

## Yhdistyksen graafisen ilmeen päivittäminen

Jan Hoffman



<b>Tekijä</b> Jan Hoffman	
<b>Koulutusohjelma</b> Liiketalous	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Yhdistyksen graafisen ilmeen päivittäminen	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 33 + 15
<p>Toiminnallisessa opinnäytetyössä käsiteltiin graafisen ilmeen määrittämistä ja sen merkitystä aatteellisen yhdistyksen toiminnassa. Työn tavoitteena oli luoda päivitetty ja tarkoin määritelty graafinen ilme Bileinsinöörit ry:lle. Opinnäytetyön tuloksena syntyi graafinen ohjeisto, dokumenttipohjat ja muuta keskeistä markkinoinnin ja viestinnän sisältöä yhdistykselle.</p> <p>Graafisen ilmeen määrittäminen koostui kolmesta osiosta, uuden logon valmistamisesta, typografian määrittämisestä ja värimaailman valitsemisesta. Työ on raportoitu vetoketju-mallilla, jolloin kunkin osion teoria käsitellään yhdessä siihen liittyvän toiminnallisen osuuden kanssa.</p> <p>Bileinsinöörit ry:llä on entuudestaan 15 vuoden ajalta graafista materiaalia ja erilaisia visuaalisia elementtejä, joista osa on valikoitunut uuden graafisen ilmeen pohjaksi. Kyseiset elementit on tämän työn tuloksena määritelty tarkoin ja niiden käyttöä on pyritty selkeyttämään, jotta yhtenäinen ja määrätietoinen ilme on jatkossa helpompi ylläpitää.</p> <p>Työn toiminnallinen osuus sijoittui keväälle ja kesälle 2020 ja raportointi syksylle. Työn toimeksiantajana toimi Bileinsinöörit ry. Yhdistys on ottanut käyttöön kaikki työssä valmistetut ja esitellyt graafiset elementit ja pohjat ja hyödyntää graafista ohjeistoa tulevassa verkkosivu-uudistuksessaan.</p>	
<b>Asiasanat</b> Brändi, graafinen ilme, graafinen suunnittelu, logo, logouudistus, visuaalinen ilme	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Opinnäytetyön tavoite ja rajaukset .....	1
1.2	Bileinsinöörit ry:n esittely.....	2
1.3	Keskeisten käsitteiden määrittely .....	2
2	Bileinsinöörien logon uudistaminen .....	4
2.1	Bileinsinöörit ry:n graafinen ilme ennen uudistusta.....	4
2.2	Logokilpailu ja sen tulokset .....	7
2.3	Logon ja tunnuksen merkitys.....	8
2.4	Logon uudistaminen.....	11
2.5	Tunnuksen luominen logon pohjalta.....	14
3	Typografian määrittäminen Bileinsinööreille .....	17
3.1	Erlaiset kirjasinlajit ja niiden ominaisuudet.....	17
3.2	Kirjasinlajin valinta .....	18
3.2.1	Pääkirjasinlaji ja sen tyylit.....	19
3.2.2	Tehostekirjasinlajit ja niiden käyttö .....	20
3.3	Kirjasinvalinta käytännössä: dokumenttipohjat .....	22
4	Värimaailma Bileinsinöörien viestinnälle.....	23
4.1	Värien symboliikka .....	23
4.2	Värien spektri ja väripaletit .....	24
4.3	Värimaailman määrittäminen.....	26
4.3.1	Yhdistyksen värit.....	27
4.3.2	Uusi väripaletti .....	28
4.4	Käytännön esimerkkejä viestinnässä .....	30
5	Pohdinta.....	32
	Lähteet .....	34
	Liitteet.....	37
	Liite 1. Graafinen ohjeisto.....	37
	Liite 2. Pöytäkirjapohja .....	48
	Liite 3. Laskupohja .....	49
	Liite 4. Kulukorvauslomake .....	50
	Liite 5. Yhteistyökortti .....	51

# 1 Johdanto

Graafinen ilme, joka tunnetaan myös nimellä talotyylä, on yritykselle tai yhteisölle määritelty visuaalinen ilme. Sen osia ovat tunnus tai logo, typografia, värit ja kuvat. Nämä elementit ovat tärkeitä osia yrityksen tai yhteisön brändäyksessä ja tärkeimpiä keinoja erottua kilpailijoista. (Juholin-Laitinen & Loiri 2006, 129–130.)

Tämä opinnäytetyö käsittelee aatteellisen yhdistyksen graafisen ilmeen päivittämistä. Uuden logon ja tunnuksen lisäksi yhdistykselle on luotu typografia ja värimaailma, jotka näkyvät dokumenttipohjissa, sosiaalisessa mediassa ja painotuotteissa. Työssä käydään läpi graafisten elementtien valinta- ja valmistusprosessia ja sitä, miksi niitä on päädytty yhdistykselle päivittämään. Työssä näytetään myös, miten jo olemassa olevia visuaalisia elementtejä voidaan määritellä ja ottaa osaksi uutta graafista ilmettä.

## 1.1 Opinnäytetyön tavoite ja rajaukset

Toiminnallisen opinnäytetyönä tavoite on uudistaa Bileinsinöörit ry:n graafinen ilme ja määritellä sen elementit. Työ sisältää logon uudistamisen, typografian ja värien valinnan, sekä näiden käyttöönoton ja soveltamisen sosiaalisen median viestintään ja dokumenttipohjiin. Työ raportoidaan vetoketjumallilla, jolloin tietoperusta ja toiminnalliset vaiheet esitetään limittäin. Työ kattaa myös graafisen ohjeiston, jonka valmistin opastamaan yhdistyksen uusien graafisten elementtien käyttöä. Graafinen ohjeisto, sekä dokumenttipohjat löytyvät tämän työn liitteistä.

Yhdistyksen toiminnan tasolla on olennaista, että hallitustoimijoiden vaihtuessa viestinnän ilme ja tyyli säilyisi mahdollisimman muuttumattomana ja eheänä, samalla aiheuttamatta liian suurta perehdytystaakkaa väistyville hallitukselle. Tätä mahdollistamaan kaikki materiaali sekä graafinen ohjeisto on pyritty luomaan helppokäyttöiseksi ja selkeäksi, jotta myös viestintään ja markkinointiin syventymätön ihminen kykenisi niitä hyödyntämään ja tuottamaan visuaalisesti miellyttävää ja yhdistyksen graafisen ilmeen mukaista sisältöä.

Tämän työn ulkopuolelle on rajattu muut kuin edellä mainitut graafisen ilmeen käyttökohdet, kuten verkkosivujen päivittäminen, sillä projektin suuruus kokonaisuudessaan olisi ylittänyt opinnäytetyön laajuuden. Toteutettu graafinen ohjeisto antaa kuitenkin hyvät lähtökohdat verkkosivujen uudistamiselle, asia, joka on yhdistyksen tavoitteissa lähitulevaisuudessa (Wirta 16.6.2020).

## 1.2 Bileinsinöörit ry:n esittely

Bileinsinöörit ry on vuonna 2005 perustettu aatteellinen yhdistys. Yhdistyksen toiminta on alun perin käynnistetty Helsinginkadun Appron järjestämiseksi. Helsinginkadun Appro on yksi Suomen suurimpia opiskelijatapahtumia, jolle on viime vuosina osallistunut 5 000 opiskelijaa kahden päivän aikana. Nykyisin Bileinsinöörit ry järjestää paitsi Helsinginkadun Approa, myös muita opiskelijatapahtumia sekä toimintaa jäsenistölleen, jotka toimivat vapaaehtoisina tapahtumien järjestämisessä. (Bileinsinöörit ry.)

Yhdistys kuvailee itseään poikkitieteellisenä opiskelijayhdistyksenä. Kuvaus on paikkansa pitävä, sillä yhdistys on perustamisesta lähtien ollut mihinkään korkeakouluun sitoutumaton ja perustajajäsenetkin ovat edustaneet useaa eri koulutusala ja korkeakoulua. (Bileinsinöörit ry.) Yhdistyksen säännöissä määritellään sen tarkoituksiksi opiskelijoiden juhla- ja kulttuurin edistäminen ja tunnetuksi tekeminen, sekä opiskelijoiden yhteenkuuluvuuden edistäminen (Bileinsinöörit ry, 2016.) Tällä hetkellä yhdistykseen kuuluu 44 jäsentä, joista osa on jo valmistuneita ja osa nykyisiä opiskelijoita useasta eri korkeakoulusta.

Toimin itse Bileinsinöörit ry:n hallituksessa seitsemättä vuotta vuonna 2020. Näistä viimeiset kuusi vuotta olen toiminut yhdistyksen rahastonhoitajana, jonka lisäksi olen ollut keskeisessä roolissa sääntöjen uudistamisessa ja ohjesääntöjen luomisessa ja päivittämisessä. Yhdistyksen toiminta ja tarkoitus on itselleni hyvin tuttu, joten tarvetta erilliselle haastattelulle tai toimintaan tutustumiselle ennen graafisen ilmeen määrittämisen aloittamista ei ollut.

## 1.3 Keskeisten käsitteiden määrittely

Opinnäytetyössä on pyritty käyttämään yleiskielisiä ilmauksia ammattijargonin sijasta ja niissä tilanteissa, joissa selkeyden vuoksi teknisten termien käyttö on ollut pakollista, on termit pyritty avaamaan selkokielellä työn sisällä. Kuitenkin työn keskeisintä sanastoa, joka esiintyy jo otsikossa ja johdannon ensimmäisessä kappaleessa on syytä määrittää, koska termit *graafinen ilme*, *visuaalinen ilme*, *logo* ja *tunnus* tarkoittavat eri lähteissä eri asioita. Tässä opinnäytetyössä käytetään seuraavia määritelmiä keskeisille käsitteille:

**Graafinen ilme** on erikseen määritelty ilme, joka sisältää tarkoin määritellyt värit, typografian ja logon (Juholin-Laitinen & Loiri 2006, 129).

**Logo** on symboli tai muu graafinen elementti, jota kautta yritys, yhteisö tai brändi voi markata tuotteensa (Oxford Languages). Tämä määritelmä logosta tunnetaan suomessa mo-

nesti myös *liikemerkkinä* (Kotimaisten kielten keskus). Kotimaisten kielten keskuksen Kielitoimiston sanakirjan määritelmä termistä *logo* nimen tekstimuotoisena vakiintuneena graafisena asuna on ristiriidassa termin yleisesti käytetyn sekä kansainvälisesti käytetyn merkityksen kanssa, joten tässä työssä käytetään yllä olevaa, maailmanlaajuisesti hyväksyttyä määritelmää logolle.

**Tunnus**, jota kutsutaan myös liiketunnukseksi, on yhdistelmä yllä määritellystä graafisesta logosta ja tekstimuotoisesta yrityksen yhteisön tai tuotemerkin nimestä. Erikseen määritellyä kirjoitusasua yrityksen, yhteisön tai tuotteen nimestä kutsutaan tässä työssä **tekstilogoiksi** ja osana tunnusta **tekstielementiksi**. (Juholin-Laitinen & Loiri 2006, 129, 202.)

**Visuaalinen ilme** on graafista ilmettä huomattavasti laajempi käsite, joka kattaa graafisten elementtien lisäksi yrityksen tilat, sen järjestämät tilaisuudet, näyttelyt ja jopa yrityksen henkilöstön ulkoasun ja käytöksen (Van den Bosch, Elving & de Jong 2006, 870–871).

## 2 Bileinsinöörien logon uudistaminen

Yhdistyksen hallitus päätti loppuvuodesta 2019, että Bileinsinöörit ry tarvitsee uuden logon, sillä vanha diskopallologo (Kuva 1) koettiin vanhentuneeksi ja ”nuhjuisen näköiseksi”. Hallitus päätti järjestää jäsenistön keskuudessa logokilpailun uuden logoidean kehittämiseksi. Kilpailun voittava ehdotus tulisi pohjaksi tulevalle logolle, jonka viimeistelystä vastaisin minä.

Tuore vuoden 2020 hallitus päätti lisäksi, että tulevana juhluvuonna 2020, jolloin Bileinsinöörit juhlistaisivat 15-vuotista taivaltaan, toteutettaisiin pelkän logouudistuksen sijaan laajempi graafinen uudistus. Graafisen uudistuksen tavoitteiksi asetettiin yhtenäinen ulkoasu sekä yhdistyksen tuominen vahvemmin esille pelkän tapahtumaviestinnän sijaan. Graafisen uudistuksen toteuttamisesta kokonaisuudessaan vastaisin minä, hallituksen ohjauksen alaisena.

### 2.1 Bileinsinöörit ry:n graafinen ilme ennen uudistusta

Bileinsinöörit ry:n graafinen ilme, vuoden 2019 loppuun saakka, koostui useista eri vuosina ja eri ihmisten tekemistä osista, joita on luotu aina tarpeen mukaan. Jokainen toimija on luonut tarvittavat dokumenttipohjat, ilmeet ja värimaailman, useimmiten ajattelematta kokonaisuutta yhdistyksen kannalta. Yhdistyksellä on jokaiselle tapahtumalle omat verkkosivustot ja sosiaalisen median kanavat omilla ilmeillään, joiden yhteensovittuvuutta toisiinsa ei ole mietitty niitä luodessa.



Kuva 1. Bileinsinöörit ry:n logo 2014–2020

Käytössä oleva logo (Kuva 1) on peräisin vuodelta 2014 ja sen suunnitteli Juho Knuuttila, joka toimi silloin hallituksen rahastonhoitajana (Bileinsinöörit, 2020). Tämä ”Diskopallo-

logo” otettiin käyttöön korvaamaan yhdistyksen alkuperäinen tunnus, joka oli peräisin yhdistyksen perustamisvuodelta 2005. Diskopallologo otettiin käyttöön hallituksen kokouksen päätöksellä vuonna 2014 ilman ilmeen muuta uudistusta tai tarkentamista. Yhdistys ei myöskään ottanut logossa käytettyä kirjasintyyliä käyttöön yhdistyksen materiaaleihin.

Logossa esiintyy musta diskopallo ja valkoinen solmio. Diskopallo viittaa yhdistyksen nimeen ja pääasialliseen toimintaan, bileiden eli juhlien järjestämiseen. Valkoinen solmio taas juontaa juurensa yhdistyksen jäsenten perinteisestä juhlapukeutumisesta, jossa käytetään mustaa kauluspaitaa ja valkoista solmiota, ikään kuin käänteistä versiota perinteisestä valkoisesta paidasta ja tummasta solmiosta.

Yhdistyksen ensimmäisen logon suunnitteli Ilkka Hirvonen, yksi yhdistyksen perustajajäsenistä (Knuuttila 26.10.2020). Tässä alkuperäisessä logossa (Kuva 2) esiintyy jo diskopallo, joten tämä helposti tunnistettava, yökerhojen valaisemiseen käytetty peilipallo on kuvastanut yhdistyksen toimintaa sen logossa yhdistyksen varhaisista vaiheista asti. Tämä logo poistettiin käytöstä vuonna 2014, kun uusi Diskopallologo otettiin käyttöön.



Kuva 2. Bileinsinöörit ry:n logo 2005–2014

Yhdistyksen värit on määritelty tunnusohjesäännössä (Bileinsinöörit, 2020) olevan musta ja valkoinen, mutta niiden tai muiden värien käytöstä ei ole säädetty sen tarkemmin ohjeistuksissa. Ulkoinen viestintä on keskittynyt lähinnä yhdistyksen järjestämiin tapahtumiin, joten niissä käytettiin kunkin tapahtuman visuaalista ilmettä, eli ilmettä, jota ei ole tarkemmin määritelty. Tapahtumien ilme on vaihdellut vuodesta toiseen, kun vapaaehtoisista koostuva järjestäjryhmä on vaihtunut. Muutamia osia, kuten tapahtumien logot tai väriteema on käytetty joitain vuosia putkeen toistuvasti, mutta niidenkään käytössä ei ole aina näkynyt yhteneväisyyttä eikä pysyvyyttä.



Ainoat yhdistyksen graafiset elementit, joissa käytetään Bileinsinöörien logoa tai nimeä, olivat dokumenttipohjat ja lomakkeet kuten kulukorvauslomake, josta on ollut samaan aikaan käytössä ainakin kahta eri-ikäistä versiota. Dokumenttipohjakin on aika löyhä kuvaus, tehtyjen asia- ja pöytäkirjojen kirjasimet, tyyli ja ulkoasu vaihtelivat tekijänsä mukaan.

Yhdistyksen tapahtumilla on omat logonsa ja yhdistyksellä on lisäksi perinnetunnus, jota käytetään seremoniaalisissa tarkoituksissa, kuten vuosijuhlien painomateriaaleissa ja ansio- sekä kunniamerkeissä. Tapahtumien logot esitellään graafisen ohjeiston sivulla 14 (Liite 1). Yhdistyksen perinnetunnus, joka on määritelty tunnusohjesäännössä ja jonka toteutin vuonna 2015, tulee jatkumaan käytössä logouudistuksesta huolimatta, sillä se edustaa yhdistyksen pysyvyyttä. (Kuva 3.)



Kuva 3. Perinnetunnus

Perinnetunnus koostuu tekstielementistä, jossa on kirjaimet B ja I sekä niitä ympäröivästä tammenlehdistä koostuvasta lehvästöstä ja kirjainten alla olevasta kahdesta humalakäyvystä. Perinnetunnusta käytetään yhdistyksen viestinnässä vuosijuhlien ja muiden perinteikkäiden tapahtumien kohdalla sekä kaikessa Bileinsinöörien ritarikunnan viestinnässä. Ritarikunta on yhdistyksen sisäinen toimija, joka vastaa jäsenten palkitsemisesta ja perinteiden sekä muun hiljaisen tiedon siirtymisestä yhdistyksen uusille toimijoille (Bileinsinöörit, 2019).

## 2.2 Logokilpailu ja sen tulokset

Logouudistusprosessin ensimmäinen osa, logokilpailu, päätettiin järjestää vuoden vaihteessa ja vuoden 2020 tuore hallitus sai tehtäväkseen valita voittajan ja toteuttaa voittavasta ehdotuksesta uuden logon yhdistyksen käyttöön. Hallitus päätti tämän yhteydessä uudistaa ja yhtenäistää yhdistyksen koko graafisen ilmeen. Logokilpailuun osallistui suurista odotuksista huolimatta vain yksi jäsen kahdella ehdotuksella. (Kuvat 4 ja 5).



Kuva 4. Ensimmäinen logoehdotus

Ensimmäinen ehdotus sisältää pääasiallisena elementtinä suuren mustan B-kirjaimen, jonka sisällä on valkoinen solmio. Solmio toimii samalla B-kirjaimen sisäisenä negatiivisena tilana sekä i-kirjaimena, muodostaen Bileinsinöörien B ja I-kirjaimet kuten perinnettunnuksessakin. Logoehdotuksessa on lisäksi kuvan halkaiseva salamankaltainen kuvio.



Kuva 5. Toinen logoehdotus

Toinen ehdotus, voimakkaasti stilisoitu diskopallo, koostuu vahvoista mustista elementeistä ja ikään kuin poisleikatusta tai voimakkaan valon aiheuttamasta ylipalaneesta osiosta. Ehdotus on erittäin abstrakti, eikä välttämättä heti tunnistettavissa diskopalloksi.

Hallitus arvioi logoehdotukset ja päätyi yksimielisesti päätökseen, että toinen logoehdotus on parempi. Hallitus halusi kuitenkin sisällyttää aiemman logon ja ensimmäisen logoehdotuksen tapaan valkoisen solmion myös uuteen logoon. Solmio koettiin tärkeäksi elementiksi logojen luontaisen jatkumon kannalta, sekä siksi, että se koettiin olennaiseksi osaksi Bileinsinöörien identiteettiä. Hallituksen pyynnöstä valmistettiin vielä kolmas logoehdotus, joka myös valittiin logokilpailun voittajaksi. Kuva 6 on voittajaehdotus.



Kuva 6. Logokilpailun voittaja

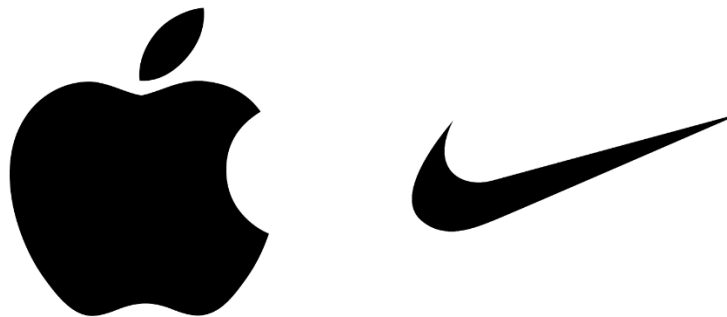
Kolmannessa ja voittavassa logoehdotuksessa on toisen logoehdotuksen mukaisen stilsoidun diskopallon päällä valkoinen solmioelementti. Hallitus koki, että tässä kolmannessa logoehdotuksessa yhdistyi sopivassa suhteessa uusi ja vanha. Säilyviä elementtejä oli pyöreä muoto sekä peruselementit, diskopallo ja solmio, mutta niiden muoto ja tyyli oli uutta. Tämä piristäisi yhdistyksen ilmettä, samalla näyttäen toiminnan jatkuvuuden.

### 2.3 Logon ja tunnuksen merkitys

Yrityksen, yhteisön tai brändin tunnistettavin osa on sen logo ja tunnus. Joillain yrityksillä on olemassa vain yksi, toisilla molemmat tai useita erilaisia logoja ja tunnuksia, mutta ne kaikki kertovat tuotteen tai sisällön kuuluvan kyseiselle yritykselle. Nämä tunnukset ovat juuri tästä syystä yrityksen visuaalisen identiteetin keskeisimpiä elementtejä. Tunnusta voidaan pitää yrityksen allekirjoituksena, sillä siitä tunnistaa välittömästi dokumentin olevan peräisin tunnuksen haltijalta. Tunnusta täytyy myös varjella, sillä se toimii laadun merkinä ja lupauksena, että tuote tai sisältö vastaa yrityksen tai yhteisön arvoja. (Pohjola 2019, 182, 184–185.)

Oikein käytettynä logolla ja tunnuksella brändäys voi olla yritykselle kilpailuetu ja laadukkaaksi mielletyn tunnuksen leimaaminen tuotteeseen lisää sen arvoa kuluttajien silmissä. Logon ja tunnuksen arvoa lisäävät vaikutukset tulevat kyseeseen vasta kun ne, sekä yritys tai brändi niiden takana on tarpeeksi tunnettu. Mielikuvat, jotka tunnettu logo tai tunnus ja laadukkaaksi mielletty brändi sen takana herättävät ohjaavat kuluttajien ostokäyttäytymistä. (Hynes 2009: 546; Pohjola 2019, 109.)

Logon ja tunnuksen tulee olla omistajansa näköisiä, välittäen yrityksen tai brändin keskeistä viestiä ja haluttua mielikuvaa. Parhaassa tapauksessa yksinkertainenkin logo voi riittää välittömään brändin tunnistamiseen, mutta tämä käytännössä edellyttää kansainvälistä markkinajohtaja-asemaa, kuten Apple ja Nike, joiden tunnuksina toimii pelkät yksinkertaiset symboliset logot vailla tekstielementtejä (Kuva 7). (Budelmann ym. 2010, luku 1.)



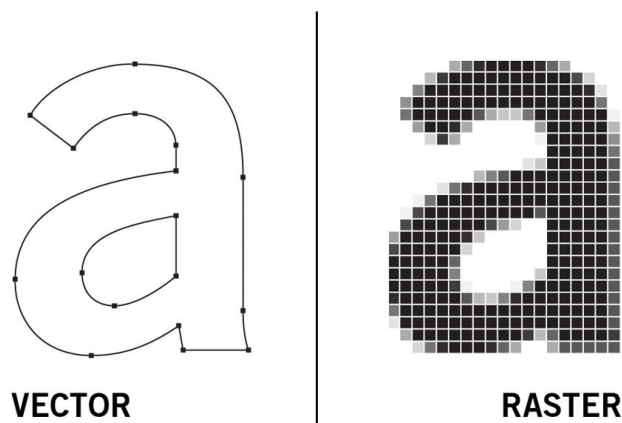
Kuva 7. Applen ja Niken logot ovat tunnistettavia ilman yrityksen nimeä (Logok)

Kuka tahansa voi keksiä idean yrityksen, yhteisön tai brändin logoksi, mutta suunnitelman jalostus valmiiksi logoksi ja tunnukseksi vaatii ammattitaitoisen henkilön. Ammattilainen osaa huomioida tunnuksen vaatimukset ja varmistaa, että logo ja tunnus soveltuvat kaikkiin tarpeellisiin käyttökohteisiin. Mikäli yritys haluaa suunnittelutoimiston valmistaman logon, tulee tätä varten tarjota riittävä tieto suunnittelijalle yrityksen toiminnasta, sen arvoista, historiasta ja tavoitteista. Yrityksen tunteminen on keskeistä onnistuneeseen logosuunnitelmaan. (Siukosaari 2002, 58.)

Hyvässä logossa ja tunnuksessa yhdistyy muutama olennainen tekijä. Niiden on oltava selkeitä ja yksinkertaisia, erottuvia ja omaperäisiä, ajattomia sekä yrityksen lupauksesta viestiviä. Näiden lisäksi on vielä otettava huomioon tunnuksen käyttökohteet ja niiden asettamat mahdolliset rajoitukset, esimerkiksi pienien detaljien tai värien kontrastien suhteen. Hyvä tunnus toimii mustavalkoisena ja värillisestä tunnuksesta kannattaa valmistaa myös mustavalkoinen versio käytettäväksi esimerkiksi tekstidokumenteissa. Tunnuksen

tulisi toimia myös varsin pienessä koossa säilyttäen edelleen tunnistettavuuden, esimerkiksi käyntikorteissa tai pinsseissä. (Adir, Adir, & Dobrescu 2015, 1–3; Toikkanen 2003, 15.)

Jotta logo ja tunnus ovat hyvin skaalattavissa eri kokoisiksi, on tärkeä toteuttaa niiden suunnittelu vektorimuodossa. Vektorigrafiikassa kuva muodostuu pisteistä ja niitä yhdistävistä viivoista ja kaarista, jolloin suurentaessa tai pienentäessä muodot toistuvat aina uskollisesti. Näistä skaalautuvista versioista voidaan myös tallentaa yleiseen käyttöön soveltuvia erikokoisia rasteri-, eli bitmap -tyyppisiä kuvia. Rasterikuvat eivät kestä etenkin suurentamista, mutta soveltuvat muuten laajempaan käyttöön, sillä vektorikuvaformaatit eivät toimi kaikissa sovelluksissa ja medioissa. (Adir, Adir, & Dobrescu 2015, 1–3; Geer 2006, 40.) Kuva 8 näyttää, miten vektorimuotoinen ja rasterimuotoinen kuvaelementti rakentuvat.



Kuva 8. Havainnollistava esimerkki vektorikuvasta ja rasterikuvasta (Seekacreative)

Teknisen osaamisen lisäksi ammattilainen osaa huomioida värien, sanojen ja muotojen symboliikan logoa ja tunnusta suunniteltaessa. Värit välittävät usein voimakkaasti symboliikkaa, etenkin voimakkaat perusvärit kuten punainen ja vihreä. Myös pehmeämmät värit voivat viestiä esimerkiksi rauhallisuudesta. Muodot voivat vaikuttaa kokemukseen, esimerkiksi liikennemerkeissäkin tavatut varoittava kolmio ja ilmoittava neliö, voivat ohjata näki-jän ajatuksia, tajunnan tai alitajunnan tasolla. (Adir, Adir, & Dobrescu. 2015, 1, 4; Hynes 2009, 545).

## 2.4 Logon uudistaminen

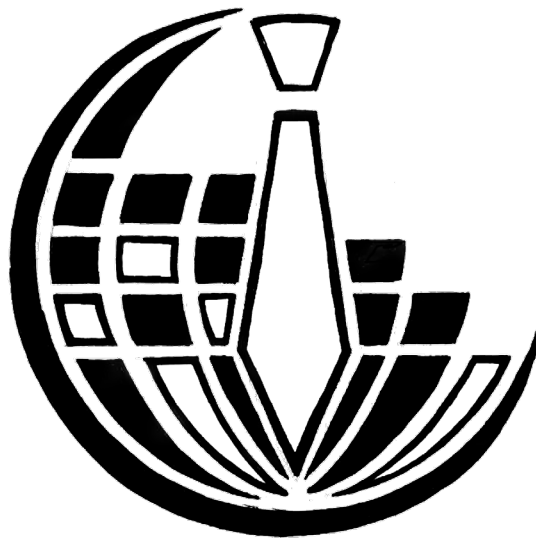
Yhdistyksen logokilpailun voittajaehdotus (kuva 6) oli piirretty paperille. Tehtäväkseni jäi siirtää logo digitaaliseen muotoon ja viimeistellä se. Paperille piirretyn kuvan ja valmiin logon väliin mahtui merkittävä määrä sekä työvaiheita että valintoja. Kokonaisuudessaan seuraavat esitetyt työvaiheet veivät arviolta 20 tuntia.

Paperille piirretyn kuvan muuttaminen yhdistyksen uudeksi logoksi alkoi puhtaaksi piirretyllä vedoksella. Sekä painotuotteita että digitaalista käyttöä varten logot toteutetaan digitaalisina vektorikuvina, jotta niiden skaalaaminen onnistuu ilman pikselöitymisen, eli kaarevien ja vinojen viivojen palkkiintumisen riskiä, kuten rasterikuville helposti käy. Tässä tapauksessa, jossa kuva oli toteutettu tussipiirroksena ruutupaperille, oli kuitenkin järkevämpää aloittaa työ putsaamalla kuva ensin rasterimuodossa. Vedos skannattiin ja sen työstäminen aloitettiin Adobe Photoshopissa (Kuva 9.)



Kuva 9. Puhtaaksi piirretty vedos tulevasta logosta

Tausta ruutuviivoineen poistettiin, jonka jälkeen kuvaa oikaistiin kaksi astetta, jotta solmio olisi tarkalleen pystysuorassa. Myös tussijäljen alla ja ympärillä olevat lyijykynäjäljet poistettiin. Mustat ja valkoiset alueet määriteltiin ja täytettiin, jotta väripeitto olisi tasainen. Lopputuloksena oli karkea digitaalinen vedos logosta, joka soveltui vietäväksi vektorikäsittelyohjelmaan, tässä tapauksessa Adobe Illustrator. (kuva 10.)



Kuva 10. Digitaalisesti puhdistettu versio skannatusta kuvasta.

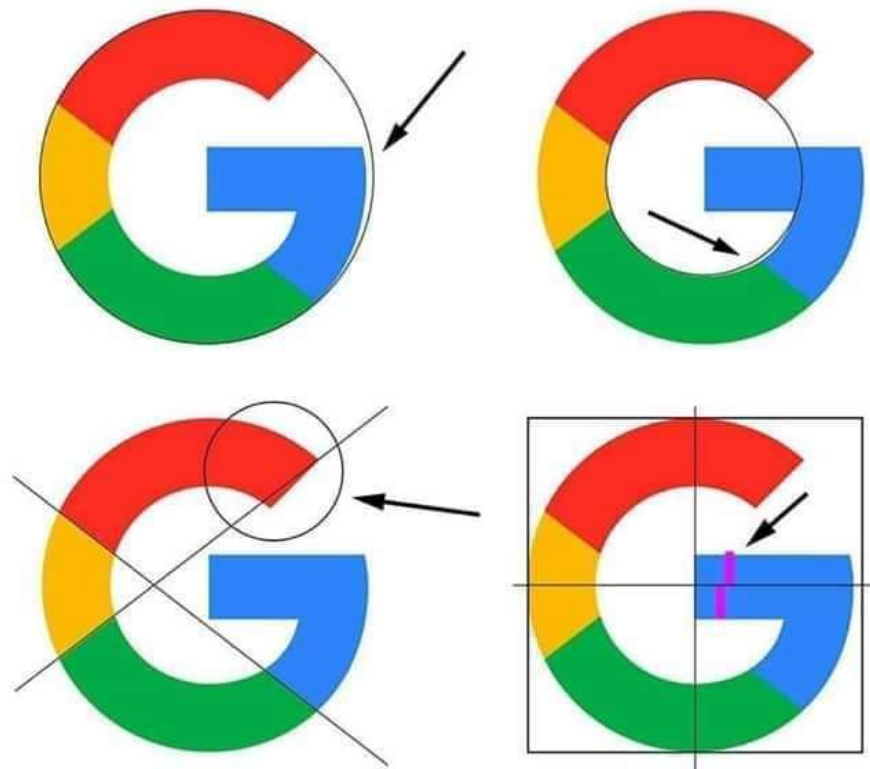
Adobe Illustratorissa työ jatkui *trace* -työkaluja käyttäen, joiden avulla eri elementit erotettiin kuvasta ja muutettiin vektoreiksi muokkausta varten. Reunat pyöristettiin ja epätasaisen kädenjäljen jättämät epätäydellisyydet kaarevissa pinnoissa korjattiin. Osaa kulmista pyöristettiin ja toisia terävöitettiin, jotta muotojen harmonia tasapaino saavutettiin. Koko logoa myös kavennettiin hieman ja viivojen keskinäisiä vahvuuksia säädettiin, jotta saavutettiin täysin pyöreä lopputulos.

Tulevan logon elementit asetettiin tarkasti vaakasuunnassa riveihin ja pystysuunnan muodot määrittyivät kaarien mukaan, jotka syntyivät, kun logon sisään piirrettiin useita ympyröitä apuviivoiksi. Kaikki tämä tehtiin, jotta logo olisi tasaisen ja harmonisen oloinen. Eniten liikkuvat ja muuttuvat osat alkuperäisen kuvan ja lopullisen logon välillä olivat uloin musta sirpinmallinen kaari, jota kavennettiin huomattavasti, sekä solmion solmu, jota laskettiin alemmas ja tasattiin muiden elementtien kanssa. Jokaista yksittäistä muotoa ja viivaa säädettiin, yhteensä kahdeksan työvaiheen aikana.

Logoa tehdessä en kuitenkaan pyrkinyt liialliseen symmetriaan, sillä se tekee tuotoksesta helposti tylsän tai elottoman oloisen (Bradley 2018, luku 4). Vaikka solmio näyttääkin olevan keskellä kuvaa, se on oikeasti huomattavasti oikealla keskilinjasta. Yritin aluksi luoda logosta mahdollisimman symmetristä, mutta useiden variaatioiden jälkeen päädyin vähemmän symmetriseen leikkaukseen, joka miellyttää silmää paljon enemmän.

Samankaltainen silmän *hämäys* on havaittavissa esimerkiksi Googlen G-logossa, joka näyttää ensisilmäyksellä hyvinkin symmetriseltä, mutta tarkemmin katsottuna symmetriaa

rikotaan lähes jokaisessa kohdassa. Kuvassa 11 osoittaa lukuisat symmetrian ja pyöreiden rikkomiset jota Googlen G-logon suunnittelija on tehnyt.



Kuva 11. Googlen G-logo, ei niin symmetrinen kuin voisi ensisilmäyksellä kuvitella (Logok)

Lopputuloksena logoehdotuksen siistimisestä, vektoroinnista ja osien keskinäisten asemien säätämisestä syntyi yhdistyksen uusi logo. (Kuva 12). Logo on siisti, linjakas ja mustavalkoisena hyvin pelkistetty ja erottuva. Logon elementit, diskopallo ja valkoinen solmio viittaavat suoraan taaksepäin edelliseen logoon sekä kuvastavat yhdistystä, sen toimintaa ja jäseniä.

Valmis logo on uskollinen alkuperäiselle logokilpailun voittaneelle piirrokselle, vaikka työvaiheita tarkkaan rinnakkain katsoessa onkin havaittavissa merkittäviä muutoksia. Logo on taustaton, eli valkoista esiintyy vain niissä osissa, jotka on täysin rajattu mustalla. Tein tämän valinnan, koska halusin, että logoa voidaan käyttää erivärisillä pohjilla, ilman että sen pääväri on valkoinen. Graafisessa ohjeistossa on esimerkkejä logosta eriväristen pohjien kanssa ja ohjeet valmiiden pohjaväri-versioiden käyttöön.





Kuva 12. Bileinsinöörit ry:n logo, 2020-

## 2.5 Tunnuksen luominen logon pohjalta

Vastavalmistuneesta uudesta logosta valmistin yhdistykselle myös tunnuksen, jossa on logo ja tekstielementit yhdessä. Tunnuksen tekeminen oli tärkeä vaihe, sillä uudistetussa logossa ei enää ollut yhdistyksen nimeä, kuten aiemmin käytössä olleessa logossa oli. Koin, että yhdistyksen logon käyttö tilanteissa, joissa yhteys Bileinsinööreihin ei ole muuten selkeä voisi johtaa epäselviin tilanteisiin. Tämä on etenkin totta uuden logon käyttöönoton varhaisissa vaiheissa, jolloin se ei ole vielä tuttu edes yhteistyökumppaneillemme.

Tunnuksen tekstielementin kirjasin pohjaksi valikoitui Roboto Black. Suunnittelin tunnuksesta kaksi versiota, pysty- (Kuva 13) ja vaakaversio (Kuva 14). Bileinsinöörit -tekstielementti on toteutettu säätämällä kirjaimien välitystä huomattavasti väljemmäksi ja hieman myös kirjaimien leveyttä suhteessa sen korkeuteen. Tavoitteena oli saavuttaa selkeä luettavuus ja asiallinen, voimakas mielikuva yhdistyksestä tekstin avulla. Vaikka yhdistyksen virallinen nimi on Bileinsinöörit ry, koki hallitus, että ehdotukseni jättää rekisteröidyn yhdistyksen "ry" pois tunnuksesta oli oikea ratkaisu. Tällöin tunnus ei olisi vain yhdistyksen, vaan jäsenistön tunnus.



**BILEINSINÖÖRIT**

Kuva 13. Tunnuksen pystyversio

Pystyversio tunnuksesta noudattaa muodoltaan logon leveyttä ja mahdollistaa sen käytön mahdollisimman suurena myös kapeissa tiloissa. Tekstielementti on keskitetty niin, että kolmas I-kirjain on kuvan todellisen pystysuoraisen keskilinjan kohdalla. Koska teksti on verrattain pientä, ei pystyversio tunnuksesta sovellu käytettäväksi kovin pienenä. Mikäli tila on pystysuunnassa rajallista, on suositeltavaa käyttää vaakaversiota.



**BILEINSINÖÖRIT**

Kuva 14. Tunnuksen vaakaversio

Vaakaversio, joka soveltuu käytettäväksi dokumenttien otsakkeissa, viireissä ja banne-  
reissa, sekä sellaisissa tilanteissa, joissa tilaa on vaakasuunnassa vapaasti mutta pysty-  
suunnassa rajatusti, toteutettiin liittämällä tekstielementti logon oikealle puolelle. Kuten ku-  
vassa 14 näkyy, tekstin B-kirjain liki koskettaa logon reunaa, joka oli tahallinen valinta,  
sillä siitä jää tunne, että logoa piirtänyt kynä olisi jatkanut viimeistä vetoa sirpinmallisesta  
ulkoreunasta pitemmäksi ja kirjoittanut sitten yhdistyksen nimen logon perään.

# BILEINSINÖÖRIT

Kuva 15. Tunnuksen tekstielementti yksin, eli tekstilogo

Tunnuksen tekstielementtiä voidaan käyttää myös sellaisenaan paikoissa, jossa yhdistyksen nimi halutaan tuoda esiin ilman logon aiheuttamia rajoituksia tai visuaalisen selkeyden vuoksi (Kuva 15). Tällaisia esimerkkejä on Bileinsinöörien uudet T-paidat, jossa tekstielementistä on jätetty viimeinen t-kirjain pois, joten jäsenten paidoissa lukee rinnassa Bileinsinööri (Kuva 16). Paidoissa on myös käytetty logoa käänteisenä, eli mustan tekstin sijaan teksti on valkoista mustalla taustalla. Logo tai koko tunnus ei sovellu vastaavasti käytettäväksi, koska sen värejä ei voi kääntää.



Kuva 16. Yhdistyksen T-paidat "Bileinsinööri" tekstillä tekstilogon mukaisesti aseteltuna.

### 3 Typografian määrittäminen Bileinsinööreille

Typografia tarkoittaa yksinkertaisuudessaan tekstin asettelua ja se on graafisen suunnittelun kulmakiviä. Typografiassa käsitellään nykyisin pääasiallisesti digitaalisia kirjasinlajeja, mutta tieteenalana se kattaa myös erilaiset käsinkirjoitustyylit kuten kalligrafian. Kirjasinlaji, eli tekstityyppi on kirjainten ja merkkien muodostama yhtenevä kokoelma, joka tunnetaan yleisesti myös fonttina. Arkikielessä kirjasinlaji kattaa usein koko kirjasinperheen, joka sisältää esimerkiksi kursivoidut ja lihavoidut versiot kirjasimista, vaikka perinteisemmät määritelmät pitävät näitä eri kirjasinlajeina. (Poulin 2017, intro; Cullen 2012, 55.)

Kirjasinlajin valintaan ei ole olemassa tarkkoja sääntöjä. Käytännössä valintaa ohjaa graafisen suunnittelijan tuntemus ja ymmärrys kirjasinlajin toimivuudesta muiden graafisten elementtien kanssa. Myös tekstityypin visuaaliset ominaisuudet ja historialliset lähteet sekä evokatiiviset, eli tunteita ja tuntemuksia näkijässään herättävät ominaisuudet, on syytä ottaa huomioon valintoja tehdessä. (Poulin 2017, luku 5.)

Valittaessa kirjasinlajeja on tiedettävä mihin käyttöön se on tulossa, sekä sisällön että valmiin tuotteen osalta. Painotuotteissa ja verkkosisällössä on huomioitava jokseenkin eri asioita, yhteistä on aina kuitenkin luettavuus valitussa kokoluokassa. Eri kirjasinlajien käyttö samassa työssä voi parhaimmillaan korostaa haluttuja osia, kuten otsikoita tai muuta huomioitavaa, mutta liiallinen erilaisten tekstityyppien käyttö näyttää helposti sekavalta ja vie huomion itse asiasta. (Poulin 2017, luku 5; Tselentis & Haley 2012, 212.)

#### 3.1 Erilaiset kirjasinlajit ja niiden ominaisuudet

Erilaiset kirjasinlajit voivat tuoda tekstiin tunnelmaa, joka välittyy sanattomasti lukijaan ja saattaa jopa muodostaa hänessä ensivaikutelman viestijästä. Kirjasinlaji voi viestiä esimerkiksi ammattimaisuudesta, nuorekkuudesta, arvokkuudesta, leikkisyydestä, vahvuudesta tai taiteellisuudesta. Tämän tunnelman tulkitseminen on sidottu lukijaan ja hänen kokemuksiinsa, sekä ympärillä olevaan kontekstiin, joten onkin vaikea määrittää tarkalleen, miten joku kokee tietyn kirjasinlajivalinnan missäkin yhteydessä. (Cullen 2012, 55; Pohjola 2019, 198.)

Kirjasinlajit jaotellaan usein erilaisiin kategorioihin. Tietokoneiden aikakaudella saatavilla olevien kirjasinlajien määrä on kasvanut räjähdysmäisesti, sillä painotalojen valikoimassa olevat fyysiset kirjasimet ja kirjasinkoot eivät enää muodostaneet estettä. (Poulin 2017, luku 5.) Kirjasinlajit voidaan kuitenkin yhä jakaa pääsääntöisesti viiteen päätyyppiin, joilla on historialliset nimitykset. Nämä kirjaintyyli ovat antiikva, eli päätteellinen, groteski eli

päätteetön, sekä niiden eräänlainen hybridimuoto egyptienne, joka on päätteellinen mutta malliltaan muuten pelkistetympi ja groteskin kaltainen. Lisäksi on koristeellisempia kirjasinlajeja, joista suurin osa sopii joko koukeroisiin kalligrafiisiin tai murrettuihin fraktuuroihin. (Tselentis & Haley 2012, 52; Poulin 2017, luku 1.) Eri tyyliä on esitetty B-kirjainta käyttäen kuvassa 17.



Kuva 17. Eri kirjaintyyliä.

Yleisimmin leipätekstissä käytetyt kirjaintyyliä ovat antikva, egyptienne ja groteski, niiden helpomman luettavuuden takia. Lisäksi yleisenä huomiona on, että groteskit ovat helpommin luettavissa tietokoneen ruudulta niiden yksinkertaisempien muotojen takia, kun taas antiikvat ja egyptiennet soveltuvat paremmin painotöihin niiden päätteellisyyden takia. (Poulin 2017, luku 1.)

### 3.2 Kirjasinlajin valinta

Vuoden 2020 alussa, aloittaessani graafisen uudistuksen tekemistä, yhdistyksen hallitus päätti siirtyä käyttämään Googlen tarjoamaa Workspace -palvelua. Palvelu sisältää sähköpostit, yhteisen pilvipalvelun ja Googlen toteuttamat sovellukset tekstinkäsittelyyn, taulukkolaskentaan ja esityskalvojen tekemiseen. Koska nämä kykenivät korvaamaan isoilta osin aiemmin yhdistyksen käyttämät Microsoft Officen tuotteet, sekä mahdollistivat saumattoman yhteistyöskentelyn pilvipalvelun kautta, päätettiin siirtyä pois Microsoft Wordin, Excelin ja Powerpointin käytöstä yhdistyksen dokumenttien laatimisessa.

Googlen sovelluksissa on vakiona varsin suppea kirjasto kirjaskimia. Tällä hetkellä vakiokirjasto on vain 32 kirjaskinlajia ja niiden lihavoidut ja kursivoidut versiot (Google Docs). vaikka kirjastoon voi lisätä kirjaskimia pitkälti samalla tavalla kuin perinteisten tietokoneella olevien sovellustenkin kirjastoihin, on tämä ylimääräinen työvaihe, joten lähdin tutkimaan käyttökirjaskinta valmiina olevista, varmasti kaupalliseenkin käyttöön soveltuvista vaihtoehtoista.

Valikoimassa olevista kirjasimista monet, kuten Arial, Calibri ja Times New Roman karsiutuivat niiden liian yleisen ilmeen vuoksi, sillä tarkoituksena oli luoda tyyli, joka vaikuttaa tahallisuudelta, eikä vain vakiona tarjotulta. Toiset kirjasimet, kuten Comic Sans ja Impact karsiutuivat taas sen takia, että ne ovat epäasiallisen näköisiä. Vielä kolmas ryhmä, heikosti luettavat tai ylistilisoituneet kirjasimet, kuten Caveat, Lobster ja Pacifico karsiutuivat soveltumattomuutensa vuoksi. Jäljelle jäi lukuisia selkeitä groteskeja ja antiikvoja.

### 3.2.1 Pääkirjasinlaji ja sen tyylit

Yhdistyksen pääasialliseksi kirjasinlajiksi valitsin Roboton. Se on Googlelle Christian Robertsonin suunnittelema kirjasin, joka on groteski eli pääteviivaton ja varsin pelkistetty kirjaintyyppi. (Google Fonts). Roboton valintaan yhdistyksen pääasialliseksi kirjaimiksi vaikutti myös se, että olin jo käyttänyt sitä aiemmin tunnusta ja tekstilogoa tehdessäni.

Kirjasimesta on olemassa lukuisia eri versioita, ohut (thin), kevyt (light), normaali (normal tai regular), keskivahva (medium), lihavoitu (bold) ja vahvin (black). Jokaisesta versiosta on lisäksi variaatio kursivina. Yhdistyksen käyttöön määritin näistä käytettäväksi normaalin, lihavoitun blackin ja esimerkiksi alaotsikoissa käytettäväksi thinin. (Kuva 18). Käytännössä dokumenteissa käytetään normaalia kirjasinasua sellaisenaan ja tarpeen vaatiessa kursivoituna tai lihavoituna, joka tekemäni määrittelyn mukaan tulee blackina ilman kirjaimien vaihtoa.

## Roboto normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ !?.%€  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää 1234567890+

## Roboto black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ !?.%€**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää 1234567890+**

## Roboto thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ !?.%€  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää 1234567890+

Kuva 18. Roboto kirjasinten käyttöön valikoidut versiot.

Kirjasinkoko on dokumenttipohjiin määritelty olevan 11 leipätekstiin, lihavoitu koko 18 otsikkotasolle sekä 16 ja 14 alaotsikoihin. Dokumenttien alaindeksissä ovat yhdistyksen

yhteystiedot ovat kokoa 9.

Roboto on myös päällisin puolin varsin samanoloinen kirjasinlaji, kuin aiemmissa luomisani dokumenttipohjissa ja lomakkeissa käytetty Verdana. Tämä auttaa siihen, ettei uusien ja vanhojen dokumenttien esiintyminen rinnakkain samoissa mapeissa pistä silmään liiallisesti. Käytännössä tämä on huomattavaa ainoastaan vuoden 2020 kirjanpidossa, jossa alkuvuoden dokumentit on luotu vanhoille pohjille ja graafisen uudistuksen jälkeen tulleet uusille. Muutos tarkemmin määritellyyn ja selkeämpään suuntaan, ilman tarpeettoman rajuja vaihdoksia, on tavoitteenmukaista yhdistyksen toiminnan yhtenäisen ja jatkuvan ilmeen kannalta.

### **3.2.2 Tehostekirjasinlajit ja niiden käyttö**

Yhdistyksen tarpeisiin tuotetaan toki paljon muutakin kuin pelkkiä muistioita ja kirjanpitoa. Tarve useammalle kuin yhdelle kirjasimelle ja tyyllille on olemassa, jotta visuaalisemmat tuotokset, kuten julisteet, kutsut, diplomit ja sosiaaliseen mediaan tuotetut tekstiä sisältävät kuvasisällöt saadaan toteutettua tyylikkäästi. Nämä visuaalisemmat asiat luodaan jatkossakin käyttäen Adoben sovelluksia kuten Photoshop ja InDesign, tai pilvipalvelu Canvalla, joten Googlen sovellusten aiheuttamat rajoitukset kirjasinten saatavuuteen eivät rajoita valintaa tässä tilanteessa.

Tehostekirjasimissa ei tarvitse ajatella yleistä luettavuutta yhtä paljon kuin vakiokirjasimia valittaessa, mutta niiden käytössä on toki huomioitava luettavuus sekä se, ettei kirjasinvalinta vie huomiota viestiltä. Tästä syystä valittujen tehostekirjasimien käyttö on rajattu lähinnä niille yhdistyksen toimijoille, joilla on visuaalista koulutusta tai vähintään kokemusta taiton ja grafiikan tekemisestä. Graafisessa ohjeistossa on myös maininta siitä, että tehostekirjasimia tulee käyttää hyvin harkitusti, jotta niiden korostava tehokkuus säilyy.

Varsinainen tehostekirjasimien valinta syntyi orgaanisesti kevään aikana, kun valmistaudimme tekemään viestintää tapahtumistamme ja SARS-CoV-2 viruksen aiheuttama pandemia iski. Poikkeustilan myötä tuli tarve luoda hillittyjen julisteidemme päälle selkeästi erottuvia muutosilmoituksia. Hain näitä varten inspiraatiota aiemmista poikkeustilanteista ja niistä vahvimpina löytyi vanhat sapluunakirjoitukset sekä kirjoituskoneella kirjoitetut muistiot. Nämä johtivat ensimmäiseen kahteen tehostekirjasimeen, 1942 Report ja Stencil. (Kuva 19).

## 1942 Report

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ !?.%  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäö 1234567890+

## STENCIL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ !?.% 1234567890+

## Florante at Laura

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz !?.%  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+

Kuva 19. Bileinsinööreille valitut tehostekirjasimet

Stencil -kirjasin on omiaan, tehostevärillä käytettynä, korostamaan muutoksia esimerkiksi tapahtuman päivämääriin tai ilmoittamaan tapahtuman perumisesta, kun aiempi tapahtumajulistite korvataan versiolla, johon on suurin kirjaimin päälle tehty korjaukset. Stencilistä on olemassa vain versaalimuoto, eli pienet kirjaimet puuttuvat, jonka takia se ei sovellu kovin monen sanan mittaisiin ilmoituksiin.

Vanhan kirjoituskoneen jälkeä mallintava 1942 Report on kirjasimena hieman vaikeasti luettava, sen himmeyden takia. Kirjasin soveltuu kuitenkin käytettäväksi hyvän kontrastin tarjoavien pohjien kanssa ja tarpeeksi suurena. Kuva 20 esittelee kirjasimen yhden käyttökohteen, otsikko- eli bannerikuvan, joka on käytössä Bileinsinöörien suljetussa Facebook-ryhmässä, eli "intrassa".



Kuva 20. Bileinsinöörien suljetun Facebook-ryhmän bannerikuva.



Kolmas tehostekirjasin joka kuvassa 19 esitetään, Florante at Laura, on ollut yhdistyksen käytössä perinnetunnuksen luomisesta lähtien. Perinnetunnuksen B ja I kirjainten lisäksi, kirjasimella kirjoitetaan otsikot diplomeihin, juhlatilaisuuksien kutsuihin, ohjelmakortteihin ja ruokalistoihin, sekä muihin vastaaviin tuotoksiin. Kirjasin ei ole tarkoitettu näkyväksi yhdistyksen normaalissa laajalle yleisölle tehdyssä viestinnässä, vaan nimenomaan yhdistyksen omiin juhlatilaisuuksiin ja jäsenistön palkitsemiseen liittyvässä viestinnässä.

### **3.3 Kirjasinvalinta käytännössä: dokumenttipohjat**

Yhdistyksellä on lukuisia tarpeita dokumenttipohjille, kokousten pöytäkirjoista muistioihin ja tiedotteisiin sekä kirjanpidon puolella kulukorvauslomakkeet ja laskupohja. Myös monet dokumentit, kuten yhdistyksen säännöt ja ohjeet saavat asiallisemman ja virallisemmän ulkoasun, kun ne on esitetty hyvin määritellyllä dokumenttipohjalla.

Osana graafista uudistusta määrittelin dokumenttipohjat Bileinsinöörien käyttöön Googlen Workspace ympäristöön, joka sisältää tekstinkäsittelysovelluksen Docs, taulukkolaskenta-sovelluksen Sheets, sekä esitysten tekemistä varten olevan Slides -sovelluksen. Googlen Workspace ympäristö on edellä mainittujen sovellusten osalta hyvin samankaltainen kuin kenties paremmin tunnettu Microsoftin Office tuoteperhe, mutta se toimii yksinomaan pilvipalvelussa, eikä vaadi maksullisia lisenssejä käyttäjiltään.

Yhdistyksen hallitus päätti siirtyä käyttämään Googlen palveluita keskitetysti keväällä 2020, joten minulla oli erinomainen tilaisuus luoda uudet pohjat suoraan palveluun. Yhdistyksellä oli aiemmin lukuisia erinäköisiä pohjia, käytännössä jokaisella sisältöä tuottaneella jäsenellä omatekemänsä, sekä muutamia minun, rahastonhoitajana määrittämiä ja käyttöön otettuja lomakkeita. Näistä pohjista valitsin toimivimmat ja poimin niistä rungon ja rakenteen soveltuvilta osilta. Määrittelin dokumenttipohjiin yhdistyksen uuden logon sekä typografian niin, että kirjasinkoot, lihavoinnit ja muut elementit olivat asetettuna vakiona oikein määritelmien mukaan. Pöytäkirjapohja (Liite 2) osoittaa toteutuksen käytännössä.

Laskupohjasta (Liite 3) tein miellyttävän näköisen lisäksi automatisoidun, niin että se osaa hakea päivämäärän, laskea määritellystä maksuajasta eräpäivän ja ilmoittaa sen laskulla, sekä määrittämään laskun numeron perusteella kotimaisen viitenumeron ja esittämään sen laskulla. Kulukorvauslomakkeessa (Liite 4) on myös automatisoitu yksittäisten kulurivien yhteenlasku ja loppusumman esittäminen. Kulukorvauslomake on yhdistyksen sisäistä dokumenteista ainoa, joka ei ole toteutettu Googlen sovelluksilla, sillä se on tallennettu interaktiivisena Adobe PDF -lomakkeena toimivuuden varmistamiseksi.

## 4 Värimaailma Bileinsinöörien viestinnälle

Värit ovat tärkeä osa viestintää, sillä ne luovat mielikuvia ja herättävät tunteita. Värien tulkitseminen on kuitenkin hyvin henkilökohtaista ja vähintäänkin kulttuuriin sidottua, eivätkä värit ole irrallisia ympäristöstään. Alina Wheelerin (2017, 128) mukaan ihminen tulkitsee värin muodon jälkeen mutta ennen tekstiä, joten väriä voidaan pitää kirjoitettua sanomaa ensisijaisempana ihmiselle. Värien valinta vaatii ymmärryksen väriteoriasta, selkeän näkemys siitä, minkälaisen mielikuvan brändistä halutaan tuoda esiin ja kyvyn toteuttaa tämä visio johdonmukaisesti lukuisissa eri medioissa, Wheeler jatkaa.

Ihmissilmän näkemät värit ovat oikeasti valon tiettyjä aaltopituuksia, jotka heijastuvat pinnasta. Käsitys siitä, mistä väristä on kyse, muodostuu ympäristön värien ja vallitsevan valon aaltopituuden, eli valon sävyn tai lämmön vaikutuksen alaisena. Ihminen myös tekee päätöksiä väreistä muun tiedon perusteella, jonka takia esimerkiksi valokuvassa näkyvä lumi näyttää aina valkoiselta, vaikka värikarttaa tai tietokonetta apuna käyttäen kyseinen sävy voi olla hyvinkin kaukana puhtaan valkoisesta. (Samara 2014, 122; Sherin 2012, 7.)

Värimaailmaa suunniteltaessa on perinteisesti määritelty pääväri yrityksen tai brändin logolle ja toinen pääväri tai toissijainen väri tunnuksen tekstielementille tai yrityksen sloganille. Näiden lisäksi päävärejä täydentävä väripaletti on määritettävä taustoille ja tukeville elementeille. Kaikki värit on mietittävä, jotta ne tukevat toisiaan, oli se sitten harmonialla tai luomalla jännitteitä. (Samara 2014, 88; Wheeler, 2017, 128.)

### 4.1 Värien symboliikkaa

Värit pitävät sisällään valtavasti symboliikkaa, mutta on tärkeä huomioida se, ettei tämä symboliikka ole yleismaailmallista, vaan sidoksissa kulttuuriin ja jopa yksilön omiin kokemuksiin. Helpoiten tätä kuvastaa se, että esimerkiksi länsimaissa surun ja kuoleman värinä on perinteisesti pidetty mustaa, mutta itä-Aasiassa kuolemaa ja menetystä symboloi taas valkoinen. (Rihlman 1997, 69–73.)

Väreihin usein liitettyjä symbolisia tai tunneperäisiä ominaisuuksia voidaan kategorisoida länsimaisessa markkinointiviestinnässä teemoihin väreittäin. Tuula Niemisen (2010, 103–105) sekä Seppo Rihlaman (1997, 69–71) mukaan markkinoinnissa värit yhdistetään yleisimmin seuraaviin piirteisiin ja tunteisiin:

- Punainen: dynaaminen ja nopea, punainen tavoittelee huomiota. Punainen on myös rakkauden ja intohimon väri, mutta se myös herkästi ärsyttää. Monet automerkit ja esimerkiksi pikaruokalat käyttävät punaista ilmeissään.

- Sininen: tummat ja kirkkaat sinisen sävyt herättävät luottamusta ja luovat virallisen vaikutelman. Sininen on laajasti poliisiorganisaatioiden käyttämä tunnusväri. Vaaleat siniset liitetään usein veteen tai taivaaseen, symboloiden raikkautta ja puhtautta.
- Keltainen: aurinko, energisyys ja hyvinvointi paistavat keltaisen ja oranssin sävyistä. Keltaista näkee paljon hyvinvointialojen värimaailmassa. Yhdistettynä punaiseen se yhdistetään usein yrityksiin, jotka markkinoivat halvat hinnat edellä.
- Vihreä: rauhoittava ja luonnosta muistuttava vihreä symboloi usein kasvua ja terveyttä. Vihreä on apteekkien ja monien terveystuotteiden valittu väri.
- Valkoinen: puhdas ja virheetön, valkoinen on yksin käytettynä kylmä ja tyhjän oloinen, mutta toimii hyvin taustana, joka antaa muiden värien näkyä kirkkaasti. Yhdistettynä mustaan ja harmaan sävyihin, syntyy valkoisesta tyylikkäitä graafisia kokonaisuuksia. Lääketeollisuus ja muut kliiniset toimijat käyttävät paljon valkoista.
- Harmaa ja ruskea: neutraaleja ja maanläheisiä värejä, jotka sopivat hyvin taustaväreiksi. Tummempina etenkin ruskean sävyt voivat viestittää arvokasta tyyliä, sillä se yhdistetään luksustuotteisiin, esimerkiksi jalopuisiin huonekaluihin, laadukkaaseen nahkaan, kahviin ja suklaaseen.
- Musta: dramaattinen ja rohkea, musta tarjoaa graafisessa suunnittelussa loistavan kontrastin muille väreille. Mustaa harvoin käytetään yksin yrityksen graafisessa ilmeessä, koska se saatetaan mieltää synkäksi.

Osa näistä mielikuvista muodostuu totutuista yhteyksistä, mutta esimerkiksi pitkän aaltopituuden värit kuten punainen ja keltainen aktivoivat aivoja ja lyhyet aaltopituudet, kuten sinisessä ja vihreässä rauhoittavat. Tämä fysiologinen vaikutus on mitattavissa näkijän pulssista ja verenpaineesta kokeissa. Värivalinnat eivät ole siis pelkästään mielipidekysymyksiä. (Samara 2014: 122.)

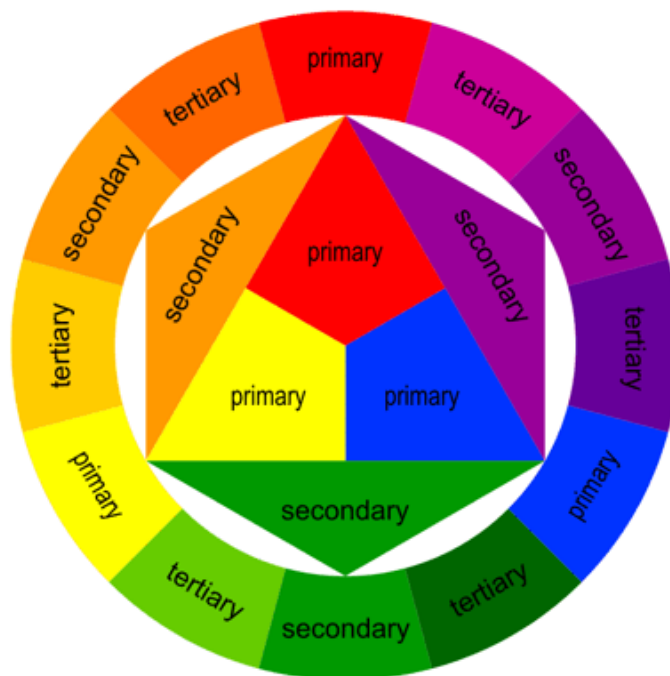
#### **4.2 Värien spektri ja väripaletit**

Värit ovat paljon laajempi kirjo kuin pelkästään yksi punainen, vihreä ja sininen. Näkyvä valo koostuu laajasta spektristä sävyjä, jotka liukuvat punaisesta violettiin valon aaltopituuden mukaan. Värisävyyn lisäksi graafisessa suunnittelussa väreillä on kaksi muutakin ominaisuutta, tummuus ja kylläisyys tai puhtaus. (Huttunen 2017, 17.)

Siinä, missä värisävy kertoo värin perusidentiteetin eli heijastuneen aaltopituuden, kylläisyys kertoo, kuinka paljon väriä tai pigmenttiä on, eli onko väri haalea vai kirkas. Värin tummuus taas luonnollisesti kertoo kuinka vaalea tai tumma kyseinen väri on. (Samara 2014, 88.) Väreillä voidaan kuvailla myös kylminä tai lämpiminä, esimerkiksi sininen on kylmä ja oranssi lämmin väri (Huttunen 2017, 17).

Värien ominaisuudet tuntemalla voidaan värejä hyödyntää monella tavalla, esimerkiksi syvyysvaikutelman luomisella kaksiulotteiseen kuvaan. Syvyysvaikutelman luominen onnistuu hyödyntäen kylmiä ja lämpimiä värejä, sillä kylmät värit nähdään pakenevan taakse ja lämpimien värien nouseva lähemmäs katsojaa. (Huttunen 2017, 17.)

Värien keskinäisten suhteiden hahmottamisessa käytetään yleisesti väriympyrää, joka rakentuu päävärien, punaisen, sinisen ja keltaisen ympärille. Väriympyrän kehitti Isaac Newton vuonna 1666 ja se esittää värien väliset suhteet helposti ymmärrettävällä tavalla. Yhdistelemällä päävärejä saa aikaan välivärit, vihreän, oranssin ja violetin. Yhdistämällä vielä välivärien ja päävärien saa tertiärvärit, jotka muodostavat 12-osaisen väriympyrän, jonka jokainen sävy on yhtä kaukana toisistaan. (Stone ym. 2008, luku 2; UXplanet) (Kuva 21.)



Kuva 21. Väriympyrä (UXplanet)

Väriympyrän 12 puhdasta värisävyä voidaan yhdistää kuudella eri tavalla väriharmonioksi:

- Analoginen väripaletti, jossa on kaksi tai useampi lähellä toisiaan väriympyrässä olevia värejä
- Monokromaattinen väripaletti, joka perustuu yhteen väriin ja sen eri tummuusasteisiin
- Kolmen värin kolmiopaletti, jossa värit valitaan ympyrältä 1/3 tai 120° päästä toisistaan
- Vastaväripaletti, johon valitaan kaksi väriä ympyrän vastakkaisilta puolilta eli 180° päästä

- Kaksinkertainen vastaväripaletti, jossa on kaksi väriä ja niiden vastavärit
- Jaettu vastaväripaletti, jonka yhteen pääväriin etsitään kaksi vastaväriä paletin toiselta puolelta. (Pohjola 2019, 192, Samara 2014 98–100.)

Eri väripaletit soveltuvat erilaisiin käyttötarkoituksiin, sillä vastaväreihin perustuvat paletit tarjoavat huomattavasti kontrastia herättämään huomiota, kun taas analogiset ja monokromaattiset paletit ovat rauhallisia ja oikein tehtynä erittäin ammattimaisen kuvan välittäviä. Väriharmoniat perustuvat kaikkia teoksia määritteleviin periaatteisiin: tasapainoon, keskinäisiin suhteisiin, monimuotoisuuteen, ryhtiin ja toistoon. Nämä periaatteet toimivatkin kriteeristönä arvioidessa, onko teos miellyttävä ja toimiva. (Stone ym. 2008, luku 2; Pohjola 2019, 192.)

### 4.3 Värimaailman määrittäminen

Graafista materiaalia Bileinsinööreille tuotetaan verkkoon sekä erilaisiin painotuotteisiin, joten oli tarpeen määrittää värit usealla eri tavalla. Verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa käytetään RGB värimäärittystä, jossa määritellään sävyt käyttäen valon kolmea väriä, punaista, vihreää ja sinistä. Painotuotteissa sen sijaan käytetään joko CMYK-värimäärittystä tai Pantone-värejä, jotka tunnetaan myös nimellä PMS (Pantone Matching Scale). CMYK-värit perustuvat neljään pigmenttiin, syaaninsiniseen, magentaan, keltaiseen ja mustaan, jotka yhdessä muodostavat subtraktiivisen väriavaruuden, eli sellaisen, jossa pigmentti estää jotain osaa valosta heijastumasta, täten luoden havaitun värin. (Eskelinen 2002, 11–12.)

PMS-väriskaaloja on olemassa useita erilaisia, sillä painetun pinnan materiaali ja kiilto vaikuttavat värin toistoon ja siihen, miltä se ihmissilmän tulkitsemana näyttää. Karkea jaottelu PMS-väriskaaloista on pinnoitettuihin (coated) sekä pinnoittamattomiin (uncoated) jotka pyrkivät toistamaan miltä mikin sävy näyttää painettuna joko pinnoitettuun tai pinnoittamattomaan paperiin, tarkoituksenaan varmistaa värien toisto mahdollisimman samanlaisena erilaisissa tuotteissa. PMS-värimääritelmät eivät ole tarkoitettu moniväritöiden painatuksiin, vaan enemmän suurempien yksittäisten väripintojen, kuten taustojen tai paketoitumateriaalien määrittämiseen. (Kainulainen & Åberg 2004, 90.)

Riippumatta määrittelystä, on kuitenkin todennäköistä, että eri tilanteissa jotkut sävyt tulevat toistumaan erilaisina kuin toisissa ympäristöissä. Tähän voi vaikuttaa tietokoneen näytön kalibrointi, valaistustilanne, painotalon tai tulostimen käyttämät määrittelyt ja monet muut seikat. Määrittelyllä pyritään siihen, että sävyt olisivat mahdollisimman lähellä ja kokonaiskuva säilyisi yhtenäisenä. (Poikolainen ym. 1994, 104.) Tämä onnistuu, sillä pitä-

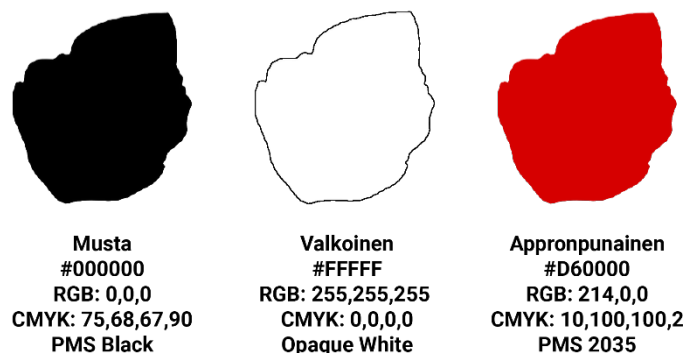
mällä kiinni aina yhdestä väriavaruudesta (RGB, CMYK tai PMS) pystytään varmistamaan, että määriteltyjen sävyjen etäisyydet toisistaan säilyvät oikeina. (Eskelinen 2002, 16–23.)

#### 4.3.1 Yhdistyksen värit

Ensimmäisenä tarkasteluun otin Bileinsinöörit ry:n tunnusohjesäännössä ja muissa dokumenteissa listatut värit. Yhdistyksen värit on määritelty olemaan musta ja valkoinen, ja yhdistyksen suurimman tapahtuman Helsinginkadun Apron väri on tapahtuman luomisesta asti ollut tietty syvä punaisen sävy. Sama punainen on lisäksi määritelty yhdistyksen ritarikunnan väriksi yhdessä metallisävy kullan kanssa. Metallisävyt eivät kuitenkaan sovellu yleisesti ottaen viestintään, joten päätin olla erikseen määrittelemättä sitä.

Musta ja valkoinen ovat varsin helposti määriteltävissä RGB-väriavaruudessa, sillä ne ovat absoluuttiset ääripäät valon sävyissä. CMYK-avaruus tunnistaa valkoisen värin puutteena, mutta mustan määritelmä ei ole yhtä yksinkertainen, sillä CMYK-avaruudessa on lukuisia erilaisia sävyjä ja väriyhdistelmiä, joita voidaan pitää mustana. Pelkkä mustan K-arvon määrittäminen 100 % tasolle ei tuota mustaa, vaan harmaan sävyn. Valitsemani mustan sävy CMYK-skaalassa on sellainen voimakas mustan sävy, jonka Adobe määrittää absoluuttisen RGB-mustan vastineeksi ohjelmistoissaan, 75, 68, 67, 90. (Adobe Inc., 2020.)

Pantone-väreissä löytyy musta, muttei valkoista. Mustalle on tekstimäärittäminen ”PMS Black” josta on versiot C ja U, pinnoitettu ja pinnoittamaton. Koska painomateriaali vaihtelee, määrittely on tehty vain PMS-väritunnisteen mukaan ja pinnoittamaton tai pinnoitettu versio valitaan tuotteen mukaan. PMS-avaruudessa valkoinen on oletus paperin pohjaväriksi ja siksi sitä ei ole erikseen määritelty, niinpä painotalolle tai muulle valmistajalle pitää valkoinen määritellä läpinäkymättömänä valkoisena ”opaque white”. (Pantone.)



Kuva 22. Bileinsinöörien ohjesäännössä määritetyt värit määriteltynä

Punaisia sävyjä on, väriavaruudesta riippuen, mustan ja valkoisen kaltaisesti käytännössä loputon määrä. Niiden määrittelemine on kuitenkin hieman yksinkertaisempaa, sillä jokainen väriavaruus sisältää punaisen sävyt. Helsinginkadun Apron logo ja monet tuotteet, kuten tapahtuman vapaaehtoisten käyttämät paidat on tehty tietyllä punaisen sävyllä, joten minun tarvitsi vain avata logotiedosto Adobe Photoshopissa, tarkistaa siitä alkuperäinen RGB tieto (214,0,0) ja etsiä sille vastaavat määriykset CMYK- ja PMS-avaruuksista. Kuvassa 22 näkyy sävy, jonka nimesin apronpunaiseksi tapahtuman kunniaksi, sekä sen määritelmät.

Näistä väreistä musta ja valkoinen, jotka ovat käytössä yhdistyksen logossa ja tunnuk- sessa, ovat graafisen määriyksen mukaan yhdistyksen ilmeen päävärit ja punainen toimii toissijaisena, tai korostusvärinä. Helsinginkadun Appro tapahtuman väreinä taas punainen ja valkoinen ovat tapahtuman logon mukaisesti päävärit. Nämä määritelmät pätevät kui- tenkin käytännössä lähinnä logotasolle, sillä yksinkertaisimpia visuaalisia materiaaleja lu- kuun ottamatta, yhdistyksen digitaalinen ja painettu materiaali toteutetaan pääasiassa käyttäen uutta väripalettia.

#### 4.3.2 Uusi väripaletti

Päävärien lisäksi koin tarpeelliseksi määritellä joukon muita värejä, sillä viestintä pelkällä mustalla, valkoisella ja punaisella ei anna kovinkaan laajaa pohjaa graafisiin ratkaisuihin. Yhdistyksellä on ollut aiempina vuosina toistuvasti käytössä siniharmaasävyiset taustaku- vat Helsinginkadun Apron markkinointimateriaaleissa, jotka on koettu erittäin harmoni- siksi ja hyvin ammattimaisen oloisiksi (Kuva 23).



Kuva 23. Helsinginkadun Apron materiaaleissa käytetty siniharmaasävyinen taustakuva.

Lähdin määrittelemään uutta väripalettia käyttäen siniharmaata taustakuvaa pohjana. Kuvasta löytyi lukuisia eri sävyjä, mutta valitsin kolme: vaalean harmaan, siniharmaan ja tumman harmaan, jotka pyrin saamaan sointumaan keskenään täydellisesti. Kun väri- linnat oli säädetty ruudulla mieluisiksi, oli seuraava vaihe määrittää ne mahdollisimman tarkkaan samoiksi RGB, CMYK ja PMS-väriavaruuksissa.

Värien kutsuminen vain niitä kuvaavilla adjektiivin genetiivimuodoilla on varsin tylsää, joten nimesin värit myös osana määrittämisprosessia. Kuvassa 24 esiintyy värien nimet niiden kaikkien määrittämismuotojen kanssa. Ensimmäisenä nimen alla oleva #-koodi on HTML-muotoinen värin RGB määrittäminen ja tarkoittaa samaa kuin sen alapuolella oleva RGB-värin numeromuotoinen määrittäminen. Tätä HTML-koodia käytetään esimerkiksi verkkosivujen värejä määrittäessä.

Pelkkä harmaasävyinen värimaailma ei kuitenkaan ole aina riittävä, sillä sen avulla on vaikea herättää huomiota tärkeimpiin osiin viestinnässä. Tästä syystä määrittelin lisäksi varsin voimakkaat, joskin harmaan sävyihin sointuvat, murretut huomiovärit. Nämä sävyt, vaaleansininen ja pinkki, toimivat erinomaisesti yhdessä kaikkien aiemmin määritettyjen värien kanssa ja mahdollistavat erilaiset korostukset tarvittaessa. Nekin nimettiin ja määriteltiin kaikilla edellä mainituilla tavoilla (Kuva 24).



Kuva 24. Bileinsinööreille graafiseen ohjeistoon määritellyt värisävyt.

Värien nimeäminen antoi tilaisuuden tuoda lisää yhdistyksen identiteettiä graafiseen uudistukseen. Bileinsinöörit ry:n tapahtumat sijaitsevat Kalliossa ja toimisto Töölönlahden tuntumassa. Harmaasävyt on nimetty evokatiivisesti sopimaan siihen miljööseen, jossa yhdistys toimii. Sininen, joka nimettiin hallituksen kokouksen päätöksellä lopulta Simonsiniseksi kunnioittaa yhdistyksen aiempaa puheenjohtajaa Simo Leppästä, joka on erityisen mieltynyt vaalean siniseen, ja jonka kädenjälkeä alkuperäinen siniharmaa tausta on



ollut. Pinkin nimeäminen Flamingoksi taas kunnioittaa yhdistyksen yhteisiä kesämatkoja, joissa on ollut vuosien ajan aina joku näihin vaaleanpunaisiin lintuihin liittyvä tekijä.

#### 4.4 Käytännön esimerkkejä viestinnässä

Määritellyn värimaailman yhdistäminen muihin määriteltyihin graafisiin elementteihin kuten typografiaan mahdollistaa tehokkaan ja visuaalisesti yhtenevän viestinnän. Esimerkiksi kuvassa 25 on käytetty taustana siniharmaasävyistä kuvaa, Helsinginkadun Appron logossa yhdistyksen valkoista väriä perinteisen punaisen tilalla ja punaista herättämään huomiota muuttuneeseen ajankohtaan. Huomiota tapahtuman uusiin päivämääriin on korostettu kirjoittamalla ne Stencil -tehostekirjasimilla, hieman muuta tekstiä suurempana ja viistossa kulmassa aseteltuna. Tapahtuman nimi ja alkuperäiset päivät on kirjoitettu Roboton kirjainlajia käyttäen.



Kuva 25. Tapahtuman muuttuneen ajankohdan tiedottaminen Instagram-kuvana.

Vuonna 2020 ei toteutettu yhdistykselle uusia painomateriaaleja tapahtumien peruuntumisen takia. Painomateriaaleja varten luotiin kuitenkin pohjia, joita voi hyödyntää jatkossa. Samoja pohjia sovellettiin myös yhdistyksen yhteistyökortissa, joka on perinteisen media-kortin kaltainen tuote yhteistyökumppaneille ja mainostajille. Yhteistyökortti toteutettiin Adobe InDesign -ohjelmistolla sen graafisen monipuolisuuden vuoksi ja se sisältää PDF-dokumenttimuodossa monta interaktiivista elementtiä kuten linkityksiä ja yhteydenotto-mahdollisuuksia (Liite 5).

Loin myös pohjan esitysten tekoa varten Google Slides -sovellukseen, joka sisältää valmiit määritykset typografian, värien ja pohjien osalta. Tätä pohjaa käytin myös kootessani graafisen ohjeiston, joka kokoaa yhteen kaikki tässä työssä esitetyt määrittelyt. Graafinen ohjeisto löytyy tarkastelua varten liitteenä 1.

## 5 Pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli päivittää yhdistyksen graafinen ilme sekä luoda yhdistyksen käyttöön graafinen ohjeisto ilmeen onnistuneeseen implementointiin myös jatkossa. Uuden logon valmisteluprosessi alkuperäisestä ruutupaperille piirretystä hahmotelmasta valmiiseen lopputulokseen, pääkirjasimen ja tehostekirjasinten valinnat ja yhdistyksen värimaailman määrittäminen muodostivat työn pääasialliset vaiheet. Näiden mukaan laadittu graafinen ohjeisto esittelee tehdyt graafiset valinnat ja ohjeistaa niiden oikeaoppiseen käyttöön myös sellaisia henkilöitä, joilla ei ole vahvaa graafisen suunnittelun tai markkinointiviestinnän taustaa. Lisäksi uudet dokumenttipohjat ja lomakkeet helpottavat toimintaa ja ylläpitävät yhdistyksen yhtenäistä ilmettä.

Seuraavat vaiheet, kuten graafisen ilmeen vieminen yhdistyksen verkkosivuille ja yhdistyksen tapahtumaviestinnän sitominen tiiviimmin yhtenäiseen graafiseen ilmeeseen eivät kuuluneet tähän opinnäytetyöhön. Työ antaa kuitenkin pohjan näiden osien eteenpäin viemiselle. Tulevien uusien verkkosivujen sisältöä on jo alettu tuottamaan uuden ilmeen mukaisesti ja varsinainen verkkosivu-uudistus toteutetaan vuoden 2021 aikana. Jatkossa tapahtumien viestintä tehdään yhdistyksen nimellä ja yhtenäistä ilmettä soveltaen, aiemman hajanaisen käytännön sijaan.

Vuosi 2020 ja maailmanlaajuinen SARS-CoV-2 viruksen aiheuttama pandemia toi monia haasteita sekä tämän opinnäytetyön ja sen toiminnallisten osien valmistamiseen että yhdistystoimintaan. Vaikka Bileinsinöörit ry päätyikin perumaan kaikki tapahtumat koko vuodelta, on päätöksestä johtuneessa poikkeustilaviestinnässä päästy käyttämään uudistettua graafista ilmettä ja tuomaan uudistettua logoa edes sitä kautta tutuksi. Tehdyt valmistelut uuden ilmeen mukaisista dokumenteista eivät myöskään mene hukkaan, sillä kaikkea materiaalia voi hyödyntää tulevana vuosina.

Opin prosessin aikana ennen kaikkea omista virheistäni, kuten siitä, etten pyytänyt alkuperäistä logoa puhtaaksi piirrettynä ei-ruutupaperille, tai siitä, etten lähtenyt toteuttamaan logoa suoraan vektoreina käyttäen piirrosta vain tukena. Molemmat näistä olisivat olleet käyttämäni tapaa nopeampia ja vaivattomampia tapoja saada uusi logo aikaiseksi. Opin myös lisää ammatillisista työkaluista, kuten jälleen merkittävästi uudistuneista Adobeen CC 2020 ohjelmista, Photoshopista, Illustratorista ja InDesignista. Adobeen ohjelmistojen lisäksi pääsin syventymään yhä enemmän Googlen Workspace -toimintaympäristöön, eli Driven, Docsin, Sheetsin ja Slidesin maailmaan. Valinta siirtyä pois Microsoftin Office -ympäristöstä toi omat haasteensa, mutta saumaton ryhmäyhteistyö ja lisenssivapaat ohjelmistot ovat varmasti jatkossa nähdyn vaivan arvoisia yhdistyksen toiminnassa.

Tämän uudistus- ja määrittämisprosessin sujuvuus oli pitkälti kiinni siitä, että tunsin Bileinsinöörit ry:n yhdistyksenä valmiiksi niin hyvin. Perehdytys ja syventyminen toisen yrityksen tai yhdistyksen arvoihin, toimintamalleihin, historiaan ja kaikkeen muuhun olennaiseen olisi lisännyt käyttämäni aikaa merkittävästi. Myös palavereiden ja välivaiheiden esittelyn tarve olisi lisääntynyt, elleen olisi ollut valmiiksi jo yhdistyksen hallituksessa ja osallistunut siksi kokouksiin ja palavereihin. Kuitenkin uskon, että tätä uudistusta varten luomani toimintamallit ja aikataulutus palvelevat minua myös jatkossa, vaikka jokainen yritys ja yhteisö onkin omanlaisensa ja vaatii aina tuoreen tulokulman.

Seuraavaan tämänkaltaiseen projektiin mieluusti sisällyttäisin enemmän värimaailman valintoja, etenkin logon osalta. Vaikka pidänkin erityisesti hillityistä ja arvokkaista väripaleteista, olisi virkistävää päästä toteuttamaan esimerkiksi kolmiopaletin värimaailma, joka sisältää haasteellisempia kontrasteja ja harmonioita. Tärkeintä kuitenkin on, että värivalinnat sekä muut graafiset elementit tukevat aina kyseisen yrityksen, yhteisön tai brändin sanomaa ja viestiä, eli tehdään tyyli sopimaan tarkoitukseen.

## Lähteet

Adir, V., Adir, G. & Dobrescu, T. 2015. Graphic and meaning in logo de-sign. Journal of Industrial Design and Engineering Graphics 10, s. 1–4.

Adobe Inc. 2020. Adobe Photoshop 2020 -ohjelmisto. Värimääritelmät.

Bileinsinöörit ry. Verkkosivut. Luettavissa: <https://bileinsinoorit.org>. Luettu: 26.10.2020.

Bileinsinöörit ry. 2019. Ritarikunnan ohjesääntö. Saatavilla yhdistykseltä.

Bileinsinöörit ry. 2016. Säännöt. Saatavilla yhdistykseltä ja PRHI:ta.

Bileinsinöörit ry. 2020. Tunnusohjesääntö. Kolmas versio, hyväksytty käyttöön 22.8.2020. Saatavilla yhdistykseltä.

Bradley, S. 2018. Design Fundamentals: Elements, Attributes, & Principles. Vanseo Design. Boulder, CO.

Budermann, K., Kim, Y. & Wozniak, C. 2010. Brand Identity Essentials. Rockport Publishers. Luettavissa: <https://learning.oreilly.com/library/view/brand-identity-essentials/9781592535781/>. Luettu: 15.11.2020.

Chordas, L. 2014. Corporate Identity. Best's Review 2, 6/2014, s. 23–24, 26, 28.

Cullen, K. 2012. Design Elements Typography Fundamentals: A Graphic Style Manual for Understanding How Typography Affects Design. Rockport Publishers. Beverly, MA.

Eskelinen, M. 2002. Värien teoria ja värimallit. Tietokonegrafiikan seminaari kevät 2002. Luettavissa: <http://users.jyu.fi/~tro/gtksem02/prujut/matti/varimallit.pdf>. Luettu: 6.10.2020.

Geer, B. 2006. Working with vector art. Embroidery Monogram Business 13(2), s. 40.

Google Docs. Luettavissa: <https://docs.google.com>. Luettu 3.11.2020.

Google Fonts. Roboto. Luettavissa: <https://fonts.google.com/specimen/Roboto>. Luettu 3.11.2020.

- Huttunen, M. 2017. Värit pintaa syvemmältä. WSOY. Helsinki.
- Hynes, N. 2009. Colour and meaning in corporate logos: An empirical study. *Journal of Brand Management* 16, s. 545–555.
- Juholin-Laitinen, E., & Loiri, P. 2006. HUOM! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Inforviestintä. Jyväskylä.
- Kainulainen, J. & Åberg, K. 2004. Mainospainotuotteen ostajan opas. Docendo. Jyväskylä.
- Kotimaisten kielten keskus. Kielitoimiston sanakirja. Luettavissa: <https://kielitoimistonsanakirja.fi>. Luettu 10.11.2020.
- Knuuttila, J. 26.10.2020. Kunniajäsen. Bileinsinöörit ry. Haastattelu. Helsinki.
- Logok. Museum of Logos. Luettavissa: <https://logok.org/>. Luettu: 3.11.2020.
- Nieminen, T. 2010. Visuaalinen markkinointi. Sanoma Pro. Helsinki.
- Oxford Languages. Luettavissa: <https://languages.oup.com>. Luettu 10.11.2020.
- Pantone. PANTONE Reference for white. Luettavissa: <https://hkdirect.pantone.com/customer-service/help/?t=PANTONE-Reference-for-white>. Luettu: 7.11.2020.
- Pohjola, J. 2019. Brändin ilmeen johtaminen. Alma Talent. Helsinki.
- Poikolainen, L. (päätoim.), Andelmin, M., Casagrande, U., Hiltunen, H., Klippi, Y., Markkanen, T., Mäkijärvi, H. & Rissanen, J. 1994. Design management – Yrityskuvasta kilpailuvaltti. Otava. Keuruu.
- Poulin, R. 2017. Design School: Type. Rockport Publishers. Beverly, MA. Luettavissa: <https://www.oreilly.com/library/view/design-school-type/9781631594397/>. Luettu:12.11.2020.
- Rihlana, S. 1997. Värioppi. Rakennustieto Oy. Helsinki.

Samara, T. 2014. Design elements: a graphic style manual: understanding the rules and knowing when to break them. Beverly: Rockport Publishers.

Seeakcreative. Vector vs Raster files. Luettavissa: <https://www.seekacreative.co.nz/resources/vector-vs-raster-files>. Luettu: 15.11.2020.

Sherin, A. 2012. Design Elements, Color Fundamentals. Rockport Publishers. Luettavissa: <https://learning.oreilly.com/library/view/design-elementscolor/9781592537198/>. Luettu: 27.10.2020.

Siukosaari, A. Yhteisöviestinnän opas. 2002. Tietosanoma oy. Helsinki.

Stone, T. L., Adams, S. & Morioka, N. 2008. Color Design Workbook. Rockport Publishers. Luettavissa: <https://learning.oreilly.com/library/view/color-design-workbook/9781592534333/>. Luettu: 3.11.2020.

Tselentis, J. & Haley, A. 2012. Typography, Referenced: A Comprehensive Visual Guide to the Language, History, and Practice of Typography. Rockport Publishers. Beverly, MA. Luettavissa: <https://learning.oreilly.com/library/view/typography-referenced/9781592537020/>. Luettu: 13.11.2020.

UXplanet. Analogous Colors and Color Wheel. Luettavissa: <https://uxplanet.org/analogous-colors-and-color-wheel-609a05b5b90e>. Luettu: 11.11.2020.

van den Bosch, A.L.M., Elving, W.J.L. & de Jong, M.D.T. 2006. The Impact of Organizational Characteristics on Corporate Visual Identity. European Journal of Marketing, 40 (7/8), s. 870–885.

Wheeler, A. 2017. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. John Wiley & Sons. New York.

Wirta, V. 16.6.2020. Puheenjohtaja. Bileinsinöörit ry. Haastattelu. Helsinki.

## Liitteet

### Liite 1. Graafinen ohjeisto



## Graafinen ohjeisto

Yhdistyksestä	3	Typografia	11
Logo	5	Yhdistyksen muut tunnukset	13
Tunnus	7	Käytöstä poistuneet tunnukset	15
Suoja-alue	8	Värit	16
Tunnuksen käyttö	9	Kuvamaailma	18
Kielletyt käyttötavat	10	Kieliasu	21



# Yhdistyksestä

**Bileinsinöörit ry** on vuonna 2005 perustettu poikkitieteellinen opiskelijayhdistys, joka tunnetaan etenkin Helsinginkadun Appron ja SivuAineAppron luojana.

Yhdistys perustettiin alun perin muutaman teekkarin, hoitsun ja tulevan insinöörin toimesta vaalimaan opiskelijakulttuuria, ja kehittämään sitä yhdessä muiden opiskelijoiden kanssa. Hyvin nopeasti Bileinsinöörit huomasivat selkeän puutteen Helsingin tapahtumakartalla, ja alkoi suunnittelemaan ensimmäistä Helsinginkadun Approa.

Viisitoista vuotta perustamiskokouksen jälkeen jäseniä on kertynyt yli 40, useista eri korkeakouluista ja kaupungeista. Vanhimmat ovat jo kerenneet työelämän pariin, kun nuorimmat ovat vasta opintojensa alkutaipaleella.

Yhdistyksen tapahtumissa käy vuosittain yli 7000 osallistujaa ympäri Suomea ja kauempaakin.



## Logo

Yhdistyksen 15-vuotista taivalta juhlistettiin luomalla uusi logo. Tämä logo juontaa juurensa aiemmin käytössä olleesta logosta, jonka elementtejä oli niin ikään diskopallo ja yhdistyksen jäsenten perinteisestä arkijuhlapukeutumisesta tuttu valkoinen solmio.

Logo valittiin yhdistyksen sisäisen suunnittelukilpailun perusteella ja alkuperäisen piirroksen tulevasta logosta toteutti Tuulikki Kujanpää.

Logo toimii tunnuksen merkkinsana.



## Logon versiot

Logo on taustaton, joten sen käyttö värillisten taustojen ja etenkin ei-tasaisten pintojen kanssa tulee tehdä harkiten. Logosta on valmiina versioita usealla erilaisella taustalla.



kiinteä harmaa



läpikuultava (56 %) harmaa



kiinteä valkoinen

# Tunnus

Yhdistyksen tunnus syntyy kun pyöreään logoon lisätään yhdistyksen nimi tekstilogon muodossa. Yhdistyksen tunnusta tulee käyttää pelkän logon tilalla tilanteissa joissa yhdistyksen nimi ei muuten näy selkeästi. Myös pelkkää tekstitunnusta voidaan käyttää tietyissä tapauksissa.



BILEINSINÖÖRIT



BILEINSINÖÖRIT

BILEINSINÖÖRIT

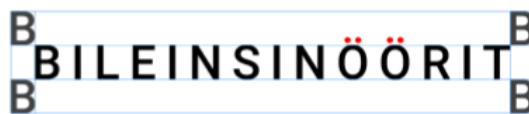
# Suoja-alue



Tunnuksen ympärillä on suoja-alue jonka sisälle ei saa sijoittaa muita graafisia elementtejä tai tekstiä.

Suoja-alue määrittää myös pienimmän mahdollisen etäisyyden dokumentin reunoihin.

Suoja-alue määrittyy logon solmion solmun koon mukaan. Tekstitunnuksessa suoja-alue määrytyy B-kirjaimen mukaan, ja ö-kirjainten pisteitä ei huomioida suoja-alueen korkeutta määritettäessä.





# Tunnuksen käyttö

Tunnus ja logo ovat itsessään mustavalkoisia joten niitä voi käyttää sellaisenaan kaikissa digitaalisissa ja painetuissa tuotteissa. Riittävä kontrasti taustaa nähden on taattava, tai tunnuksesta on käytettävä taustallista versiota. Tunnuksen on lisäksi oltava riittävän kokoinen, että sen tunnistettavuus ja tekstin luettavuus ovat taattuja.

Tunnusta tai logoa ei saa tehdä käänteiseksi, vaan se on aina esitettävä alkuperäisin värein. Tekstiversion tunnuksesta on versio mustalla ja valkoisella tekstillä, sekä käänteisellä taustalla. Valkoisen tekstiversion kanssa on entistä tärkeämpää varmistaa riittävä erottuvuus taustan väristä, jonka takia sitä lähtökohtaisesti tulee käyttää vain mustan taustan kanssa.

Tunnuksesta on aina käytettävä materiaalipankista löytyvää alkuperäistä versiota.

**BILEINSINÖÖRIT**

**BILEINSINÖÖRIT**

# Kielletyt käyttötavat

Yhdistyksen tunnusta ja logoa ei saa halventaa. Älä koskaan käytä tai muunna logoa seuraavilla tavoilla



Taustaton logo tai tunnus sopimattomalla taustalla



Peilikuva tai ylösalaisin



Käänteinen eli negatiivi



Kallellaan tai käännetty



Väritetty millään tavalla



Sopimattoman värisellä taustalla



Venytetty vaakasuunnassa



Venytetty pystysuunnassa



Liian pieni



Heikkolaatuinen versio tai painojälki

# Typografia

## Roboto normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ !?.%€  
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö 1234567890+

## Roboto black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ !?.%€**  
**Abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö 1234567890+**

## Roboto thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ !?.%€  
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö 1234567890+

Yhdistyksen ensisijaisesti käyttämä kirjasinlaji on Roboto. Kirjasinlajina se on moderni, pelkistetty ja helposti luettava. Roboto on toiminut myös yhdistyksen tekstilogon pohjana.

Robotoa käytetään sekä päivittäisissä asiakirjoissa että painotuotteissa. Kirjasinlaji on valittu osittain myös siksi, että se on Google ympäristön vakiokirjasimia ja saatavilla kaikissa yhdistyksen käyttämissä ympäristöissä.

Pääasiassa asiakirjoissa käytetään kirjasimen normaalia asua, otsikoinnissa blackia. Thin käy lähinnä alaotsikoiksi ja suurikokoiseen tekstiin sen heikomman luettavuuden takia.

# Typografia

Yhdistyksen visuaalisessa viestinnässä käytetään myös tehostekirjasimia, etenkin herättämään huomiota. Näitä kirjasinlajeja on käytettävä erittäin harkitusti, jotta niiden korostava teho säilyy.

## 1942 Report

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ !?.%€  
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö 1234567890+

## STENCIL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ !?.%€ 1234567890+

## Florante at Laura

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz !?.%€  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+

Kirjoituskonekirjasinlaji 1942 Report ja sapluunakirjasinlaji Stencil ovat käytössä lähinnä otsikointiin ja muutaman sanan pituisiin tekstikuviiin sosiaalisessa mediassa. Kummassakin kirjasinlajissa on ääkköset, mutta jotkut erityismerkit puuttuvat. Stencil on saatavilla vain versaalina eli majuskelina.

Florante at Laura on yhdistyksen seremoniaalisessa viestinnässä käytetty otsikkotason kirjasinlaji. Kirjasinta on myös käytetty yhdistyksen perinnetunnuksessa. Florante at Laurasta puuttuu ääkköset ja monet erityismerkit, joten se ei sovellu yleiskäyttöön.



## Yhdistyksen muut tunnukset



Yhdistyksellä on käytössä myös muita tunnuksia.

Yhdistyksen heraldinen perinnetunnus, joka näkyy yhdistyksen virallisten sääntöjen taitossa, ritarikunnan asiakirjoissa ja toimii lisäksi yhdistyksen ansio- ja kunniamerkkien sekä jäsen- ja hallitusmerkkien pohjana. Tunnus on otettu käyttöön vuonna 2015 ja sen suunnitteli Jan Hoffman perustuen Vesa Lindroosin tekemään hahmotelmaan.

Tunnusta käytetään vain seremoniallisissa tarkoituksissa ja erittäin tärkeissä sisäisissä asiakirjoissa. Tunnuksen tarkemmista käyttötavoista määrää yhdistyksen ritarikunta.

## Yhdistyksen muut tunnukset

Yhdistyksen tapahtumilla Helsinginkadun Approlla, SivuAineApprolla ja Tukholman Åpprolla on myös omat tunnukset. Tunnusten mukaan on toteutettu tapahtumien osallistujille jaettavat haalarimerkit.

Nykyisen viestintästrategian tavoitteena on siirtyä pois "tapahtuma edellä" näkyvyydestä kohti "yhdistys edellä" näkyvyyttä, joten tapahtumien tunnuksia käytetään viestinnässä yhä vähemmän.

Jatkossa näiden elementtien käytöstä sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä ja markkinoinnissa vastaa kulloisenkin tapahtuman järjestäjätiimin viestintävastaava.



## Käytöstä poistuneet tunnukset

Yhdistyksen alkuperäinen "bile-insinöörit" tunnus, jonka suunnitteli Ilkka Hirvonen, sekä Juho Knuuttilan vuonna 2014 suunnittelema "Diskopallo" logo ovat korvattu uudella logolla ja tunnukseella, eikä niitä tule enää käyttää.



## Värit

Yhdistyksen värit on määritelty tunnusohjesäännössä olemaan musta ja valkoinen. Ritarikunnan ohjesääntö määrittää lisäksi, sen värien olevan punainen ja kulta. Värit ovat määritelty myös tinktuurien eli heraldisten värien mukaan olemaan *Sable* (musta), *Argent* (hopea/valkoinen) sekä ritarikunnalle *Gules* (punainen) ja *Or* (kulta).

Nämä värit esiintyvät yhdistyksen tunnuksessa, jäsenten pelipaidoissa ja tapahtumien rekvisiitassa (Helsinginkadun Apronin värit ovat alusta lähtien olleet punainen ja valkoinen) sekä pitkäaikaisissa markkinointimateriaaleissa.



Musta  
#000000  
RGB: 0,0,0  
CMYK: 75,68,67,90  
PMS Black



Valkoinen  
#FFFFFF  
RGB: 255,255,255  
CMYK: 0,0,0,0  
Opaque White



Apronpunainen  
#D60000  
RGB: 214,0,0  
CMYK: 10,100,100,2  
PMS 2035



## Värit

Graafiseen ilmeeseen on tuotu ohjesääntöjen määrittelemien ja perinteen sanelemien värien lisäksi joukko harmaan sävyjä sekä huomiovärejä. Tavoitteena on luoda hillitty, ammattimainen tyylikieli ja mahdollistaa samalla voimakkaat korostukset tarvittaessa. Värit on määritelty sekä digitaaliseen käyttöön että painotyöhön seuraavasti:



**Betonivesi**  
#D3D3D3  
RGB: 211,211,211  
CMYK: 16,12,13,0  
PMS Cool Grey 1



**Töölönlahti**  
#7B859B  
RGB: 123,133,155  
CMYK: 56,43,27,2  
PMS 4135



**Kallion yö**  
#333F48  
RGB: 51,63,72  
CMYK: 78,64,53,43  
PMS 432



**Simonsininen**  
#62A8E5  
RGB: 98, 168, 229  
CMYK: 58,22,0,0  
PMS 292



**Flamingo**  
#DE5487  
RGB: 222,84,135  
CMYK: 8,82,19,0  
PMS Rhodamine Red

## Kuvamaailma

Yhdistys käyttää kuvia osana viestintäänsä välittääkseen halutun tunnelman. Kuvia käytetään omasta kuvapankista aina kuin mahdollista. Kuvapankki sisältää valmiiksi muokattuja kuvia Facebookiin, Instagramiin ja muihin sosiaalisiin medioihin, sekä kuvia yhdistyksen tapahtumista joita voi käyttää viestinnässä. Kuvia voi käyttää sellaisenaan, tai niiden päälle voi lisätä tekstiä.



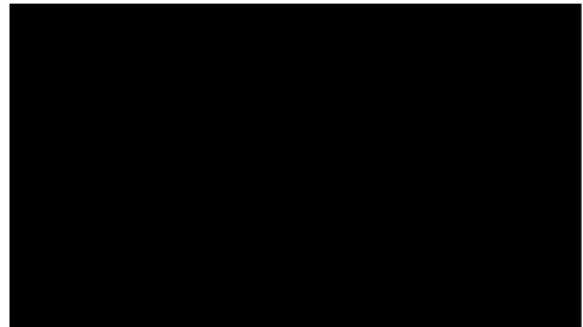


## Kuvamaailma



## Kuvamaailma

Taustoina sosiaalisen median postauksissa, monissa painomateriaaleissa ja muuallakin, jossa taustaa kaivataan, käytetään yhdistyksen tapahtumista otettuja kuvia ihmisryhmistä. Kuvat muokataan siniharmaiksi tai vaalean harmaiksi, noudattaen väripaletin värejä, jotta ne toimivat hillittynä taustana viemättä huomiota varsinaiselta viestiltä. Alla kaksi valmista esimerkkikuvaa joista vasen soveltuu yleistaustaksi moneen käyttöön ja oikea suurten peittävämpien elementtien taakse.



# Kieliasu

Yhdistyksen ulkoinen viestintä keskittyy lähinnä tapahtumien ympärille tapahtuvaan viestintään. Yhdistys on pyrkinyt aina olemaan suunnannäyttävä, edelläkävijä ja kehittäjä ja tästä syystä viestinnän kieliasu on muokkautunut ammattimaiseksi, asialliseksi, avoimeksi ja positiiviseksi. Tarkoitus ei ole pönöttää, vaan viestiä selkeästi kielellä joka ei jätä turhaa tulkinnanvaraa. Viestintäkanavan huomioiminen on olennaista, sähköpostiviestin kieliasu on formaalimpi kuin Instagram postauksen, mutta kaikista tulisi huokua positiivinen, avoin ja asiantunteva sävy.

Ongelmanratkaisussa on kuljettu pois päin ongelman tuijottamisesta kohti ratkaisua, niin kasvokkain kuin viestimilläkin käydyssä keskustelussa. Tavoitteena on rauhoittaa, ratkaista ja riemastuttaa - niin, että jokainen kohtaaminen jättäisi osapuolet onnellisemmaksi kuin ennen kohtaamista.

Yhdistyksen sisäinen viestintä on verrattain rennompaa, pois lukien ritarikunnan seremoniallinen tyyli, joka näkyy sen koko toiminnassa. Sisäistä viestintää tehdään omat kasvot edellä, mahdollisimman kevyellä ja positiivisella otteella.

Bileinsinöörit ry - Graafinen ohjeisto  
versio 1.0 (10/2020) - laatinut Jan Hoffman  
hyväksytty käyttöön hallituksen kokouksessa 31.10.2020



### Hallituksen kokous #

Ajankohta:

Sijainti:

Läsnäolijat:

#### Hallituksen ulkopuoliset:

**1. Kokouksen avaus**

**Esitys:** Kokous avataan ajassa

**Päätös:** Kokous avattiin ajassa

**2. Kokouksen laillisuuden ja päätösvaltaisuuden toteaminen**

**Esitys:** Kokous todetaan laillisesti koolle kutsutuksi ja päätösvaltaiseksi

**Päätös:**

**3. Kokouksen järjestäytyminen**

**Esitys:** Puheenjohtajaksi valitaan Veli-Matti Wirta ja sihteeriksi Sami Ranta-aho

**Päätös:**

**4. Esityslistan hyväksyminen kokouksen työjärjestykseksi**

**Esitys:** Esityslista hyväksytään kokouksen työjärjestykseksi

**Päätös:**

**5. Puheenjohtajiston kuulumiset**

**6. Rahastonhoitajien kuulumiset**

**7. Sihteerin kuulumiset**

**8. Jäsenvastaavan kuulumiset**

**9. Viestintätiimin kuulumiset**

**10. Tapahtuma-asiat**

**Esitys:**

**Päätös:**

**11. Muut esille tulleet asiat**

**12. Seuraavan kokouksen päivämäärä**

**Esitys:** Seuraava kokous pidetään

**Päätös:**

**13. Kokouksen päättäminen**

Kokous päätettiin ajassa

### Liite 3. Laskupohja



**Bileinsinöörit ry**

Wallininkatu 7  
00530 Helsinki

Malliyritys  
c/o yhteyshenkilö  
Lähiosoite  
00000 Postiosoite

### LASKU

Päiväys 03/11/2020  
Laskun numero 81442001  
Eräpäivä 17/11/2020  
Viivästyskorko 8,00%  
Viitenumero 8144 20012  
Maksuehto 14 päivää netto  
Pankki Aktia  
Tilinumero FI53 4055 4920 1647 44  
Swift/BIC HELSFIHH

### Laskun kuvauksen otsikko

Laskun kuvaus laajemmin lorem ipsum dolor sit amet....

Kuvaus	Määrä	Yks.	à hinta	alv %	alv €	Yhteensä
Esimerkkituote	1	kpl	15,00 €	0	0,00 €	15,00 €
Esimerkkialennus	1	kpl	- 3,00 €	0	0,00 €	- 3,00 €

**Veroton hinta** 12,00 €  
**Arvonlisävero** 0,00 €  
**Yhteensä** 12,00 €

Käyttättehän maksaessanne viitenumeroa: 8144 20012

Bileinsinöörit ry  
Wallininkatu 7  
00530 Helsinki

Jan Hoffman  
045 3563 045  
rahis@bileinsinoorit.org

Aktia  
FI53 4055 4920 1647 44  
HELSFIHH

## Liite 4. Kulukorvauslomake



Bileinsinöörit ry

KULUKORVAUSLOMAKE

### Kulukorvauslomake

Tosite #:

Korvauksen saaja	
Sähköpostiosoite	
Puhelinnumero	
Tilinumero (IBAN)	

Kuitti #	Selite	Summa (€)
1		
2		
3		
4		
5		
	<b>Yhteensä</b>	<b>0,00 €</b>

Lisätietoja:

Helsingissä 10.08.2020 \_\_\_\_\_

Hyväksytty pvm. _____	Maksettu pvm. _____
-----------------------	---------------------

**LIITTEET:** kpl alkuperäisiä kuitteja ja/tai kpl kuittikopioita





# BILEINSINÖÖRIT

## - 15. JUHLAVUOSI -

Bileinsinöörin ry on poikkitieteellinen, vuonna 2005 perustettu yhdistys joka tuottaa tapahtumia opiskelijoille, ylläpitää opiskelijakulttuuria sekä edistää opiskelijoiden yhteenkuuluvuutta. Tarjoamme yhteistyökumppaneillemme näkyvyyttä tapahtumissamme ja toiminnassamme, sekä tilaisuuden tuoda lisäarvoa tapahtumiemme osallistujille tiedon tai tuotteiden muodossa.

### SUURET TAPAHTUMAMME

**Helsinginkadun Appro 15.-16.4.**

~5 000 osallistujaa

**SivuAineAppro 17.9.**

~2 000 osallistujaa

Opiskelijoita ympäri Suomea  
(pääasiassa PK-seudulta)



### MUUT PAIKAT NÄKYÄ

Vapputelta kaivopuistossa 1.5.

Eläimelliset bileet 16.5.

15v vuosijuhlamme 22.8.

Tukholman Appro 2.11.

(yhteistyössä Kaljaasi-risteilyn kanssa)

### TARJOAMME TEILLE

**Näkyvyyttä sosiaalisissa medioissamme**

- Facebookissa, Instagramissa sekä Kide.app palvelussa

**Näkyvyyttä tapahtumiemme painomateriaaleissa**

- Suorituspassit, julistheet, hinnastot, ohjelmat, rannekkeet

**Näkyvyyttä ja osallisuutta tapahtumissamme**

- Tuotteita, mainoksia, banderolleja, ständejä

**Näkyvyyttä sponsorituotteissa**

- Haalarimerkit, kuvausseinä

### LUKUJAMME

FB tapahtumat tavoittaa 183 500

FB tapahtumiin osallistuu 12 000

FB sivun tykkääjät 1.2. 3 200

FB viestit tavoittaa 4 000

Instagram näkyvyys 1.2. 1 200

Kide.app profiiliin katselut 9 000

Kide.app tapahtumanäytöt 13 000

### ESIMERKKEJÄ YHTEISTYÖPAKETEISTA

Räätälöidään yhdessä profiiliinne sopiva kokonaisuus! Oheiset hinnat ja sisällöt ovat suuntaa antavia. Paketin hinta voi koostua rahan ohella esimerkiksi sponsorituotteista tai osallistujillemme jaettavasta tuotteesta tai materiaalista. Ennen kaikkea etsimme yhteistyöllä lisäarvoa tapahtumiemme osallistujille.

#### APPROT

	LITE ALK. 200€	PREMIUM ALK. 500€	DELUXE ALK. 750€
KILPAILU / MAINOS FB TAPAHTUMASSA	✓	✓	✓
MAINOS TM. YHDISTYKSEN FACEBOOK SIVULLA		✓	✓
INSTAGRAM NÄKYVYYS KUVAT / STORYT		✓	✓
LOGO SUORITUSPASSEIHIN JA VERKKOSIVUILLE			✓
STÄNDI TAI OHJELMA TAPAHTUMASSA			✓

JUHLAVUODEN YHTEISTYÖKUMPPANI 3 000€

Deluxe-paketit kaikissa Approissa

+

Premium-paketit tapahtumissa & puhe vuosijuhlilla

#### VUOSIJUHLA

	LITE 200€	PREMIUM 500€
MAINOS TM. YHDISTYKSEN FACEBOOK SIVULLA	✓	✓
LOGO VUOSIJUHLIEN MATERIAALEIHIN		✓
INSTAGRAM NÄKYVYYS		✓

#### MUUT TAPAHTUMAT

	LITE 200€	PREMIUM 500€
KILPAILU / MAINOS FB TAPAHTUMASSA	✓	✓
MAINOS TM. YHDISTYKSEN FACEBOOK SIVULLA		✓
INSTAGRAM NÄKYVYYS		✓



bileinsinoorit



bileinsinoorit



bileinsinoorit.org