut teatterissa tilaisuuksista klubi- ja festarikeskeisiin.

Tällä hetkellä aktiivisina toimivat mm. Saana Murttojärvi Band, Wonder Girls, sekä originaalia turkulaista rytmimusiikkia esittävä juuri laulanut Dirty Harry Secret, jossa hän toimii myös säveltäjänä, sanoittajana ja sovittajana. Murttojärvi keuhkallista myös alustajana omillaan suulessa sivuoimitteluun pianolla. Saana on toiminut VSKO:lla opettajana jo lähes kymmenen vuotta ja vuodesta 2016 Pop & Rock -linjan pääopettajana.

Saana Murttojärvi valmistui musiikkilinja Turun konservatorion pop/jazz-linjalta vuonna 2006 pääaineenaan pop/jazz-laulu. Murttojärvi on opettanut laulua sekä yksityisesti että eri opistolukuvuosissa mm. Rauman musiikkioptistolla ja Turun seudun musiikkioptistolla. Vuodesta 2013 hän on työskennellyt myös Paimion opistolla laulunopettajana ja maiksovo Virelän johtajana. Murttojärvi on toiminut ohjajana erilaisilla musiikkikilpailuilla, mm. janzleillä, laulun musiikkikilpailuilla sekä eläkeläisten bändikerhoissa. Murttojärvi toimii myös Turun konservatorion tutkimus- ja kehittämissä. Opetustyön lisäksi Murttojärvi on työskennellyt

KUNNKAARTIEN KESTIKARTANO

Varsinais-Suomen Kansanopiston yhteydessä toimiva Kunnakaarten Kestikartano tarjoaa majoituspalveluita sekä kokous- ja juhlatilaa. Tila- ja majoituskapasiteetti muunnattavasti helposti monenlaisiin tarpeisiin. Suuremman juhlan voidaan yhdistellä useampia tiloja ja juhlatilasta pienimmät tarjotavat viihtyisin mielitoit esimerkiksi pienille perhejuhille. Lisäksi on mahdollista vuokrata astiat sekä pöytäliinat.

Tilaisuuksiin on mahdollista liittää myös

tuntemattomien saattajien pöytäruokailu. Tilat soveltuvat esimerkiksi koulun- ja juhlatiloihin, kokouksiin, laulu- ja juhlatiloihin sekä merkkipäivien. Meillä voit kysyä lähtötiloja ja tarjousta kahvipöytä- ja raokailusta. Lisäksi tiloihin saa tuoda omaa juoma- ja ruokatarjoilua.

Juhlasalilla perimme 150 euron varausmaksun, joka hyötetään vuokrasta. Maksu ei kuitenkaan palauteta, mikäli sinänsä peruu varauksen.

Hinnasto
(Arkiin tilavuokrat edullisemmin. Kysy tarjousta.)

Tilavuokrat	
Juhlasali kokonainen (max 150 hlöä)	599 € vuokrasta tai 65 € / t (1-3 t)
Juhlasali, ei liitintä	399 € tai 65 € / t (1-3 t)
Eteläpää (max 20 hlöä)	299 € tai 65 € / t (1-3 t)
Pääntalon takahuone (max 25 hlöä)	235 € vuokrasta tai 45 € / t (1-3 t)
Grillikatso	100 €
Sauna	45 € / t

Majoitus
Majoitushuoneet 1-2h: 55 € / lhh tai 75 € / 2h

Huoneissa ja soluissa on oma suihku/wc ja yhteinen olohuone/keittiö. Mahdollisuus myös pöytäruokailuun majoitukseen. Kysy tarjousta!

OTA YHTEYSTÄ:
kestikartano@vsko.fi

Kuva 18. Oteita vanhasta esitteestä (VSKO:n lukuvuosiesite 2018-2019)

4 VISUAALISEN ILMEEN RAKENTAMISEN PROSESSI

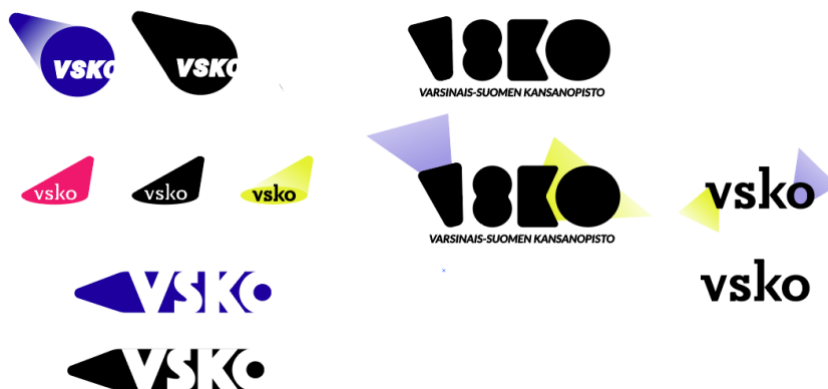
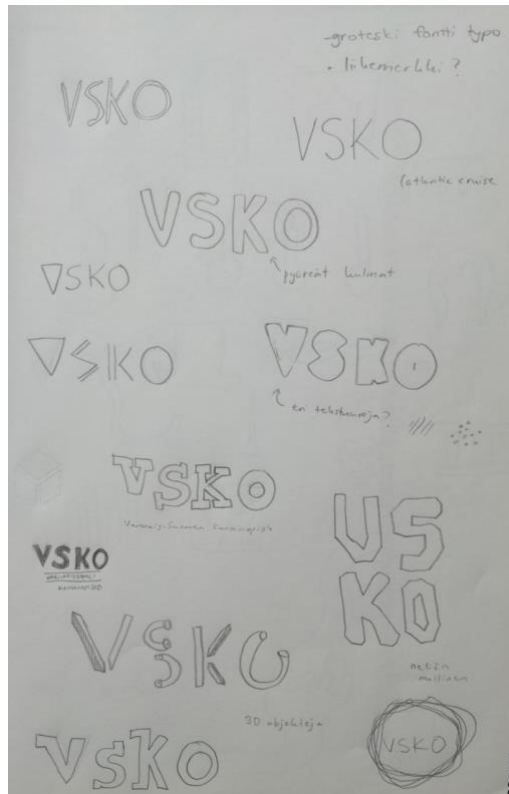
4.1 Inspiraatio

Hain inspiraatiota ja tutustuin VSKO:n vanhaan ilmeeseen pääosin opiston verkkosivujen ja esitteiden kautta. Suurin inspiraationi löytyi verkkosivujen galleriaosasta, jossa oli paljon kuvia esiintymistilanteista ja taustalla loisti värikkäät esiintymisvalot. Opiston koulutuslinjat ovat musiikkiin ja esittäviin taiteisiin painottuvia, ja useimmiten esiintymistilanteet tapahtuvat lavalla. Lavalle suunnataan aina valot, jotta esiintyjät ja esitys itsessään korostuvat. Uudella ilmeellä on tarkoitus suunnata ihmisten katseita VSKO:n toimintaan ja linjoihin, ja innostaa heitä hakemaan koulutuksiin. Lisäsin visuaaliseen ilmeeseen värikkyyttä, sillä se symboloi heidän monipuolista toimintaansa ja opiskelijoidensa luovia persoonia. Värikkyys auttaa erottumaan kilpailijoiden hillityistä visuaalisista ilmeistä.

4.2 Logo brändin keskiössä

Aloitin asiakastyön logon ideoinnilla ja suunnittelulla. Näin tärkeänä säilyttää logossa opiston nimen lyhennyksen eli VSKO-kirjainyhdistelmän, jotta opisto erottautuu samalla paikkakunnalla sijaitsevasta Paimion Kansalaisopistosta. Nämä kaksi opistoa ovat toisistaan riippumattomia, ja asiakkaan mukaan usein yhdistävät VSKO:n ja Paimion Kansalaisopiston samaksi opistoksi.

Tärkeää oli luoda liikemerkki, joka kuvastaa brändin sisintä eikä opistorakennusta. Liikemerkki on myös hyvä keino erottua kilpailijoista, joilla useimmiten ei ole liikemerkkiä logossaan. Lähdin inspiraation johdattamana leikittelemään spottivalojen muodolla, varjolla ja sen luomilla muodoilla (kuva 19).



Kuva 19. Raakaideoita ja spottivalojen innoittamia logoluonnoksia

Valitsin kolme logovaihtoehtoa asiakkaalle esiteltäväksi (kuva 20). Näistä asiakas valitsi mieleisempään ensimmäisen, jonka vielä viimeistelin lopulliseen muotoonsa.



Kuva 20. Logovaihtoehdot vasemmalta oikealle: 1, 2 ja 3

Uusi logo (kuva 21) on selkeiden muotojensa ja väriensä ansiosta leikkisä ja raikas, kuitenkin monikäyttöinen eikä opiston toimintaa tarkoin leimaava. Liikemerkin kirjaimet eivät ole yksityiskohtaisia, vaan niissä korostuu pelkät äärimuodot. Logossa visualisoin sitä, kun suoraan jonkin henkilön tai esineen (tässä tapauksessa kirjaimen) takaa heijastetaan valolla: kohteen yksityiskohdat hämärtyvät, ja edestä päin katsova osapuoli näkee vain suurpiirteisen hahmon.

Liikemerkissä kirjain 'V' on aavistuksen kallellaan vasemmalle. Ideani oli, että V-kirjain symboloi spottivalon muotoa ja sen liikettä. Lisäksi vinous oli osaltaan visuaalinen ratkaisu tehdä logosta kiinnostavampi, mutta se myös kuvastaa esittävien taiteen alojen vapautta ja liikkuvuutta: musiikki saattelee kuuntelijan tunnelmaa ja teatteriesityksellä on etenevä juoni. Logoa luodessa ajattelin kuinka "taiteella ei ole rajoja eikä sääntöjä".



Kuva 21. Lopullinen logo

4.3 Värit

Logon värit ja uuden ilmeen värimaailma syntyi värikkäiden spottivalojen inspiroimana (kuva 22).



Kuva 22. Inspiraation lähteenä toiminut kuva, jossa VSKO:n opiskelijat loistavat lavalla värikkäiden spottivalojen alla. (Varsinais-Suomen Kansanopisto, vanhat verkkosivut)

Pääväreiksi valikoituvat kolme kirkasta neonsävyistä väriä: pinkki, sinivihreä eli turkoosi, sekä VSKO:n aikaisemmin mm. logossa ja esitteissä käyttämä kellertävän vihreä (kuva 23). Pidän tämän saman sävyn mukana, jotta ilmeessä olisi jotain vanhaa ja tuttua, ja joka pitäisi kytköksen vanhan ja uuden välillä. Päävärit esiintyvät uudessa logossa ja toimivat pohjana esitteitä päivittäessä ja uusia sovelluksia luodessa. Graafiseen ohjeistukseen lisäsin värikarttaesimerkkejä, eli minkä tyyllisiä värejä voi käyttää päävärien rinnalla (kuva 24).

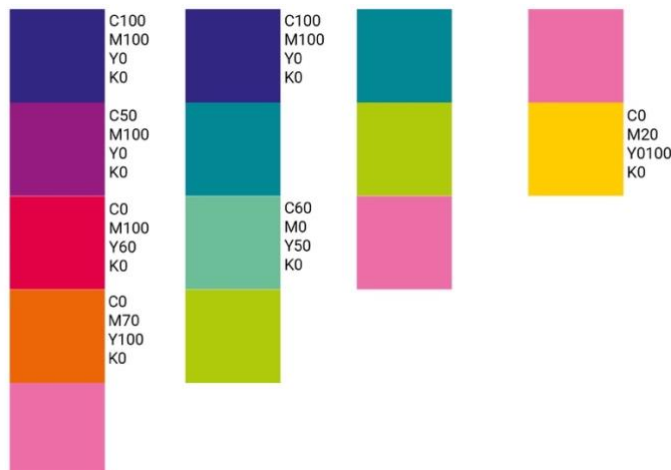
Värien merkitykset tukevat VSKO:n toiminnan arvoja ja periaatteita. Vihreän sävyt voivat kuvastaa kasvua ja uusia alkujia. Vihreä liitetään myös usein rehellisyyteen sekä ns. vihreisiin arvoihin, jotka ovat tärkeitä arvoja VSKO:lle. Punaisen sävyt kuten pinkki yhdistetään usein positiivisiin voimiin, kuten rakkauteen, intohimoon ja ystävyYTEEN. Sinisen sävyt kuten turkoosi ovat rauhoittavia ja mieltä virvoittavia. Sininen liitetään myös rauhaan ja luotettavuuteen. Näiden värien lisäksi asiakas tykästy oranssiin, jota hyödynsin esitteessä ja sitä käytetään myös verkkosivuilla. Oranssi värinä symboloi

energiaa, terveyttä ja liikkuvuutta, ja se on hyvä huomiota herättävä väri. (Chapman, 2010)

Opettaminen perustuu ihmissuhteisiin, kommunikaatioon ja vuorovaikutukseen, ja näiden kaikkien värien symboliarvot kuvastavat sitä erittäin hyvin.



Kuva 23. Uudet päävärit



Kuva 24. Väriyhdistelmä esimerkkejä

4.4 Typografia

Ensisijaisesti ehdotin asiakkaalle otsikkotason kirjasintyyliksi päätteellistä serif-fonttia, joka edustaisi opiston pitkää historiaa. Asiakas kuitenkin halusi nykyaikaisempia fontteja, joten päädyin kahteen päätteettömään eli sans serif -fonttiin (kuva 25). Pääotsikkotason teksteissä käytetään Montserrat Black -fonttia. Muissa tapauksissa käytetään Roboto-kirjasinperheen eri tyylejä. Kapeampi ja ohuempi Roboto tasapainottaa logon ja Montserrat-fontin lihavuutta. Roboto muistuttaa Arial- ja Helvetica-fontteja, jotka ovat klassisia, ajattomia ja tunnettuja leipäteksteissä käytettäviä sans serif -fontteja (kuva 26).

Montserrat Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890
?!.,--+=/()*'%'&€

Roboto

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
 1234567890
 ?!.,--+=/()*'%'&€

Roboto Regular

Roboto Italic

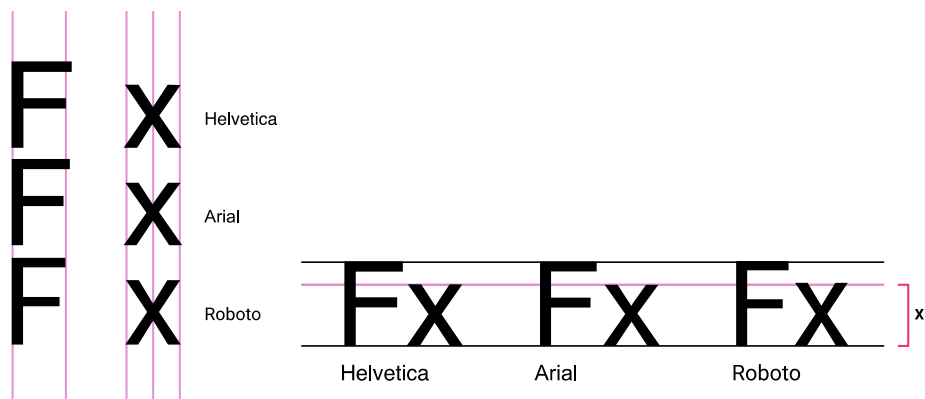
Roboto Medium

Roboto Medium Italic

Roboto Bold

Roboto Black

Kuva 25. Uuden ilmeen fonttivalinnat

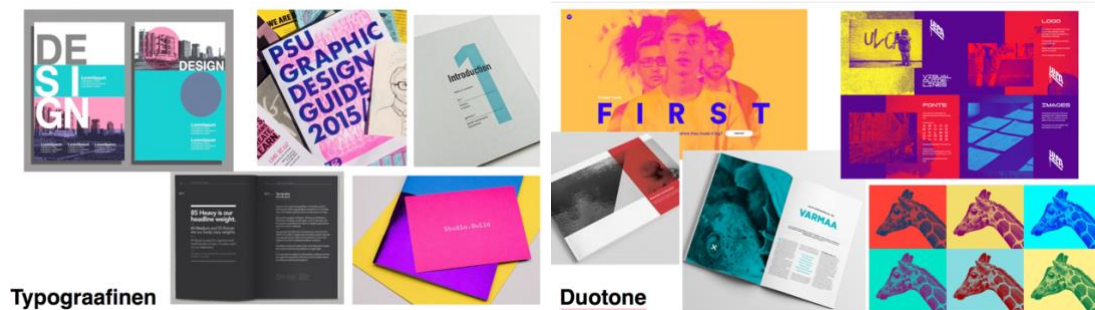


Kuva 26. Vertailu: Helvetica, Arial ja Roboto

4.5 Kuvamaailma

Mielestäni visuaalinen ilme ei kaivannut toistuvia yksilöllisiä kuviota tai symboleja, kuten esimerkiksi aiemmin esitteessä toistuneet pyöreät muodot. Ilmeestä saisi kiinnostavan näköisen ilman niitäkin leikittelemällä kahdella pääelementillä: valokuvat ja tekstit.

Tekstiä tasapainotetaan kuvien lisäksi negatiivisella tilalla. Uusi visuaalinen ilme on siis kaksivärisillä kuvilla ja typografialla tyylittelyä (kuva 27).



Kuva 27. Moodboard visuaalisesta ilmeestä

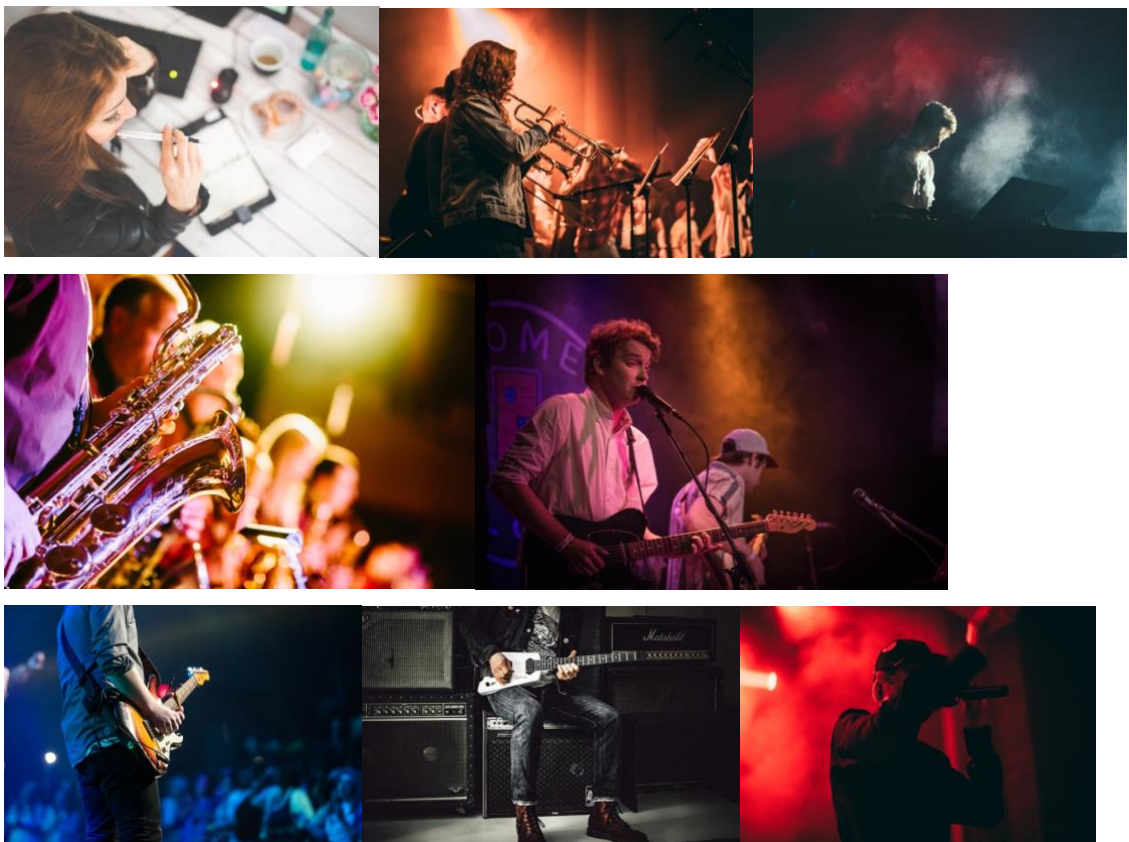
Monivärikuvat ovat helppo asiakkaan itse luoda ja muokata. Asiakkaalla on käytössään paljon kuvia, sekä itse otettuja että kuvapankkikuvia, joten valokuvien välillä on mm. isoja lämpötila- ja värisävyeroja. Muuttamalla valokuvat kaksivärisiksi erot valokuvien välillä katoavat tai vähintään tasapainottuvat ja luovat muuten useimmiten kankean oloisiin kuvapankkikuviin mielenkiintoa ja uutuuden tuntua. Kaksivärisyys tuo myös värikkyttä ilmeeseen.

Uusi ilme on selkeä, jotta asiakas pystyy itse helposti päivittämään sovelluksiaan kuten lukuvuosiesitettään. Esitteen pohja tulisi pysymään melko samana vuodesta toiseen, mutta pienillä muutoksilla siihen saadaan uutuuden tuntua ja vaihtelua. Esittelin asiakkaalle idean yksinkertaisesta ja helposti muokattavasta esiteilmeestä: joka lukuvuoden esitteellä on oma väriteemansa, myös kuvat voidaan aina tarpeen mukaan päivittää (kuva 28). Esittelen lukuvuosiesitteen ja kerron siitä enemmän kohdassa 4.6.



Kuva 28. Ideatason luonnos ilmeen jatkuvuudesta tulevilla esitteillä

Uudistetussa kuvamaailmassa on tärkeää tunnelman rentous ja helposti lähestyttävyyttä – ihmiset ja tekeminen ovat keskiössä. Kuvissa on hyvä pyrkiä välttämään ylenpalttista poseeraamista ja suoraan linssiin katsomista, pyritään aitoon ja spontaaniin tunnelmaan tilannekuvilla (kuva 29). Uuteen esitteeseen ja verkkosivuille laitettiin pääosin hankkimiani kuvapankin kuvia, mutta suositteletin VSKO:n yhteyshenkilölle, että he ottaisivat itse tai palkkaisivat osaavan henkilön ottamaan laadukkaita tilannekuvia kansanopiston esityksistä, tapahtumista, oppitunneista ja käytäviltä. Näin kuvista välittyisi kansanopiston oma aito meininki.



Kuva 29. Moodboard kuvamaailman tunnelmasta (Pexels)

4.6 Lukuvuosiesite



Kuva 30. Uuden lukuvuosiesitteen taittoilmettä

Uuteen esitteeseen (kuva 30) toin hillitysti elementtejä, koska värit ovat jo valmiiksi silmiinpistäviä ja dominoiva osa esitteen uutta ilmettä. Tekstit tulivat asiakkaalta

valmiina, ja teksti- ja sivumäärän vuoksi jouduin osakseen jättämään mahdollisia graafisia kuvaelementtejä pois esitteestä. Tärkeimpänä näin tehdä esitteestä selkeämmän, joten panostin tekstien tauottamiseen esimerkiksi otsikoinneilla ja lihavoineilla sekä suurilla kuva-alueilla. Tauottamista lukemiseen tuo myös se, että erotin tiettyjä tekstikappaleita muusta tekstistä sijoittamalla ne omiin ”laatikkoihinsa”: esimerkiksi erotin linjan hintatiedot leipätekstistä sekä loin ingressin tekstin alkuun. Ingressissä painotetaan linjan olennaisimmat asiat, esimerkiksi mitä linja pitää sisällään ja kenelle se on suunnattu. Esitteen on tärkeä olla selkeä ja ytimekäs, samalla antaen kattavasti tietoa, joka on helppo löytää. Kuvat ja värimaailma tekevät esitteestä persoonallisen ja mielenkiintoisen selailta. (ks. liite 2)

Päädyin tekemään ilmeeseen mahdollisimman selkeitä ja yksinkertaisia valintoja. Merkittävimpänä syynä tähän oli se, että visuaalinen ilme ei ole kertaluontoinen projekti, vaan sitä pitää ylläpitää ja kehittää. Näin toivottavasti jatkossa opistolla on varaa ja osaamista päivittää tai kehittää itsekin ilmettä vaihtamalla värejä ja kuvia uusissa sovelluksissa tai verkkosivuja päivittäessä. Värikkyytensä ansiosta VSKO:n uusi visuaalinen ilme on erilainen ja muista kansanopistoista erottuva, ja kuvallisten elementtien selkeä linjaus auttaa ilmettä kestämaan enemmän aikaa, sillä värejä voi vaihtaa räväkämmistä väriyhdistelmistä aina hillitympiin väripaletteihin.

5 POHDINTAA

Visuaalisen ilmeen yksi tärkeimmistä tehtävistä on viestittää siitä, mitä opisto tai yritys pohjimmiltaan on. Logon tehtävänä on vastaavasti tukea brändin ydintä ja sanomaa. Erottuakseen visuaalisesti kilpailijoista on taustalla oletus, että kilpailijoiden ilmeitä on tutkittu ja analysoitu. On tärkeää tietää, mitä ratkaisuja kilpailijat ovat visuaalisissa ilmeissään tehneet, jotta voi ryhtyä suunnittelemaan keinoja ja ratkaisuja erottumiselle.

Tarkempaa tietoa VSKO:n uuden visuaalisen ilmeen mahdollisesta erottuvuudesta ja sen onnistumisesta pitäisi tarkastella pidemmällä aikavälillä ja toteuttaa laajemmat kyselyt. Mutta, mikäli esittelemieni kansanopistojen visuaaliset ilmeet sijoitetaan vierekkäin, VSKO:n rohkeat ja kirkkaat värit hyppäävät esiin kilpailijoiden hillittyjen ilmeiden keskeltä. Logossa on myös suuri ja värikäs liikemerkki, toisin kuin monessa kilpailijan logossa. Johtopäätöksenä voin todeta, että kansanopisto pystyy yritysten tavoin visuaalisesti erottautumaan kilpailijoistaan tekemällä rohkeita valintoja ja käyttämällä elementtejä (tässä tapauksessa värit), joita kilpailijat eivät ilmeissään hyödynnä, pysyen silti uskollisena toiminnalleen ja identiteetilleen.

Opinnäytetyöprosessin avulla sain kerrattua tietämystäni ja kerättyä itseluottamusta brändin suunnittelun ja visuaalisen ilmeen luomisen saralla. Opin myös sen, että brändin ja visuaalisen ilmeen suunnittelun prosessi kaipaa paljon resursseja, kuten aikaa ja suunnitteluryhmän. Olen entistä enemmän kiinnostunut brändisuunnittelusta, ja pyrin jatkossakin tekemään työtä sen parissa.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Mäkinen, M.; Kahri, A. & Kahri T. 2010. Brändi kulmahuoneeseen! Porvoo: WS Bookwell Oy.

Pohjola, J. 2003. Ilme – Visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Inforviestintä Oy.

von Hertzen, P. 2006. Brändi yritysmarkkinoinnissa. Helsinki: Talentum Media Oy.

Verkkolähteet

Brand News. Mikä on brändi? Viitattu 18.9.2019. www.brandnews.fi/mika-on-brandi

Chapman, C. 2019. Color Theory for Designers, Part 1: The Meaning of Color. Smashing Magazine. Viitattu 11.10.2019.
www.smashingmagazine.com/2010/01/color-theory-for-designers-part-1-the-meaning-of-color

Graafinen 2019. Tietopankki graafikoille. Viitattu 18.9.2019. www.graafinen.com/tietopankki

Happy Branding Company 2016. Brändin muotoilu osa 2: logo ja liikemerkki. Viitattu 14.5.2019.
www.happybrandingcompany.fi/blogi/brandinmuotoiluosa2

Kotimaisten kielten keskus 2019. Sanakirjat. Viitattu 18.9.2019.
www.kotus.fi/sanakirjat/kielitoimiston_sanakirja

Kubo 2015. Kaipaako visuaalinen identiteetti päivitystä? Tee kuuden kohdan testi. Viitattu 17.9.2019. www.kubo.fi/kaipaako-visuaalinen-identiteetti-paivitysta

Nuuttila, M. 2018. Brändille visuaalinen ilme. Miten? Villivisio. Viitattu 18.9.2019.
www.villivisio.fi/blogi/brandille-visuaalinen-ilme-miten

Näkemystehdas MBE 2019. Brändi-ilme. Viitattu 20.9.2019. www.mbe.fi/palvelu/brandi-ilme

Tarinastudio 2019. Miten erottua kilpailijoista? Viitattu 23.9.2019.
www.tarinastudio.fi/miten-erottua-kilpailijoista

Haastattelu

Kallio, M. 2019. Designer, Concepts and Content. [Haastattelu sähköpostitse]. Haastattelijana Aleksina Pänkäläinen.

Opistojen ja oppilaitosten verkkosivut

HEO Kansanopisto 2019. Viitattu 22.9.2019. www.heo.fi

Jyväskylän Kristillinen Opisto 2019. Viitattu 22.9.2019. www.jko.fi

Kuopion Kansalaisopisto 2019. Viitattu 22.9.2019. www.kansalaisopisto.kuopio.fi

Lahden Kansanopiston Teatterikoulutus 2019. Viitattu 22.9.2019. www.teatterikoulutus.fi

Turun ammattikorkeakoulu 2019. Viitattu 22.9.2019. www.turkuamk.fi/fi

Varsinais-Suomen Kansanopisto 2018. Viitattu 21.10.2018. www.vsko.fi

Kuvalähteet

Kuva 3. Nuuttila, M. 2018. Brändille visuaalinen ilme. Miten? Villivisio
www.villivisio.fi/blogi/brandille-visuaalinen-ilme-miten

Kuva 4. Kuopion kansalaisopisto 2019. www.kansalaisopisto.kuopio.fi

Kuva 5. Turun Ammattikorkeakoulu. www.turkuamk.fi

Kuva 6. Lahden Kansanopiston Teatterikoulutus 2019. www.teatterikoulutus.fi

Kuva 7. Jyväskylän Kristillinen Kansanopisto 2019. www.jko.fi

Kuva 8. Wikipedia. World Peace Party. en.wikipedia.org/wiki/World_Peace_Party

Kuva 9. Fonts.com. Serif vs. Sans for Text in Print.
www.fonts.com/content/learning/fontology/level-1/type-anatomy/serif-vs-sans-for-text-in-print

Kuva 10. HEO 2019, www.heo.fi

Kuva 11. Lahden Kansanopiston Teatterikoulutus 2019. www.teatterikoulutus.fi

Kuva 12. Kuopion kansalaisopisto 2019. www.kansalaisopisto.kuopio.fi

Kuva 13. Jyväskylän Kristillinen Kansanopisto 2019. www.jko.fi

Kuva 14. Turun Ammattikorkeakoulu. www.turkuamk.fi

Kuva 15. Varsinais-Suomen Kansanopiston verkkosivut 2018.

Kuva 16. Varsinais-Suomen Kansanopiston verkkosivut 2018.

Kuva 17. Varsinais-Suomen Kansanopiston lukuvuosiesite 2018-2019.

Kuva 18. Varsinais-Suomen Kansanopiston lukuvuosiesite 2018-2019.

Kuva 22. Varsinais-Suomen Kansanopiston verkkosivut 2018.

Kuva 29. Pexels. www.pexels.com

Graafinen ohjeisto



Graafinen ohjeisto

Sisältö

1. Logo	3
2. Typografia	7
3. Värimaailma	9
4. Valokuvat	11
5. Lukuvuosiesite	13

1. Logo



Logosta on pääasiassa kolme erilaista versiota, joista ensisijaisesti käytetään **värillistä versiota** valkoisella pohjalla.

Valkoista versiota käytetään esimerkiksi kuvan, värillisen tai kuvioidun pinnan päällä. Logon tulee erottua taustasta.

Mustaa versiota voidaan käyttää vain painoteknisistä syistä esimerkiksi rajoitetulla värimäärällä painettaessa.



VSKO / Graafinen ohjeisto / 3.6.2019

3

Muut logoversiot



Liikemerkki

Käytetään pelkkää liikemerkkiä kun yhteys opistoon on selkeä. Esim. visuaalisena tehostekeinona, opiston sisäisessä viestinnässä tai esitteiden takakannessa (etukannessa koko logo).

Kapeampi logo

Tätä logoversiota käytetään vain, kun tila ei salli leveämmän logon käyttöä (esim. yhteistyökumppanin esitteessä on rajattu tietyn kokoinen tila kumppanien logoille) ja originaali logo pienentyisi liikaa suhteessa muihin logoihin. Pyritään käyttämään muita logoversioita tämän sijasta.

VSKO / Graafinen ohjeisto / 3.6.2019

4

Logon suoja-alue

Suoja-alueella tarkoitetaan logon ympärille jätettävää tyhjää aluetta, jossa ei saa esiintyä tekstiä, kuvia tai merkkejä. Sama suoja-alue pätee kaikkiin logoversioihin.

Suoja-alueen koon määrittäminen:



Lisäohjeita logon käytöstä

Älä muokkaa tai käytä logoa ohjeistuksen vastaisesti – esimerkiksi:



Älä vääntele tai siirtele logon elementtejä.



Älä vaihda värejä.*



Älä muunna kokosuhdetta.



Älä käytä väärää logoversiota tilanteesta riippuen.

* Tapauskohtaisesti logolle voidaan luoda uusia väriverioita mikäli sille on syy ja tarkoitus (esim. VSKO:n sisäinen brändi).

2. Typografia

VSKO:n kirjasintyytit ovat Roboto ja Montserrat Black.

Pääotsikkotasolla ja tehosteena käytetään Montserrat Blackia. Muissa tapauksissa käytetään Roboto-kirjasinperheen eri leikkauksia.

Molemmat kirjasintyytit ovat ladattavissa Google Fonts -sivustolta: fonts.google.com

Montserrat Black

ABC Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur adipiscing elit

Roboto Regular

ABC Ari dolorererite int aut quaectis nos eaturerum
laborepror rehent voloreh enissum facerrunt volupta
doluptate sum si tem et asperiae. Aboribe ritiaturit.

Valkoinen tausta:

**Pääotsikko:
Montserrat Black 22 pt**

Väliotsikointi: Roboto Bold 15 pt
Leipäteksti: Roboto Regular 12 pt

Kuvallinen/värillinen tausta + valkoinen fonttiväri:

**Pääotsikko:
Montserrat Black 22 pt**

Väliotsikointi: Roboto Black 15 pt
Leipäteksti: Roboto Medium 12 pt

! Paksummalla kirjasinleikkauksella helpotetaan valkoisen tekstin luettavuutta värillisellä pinnalla.

VSKO / Graafinen ohjeisto / 3.6.2019

7

Web-fontti ja korvaava fontti

Mikäli Roboto ja Montserrat Black eivät ole käytettävissä, korvaavana fonttina toimii Arial*:

- Arial Regular ja Arial Bold korvaa Roboton
- Arial Black korvaa Montserrat Blackin

Muun muassa verkossa ja sähköposteissa on hyvä käyttää kaikkien käyttäjien saatavilla olevaa Arial-fonttia.

Arial Black

ABC Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur adipiscing elit

Arial Regular

ABC Ari dolorererite int aut quaectis nos eaturerum
laborepror rehent voloreh enissum facerrunt volupta
doluptate sum si tem et asperiae. Aboribe ritiaturit.

Valkoinen tausta:

**Pääotsikko:
Arial Black 22 pt**

Väliotsikointi: Arial Bold 15 pt
Leipäteksti: Arial Regular 12 pt

Kuvallinen/värillinen tausta + valkoinen fonttiväri:

**Pääotsikko:
Arial Black 22 pt**

Väliotsikointi: Arial Bold 15 pt
Leipäteksti: Arial Regular 12 pt

* Arial Regular, Arial Italic, Arial Bold, Arial Bold Italic, Arial Black. (Huom! Ei Arial Narrow)

VSKO / Graafinen ohjeisto / 3.6.2019

8

3. Värimaailma

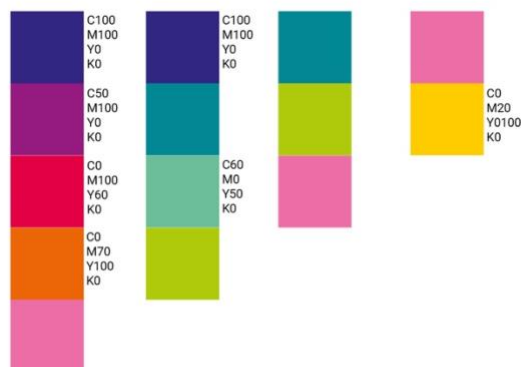
Ohjenuorana toimivat logon värit. Ne voivat toistua ilmeessä pääväreinä tai tehosteväreinä.



Lisäksi sovelluksissa voi vapaasti oman harkinnan mukaan käyttää **logon väreihin yhteensopivia värejä tai sävyjä** – kuitenkin selkeitä ja kirkkaita värejä (esimerkiksi ns. neon-värit). Painotuotteisiin kannattaa valita selkeät CMYK-värit parhaimman painojäljen varmistamiseksi.

Suositaan **2-5 värin/sävyn kokonaisuuksia** riippuen sovelluksesta.

Väriyhdistelmä esimerkkejä:



! 100 % mustaa ja valkoista (/paperi) ei lasketa väreiksi.

Gradientit

Gradientteja eli liukuvärejä voidaan käyttää visuaalisen ilmeen tehostekeinona, esimerkiksi tekstien taustana tai efektinä valokuvissa.



Esimerkki. Muokattu Adobe Photoshopissa **Gradient Map** -efektillä.

4. Valokuvat

Valokuvissa pidetään tunnelma rentona ja helposti lähestyttävänä – ihmiset ja tekeminen ovat keskiössä. Vältetään ylenpalttista poseeraamista ja suoraan linssiin katsomista, pyritään aitoon ja spontaaniin fiilikseen (tilannekuvia). Esim:



VSKO / Graafinen ohjeisto / 3.6.2019

11

Valokuvien ilme koostuu normaaleista värillisistä ja kaksi- tai useampivärisistä valokuvista, joka saavutetaan parhaiten Gradient Map -efektillä käyttäen (Adobe Photoshop).

Normaali



Gradient Map



Älä tee näin muun muassa:

Overlay



X % läpinäkyvyys



VSKO / Graafinen ohjeisto / 3.6.2019

12

6. Lukuvuosiesite

Lukuvuosiesite on helppo päivittää ja muokata simppelein formaattinsa vuoksi. Jotta joka vuosi esitteeseen saadaan vaihtelua edelliseen, on suositeltavaa, että kuvia ja värimaailmaa vaihdetaan.

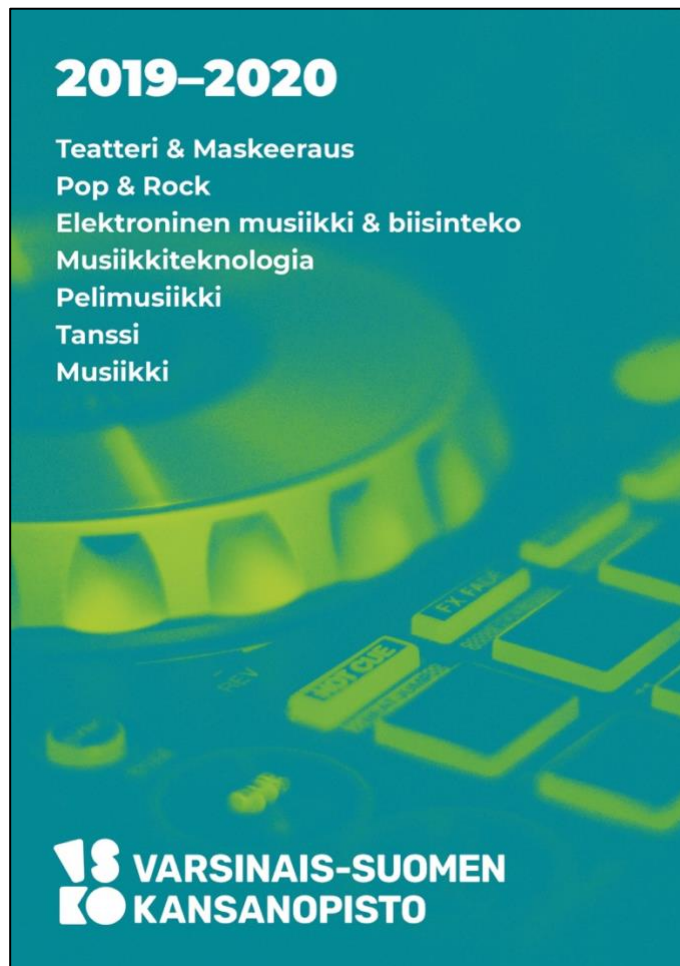
2019-2020 esite



Seuraavan lukuvuoden esite esim.



Lukuvuosiesite 2019-2020



Sisältö

VSKO – esittely	4
Opintolinjat	
<i>Teatteri & Maskeeraus</i>	6
<i>Pop & Rock</i>	10
<i>Elektroninen musiikki & biisinteko</i>	12
<i>Musiikkiteknologia</i>	14
<i>Pelimusiikki</i>	16
<i>Tanssi</i>	18
<i>Musiikki</i>	20
Opettajat	22
Yleistä opiskelusta	26
Hakuohjeet	30



Vuonna 1899 perustettu Varsinais-Suomen Kansanopisto on Varsinais-Suomen Aikuiskoulutussäätiön ylläpitämä yksityinen oppilaitos Paimiossa. Opisto on sekä poliittisesti että uskonnollisesti sitoutumaton ja sen arvot perustuvat humanismiin, ekologisuuteen sekä kansainvälisyyteen.

Lukuvuoden mittaiset opintolinjat tarjoavat valmentavaa ja jatko-opintoihin tähtäävää koulutusta kulttuurialalta. Linjoilla voit valmistautua jatko-opintoihin ja vähintään lukuvuoden mittaisesta kansanopistol-

jasta saat kuusi lisäpistettä haettaessa yhteishaussa ammatilliseen perustutkintoon.

Paimio sijaitsee Turun ja Helsingin välisen E18-moottoritien varrella. Opisto sijaitsee idyllisellä paikalla Paimion keskustassa, Vistantien varrella. Paimioon on hyvät liikenneyhteydet, ja opistolle pääsee bussilla tai omalla autolla. Lähimmät juna-asemat sijaitsevat Turussa ja Salossa, joista on bussiyhteydet Paimioon. Turusta matkaa on n. 25 km, Helsingistä 140 km ja Tampereelta 150 km.



Teatteri & Maskeeraus

Linjan tavoitteena on antaa opiskelijalle perustietoa ja osaamista teatterin eri osa-alueista. Tarkoituksena on parantaa opiskelijoiden mahdollisuuksia päästä teatterialan ammattikoulutukseen tai syventää taitoja esim. teatteriharrastusta varten.

Teatteri & Maskeeraus -linja keskittyy käytännön harjoitteluun, ja opiskelijat valmistavat vuoden aikana useita esityksiä. Esitykset rakennetaan opiston musiikkilinjojen kanssa yhteistyönä, joten opiskelija pääsee tutustumaan moniin työskentelytapoihin ja tutustuu näytelmän valmistamiseen alusta loppuun saakka. Linjalla oppiinsa opiskelija voi hyödyntää teatterialan jatkokoulutuksen ja harrastuksen lisäksi monissa kasvat-, opetus- ja sosiaalialan työtehtävissä ja koulutuksissa.

TEATTERI

Teatterioopintoihin sisältyvä teoria sidotaan käytännön tekemiseen, jotta se voidaan sisäistää harjoitusten avulla. Vaikka opiskelijan pääpaino on näyttelijäntyöllä ja maskeerauksella, sisältyy koulutukseen opetusta myös mm. teatterihistoriasta, eri tanssilajeista, lavastuksesta, musiikista ja akrobatiasta riippuen myös opiskelijan itsensä toivomista painotuksista. Pääasiassa toimii aktiivisesti myös kesäteatteri, jonka toimintaan opiskelija halutessaan pääsee osallistumaan.

MASKEERAUS

Koulutuksen aikana opetellaan mm. aikakausimekkejä (vuosisata- ja vuosilumeikit), roolimaskeeraukset, vanhennukset, ruhjet ja vammat, kampaukset ja drag show -meikit. Lisäksi lukuvuoden aikana perehdytään muoto- ja värioppiin, tyylihistoriaan sekä teatteri- ja näyttömeikkeihin. Opetusohjelmaan kuuluu myös hiuslisäkkeiden ja partojen sekä viiksien käyttö maskeerauksessa, ja opintoja liittyen

7

asiakaspalveluun, markkinointiin ja projektityöskentelyyn. Opiskelija saa kokonaiskäsityksen myös maskeeraajan työstä aina teoksen visuaalisesta suunnittelusta budjetin laskemiseen ja maskeeraamiseen esityksen aikana. Lukuvuoden aikana opiskelija kerää oman portfolion valokuvineen. Maskeerauksen painotuksella opetusohjelma on laadittu näyttötutkinnon vaatimusten pohjalta.



MUITA OPINTOJA

Musiikkiopintoja valitseva voi suorittaa Suomen musiikkioppilaitosten liiton vaatimuksia vastaavia kurssitutkintoja musiikin teoriasta. Lisäksi linjalle kuuluu opetusta stemmalaulussa sekä pop/rock/jazz -musiikin historiassa. Opiskeluun sisältyy myös kaikille linjoille yhteisiä yleisen kulttuurintuntemuksen tunteja, joilla käy eri taiteenalojen ammattilaisia luennoimassa. Lisäksi tarjotaan jatko-opintoihin suuntaavaa opinto-ohjausta sekä pääsykoevalmennusta. Opiskelijalla on myös mahdollisuus suorittaa näyttötutkinto maskeerauksesta ja tämän jälkeen opiskelija on valmis toimimaan maskeeraajan työtehtävissä.

VSKO tekee yhteistyötä Stadin Aikuisopiston kanssa ja opiskelijalla on riittävien taitojen myötä mahdollisuus suorittaa lukuvuoden päätteeksi Esitys- ja teatteritekniikan ammatti- ja erikoisammattitutkinto (ent. Teatterialan ammattitutkinto, osaamisala maskeeraus) Stadin Aikuisopistossa näyttökokeena. (Tutkintomaksu n. 1000 €)

8



Linjan hinta:

550 €/kk sis. majoituksen (2hh) sekä lounaan opiskelupäivinä (lisähinta 1hh 156€/kk)
100 €/vko ilman majoitusta

Hinta sisältää perusmateriaalit. Mahdollisia lisäkuluja voi aiheutua opiskelijan painotuksista maskeerauksen opintoihin liittyen. Linjalla opiskellaan 34 viikkoa kokopäiväisesti.

9

Pop & Rock

Pop & Rock -linjan tarkoituksena on tukea opiskelijan persoonallista musiikillista ilmaisukykyä ja antaa valmiuksia jatko-opintoihin pyrkimiseen. Linja tarjoaa opiskelijalle mahdollisuuden kehittää soitto- ja/tai laulutaitoaan, lavaesiintymistään, musiikin teorian tuntemustaan, biisintekotaitojaan sekä musiikkiteknologian hallintaa.

Tarjolla on laadukasta, käytännönläheistä opetusta paitsi itse musiikista, myös sen markkinoinnista ja siihen liittyvästä yrittäjyydestä. Opiskelijat voivat halutessaan tehdä harjoitustentteinä konservatorioiden edellisten vuosien pääsykokeita, ja saavat tähän laaja-alaista pääsykoevalmennusta. Opiskelijoille annetaan myös jatko-opintoihin liittyvää opinto-ohjausta.

Opiston henkilökunnalta löytyy ensikäden tietoa useista konservatorioista sekä korkea-asteen musiikkioppilaitoksista (ammattikorkeakoulut, Sibelius-Akatemia). Heikommalla teoriapohjalla aloittaville on tarjolla tukiovetusta pienryhmissä tai jopa yksittäin.

Instrumenttivalikoima kattaa kaikki bändisoittimet: rummut, lyömäsoittimet, basso, keyboardit (myös vapaa säestys), kitarat ja laulu. Tarvitessa pyrimme löytämään opettajan myös esim. puhallinsoittajille.

Tarjolla on kolme pääpainotusvaihtoehtoa: instrumentti-/laulupainotteiset opinnot, biisintekoon painottuvat opinnot ja musiikkitekologiaan (äänittäminen, miksaaminen ja masterointi) painottuvat opinnot. Nämä vaihtoehdot konkretisoituvat yksityistuntien muodossa: musiikkitekologian yksityistunti on musiikkitekologian tunti, kitaristi taas saa kitaratunnin.

10

Opiskeluvuikolla opiskelijalla on sekä pää- että sivuinstrumentin yksityistunti. Lukuvuosi jakaantuu musiikillisten teemojen mukaan jaksoihin (mm. pop/rock, blues/soul/R'n'B, groove/funk). Jokaiseen jaksoon kuuluu mahdollisuus opitun materiaalin esittämiseen liveinä, keikan tallentaminen ja musiikkimaailman ammattilaisen vierailuluento. Syntyneille demoäänityksille etsitään väylää eteenpäin, pois pöytälaatikoista.

Jaksojen lisäksi läpi koko lukuvuoden jatkuu musiikin teorian ja kulttuurialan yleistiedon opetus. Linjalla on mahdollista suorittaa Suomen musiikkioppilaitosten liiton vaatimuksia vastaavia musiikin teorian perusteet 1/3-, 2/3- ja 3/3-tutkintoja sekä vastaavia instrumentti- ja laulututkintoja.

Pop & Rock -linjalla on käytössään useita treenitiloja. Bändi- ja soitto-tuntitilojen lisäksi linjan opinnoissa käytetään opiston studiota.

Vaatimaton pohja musiikin teoriassa ei ole este opinnoille. Linja tarjoaa ponnahduslautan musiikkimaailman ammattilaiseksi haluavalle, halusitpa sitten soittaa tai laulaa, esiintyä artistina tai kenties toimia musiikin tuottajana, sanoittajana tai biisintekijänä. Samalla se antaa valmiuksia hakeutua jatkokoulutukseen esimerkiksi konservatorioihin ja muihin alan oppilaitoksiin.

Linjan hinta:

550 €/kk	sis. majoituksen (2hh) sekä lounaan opiskelupäivinä (lisähinta 1hh 156€/kk)
100 €/vko	ilman majoitusta

Opiskelijalla on halutessaan mahdollisuus ostaa lisää yksityistunteja.

11

Elektroninen musiikki & biisinteko

Linja on suunniteltu niin vasta-alkajalle kuin edistyneemmällekin harrastajalle. Linjan aikana panostetaan opiskelijan oman tekemisen ja luovuuden tukemiseen. Tarkoituksena on antaa valmiuksia toimia itsenäisesti musiikkialalla, sekä valmentaa opiskelijaa jatko-opintoihin pyrkimiseen.

Tarjolla on laadukasta, käytännönläheistä opetusta paitsi itse pääaineesta myös esim. siihen liittyvän osaamisen markkinoinnista, musiikin teoriasta ja alaan liittyvästä yrittäjyydestä. Linjan hintaan sisältyy myös yksi viikoittainen soitto-tunti: rummut, lyömäsoittimet, basso, keyboardit, kitarat tai laulu. Halutessaan opiskelija saa yksityistuntinsa elektronisesta musiikista tai biisinteosta.

Vuoden aikana käydään läpi mm. seuraavia: äänisuunnittelu (syntetisaattori (subtractive & FM), samplaus, audion manipulointi, efektit), elektronisen musiikin eri elementit (rummut, basso, leadit, soinnut, efektit jne.), miksaus (perusteet ja luovuus), DJ:nä toimiminen, elektronisen musiikin historia (lyhyt oppimäärä), elektroninen musiikki liveinä, musiikin teoriaa elektronisen musiikon näkökulmasta, elektronisen musiikin promootio ja julkaiseminen, remixaaminen ja masterointi (perusteet ja kotimasterointi).



Opiskelijalla on suositeltavaa olla käytettävissään tietokone, johon on asennettu jokin seuraavista ohjelmista: Ableton Live / Logic 9 tai X / Reason / FL Studio / Bitwig / Reaper / Cubase / Preonus Studio 1. Linja on mahdollista aloittaa myös ilman omaa tietokonetta ja hankkia tarvittava ohjelmisto oppilaitoslisenssillä.

Pääpaino kurssin aikana on Ableton Live-ohjelmalla, mutta tehtävät pyritään toteuttamaan siten, että ne voi suorittaa millä tahansa yllä mainituista DAW-ohjelmista.

Linjan hinta:

550 €/kk	sis. majoituksen (2hh) sekä lounaan opiskelupäivinä (lisähinta 1hh 156€/kk)
100 €/vko	ilman majoitusta

Opiskelijalla on halutessaan mahdollisuus ostaa lisää yksityistunteja.

13

Musiikkitekнологia

Musiikkitekнологia-linja toimii ponnahduslautana musiikkimaailman teknologia-ammattilaiseksi haluavalle. Samalla se antaa valmiuksia hakeutua jatkokoulutukseen esimerkiksi konservatorioihin ja muihin alan oppilaitoksiin.

Musiikkitekнологia-linja antaa opiskelijalle ajanmukaisen näkymän nykypäivän musiikissa käytettävään teknologiaan, laitteisiin ja ohjelmistoihin.

Linja painottuu kahteen pääalueeseen: studioitoimintaan ja live-äänentoistoon. Opintoihin kuuluu myös tutustuminen muuhun esitystekniikkaan. Tarjolla on laadukasta, käytännönläheistä opetusta paitsi itse pääaineesta myös siihen liittyvän osaamisen markkinoinnista ja alaan liittyvästä yrittäjyydestä. Opiskelijat saavat myös jatko-opintoihin liittyvää opintojen ohjausta. Linjan opetustarjontaan kuuluu yksi viikoittainen soitto-tunti: rummut, lyömäsoittimet, basso, keyboardit (myös vapaa säestys), kitarat tai laulu. Tarvittaessa pyrimme löytämään opettajan myös esim. puhallinsoittajille.

Musiikkitekнологia-linjan opetus lähtee liikkeelle opiskelijan omista taidoista ja tavoitteista. Aikaisempia musiikkiopintoja ei välttämättä tarvita, vaan linja sopii mainiosti myös itseoppineille ja aloittelijoille.

Lukuvuosi jakautuu musiikkilisten teemojen mukaan jaksoihin (mm. Pop/rock, blues, groove/funk). Jokaiseen jaksoon kuuluu mahdollisuus opitun materiaalin live-esitykseen, keikan tallentaminen ja musiikkimaailman ammattilaisen vierailu. Luento.

14



Jaksojen lisäksi läpi koko lukuvuoden jatkuu musiikin teorian ja kulttuurialan yleistiedon opetus. Linjalla on mahdollista suorittaa Suomen musiikkioppilaitosten liiton vaatimia vastaavia musiikinteorian perusteet 1/3-, 2/3- ja 3/3-tutkintoja sekä vastaavia instrumentti- ja laulututkintoja.

Linjan hinta:

550 €/kk sis. majoituksen (2hh) sekä lounaan opiskelupäivinä (lisähinta 1hh 156€/kk)
100 €/vko ilman majoitusta

Opiskelijalla on halutessaan mahdollisuus ostaa lisää yksityistunteja.

15

Pelimusiikki

Linja on suunniteltu niin vasta-alkajalle kuin edistyneemmällekin harrastajalle. Linjan aikana panostetaan opiskelijan oman tekemisen ja luovuuden tukemiseen. Tarkoituksena on antaa opiskelijalle valmiuksia toimia itsenäisesti pelimusiikkialalla, sekä valmentaa opiskelijaa jatko-opintoihin pyrkimiseen.

Tarjolla on laadukasta, käytännönläheistä opetusta paitsi itse pääaineesta myös esimerkiksi siihen liittyvän osaamisen markkinoinnista, musiikin teoriasta ja alaan liittyvästä yrittäjyydestä. Linjan hintaan sisältyy myös yksi viikoittainen 30 min yksityistunti: rummut, lyömäsoittimet, basso, keyboardit, kitarat tai laulu. Halutessaan opiskelija saa yksityistuntinsa elektronisesta musiikista tai biisinteosta.

Vuoden aikana käydään läpi muun muassa seuraavia aiheita: sävellys, sovittaminen, orkestrointi, musiikkiohjelmistojen käyttö, samplekirjastojen käyttö ja luominen, äänisuunnittelu (syntetisaattori (subtractive, FM, Additive, Wavetable), audion manipulointi, efektit), miksaus (perusteet ja luovuus), pelien ja pelimusiikin historia, musiikin teoria ja masterointi. Lisäksi kurssin aikana tutustutaan Unity-ohjelmiston perusteisiin ja ääniominaisuuksiin. Vuoden aikana on tarkoitus kokeilla äänisuunnittelua myös käytännössä yhteistyökumppanien toimintaan Unity-peliprojekteihin.

Opiskelijalla on suositeltavaa olla käytettävissään tietokone, johon on asennettu jokin seuraavista ohjelmista: Ableton Live / Logic 9 tai X / Pro Tools / Reason / FL Studio / Bitwig / Reaper / Cubase / Presonus Studio 1. Linja on mahdollista aloittaa myös ilman omaa tietokonetta ja hankkia tarvittava ohjelmisto oppilaitoslisenssillä.

16



Pääpaino kurssin aikana on Ableton Live-, Pro Tools- ja Unity-ohjelmistoilla, mutta tehtävät pyritään toteuttamaan siten, että ne voi suorittaa millä tahansa yllä mainituista DAW-ohjelmista.

Kurssin pääopettajana toimii Josu Mämmi, joka on julkaissut elektronista musiikkia itse, Super Life Recordsin sekä hollantilaisen Twisted Shuffle -levymerkin kautta. Hän on myös julkaissut samplekirjastoja sounds.com:ssa ja Beatport Soundissa omalla Self Help Series -labelilla. Hänen edellinen levynsä Spring/Summer 16 arvosteltiin arvosanoin 4,5/5 DJ Mag-lehdissä sekä Euroopassa että Amerikassa. Levyille osoittivat tukensa mm. Laurent Garnier, Bamboopou ja Jori Hulkkonen. Josu Mämmi valmistui Helsingin Metropolia AMK:sta musiikkipedagogiksi vuonna 2013.

Linjan hinta:

550 €/kk sis. majoituksen (2hh) sekä lounaan opiskelupäivinä (lisähinta 1hh 156€/kk)
100 €/vko ilman majoitusta

Opiskelijalla on halutessaan mahdollisuus ostaa lisää yksityistunteja.

17

Tanssi

Tanssilinjan tavoitteena on antaa opiskelijalle vahva pohjatieto tanssista ja liikunnasta. Koulutus toimii hyvänä pohjana haettaessa esim. liikunta-alalle opiskelemaan, tanssi- tai ryhmäliikunnan lisenssihajaajaksi, liikuntaneuvojaksi tai personal traineriksi.

Tanssilinjalla kehitetään omaa persoonallista ilmaisukykyä ja harjoitellaan liikekielen tuottamista omalla keholla. Opetus on käytännönläheistä ja tunneilla harjoitellaan mm. koreografian tekoa ja omien tunteiden rakentamista näytetuntien kautta. Opiskelija harjoittelee tanssi- ja ryhmätuntien ohjausta ja kehittää omaa osaamistaan. Koulutuksessa käydään laajasti läpi tanssityylejä, rytmikkäitä, laskuja, tekniikkaa ja teoriaa. Linjalla tutustutaan myös showtanssin kilpailutoimintaan Suomessa ja mahdollisuuksien mukaan käydään SM-kilpailuissa katsomassa ja tutustumassa konkreettisesti kilpa- ja valmennustoimintaan.

Tanssilinjalla on vahva painotus anatomiasa, funktionaalisessa anatomiasa, yksilöllisen kehon liikekielen tarkastelussa sekä kehonhuollossa. Opiskelijat pääsevät tutustumaan ja opiskelemaan kehonhuoltoa joogan avulla. Tavoitteena on oppia pitämään oma instrumentti terveenä, jotta loukkaantumisilta vältyttäisiin. Koulutuksessa perehdytään myös ravintoasioihin.



Lisäksi opiskelija saa maskeeraus- ja esiintymiskoulutusta erilaisten harjoittelujen ja produktioiden kautta. Opiskelija saa tietoa, miten toimia freelancerinä ja yrittäjänä liikunnan ja tanssin kentällä. Opiskelija saa koulutusta brändäyksestä, markkinoinnista sekä imagon luomisesta. Tanssilinjalla pidetään promootiopäivä, jossa harjoitellaan kuvauksia ja kuvattavana olemista.

Linja sopii kaikille liikunnasta ja tanssista kiinnostuneille sekä henkilöille, jotka haluavat työskennellä tai jatkokoulutautua liikunnan ja urheilun parissa.

Linjan hinta:

550 €/kk sis. majoituksen (2hh) sekä lounaan opiskelupäivinä (lisähinta 1hh 156€/kk)
100 €/vko ilman majoitusta

Tapahtumamatkoista ja esim. omien studiokuvien lunastamisesta saattaa aiheutua lisäkustannusta.

19



Musiikki

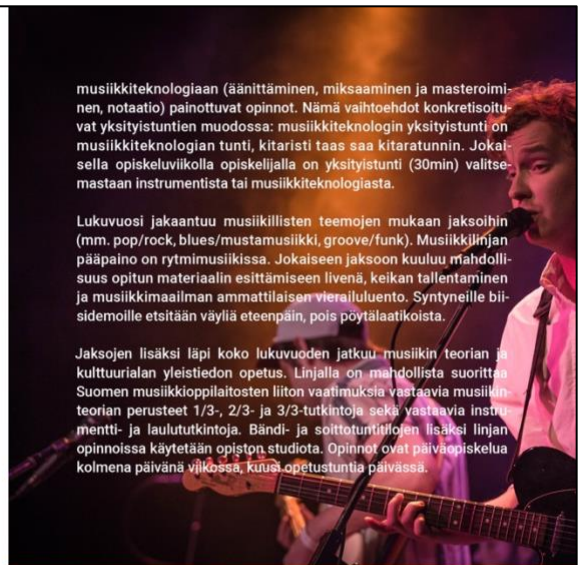
Linjan tarkoituksena on tukea opiskelijan persoonallista musiikillista ilmaisukykyä ja lisätä tietämystä musiikista ja siihen liittyvistä ilmiöistä. Linja on tarkoitettu ensisijaisesti musiikin harrastajille, joilla on palo syventää omia taitojaan musiikista.

Musiikkinija tarjoaa opiskelijalle mahdollisuuden kehittää soitto- ja laulutaitoaan, lavaesiintymistään, musiikin teorian ja historian tuntemustaan, biisinteko- ja sanoittamistaitojaan sekä musiikkitekniikan hallintaa.

Linjan päätavoite ei ole johdattaa opiskelijaa kohti musiikin ammattipiiritoja ja ammattilaisuutta – vaikka sekin on mahdollista – vaan syventää opiskelijan aikaisempaa osaamista sekä tarjota laadukasta opetusta alasta, joka on aina herättänyt kiinnostusta opiskelijassa. Lähiopetusta linjalla on kolmena päivänä viikossa. Opiskelija poimii opiston opetustarjonnasta itseään eniten kiinnostavat aiheet ja laatii henkilökunnan avustuksella itseään parhaalla mahdollisella tavalla palvelevan lukujärjestyksen. Instrumenttivalikoima on laaja: rummut, lyömäsoittimet, basso, keyboardit (myös vapaa säestys), kitara ja laulu. Tarvittaessa pyrimme löytämään opettajan myös esim. puhallinsoittajille. Musiikkinijan opetus lähtee liikkeelle opiskelijan omista taidoista ja tavoitteista sekä instrumenttivalinnoista.

Aikaisempia musiikkiopinnoita ei tarvita, vaan linja sopii mainiosti myös itseoppineille – aikaisemmista opinnoista tai harrastuneisuudesta on luonnollisesti paljon hyötyä. Tarjolla on neljä pääpainotusvaihtoehtoa: instrumentti-/laulupainotteisuus, biisintekoon painottuvat opinnot, musiikin historiaan ja teoriaan painottuvat opinnot sekä

20



musiikkitekniikkaan (äänittäminen, miksaaminen ja masterointi, notaatio) painottuvat opinnot. Nämä vaihtoehdot konkretisoituvat yksityistuntien muodossa: musiikkitekniikan yksityistunti on musiikkitekniikan tunti, kitaristi taas saa kitaratuntin. Jokaisella opiskeluvuorolla opiskelijalla on yksityistunti (30min) valitsemastaan instrumentista tai musiikkitekniikasta.

Lukuvuosi jakaantuu musiikillisten teemojen mukaan jaksoihin (mm. pop/rock, blues/mustamusiikki, groove/funk). Musiikkilinjan pääpaino on rytmimusiikissa. Jokaiseen jaksoon kuuluu mahdollisuus opitun materiaalin esittämiseen liveinä, keikan tallentaminen ja musiikkimaailman ammatillaisen viereiluluento. Syntyneille biisidemolle etsitään väyliä eteenpäin, pois pöytälaatikoista.

Jaksojen lisäksi läpi koko lukuvuoden jatkuu musiikin teorian ja kulttuurialan yleistiedon opetus. Linjalla on mahdollista suorittaa Suomen musiikkioppilaitosten liiton vaatimuksia vastaavia musiikin teorian perusteet 1/3-, 2/3- ja 3/3-tutkintoja sekä vastaavia instrumentti- ja laulututkintoja. Bändi- ja soittoinstrumenttien lisäksi linjan opinnoissa käytetään opiston studiota. Opinnot ovat päiväopiskelua kolmena päivänä viikossa, krusu opetustuntia päivässä.

Linjan hinta:

470 €/kk sis. majoituksen (2hh) sekä lounaan opiskelupäivinä (lisähinta 1hh 156€/kk)
80 €/vko ilman majoitusta ja lounasta

Opiskelijalla on halutessaan mahdollisuus ostaa lisää yksityistunteja.

21

Opettajat



Anu Hoskin
Projektit, teatteri, kulttuurialan yleistieto

- Teatteritaiteen kandidaatti (Lontoo)
- Paljon kokemusta näyttelystä, kurssienpidosta, käsikirjoittamisesta ja dramatisoinnista
- Treeniteatteri-toiminnassa mukana



Heli Tikkanen
Maskeeraus

- Hiusalan, värimaskeerauksen, teatterialan ja opettajan tutkinto
- Näyttötutkintomestarin koulutus
- Menestynyt alan kilpailuissa
- Parturikampaaja ja maskeeraaja



Jaakko Savela
Musiikkiteknologia

- Toiminut ääniteknikkona vuodesta 1996 suosittujen artistien esim. Jenni Vartiaisen ja Alman kanssa
- Työnantajana ollut mm. Bright Finland Oy, RL-Edustus ja Kansanmusiikkisäätiö

Jami Takala
Rummut

- Musiikko (Turun Konservatorio)
- Pop & Jazz -pedagogi (JAMK)
- Toiminut opettajana useissa musiikkiopistoissa ja -kouluissa
- Satojen keikkojen kokemus
- Monipuolista studiokokemusta



Josu Mämmi
Elektroninen musiikki ja biisinteko

- Musiikkipedagogi (Metropolia AMK)
- Julkaissut omaa elektronista musiikkia mm. Twisted Shufflen ja Superlife Recordsin kautta



Kai 'Stone' Stenman
Piano

- Pitkän linjan ammattipoppari
- Kosketinsoittotaidot lukemattomien radiohittien radoilla
- Klipparoinut useita kärkiartistejä mm. Darude, Tommi Läntinen ja Neon 2



22

23



Pekka Kolehmainen
Rehtori, improvisointi

- Musiikkipedagogi (Turku AMK)
- Pop/Jazz -pedagogi (Metropolia AMK)
- Musiikin maisteri (Sibelius-Akatemia)
- Opettanut musiikkia useissa oppilaitoksissa
- Freelance-musiikko



Saana Murtojärvi
Projektit, laulu, bändit, stemmalaulu

- Musiikko, Pop/Jazz (Turun konservatorio)
- Laulunopettaja ja studiomusiikko
- Naiskuoro Vivelan johtaja
- Toiminut lauluvalmentajana ja kuorovalmentajana teatteriprojektoissa



Sami Niskavaara
Bändit, kitara, nuotinluku, notaatio

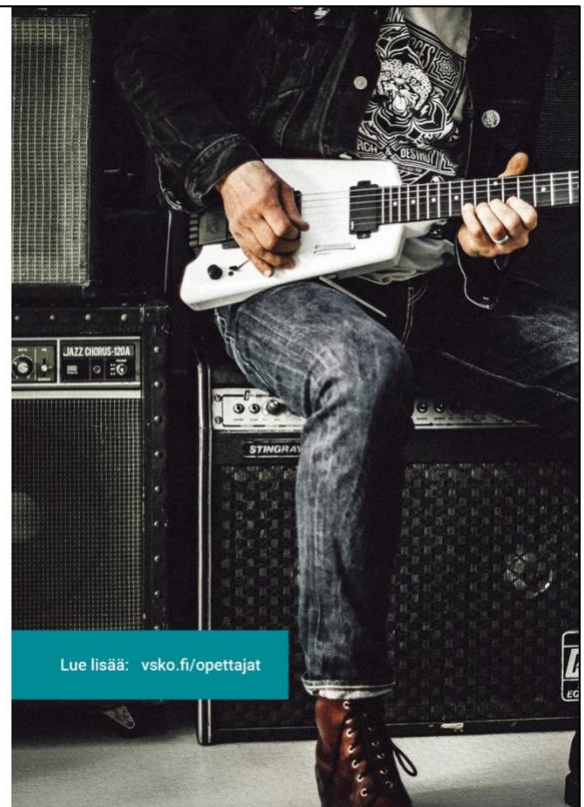
- Tanssimusiikko (sähkökitara, Helsingin Pop & Jazz -konservatorio)
- Musiikkipedagogi (Metropolia AMK)
- Toimii kitaransoitonopettajana
- Soittanut lukuisten nimekkäiden artistien taustalla (esim. Anna Abreu, Pete Parkkonen)



Siiri Anttonen
Musiikin teoria

- Musiikin teorian opettaja (Turun Musiikkiakatemia)
- Opettaa useissa musiikkiopistoissa
- Soittaa kontrabassoa Aura-Triossa ja mm. Jean Sibelius -sinfoniaorkesterissa

24



Lue lisää: vsko.fi/opettajat

Yleistä opiskelusta

Opiskelukustannukset
Opiskelija-asunnot
Oppilashuolto ja opiskelijaterveydenhuolto
Opintotuki
Opintoseveliaustus

26

OPISKELUKUSTANNUKSET

Opintomaksuun sisältyy opetuksen lisäksi lounas koulupäivinä. Lisäkustannuksia voi tulla esim. kirjoista ja opintokäynteistä sekä ylimääräisistä maskeerauslinjan materiaaleista tai -välineistä. Opintomaksu maksetaan kahdeksassa erässä (neljä maksuerää syksyllä ja viisi maksuerää keväällä).

OPISKELIJA-ASUNNOT

Opintomaksu sisältää asumisen kahden hengen huoneessa asuntolassa, lounaan opiskelupäivinä sekä linjalle kuuluvat yksityistunnit. Lisähinnasta on mahdollista asua yhden hengen huoneessa tai Päätalossa. Asunnot ovat kolmen huoneen + keittiön soluasuntoja ja sijaitsevat Toukola-, Männistö- ja Päätalo-nimisissä rakennuksissa. Opiskelijasolujen huoneet ovat kahden hengen kalustettuja huoneita. Suihku ja wc ovat huonekohtaisia.

Opiston pesutuvassa on maksuton pesukone. Sauna on opiskelijoiden käytössä kerran viikossa. Asuntolassa voi asua myös viikonloppuisin ja loma-aikoina ilman lisämaksua.

LISÄHINNAT

	1hh	2hh
Päätalo	314 €/kk/hiö	86 €/kk/hiö
Asunnotat Toukola, Männistö	156 €/kk/hiö	



OPPIASHUOLTO JA OPISKELU-TERVEYDENHUOLTO

Opistossamme toimii oppilashuoltoryhmä. Opiskelijoilla on mahdollisuus kuraattoripalveluihin. Paimion kaupungin opiskelijaterveydenhuollon palvelut ovat opiskelijoidemme käytössä, ja opistollemme on nimetty oma terveydenhoitaja.

OPINTOTUKI

Päätoimisesti opiskelevat ovat oikeutettuja hakemaan Kelan myöntämää opintotukea joka koostuu opintorahasta, asumislisästä ja opintolainan valtiontakauksesta. Lisätietoja opintotuesta saat Kelan verkkosivuilta:

www.kela.fi

OPINTOSETELIAVUSTUS



Kansanopisto anoo vuosittain Opetushallitukselta opintoseveliaavustusta, jolla voidaan tukea aikuisten opiskelua kansanopiston vapaatavoitteisissa koulutuksissa. Opintoseveliaavustuksella opiskelija saa alennuksen normaaleista opintokustannuksista (ei koske asumista). Avustuksen lopullinen suuruus vahvistetaan hakuajan päätyttyä (vuosittain vaihtelee 200 – 600 euroon/lv).

Varsinais-Suomen Kansanopistossa opintoseveliaavustusta voivat hakea:

- 1) työttömät työnhakijat (myös pitkäksi ajaksi lomautetut henkilöt)
- 2) henkilöt, joilta puuttuu peruskoulun jälkeinen koulutus
- 3) oppimisvaikeuksia kokevat
- 4) peruskoulun päättäneet alle 20-vuotiaat nuoret, joilla ei ole jatkokoulutuspaikkaa sekä kaikki alle 25-vuotiaat koulutustakuun piirissä olevat nuoret
- 5) seniorit (63 vuotta täyttäneet)
- 6) eläkkeellä olevat (kansan- tai työeläke), jotka eivät käy ansiotyössä
- 7) maahanmuuttajat

Opintoseveliaavustusta voivat hakea henkilöt, jotka täyttävät jonkin edellä mainituista kriteereistä. Opintoseveliaavustusta on rajoitettu määrä. Avustuksen saaminen ei estä normaalin opintotuen myöntämistä.



Hakuohjeet

lukuvuodelle 2019-2020

1. HAKU

Haku päättyy
21.6.2019

Valintakoepäivä
26.6.2019

2. HAKU

Haku päättyy
16.8.2019

Valintakoepäivä
20.8.2019

1. Täytä hakemus osoitteessa www.vsko.fi

2. Mikäli hakulomakkeen täyttö ja lähetys verkossa ei onnistu, voit tulostaa lomakkeen kotisivuiltamme ja lähettää sen täytettynä sähköpostitse

kansanopisto@vsko.fi

tai postitse

Varsinais-Suomen Kansanopisto
Vistantie 37, 21530 Paimio

3. Kaikkiin hakijoihin otetaan yhteyttä.

Lisäohjeita osoitteessa www.vsko.fi

30

31



www.vsko.fi



kansanopisto@vsko.fi



+358 (0)50 913 4656



Varsinais-Suomen Kansanopisto
Vistantie 37, 21530 Paimio



Sähköpostihaastattelun kysymykset

1. Mikä on visuaalisen ilmeen rooli brändissä? Miten visuaalinen ilme indikoi brändiä?
2. Mikä on tärkein asia/osa/elementti visuaalisessa ilmeessä? Mikä tekee visuaalisesta ilmeestä hyvän?
3. Mikä on logon merkitys brändimielikuvan luomisessa?
4. Mitä ratkaisuja kannattaa visuaalista ilmettä suunnitellessa ottaa huomioon, kun halutaan erottautua kilpailijoista?
5. Onko brändin rakentaminen kansanopistolle suoraan verrattavissa brändin rakentamiseen yritykselle? Mitä eroavaisuuksia näiden välillä mahdollisesti on?