

Sari Heikkinen

ESITTEEN SUUNNITTELU

Viestinnän koulutusohjelma
2014

ESITTEEN SUUNNITTELU

Heikkinen, Sari
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelma
Kesäkuu 2014
Ohjaaja: Nurmi-Rantanen, Kirsi
Sivumäärä: 41
Liitteitä: 4

Asiasanat: esite, suunnittelu, taitto, taittaminen, hostelli

Tämän opinnäytetyön aiheena on esitteen suunnittelu. Esitteen suunnittelu ja toteutus vaatii suunnittelijalta useiden eri elementtien hallintaa ja niiden yhdistämistä toimivaksi kokonaisuudeksi.

Opinnäytetyön toiminnallisen osuuden toimeksiantajana oli Hostel River. Esitteitä tehtiin kaksi erilaista. Tarkoituksena oli saada markkinointimateriaalia hostellin kokousmahdollisuuksien ja ryhmämajoitustilojen esittelemiseen.

Kirjallisessa osuudessa selvitetään esitteen taittamisen eri vaiheita ja käsitellään elementtejä, joista esite koostuu. Sen tarkoituksena on esitellä esitteen suunnitteluun liittyvät perusasiat.

Johdanto-osassa esillä ovat taittoprojektin käynnistämiseen liittyvät asiat toimeksiantajan, ideoinnin ja aikataulun osalta. Toisessa luvussa käsitellään esitteen tekstejä ja kuvia, ja kolmannessa luvussa aiheena on esitteen visuaalinen ilme. Neljännessä luvussa käydään läpi esitteen viimeistely painovalmiiksi.

DESIGNING A BROCHURE

Heikkinen Sari

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences
Degree Programme in Media and Communication

June 2014

Supervisor: Nurmi-Rantainen, Kirsi

Number of pages: 41

Appendices: 4

Keywords: brochure, layout, design, hostel

In this study it is explained how to design a brochure. Designing a brochure requires designer's ability to master the style of multiple elements, while expertise in combining elements into a whole is also needed.

The client of the functional part of my thesis was Hostel River. Two different brochures were made: one for marketing the conference possibilities the hostel has, other for presenting accommodation options for groups.

In the written part of my thesis different phases of designing a brochure are being explored while the elements, of which a brochure is consisted, are also covered. The purpose of this part of the thesis is to familiarize with the fundamentals of brochure design.

The introduction part consists of matters which are related to the beginning of the designing process. Topics such as dealing with the assignment, creating ideas and planning a schedule are covered. Working with the text material and photographs are explicated in the second chapter. The third chapter clarifies which matters affect on the visuals of a brochure. In addition, the fourth chapter explains how to prepare the brochure before it can be printed.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	5
1.1 Toimeksianto	5
1.2 Ideointi	7
1.3 Aikataulu.....	8
2 ESITTEEN SISÄLTÖ	9
2.1 Teksti	9
2.2 Valokuvat.....	11
2.2.1 Valokuvan laatuvaatimukset	12
2.2.2 Hostel River -valokuvat	12
3 ESITTEEN VISUAALINEN ILME	14
3.1 Typografia.....	14
3.1.1 Kirjaintyypit	16
3.1.2 Typografian valinta	18
3.1.3 Luettavuus	18
3.1.4 Typografia Hostel Riverin esitteissä	20
3.2 Värit	21
3.3 Sivukoko	23
3.4 Paperi	25
3.4.1 Ominaisuudet	25
3.4.2 Hostel River -esitteiden paperivalinta	26
3.5 Taitto.....	27
4 ESITTEEN VIIMEISTELY	29
4.1 Tarjouspyyntö	29
4.2 Painovalmis esite	31
5 LOPUKSI.....	33
LÄHTEET.....	36
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyönäni suunnittelin ja toteutin kaksi eri esitettä Hostel Riverille. Hostel River on vuonna 2011 avattu majoitusliike Porin Karjarannan kaupunginosassa. Hostellin omistaa Sirkka-Liisa Peni, joka toimi myös opinnäytetyöprojektini toimeksiantajana.

1.1 Toimeksianto

Esitteen suunnittelutyö alkaa toimeksiannosta, jonka asiakas antaa esitteen suunnittelijalle. Suunnittelija voi olla yrityksen tiedottaja, viestintäosaston jäsen tai esimerkiksi mainostoimisto. Toimeksiannossa käydään läpi mahdollisimman tarkasti esitettä koskevat asiat sisältöä, tavoitteita ja toiveita koskien. (Loiri & Juholin 2006, 156.)

Opinnäytetyöni toimeksiantajana oli Hostel Riverin omistaja Sirkka-Liisa Peni. Otin häneen itse yhteyttä sähköpostitse syksyllä 2013 ja kerroin etsiväni aihetta opinnäytetyölleni. Sovimme ensimmäisen tapaamisen lokakuulle 2013. Tapaamisessa kävimme läpi toimeksiantoa, eli millaiselle markkinointimateriaalille Hostel Riverillä olisi tarvetta. Sirkka-Liisa Peni kertoi toiveestaan kahdelle, eri sisällöllä toteutettavalle esitteelle. Toista hän käyttäisi ryhmämajoituspalveluiden ja toista kokouspalveluiden markkinointiin.

Määrittelimme toimeksiannon aikataulun, laajuuden ja tavoitteiden osalta loppuun yhdessä. Hostel Riverin tarkoituksena oli saada lisää asiakkaita hyödyntämään kokous- ja ryhmämajoituspalveluita ja lisätä tietoisuutta niiden olemassaolosta. Kohdeyrymänä olisivat erilaiset yritykset, yhteisöt ja muut ryhmät, joilla on tarvetta kyseisille palveluille. Hostel River huolehtisi itse esitteiden lähettämisestä kohderyhmille. Toiveena oli kuitenkin postittaa esitteitä eteenpäin, joten sähköisessä muodossa oleva esite ei olisi ollut toteutustapana sopiva.

Esitteiden postittaminen määritteli osaltaan myös tuotteen laajuutta. Esitteiden tulisi mahtua standardikokoisiin kirjekuoriin olla kustannussyistä sivumäärältään mahdol-

lisimman pieniä. Tarkempaa sivukokoa tai -määrää ei tässä vaiheessa kuitenkaan määritelty, vaan ne jäivät minun päätettäväkseni suunnitteluvaiheessa.

Sisällön puolesta esitteisiin ei ollut olemassa valmista materiaalia. Sovimme, että Sirkka-Liisa Peni kirjoittaisi tekstisisällön raakaversioon, jonka pohjalta minä muokkaisin tekstit esitteisiin sopiviksi. Hostellista oli olemassa joitakin valmiita valokuvia, joita oli hyödynnetty aikaisemmissa esitteissä (ks. Liite 1). Päädyimme kuitenkin siihen, että ottaisimme uudet valokuvat hostellin tiloista esitettä varten. Näin Hostel River saisi uudet valokuvat kaikista, osittain pintaremontoiduista tiloista myös myöhempää käyttöä varten.

Ulkoasun suhteen toimeksiannossa ei määritelty tarkkoja ohjeita. Hostel Riverillä ei ole olemassa graafista ohjeistusta. Toiveena oli kuitenkin, että esitteissä käytettäisiin sinistä väriä, sillä se näkyy yrityksen logossa, internet-sivuilla ja myös aiemmin toteutetuissa esitteissä. Opinnäytetyöni toimeksiantona oli näin ollen toteuttaa Hostel Riverille kaksi markkinointiesitettä uusien valokuvien, joita Sirkka-Liisa Peni voi itse postittaa asiakkaille.

Selkeät tavoitteet ovat oleellisia esitteen suunnittelussa. Projekti vaatii suunnittelijaltaan aikaa ja toimeksiantajalta ajan lisäksi myös taloudellista panostusta. Tavoitteet nopeuttavat projektin toteutumista, sillä niiden avulla määritellään kenelle esitettä ollaan toteuttamassa ja mitä varten. (Loiri & Juholin 2006, 9.)

Esitteen toiminnallisiksi tavoitteiksi sanotaan niitä asioita, joiden halutaan toteutuvan esitteen valmistumisen myötä. Tavoitteita voi lähteä määrittämään muun muassa seuraavien kysymysten avulla:

- Mikä on painotuotteen sisältö?
- Kenelle esite on suunnattu, eli mikä on kohderyhmä?
- Miten sisältö esitetään?
- Miten esite toimitetaan vastaanottajalle? Postitse, sähköpostilla, jollakin muulla tavalla?
- Millainen mielikuva halutaan välittää lukijalle? (Koskinen 2001, 28.)

Tavoitteiden määrittämisen jälkeen on syytä keskittyä siihen, millä keinoin ne saadaan toteutumaan parhaalla mahdollisella tavalla. Kohderyhmän huomioiminen on erityisen tärkeää, sillä suunnittelija ei voi olettaa, että samat ideat ja keinot toimivat jokaiselle ryhmälle ja tavoittavat heidät tehokkaasti. Toteutuskeinojen pohdintaan kannattaakin käyttää aikaa, sillä jokainen projekti on aina omanlaisensa. (Loiri & Juholin 2006, 11.)

Toimeksiannon tavoitteista päällimmäiseksi nousi oikeanlaisen tunnelman tavoittaminen. Hostel River markkinoi itseään Ystävällisen palvelun majatalona muun muassa internet-sivuillaan. Olemassa olevat esitteet keskittyvät enemmän informaation välittämiseen, eivätkä niinkään tunnelman luomiseen. Hostel Riverissä on kuitenkin panostettu kodikkuuteen aina sisustuksesta lähtien, joten oli luontevaa tavoitella samaa myös esitteiden avulla.

Hostellia pidetään usein esimerkiksi hotellia vaatimattomampana majoitusvaihtoehtona, sillä niissä huoneet jaetaan yleisimmin useamman henkilön kanssa. Yhteiset tilat, kuten keittiö ja kylpyhuone, ovat kaikkien asukkaiden käytössä. Hostellien eduiksi voidaan sanoa niiden tarjoamaa yhteisöllisyyttä, mutta myös sopivuutta budjettimatkailijoille. (Hostel Management [www-sivut](#) 2014). Kodikkuus ja mukava ilmapiiri ovatkin korostamisen arvoisia asioita.

Esitteissä päädyttiin siis tavoittelemaan juuri oikeanlaista tunnelmaa. Painopisteen ei tarvitsisi olla tekstin ja informaation määrässä, vaan siinä, että esite jäisi positiivisella tavalla asiakkaan mieleen, se erottuisi muista vastaavia palveluita tarjoavista yrityksistä ja että sitä ei heitettäisi heti yhden lukukerran jälkeen pois.

1.2 Ideointi

Toimeksiannon ja tavoitteiden määrittämisen jälkeen voidaan aloittaa esiteprojektin ideointi. Suunnittelijan, ja mielellään myös toimeksiantajana, on pidettävä mielessä, että esitteessä ei voi kertoa kaikkea. Lyhyesti kirjoitettu teksti toimiikin esitteessä parhaiten, mutta sekään ei voita tehoarvoltaan kuvaa. (Ikävalko 1995, 208.)

Esite on nimensä mukaisesti tarkoitettu antamaan esittely tai koonti yrityksen tuotteesta tai palvelusta, ja näin ollen suunnattu nopeampaa lukemista varten. Tämän vuoksi lyhytkään teksti ei saisi sisältää liian teknistä sanastoa. Helposti kaikkien ymmärrettävissä olevat sanat ovat nopealukuisia, eikä lukijan mielenkiinto tällöin katoa sanavalintojen vuoksi. Esitteen on siis tarkoitus olla se väline, jolla kohderyhmä saadaan tutustumaan yrityksen tuotteeseen tai palveluun paremmin. (Spanton 1996, 80.)

Oman opinnäytetyöni ideointi käynnistyi, kun esitteisiin tuleva sisältö oli saatu valmiiksi. Alusta asti oli selvää, että tekstin määrä tulisi olemaan melko vähäinen. Hostel River toimitti tekstit valmiiksi kohderyhmien mukaan rajattuina. Teknistä sanastoa hostellin tarjoamiin palveluihin ei liity, joten helppolukuisen tekstin aikaansaaminen kävi siltä osin itsestään. Esitteen ideoinnissa tärkeintä olikin sen ratkaiseminen, miten oikeanlainen tunnelma saadaan tuotua mukaan ulkoasuun.

Ideoinnissa Hostel Riverin edellisistä esitteistä ei ollut hyötyä. Ne olivat tyyliältään täysin poikkeavia projektin tavoitteena olevasta hyvästä tunnelmasta. Näin ollen hain inspiraatiota ideointiin ja suunnittelutyön käynnistämiseen internetistä. On olemassa useita sivustoja, joihin graafiset suunnittelijat ja muut alan ihmiset voivat kerätä omia töitään ja jakaa niitä muiden nähtäväksi. Yksi tällainen sivusto on Adoben ylläpitämä Behance (Behance www-sivut 2014). Selaamalla Behancesta muiden tekemiä esitteitä, sain suuntaa sille, millaista yleisilmettä ja tyyliä lähtisin hakemaan esitteisiin.

Oma työskentelyprosessini on kuitenkin sellainen, että ideat muotoutuvat sitten, kun esitteen tekeminen on käynnistynyt. Vasta silloin huomaan toimiiko jokin idea käytännössä ja miltä kokonaisuus kaikkine osineen näyttää.

1.3 Aikataulu

Aikataulun tekeminen esiteprojektille aloitetaan loppupäästä, sillä tärkeintä on selvittää, koska esitteen on oltava valmiina. Tässä kohtaa on hyvä vielä erikseen erotella toisistaan päivät, jolloin esiteaineiston on oltava painovalmiina ja ajankohta, jolloin valmiin tuotteen on oltava asiakkaalla. Painamiseen on esitteen laajuudesta riippuen

varattava aikaa joskus jopa viikkoja, joten myös painon työnkulkuun on osattava varautua aikataulua suunniteltaessa. (Loiri & Juholin 2006, 157.)

Suunnittelijan ja muiden projektissa mukana olevien henkilöiden on osattava arvioida kunkin työvaiheen kesto realistisesti (Loiri & Juholin 2006, 157). Esimerkiksi kuvamateriaalin hankinta ja niiden jälkikäsitteilyt voivat viedä yllättävän paljon aikaa, vaikka ne saattavat etukäteen ajateltuina tuntua nopeammilta työvaiheilta. Käsitys ajankulusta paranee kokemuksen myötä. Aikaa on arvioitava todenmukaisesti myös budjetin näkökulmasta: kuinka monta työtuntia asiakkaalla tai toimeksiantajalla on varaa kustantaa.

Opinnäytetyöni toiminnallisella osuudella ei toimeksiantajan puolesta ollut tarkkaa aikataulua. Tästä johtuen en nähnyt tarvetta aikatauluttaa omaa työskentelyäni kenen tarkemmin. Tavoitteena oli kuitenkin saada esitteet valmiiksi talven aikana.

Työnkulullisesti aikaa kului paljon juuri ideointiin ja oikean tyylin löytämiseen. Hankaluuksia oli kodikkaan tunnelman siirtämisessä paperille niin, että ulkoasu olisi silti tätä päivää. Myös hieman yllättäen esitteen koon valinta vei paljon aikaa. Tämä johtui kuitenkin suurimmaksi osaksi siitä, että en itse osannut päästää irti alkuperäisestä ajatuksestani koon ja mallin suhteen, vaikkei valintani selvästikään ollut toimiva ratkaisu. Esitteen kokoa käsitellään tarkemmin luvussa 3.3.

2 ESITTEEN SISÄLTÖ

2.1 Teksti

Esitteessä tekstin määrä voi vaihdella julkaisusta riippuen paljonkin, mutta yhdessä esitteessä ei ole järkevää kertoa kaikkea mahdollista (Ikävalko 1995, 206). Kirjoittamisprosessissa onkin aina muistettava esitteen kohderyhmä ja se, mitä esitteellä ylipäätään tavoitellaan (Ikävalko 1995, 72). Pitämällä nämä asiat mielessä, suunniteltiin sitten mitä tahansa esitteen osaa, tulee lopputuloksesta yhtenäinen ja tehokas. Samalla myös sisältö on tarpeeksi rajattu lukijan mielenkiinnon ylläpitämiseksi.

Tekstin kirjoittamisessa on oltava kärsivällinen. Teksti ei asetu lopulliseen muotoonsa heti, eikä sen tarvitsekaan. Teksti syntyy ajan kanssa, ja näin se myös usein muoutuu tyyllillisesti esitteeseen sopivaksi. (Ikävalko 1995, 77.)

Ikävalko (1995, 74) esittelee teksteille neljä erilaista tyyllilajia:

- Puolueeton, neutraali
Uutismaista tekstiä, jossa käytetään mahdollisimman vähän kuvailevaa kieltä.
- Mielipide
Tekstiä, joka pohjautuu kirjoittajan omaan näkemykseen ja asennoitumiseen.
- Myyvä, vetoava
Korostetaan aiheen hyvyyttä ja halutaan herättää lukijan mielenkiinto. Tavoitteena voi olla esimerkiksi saada lukija ostamaan tietty tuote.
- Journalistinen teksti
Kriittisesti kirjoitettua tekstiä, joka perustuu faktoihin. Asiasta esitellään riippumattomasti erilaisia näkemyksiä.

Esitetekstit ovat useimmiten ainakin osittain myyvää tekstiä. Mukana saattaa olla myös neutraalimpaa tekstiä, jossa esitellään esimerkiksi erilaisia lukuja tai muita yritykseen, tuotteeseen tai palveluun liittyviä faktoja. Esitetekstin tulee kuitenkin saada lukija kiinnostumaan aiheesta, joten suunnittelijan ei kannata tyytyä tavalliseen kirjoitustyyliin (Ikävalko 1995, 208).

Hostel Riverin esitteen tekstit ovat tyyliään lukijaan vetoavia. Esitteellä tavoiteltiin mukavaa ja rentoa tunnelmaa, joten myös tekstien oli ilmennettävä samaa. Vaikka tekstiä ei määrällisesti ole paljoa, on sillä silti suuri rooli tunnelman kannalta. Liian neutraalisti tai uutismaisesti kirjoitettu teksti ei olisi sopinut esitteen muuhun ilmeeseen, eikä lukijalle välittyvä kuva olisi muodostunut yhtenäiseksi. Samalla myös esiteprojektin tavoitteet olisivat jääneet saavuttamatta.

Hostellin esitteiden tekstisisältö tuli valmiina toimeksiantajalta. Minun tehtäväkseni jäi tekstin muotoilu esitteiden tyyliin sopivaksi. Teksti jäsenyi muotoonsa miltei omalla painollaan. Esimerkiksi lause ”Meillä on helppo viihtyä, vaikka vähän pidempäänkin.” ei ollut tarkan suunnitelmallisuuden tulos, vaan se syntyi ajattelemalla

esitteen tavoitteena ollutta tunnelmaa. Tekstin kirjoittamista helpotti sekin, että pidin sisältöjä itse paikkaansa pitävinä. Vierailtuani projektin aluksi Hostel Riverissä, koin että voisin viihtyä siellä hyvin myös itse.

2.2 Valokuvat

Esitteessä kuva toimii tehokkaammin kuin teksti (Ikävalko 1995, 208). Kuitenkin viesti välittyy lukijalle useimmiten parhaiten, kun painotuotteessa on molempia, sekä tekstiä että kuvaa. Kuva ja teksti tukevat ja selittävät toisiaan, vaikkakin kuvan viesti on helpompi ymmärtää. Sen tutkiminen ei vaadi lukijalta samanlaista panostusta, kuin tekstin lukeminen. (Loiri & Juholin 2006, 52.)

Esitteissä ja muissa painotuotteissa kuva on elementti, jonka lukija huomaa ensin. Tähän löytyy selitys aivojen toiminnasta: ihminen reagoi näkemäänsä ensin oikealla aivopuoliskollaan. Oikea puoli on se, jolla aivot käsittelevät visuaalisesti esitettyjä asioita. Tekstin käsittely tapahtuu aivojen vasemmalla puolella. (Koskinen 2001, 80.)

Kuvan tarkoituksena on yleensä esitteen sisällön selittäminen, mutta sitä voidaan hyödyntää eri tavoin ja painoarvoin. Kuvalla voidaan vahvistaa tekstin viestiä, jolloin se toimii aihetta täydentävänä tai korostavana elementtinä. Henkilöhaastatteluissa taas kuva on usein koko jutun pääasia. Symbolisella kuvalla tavoitellaan yleensä uutta näkökulmaa ja toivotaan, että se antaa lukijalle ajattelemisen aihetta tai että se luo tietynlaista tunnelmaa. (Loiri & Juholin 2006, 53.)

Esite on kokonaisuus, jossa projektille määritettyjen tavoitteiden ja kohderyhmän tulee vaikuttaa kaikkiin suunnitteluun liittyviin valintoihin. Näin ollen kuvien tulee vastata tekstisisältöä ja päinvastoin. Sisällön lisäksi eri kuvien tulee sopia yhteen visuaalisesti keskenään: väri- ja tummuusarvojen tulisi olla samankaltaisia. Yhteneväisen kokonaisuuden luomiseksi esitteen muu värimaailma voidaan hakea kuvista. Tällaiset kuvamuokkaukset tehdään esitteitä varten yleisimmin Adobe Photoshop -ohjelmistolla. Värejä käsitellään tarkemmin luvussa 3.2. (Koskinen 2001, 81.)

2.2.1 Valokuvan laatuvaatimukset

Projektissa, jossa esitettä varten tarvittavia valokuvia ei ole valmiina, on ne joko otettava itse tai ostettava. Kuvaajana voi tapauskohtaisesti olla esimerkiksi toimeksiantaja itse, esitteen suunnittelija tai erikseen työtä varten palkattava kuvaaja. Tässä kohdassa on kuitenkin otettava huomioon, että laadultaan huono kuva on usein parempi jättää esitteestä kokonaan pois. Kuvan laatuun kannattaakin panostaa, sillä esitteessä kuvan huomioarvo on suuri. (Pesonen 2007, 49.)

Kuvamateriaali voidaan toimittaa myös ulkopuolisen tahon toimesta. Esimerkiksi yrityksen edellisen esitteen suunnittelijan käyttämiä kuvia voidaan hyödyntää uudelleen. Jossain tapauksissa esitteeseen saattaa tulla materiaalia esimerkiksi yhteistyökumppaneilta. Näissä tapauksissa on laatuvaatimukset tehtävä selväksi kuvien lähettäjälle. Kuvat on toimitettava mahdollisimman suurikokoisina, yksittäisinä tiedostoina. Kuvat, jotka ovat esimerkiksi osana Word-dokumenttia tai PDF-esitystä eivät todennäköisesti ole painokelpoisia esitettä ajatellen. (Monash University Publishing 2013, 2.)

Jotta valokuva sopii painettavaksi esitteeseen, on sen oltava resoluutioltaan tarpeeksi suuri. Resoluutiolla tarkoitetaan kuvan tarkkuutta, eli sitä kuinka monta pikseliä kuvassa on tietyn kokoisella alueella. Yleisimmin alueen koko mitataan tuumissa, mikä vuoksi kuvien resoluutio ilmoitetaan käyttämällä lyhennettä ppi, pixels per inch. Nelivärisiä kuvia sisältävän esitteen resoluutio on 300 ppi, kun taas esimerkiksi sanomalehtipaperille painettu kuva voi olla resoluutioltaan 200 ppi. (Pesonen 2007, 75.)

2.2.2 Hostel River -valokuvat

Hostelliesitteiden kuvamateriaalia ei ollut saatavilla valmiina, joten koko opinnäytetyöprojektini ensimmäisenä tehtävänä olikin kuvien ottaminen. Kuvausta varten lainasin koululta Canon EOS 7D -järjestelmäkameran. Näin ollen kuvista saataisiin varmasti laadukkaita ja ne sopisivat myöhemmin, tarpeen niin vaatiessa, myös suuremmissa koossa käytettäviksi.

Kuvaustilanteessa huoneet ja muut tilat olivat siinä kunnossa, kun ne tavallisestikin ovat. Lavastusta ei siis käytetty, eikä sitä edes harkittu. Kuvien tarkoituksena oli esittää tilat sellaisina kuin ne ovat: viihtyisinä ja kotoisina. Näin ne istuvat hyvin koko esitteellä tavoiteltuun tunnelmaan ja vastaavat totuutta.

Esitteessä on kuusi sivua, joista jokaisen pinta täyttyy pääasiassa valokuvasta. Osalla sivuista kuvista on käytetty vain tiettyä kohtaa, jota ei ole tarkoitukseen tunnistaa valokuvaksi. Niiden käyttäminen oli oma tyyllinen ratkaisuni ja tapani tehostaa tunnelmaa. En halunnut käyttää tasaisia väripohjia tai valkoisia sivuja. Tiloja esitteleviä kuvia kussakin esitteessä on käytetty viisi kappaletta, joista yksi on aina yhden sivun kokoinen ja loput ovat pienempiä, neliömallisia kuvia (Kuvat 1 ja 2).



Kuva 1: Hostel River -esitteessä käytetyt kuvat, priimapuoli.



Kuva 2: Hostel River -esitteessä käytetyt kuvat, sekundapuoli.

3 ESITTEEN VISUAALINEN ILME

3.1 Typografia

Typografia mielletään usein kirjaintyyppien valintaan ja tyyliin liittyväksi termiksi. Se kuitenkin käsittää painotuotteen tyyliin kokonaisuudessaan; miten eri elementit on järjestetty pinnalle. Typografia pitää sisällään myös paljon seikkoja, joita ei varsinaisesti voi havaita silmin: sävyä, tunnelmaa ja tyyliä. Ne ovat keinoja, jotka tekevät painotuotteesta omanlaisensa ja tehostavat kohderyhmälle suunnattua sanomaa. (Pesonen 2007, 13.)

Siitä huolimatta että typografialla tarkoitetaan koko sivun muotoilua ja sillä olevien eri elementtien keskinäisiä suhteita, määrittelee se eri kirjain- ja tekstityyppien käyttöä. Tätä kutsutaan kirjaintypografiaksi (Pesonen 2007, 13). Elisa Ikävälkon määrittelee typografian teoksessaan *Painotuotteen tekijän* käsikirja (1995, 132) seuraavanlaisesti:

Typografia tarkoittaa kirjainten valintaa ja käyttöä niin, että teksti ja kuvat muodostava hyvän kokonaisuuden.

Hyvä kokonaisuus pitää sisällään myös sen, että käytettyä typografia on helposti luettavaa ja se herättää osaltaan lukijan mielenkiinnon. Näin lukija saadaan tutustumaan painotuotteeseen tarkemmin. Helppolukuisuudelle olennaista on, että tekstin eri osat erottuvat toisistaan. (Loiri & Juholin 2006, 32.)

Esitteen sisällön eri osia kutsutaan sisältöelementeiksi. Niihin kuuluvat otsikoiden, ingressien, leipätekstien ja kuvatekstien lisäksi myös kuvalliset elementit, kuten valokuvat ja kaaviot. (Koskinen 2001, 78).

Otsikot jaetaan kahteen eri tasoon: pääotsikoihin ja väliotsikoihin. Pääotsikolla selvitetään lukijalle mitä esite tai artikkeli pitää sisällään. Sen on tarkoitus myös toimia lukijan mielenkiinnon herättäjänä. Väliotsikot jakavat tekstikokonaisuuden pienempiin osiin käsiteltävien aiheiden mukaan, sisällysluettelon tapaan. Otsikot helpottavat lukijan nopeaa tutustumista tekstiin, minkä vuoksi otsikoiden tulee erottua muusta tekstimassasta selkeästi. Ne ovatkin yleensä kooltaan muuta tekstiä suurempaa. Otsikoiden kohdalla sanojen tavuttamista tulee välttää, sillä se heikentää niiden luettavuutta, eikä tavutus ole visuaalisuudenkaan puolesta suositeltava ratkaisu. (Koskinen 2001, 78.)

Ingressit ovat eräänlaisia johdantotekstejä itse tekstille. Suunnittelija sijoittaa ne useimmiten pääotsikon alle. Ingressissä käytetään leipätekstiä suurempaa pistekokoa, eikä niissä yleensä käytetä tavutusta. (Koskinen 2001, 78.)

Esitteen, niin kuin muidenkin painotuotteiden, perusteksti on nimeltään leipätekstiä. Sitä varten tulee valita helposti luettava, mutta kuitenkin esitteen ilmeeseen soveltuva kirjaintyyppi. Leipätekstin sommittelua suunniteltaessa tärkeintä on muistaa, että sen luettavuus säilyy. Tähän vaikuttavat muun muassa kappaleiden pituudet: lyhyet kappaleet ovat pitkiä parempi vaihtoehto. Kapeat tekstipalstat helpottavat osaltaan lukemista, samoin kuin tarpeeksi suuri kontrasti taustan ja tekstin värin välillä. Luettavuutta käsitellään tarkemmin luvussa 3.1.3. (Koskinen 2001, 79.)

Kuvateksti kertoo lukijalle nimensä mukaisesti tarkempaa tietoa kuvasta. Sen avulla voidaan tehostaa kuvan sanomaa tai selventää sen tapahtumia. Kuvatekstit luetaan

ennen leipätekstiä, joten niiden merkitys lukijan mielenkiinnon herättämisessä voi olla suurikin. (Koskinen 2001, 79.)

Kirjaintypografiaa suunniteltaessa on muistettava esitteen kohderyhmä ja se, mihin tilanteeseen tuotetta suunnitellaan. Esimerkiksi perinteisten aikakauslehtien ja sensaatiota tavoittelevien iltapäivälehtien käyttämässä typografiassa on eroja. Tämä johtuu lehtien erityyppisistä sisällöistä ja kohderyhmistä. (Loiri & Juholin 2006, 32.) Esitteidenkin osalta sisällöt ja kohderyhmät voivat vaihdella laajasti, joten suunnittelijan on saatava typografia vastaamaan esitteen tavoitteita. Kokonaisuuden hallintaa ei tosin saa unohtaa; kaikkien esitteessä olevien elementtien, niin kirjaintypografian kuin kuvienkin, on tuettava toisiaan.

3.1.1 Kirjaintyypit

Eri kirjaintyyppettä kutsutaan etenkin tietokoneympäristössä fonteiksi. Kirjainten koot mitataan gemenakirjaimen korkeudesta laskettavasta pistekoosta. Gemenalla tarkoitetaan pienaakkosia, kun taas suuraakkosia kutsutaan versaaleiksi. Näiden lisäksi on olemassa myös kapiteelit, jotka ovat pienaakkosten kokoisia versaaleja. (Pesonen 2007, 23.)

Suurpiirteisesti jaoteltuna kirjaintyypit ovat joko antiikva- tai groteski-kirjaimia. Antiikvat, eli serifit, ovat päätteellisiä kirjaimia ja groteskit, eli sans serifit, päätteettömiä kirjaimia. Kirjaintyyppien ryhmittely ei ole aina aivan yksiselitteistä kirjaintyyppien vaihtelevien ulkonäköjen vuoksi. Osa kirjaintyypeistä saattaa sopia molempiin ryhmiin, osa taas on hankala lukea kummaksikaan. (Pesonen 2007, 24.)



Kuva 3: Kirjaintyyppien luokittelua (Mukaihen: Pesonen 2007, 26–28).

Antiikvojen ja groteskien lisäksi kirjaintyyppejä voidaan luokitella myös muihin ryhmiin. Luokittelukriteereinä voidaan käyttää esimerkiksi alkuperää tai tyyliä. Olof Eriksson jaotteli kirjaintyyppit vuonna 1974 kahdeksaan eri perusluokkaan:

- Goottilaistyylliset
- Antiikvat
- Egyptiennet
- Groteskit
- Kalligrafiset kirjainmuodot
- Korukirjaimet
- Fantasiakirjaimet
- Itämaiset kirjaimistot

Osalla yllä olevista ryhmistä on vielä lisäksi omia alaryhmiä. Niissä kirjaimien perusmuodot pysyvät pitkälti samana. Esimerkiksi groteskien alaryhmissä suurimmat erot ovat g-kirjainten muodoissa, eri antiikvoissa taas päätteiden tyyliässä. (Pesonen 2007, 26.)

3.1.2 Typografian valinta

Valittaessa kirjaintyyppjä esitettä varten, on valinnassa otettava huomioon luettavuus sekä sopivuus esitteen tyyliin ja tavoitteisiin. Valinta ei ole aina helppoa, sillä vaihtoehtoja on tarjolla valtava määrä. Inspiraatiota voi hakea esimerkiksi tutustumalla muihin esitteisiin ja tarkastelemalla millaisia kirjaintyyppjä niissä on käytetty. (Koskinen 2001, 70.)

Eri kirjaintyyppien yhdisteleminen on haastavaa. Tyylejä on lukuisia, eikä sopivien yhdistelmien hahmottaminen ole aina niin helppoa. Turvallisinta onkin valita esitteeseen vain yksi kirjasintyyppi leipätekstiä varten, ja tarpeen vaatiessa toinen otsikkotekstejä varten. Valinnassa on otettava huomioon se, että etenkin laajempien tekstikokonaisuuksien yhteydessä on hyödyllistä, jos kirjainperheeseen kuuluu useita eri leikkauksia. Kirjainperheeksi kutsutaan kirjaintyyppin ja sen eri versioiden, eli leikkausten, muodostamaa kokonaisuutta. (Koskinen 2001, 70.)

Kirjaintyyppit herättävät paljon erilaisia mielikuvia. Suunnittelijan onkin osattava löytää tekeillä olevaan esitteeseen sopivat ja lukijoiden mielenkiintoa lisäävät kirjaintyyppit. Fonteista heräävät mielleyhtymät voivat liittyä tiettyyn aikaan tai toisaalta ne voivat olla hyvinkin ajattomia. (Pesonen 2007, 29.)

Tarkkoja kriteereitä kirjaintyyppien valinnalle on loppujen lopuksi vaikea määrittää, sillä jokainen työ on omanlaisensa (Loiri & Juholin 2006, 34). Useamman kuin kolmen kirjainperheen käyttöä kannattaa harkita tarkkaan. Vaikutelmasta tulee helposti sekava ja se on usein lukijan silmille rasittavaa katsottavaa. Kirjaintyyppien valinnassa kannattaakin keskittyä siihen, kuinka montaa eri fonttia todella tarvitaan, sen sijaan, että valitaan useita fontteja vain niiden ulkonäön vuoksi. (Pesonen 2007, 29.)

3.1.3 Luettavuus

Kirjaintyyppin koko, merkkiväli, sanaväli, palstan leveys ja riviväli ovat tekstin rakenteellisuuteen liittyviä seikkoja, joiden avulla vaikutetaan tekstin luettavuuteen. Fontin koossa on kiinnitettävä huomiota etenkin siihen, ettei se ole liian pientä. Lukijan on

mahdoton hahmottaa tekstiä, jota ei näe kunnolla. Toisaalta myös valtavan suuri teksti voi olla vaikealukuista. (Pesonen 2007, 31.)

Ihminen hahmottaa tekstiä sanakuvina. Tällä tarkoitetaan sitä, että silmä ei lue yksittäisiä kirjaimia vaan sanojen tai niiden osien muodostamia kokonaisuuksia. Siksi esimerkiksi liian suurella pistekoolla kirjoitettua tekstiä on vaikea hahmottaa. Liian suuret tai pienet sanavälit vaikeuttavat sanakuvien muodostamista ja lukemisesta tulee katkonaista. Sama lopputulos on silloinkin, kun merkkivälit, eli kirjainvälit, ovat liian suuret tai pienet. (Loiri & Juholin 2006, 32.)

Tekstipalstan leveys määrittää sen, miten helppo tai vaikea silmän on siirtyä seuraavalle riville. Kapea tasareunainen palsta on silmälle helpoin ja vaivattomin lukea. Liian kapea palstaleveys aiheuttaa kuitenkin tällä tasaustavalla sen, että sanojen väliin syntyy helposti reikiä. Ne heikentävät tekstin luettavuutta. (Loiri & Juholin 2006, 42.)

Teksti voidaan tasata myös niin, että se on vain vasemmasta reunasta tasan ja oikeasta reunasta niin sanotusti liehuva. Tämä tasaustapa on edellisen tapaan helppolukuista. Päinvastaisesti, eli oikeasta reunasta tasattu teksti on vaikealukuista, mutta toisaalta hyvä keino erottua joukosta. Lyhyissä teksteissä tätä tapaa voidaan kuitenkin käyttää. Keskitetyssä tasaustavassa palstan molemmat reunat jäävät liehuviksi, minkä vuoksi tekstiä on vaikeampi hahmottaa. (Loiri & Juholin 2006, 42.)

Suosittelun merkkimäärä yhtä riviä kohden on noin 40–60 merkkiä. Tällöin palstasta ei tule liian leveä eikä kapea. Palstojen määrä sivulla vaikuttaa yleisilmeen juhlallisuuteen: mitä vähemmän palstoja, sitä juhlallisempi tunnelma. Palstojen avulla voidaan vaikuttaa luettavuuden lisäksi myös esitteen ulkoasuun. (Koskinen 2001, 64.)

Tekstin ympärille on muistettava jättää riittävästi tilaa, jotta se säilyy helposti luettavana. Tällä koskee kaikkea sivulla olevaa tekstiä kokonaisuutena, mutta myös riviväliä. Etenkin pidemmissä teksteissä väljä riviväli takaa paremman luettavuuden. (Loiri & Juholin 2006, 41.) Liiallisuuksia on kuitenkin vältettävä. Liian tiivis riviväli aihe-

uttaa sen, että allekkain olevien rivien kirjaimia on vaikea erottaa toisistaan, pahimmassa tapauksessa ne menevät ainakin osittain päällekkäin.

3.1.4 Typografia Hostel Riverin esitteissä

Hostel Riverin esitteiden kirjaintyyppien valinta ei ollut erityisen nopea prosessi. Alusta asti esitteiden tärkeimpänä tavoitteena oli oikean tunnelman välittäminen. Tunnelman saaminen näkyviin myös fonttien kautta oli melko hankalaa. Niiden tuli kuitenkin olla selkeitä ja luettavissa olevia, mutta silti persoonallisia ja kotoisia. Monet harkitsemistani fonteista olivat tunnelmaltaan jo osittain sitä mitä hain, mutta niistä syntyvät mielikuvat olivat liian vanhahtavia.

Esitteisiin löytyi kuitenkin oikeanlaiset kirjaintyypit. Valitsin perustekstiä varten konekirjoituksen jälkeä muistuttavan Prestige Elite Std -fontin. Vaikka konekirjoitus viittaakin menneeseen aikaan, on sen hennossa jäljessä myös jotain nykyaikaista. Vaikutelma johtuu varmasti osittain siitä, että kaikki perustekstit on ladottu versaaleilla kirjaimilla. Tämä valinta oli täysin tyyliin perustuva. Ainoastaan yhteystietosivulla oleva sähköpostiosoite on kirjoitettu gemenoin asiakkaan niin toivottua.

Otsikkofontiksi esitteeseen valikoitui Mathlete. Se on käsinkirjoitetun näköinen kirjaintyyppi, joka tuo esitteeseen kotoista tunnelmaa. Myös otsikkotekstit on kirjoitettu aina versaaleilla.

Molemmista kirjaintyypeistä oli saatavilla vain yhdet leikkaukset. En kuitenkaan nähnyt sitä ongelmalliseksi, sillä esitteessä tekstin määrä on melko vähäinen. Perusteksti on pistekooltaan joka sivulla sama; 8,5 pistettä. Pieni, mutta vielä kuitenkin luettava pistekoko mahdollisti tyhjän tilan käytön ja sen, että otsikkotekstit luovat tehokasta kontrastia. Niiden koot vaihtelevatkin noin 30 pisteestä aina 60 pisteeseen saakka. Eri koot tuovat mielenkiintoa ja vaihtelevuutta tekstimassaan. Lisäksi ne ovat osaltaan tekemässä kirjaintypografian kokonaisilmeestä modernimpaa.



Kuva 4: Hostel River -esitteissä käytetyt kirjaintyyppit Mathlete ja Prestige Elite Std.

3.2 Värit

Värien avulla voidaan vaikuttaa ihmisten mielikuviin, vaikkakin ne ymmärretään eri kulttuureissa eri tavoin: läntisessä maailmassa valkoinen on puhtauden väri, idässä kuoleman. Suunnittelijan onkin osattava ottaa huomioon nämä erot etenkin silloin, kun esitteen tiedetään tavoittavan eri kulttuureihin kuuluvia ihmisiä. (Loiri & Juholin 2006, 111.)

Väreillä välitetään tunnelmaa, ryhmitellään tai jaotellaan informaatiota ja kuvataan todellisuutta. Esitteiden ja muiden painotuotteiden suunnittelussa värejä hyödynnetäänkin, jotta asioita saadaan nostettua esiin tai jotta ne saadaan hävitettyä muiden asioiden sekaan. Esimerkiksi otsikoita voidaan korostaa käyttämällä niissä ympäristöstä hyvin erottuvaa väriä. (Lupton & Phillips 2008, 71.)

Ennen suurin osa painotöistä toteutettiin mustavalkoisina. Nykyään väritulostaminen on kuitenkin miltei itsestäänselvyys ja sitä pidetään olennaisena osana suunnittelua. Tulostuksessa käytettävät värit ovat CMYK värejä. CMYK värejä kutsutaan prosessiväreiksi ja näin ollen väritulostusta sanotaan myös neliväriprosessiksi. Niitä hyö-

dyntävät niin mustesuihku- ja lasertulostimet kuin myös painotalojen käyttämät offset-painokoneet. (Lupton & Phillips 2008, 76.)

Kirjaimet C, M, Y ja K tulevat väreistä syaani (cyan), magenta (magenta), keltainen (yellow) ja musta. Nämä värit ovat ihanteellisia värillisten valokuvien toistamiseen tulostamalla. Syaani ja magenta eivät ole keltaisen tapaan väriympyrästä löytyviä niin sanottuja perusvärejä. Ne kuitenkin soveltuvat väreinä tulostukseen parhaiten, sillä niiden pigmenteistä heijastuva valo sekoittuu punaista ja sinistä puhtaammin uusiksi sävyiksi. Periaatteen tasolla sekoittamalla syaania, magentaa ja keltaista pitäisi saada aikaiseksi mustaa väriä. Lopputulos ei kuitenkaan ole tulostukseen soveltuva, joten musta väri tarvitaan omana osanaan täydentämään neliväriprosessi. (Lupton & Phillips 2008, 76.)

Ennen kuin esite siirtyy tulostusvaiheeseen, suunnitellaan sitä tietokoneella. Tässä vaiheessa esitteen väritilana käytetään yleisimmin RGB-tilaa. Sen värit ovat punainen (red), vihreä (green) ja sininen (blue). Musta väri saadaan aikaiseksi silloin, kun punaisen, vihreän ja sinisen arvot ovat nollassa prosentissa. Jokainen väri voidaan muuntaa CMYK ja RGB väriavaruuksien arvoiksi, vaikkakin muuntamisten lopputulokset eivät yleensä ole täydellisiä. (Lupton & Phillips 2008, 76.)

Hostel Riverin esitteiden värimaailma sai alkunsa asiakkaan toiveesta käyttää sinistä väriä. Hostellin logosta ja myös aiemmin toteutetuista markkinointimateriaaleista löytyvä sininen oli luonnollinen valinta myös uusien esitteiden värimaailman osaksi. Hostel Riverin käyttämät sinisen sävyt ovat kuitenkin vaihdelleet. Logon sinistä ei ole käytetty sellaisenaan esimerkiksi esitteissä, vaan myös muita sävyjä on ollut käytössä. Näin ollen en asettanut itsellenikään rajoitteita sinisen sävyn suhteen.

Värivalinnoissa käytin hyödykseni valokuvia, joita esitteissä käytettiin. Niiden osuus esitteestä on suuri, joten oli itsestään selvää, että käytettävien värien tulisi sopia yhteen valokuvien kanssa. Valokuvienkin sävyjä on hieman muutettu Photoshop-ohjelman avulla. Tavoittelin muokkauksilla sitä, että värit olisivat hieman lämpimämmät ja näin ollen välittäisivät enemmän kodikasta tunnelmaa.

Lopullisten värien valinnassa käytin hyödynseni Colourlovers -palvelua. Sen käyttäjät voivat luoda ja julkaista sivuilla erilaisia väripaletteja (Colourlovers www-sivut 2014). Sivustolla paletteja voi selata esimerkiksi aikajärjestyksessä. Niiden joukosta voi myös esimerkiksi hakea vain niitä paletteja, jotka sisältävät turkoosia väriä. Löysinkin sivustolta väripaletin, josta sain inspiraatiota esitteen muiden värien valintaan (ks. Liite 2).

Kaiken kaikkiaan esitteessä on mustan ja valkoisen lisäksi käytetty kahta väriä; sinistä ja oranssin ruskeaa. Liian suuri värien määrä yhdistettynä useaan eri valokuvaan olisi tehnyt kokonaisuudesta turhan levottoman. Inspiraatio-paletin värit eivät tulleet esitteeseen sellaisenaan, vaan ne muokkautuivat prosessin edetessä (ks. Liite 2). Esitteissä käytetyt värit eivät toistu esitteessä omissa sävyissään, sillä niiden päälle on yhdistetty pintaa tekeviä elementtejä. Elementteinä on käytetty pieniä osia esitteessä olevista valokuvista. Tällaisia elementtejä kutsutaan tekstuureiksi (Sophia www-sivut 2014).

Kuten useimmiten suunniteltaessa kuuluu, olivat myös Hostel Riverin esitteet suuriman osan ajasta RGB-väritilassa. Vasta kun esitteet olivat miltei valmiit, muutin esitteen ja valokuvien profiilit CMYK-tilaan. Tässä kohtaa värit toistuivat tietokoneen näytöllä hieman eri tavalla kuin aiemmin, mutta lopputuloksesta tuli kuitenkin värienkin osalta onnistunut.

3.3 Sivukoko

Esitteen sivukoko on määrittelyyn vaikuttaa useampi seikka: missä sitä käytetään, kuka sitä käyttää, kuinka suurta huomioarvoa tavoitellaan, millainen on budjetti ja miten valmista esitettä on tarkoitus jakaa eteenpäin. Käyttäjään ja käyttöpaikkaan liittyvät muun muassa esitteen luettavuus ja käsiteltävyys. Jos esite on suunnattu esimerkiksi vanhuksille, on sivukoossa otettava huomioon se, että sisältö mahtuu sinne tarpeeksi suuri kokoisena ja että esite pysyy kokonsa puolesta hyvin lukijan käsissä. (Koskinen 2001, 62.)

Huomioarvolla tarkoitetaan esitteen erottumista muista esitteistä. Usein esitteen tarkoituksena onkin saada mahdollisimman paljon lukijoita, jolloin suunnittelijan kannattaa miettiä eri mahdollisuuksia esitteen sivukooksi. Harvinaisempi koko tai malli herättää huomiota. Toisaalta taas jos huomioarvoa ei erityisemmin tavoitella, ei välttämättä ole taloudellisuudenkaan kannalta kannattavaa hakea omalaatuisuutta koon avulla. (Koskinen 2001, 62.)

Jos esitteen budjetti on pieni, on kannattavaa valita sivukooksi paperistandardien mukainen koko. Arkkipainokoneet on valmistettu näiden paperikokojen mukaan, joten niitä hyödyntämällä ei paperiarkkeja tarvitse leikata esitettä varten uuteen koon. Pienissä painos- tai sivumäärissä paperikoon vaikutus ei kuitenkaan ole budjetin kannalta kovinkaan merkittävä tekijä. (Koskinen 2001, 62.)

Hostel River -esitteiden sivukoon määrittäminen oli yksi hankalimmista vaiheista koko projektissa. Esitteiden varsinaista suunnittelua on vaikea aloittaa, kun pohjan koko, muoto tai malli ei ole selvillä. Alun perin ajatuksenani oli tehdä esitteistä neliönmalliset, eli sivun korkeus ja leveys olisivat samat. Huomasin kuitenkin sisällön asettelun haasteelliseksi tämän malliseen esitteeseen, joten luovuin alkuperäisestä ajatuksestani sen toimimattomuuden vuoksi.

Koska neliönmallinen esite ei ollut toimiva ratkaisu, lähdin hakemaan sopivampaa kokoa sisältö edellä. Kuitenkin oli pidettävä mielessä, että esitteitä on tarkoitus lähettää eteenpäin postitse; niiden on siis mahdollista standardikokoisiin kirjekuoriin. Toinen oleellinen asia oli se, että sisältöä ei ollut kovin paljoa. Näin ollen päädyin siihen, että yksi sivu oli A6-kokoinen. Sivuja tulisi kolme rinnakkain, jolloin esite voitaisiin taittaa esimerkiksi haitarimallisesti (ks. Liite 3).

Tein esitteet valmiiksi päättämäni koon mukaisesti. Projektin loppuvaiheilla sivukoko tuli jälleen mieleeni, sillä rupesin epäilemään A6-kokoa liian pieneksi ja huomaamattomaksi. Tietokoneen näytöltä katsottuna ei kuitenkaan saa oikeaa käsitystä koosta, joten tulostin ja taittelin esitteen todelliseen kokoonsa. Totesin koon olevan juuri sopiva: kätevä postittaa, mutta kuitenkin avattuna pinta-alaltaan melko suuri. Myös asiakkaan oltua tyytyväinen esitteiden kokoon, ei muutoksia tarvinnut tehdä.

3.4 Paperi

Paperin valinnalla on suuri vaikutus esitteen ominaisuuksiin. Sillä voidaan vaikuttaa esitteen ulkonäön lisäksi myös sen herättämiin mielikuviin, painojälkeen, käyttöominaisuuksiin ja kustannuksiin (Ikävalko 1995, 144). Esimerkiksi ulkoilmatapahtumissa jaettavien esitteiden on kestävä kosteutta ja kulutusta, mutta tällaisten paperilaa- tujen kustannuksetkin ovat suuremmat.

Paperin valinnassa onkin otettava huomioon budjetin ja käyttötavan lisäksi esitepro- jektin aikataulu, jakelukustannukset, onko mahdollisessa graafisessa ohjeistossa mai- nintaa paperilaaduista, kohderyhmä ja luettavuus. Aikataulun huomioiminen on tär- keää, etenkin jos tarkoituksena on käyttää harvinaisempaa paperia. Painotaloilla ei välttämättä ole kaikkia laatuja valmiina varastossa ja niiden tilaaminen vie oman ai- kansa. Suunnittelijan kannattaakin varmistaa asia ajoissa, jotta projekti pysyy aika- taulussaan. Lopullinen paperivalinta tehdään niin, että se vastaa esitteelle asetettuja tavoitteita. (Koskinen 2001, 30.)

3.4.1 Ominaisuudet

Painoalustoja on paperin ohella muitakin, mutta paperi on kuitenkin alustoista selväs- ti yleisin. Paperin teknisiksi ominaisuuksiksi sanotaan sen painettavuutta, ajeltavuut- ta ja jälkikäsitteilyominaisuuksia. Raaka-aineet, viimeistelyaste, värillisyyys ja paksuus ovat paperin visuaalisia ominaisuuksia. (Koskinen 2001, 31.)

Paperimassaa valmistetaan joko kemiallisesti tai mekaanisesti. Kemiallisesti valmis- tettu massaa kutsutaan selluksi ja mekaanisesti valmistettua hiokkeeksi. Kemiallisesti valmistettua paperia pidetään laadukkaana. Paperi kellastuu hitaammin, sillä puun kuitujen liima-aine ligniini saadaan poistettua kemiallisessa valmistuksessa mekaa- nista paremmin. (Koskinen 2001, 31.)

Paperimassassa käytettyä, puusta valmistettua ensikuitua on sekä korkealuokkai- semmissa taidepainopapereissa että massapainotuotteissa, eli aikakausilehtipapereis- sa. Ensikuiduin lisäksi massassa käytetään täyteaineita, kuten savea, liitua tai titaani-

oksidia sekä kemikaaleja. Näin saadaan vaikutettua paperin opasiteettiin ja painettavuuteen. Opasiteetilla tarkoitetaan paperin läpikuultavuutta. Paperi on läpikuultamaton, kun opasiteettiarvo on 100. Kemikaalit taas vaikuttavat paperin muihin ominaisuuksiin ja säilyvyyteen. Liima- ja väriaineet ovat kemikaaleja, joita paperin valmistuksessa useimmiten käytetään. (Koskinen 2001, 31.)

Pohjapaperin päälle voidaan laittaa erilaisia päällysteitä, jotta pinnasta saadaan tasaisempi. Kiiltävässä paperissa pinta saa tasaisuutensa ja kiiltonsa päällystysaineen hienojakoisten partikkeleiden ansioista. Mattapintaisemmassa paperissa partikkelit eivät ole yhtä hienojakoisia, joten paperin pintaan jää hieman karheutta. Tämän vuoksi valo heijastuu paperista epätasaisemmin ja jää ulkonäöltään himmeämmäksi. (Koskinen 2001, 33.)

Paperin pinnan sileyteen vaikuttavat päällysteen lisäksi myös valmistuksessa käytettyjen täyteaineiden määrä. Kiiltäviä papereita käytetään usein painotuotteissa, joissa on paljon valokuvia. Tällaiset paperit toistavat hyvin värejä. Mattapintaisempia papereita käytetään enemmän tekstiä sisältävissä tuotteissa, sillä näiden papereiden luettavuus on hyvä. (Koskinen 2001, 34.)

Paperin paksuuden ja jäykkyyden mittayksikkönä käytetään neliömassaa eli grammapainoa g/m^2 . Usein esimerkiksi korteissa käytettävä paperi on $250\text{-}350 \text{ g/m}^2$ paksuista, kun taas esitteissä paksuus voi olla $80\text{-}130 \text{ g/m}^2$.

3.4.2 Hostel River -esitteiden paperivalinta

Hostelliesitteiden paperivalinta tapahtui painotalon avustuksella: pyysin painosta tarjouspyynnön yhteydessä heidän suositustaan esitteisiin sopivaksi paperiksi. Halusin kuitenkin paperin olevan mattapintaista, sillä se sopi mielestäni kiiltävää paperia paremmin rauhalliseen ja kodikkaaseen tunnelmaan. Näin esiteprojektille asetetut tavoitteet tunnelmasta toteutuisivat myös papereiden osalta.

Painosta paperiksi ehdotettiin G-Printin 250 g/m^2 paperia. Tutuistun paperin ominaisuksiin Papyrus paperitukun internet-sivuilla. G-Print on hiokkeeton paperi, joka on

päällystetty keskivahvasti. Näin pinta on saatu mattaisaksi. Mattapinnasta huolimatta paperi soveltuu hyvin kuvia sisältäviin neliväritöihin, mutta myös sen luettavuusominaisuudet ovat hyvät. 250 g/m² paperissa opasiteettiarvo on 99,5, eli paperi on lähes täysin läpikuultamatonta. Kaiken kaikkiaan G-Print soveltuu hyvin niin aikakauslehtien, julisteiden, kirjojen, vihkojen kuin esitteidenkin painamiseen. (Papyrus www-sivut 2014.)

Paperitukuista ja painoista saa tilattua paperimalleja eri paperilaaduista, jolloin valinnan tekeminen ja sopivan paperin löytäminen erilaisiin töihin helpottuu. Minulla ei kuitenkaan malleja ollut, joten luotin painotalon ehdotukseen ja lukemiini tietoihin. G-Print vaikutti Hostel Riverin esitteisiin sopivalta paperilta, joka soveltuisi myös jäykkyytensä puolesta hostellin tarpeisiin. Paksumpi paperi on hyödyksi, kun esitteitä postitetaan. Tällöin ne eivät taivu ja rypisty niin helposti. Paksumpaa paperia on myös mukavampi käsitellä ja usein se myös vaikuttaa siihen, kuinka laadukkaan käsityksen esitteestä saa.

3.5 Taitto

Taitto on esitteeseen tulevien elementtien sommittelua. Sen tarkoituksena on saada elementit aseteltua niin, että tieto välittyy lukijalle mahdollisimman tehokkaasti, mutta kuitenkin niin, että kokonaisuus on silmälle miellyttävä. Taittaminen tehdään taitto-ohjelmalla, joista yleisesti käytössä on Adobe InDesign (Pesonen 2006, 260). Taitossa muodostetaan suuri osa esitteen ulkoasusta: typografia, värit ja kuvat on saatava toimivaksi kokonaisuudeksi, unohtamatta kuitenkin esitteen formaattia ja paperia. (Loiri & Juholin 2006, 71.)

Esitteessä sisältö jakautuu usein usealle sivulle. Suunnittelijan haasteena onkin saada kokonaisuudesta yhtenäinen sivumäärästä huolimatta. Nidotussa esitteessä kokonaisuuksia muodostavat yksittäiset sivut ja aukeamat - ja niiden yhdistelmät. Esimerkiksi haitariksi taitetun esitteen lukija voi avata monella eri tavalla, joten suunnittelijan on osattava huomioida eri sivuyhdistelmät taittovaiheessa. Kuvat, typografia, värialueet ja muut esitteen elementit on aseteltava niin, että ne luovat kiintopisteitä, jotka kuljettavat lukijan silmää. Tällöin esitteen rytmi on toimiva. (Lupton & Phillips

2008, 36.)

Hyvä taitto välittää informaatiota tehokkaasti niin, että sisältö ja visuaalisuus ovat sopusoinnussa keskenään. Tekstin määrä suhteessa kuvien määrään on tarkoituksenmukainen ja harkittu: jokaisesta kerrottavasta asiasta ei välttämättä tarvitse olla kuvaa - ja päinvastoin. Lukijan on pystyttävä muodostamaan valmiista esitteestä selkeä käsitys jo ensivilkaisulla. Esitteestä on käytävä ilmi mistä on kyse ilman sen tarkempaa tutkimista. Sisällön ymmärrettävyys saadaan aikaan taitolla. (Loiri & Juholin 2006, 71.)

Ennen taiton aloittamista on hyvä kerrata projektin tavoitteet. Mitä ollaan tekemässä, kenelle sitä tehdään ja minkä vuoksi? Se miten esite taitetaan, on riippuvainen sen tarkoituksesta. Markkinointiesitteet ovat erinäköisiä ja kokonaan erityylyisiä kuin esimerkiksi koulutusta varten tehdyt esitteet. Taittoa tehdessä on hyvä tietää myös, onko kyseessä esite joka ilmestyy vain kerran, vai onko esitteitä tarkoitus tehdä useampia tietyn ajan sisällä. Tällöin suunnittelija voi ottaa jatkuvuuden huomioon taitto-ohjelmassa ja helpottaa seuraavan esitteen muutosten tekemistä. (Loiri & Juholin 2006, 71.)

Esitteidenkin taitossa kannattaa hyödyntää palstaverkostoa. Tällöin eri elementtien etäisyydet toisistaan määräytyvät loogisesti ja ne ovat linjassa keskenään. Näin yhdenmukaisuuden tavoittaminen helpottuu. Toimivaan kokonaisuuteen vaikuttavat myös kirjasinten määrä ja koko, joiden avulla esitteeseen saadaan luotua typografisen harmonia. (Loiri & Juholin 2006, 72.)

Hostel Riverin esitteiden taitto oli projektin vaivattomin osuus. Sen jälkeen kun eri elementit väreistä typografiaan oli päätetty, syntyi lopullinen sommitelma miltei omalla painollaan. Esitteet ovat taittomalliltaan kuusisivuisia kerientaitettuja arkkeja (ks. Liite 3). Sivut muodostavat keskenään siis useita eri kokonaisuuksia. En kuitenkaan keskittynyt eri sivuyhdistelmien toimivuuteen taiton aikana, vaan tarkastelin asiaa tarkemmin vasta, kun taitto oli valmis.

Esitteen ensimmäinen eli päällimmäinen sivu on luonnollisesti kansisivu. Se toivottaa lukijan tervetulleeksi Hostel Riveriin - ja samalla tutustumaan esitteeseen. Kan-

nen avaamiseen jälkeinen näkymä koostuu kahdesta sivusta: toisella on koko sivun kuva ja toisella lyhyt teksti. Nämä kaksi muodostavat mielestäni toimivan kokonaisuuden, sillä väljästi taitettu tekstisivu toimii hyvänä vastapainona isolle kuvalle. Tämän jälkeen viimeisenä näkymänä onkin koko esite avattuna (ks. Kuva 2). Kokonaisuus koostuu kahdesta tekstisivusta ja yhdestä kuvasivusta. Keskimmaisella sivulla olevat otsikkotekstit kuljettavat lukijan silmän oikeaan paikkaan, eli sinne, mistä heille tarkoitettu informaatio on saatavilla. Näin ollen esitteen sekundapuoli on tiedonvälittämisen kannalta tärkein. Priimapuolelle jäävätkin (ks. Kuva 1) etukannen lisäksi takakansi ja kuvasivu.

Molemmat esitteet on taitettu samalla idealla, vain osa teksteistä ja kuvista on vaihtunut. Esitteet ovat yhtenäisiä juuri värimaailman, mutta myös suurilta osin typografian ansiosta. Suuri kontrasti otsikoiden ja leipätekstin välillä on selkeä tyylillinen ratkaisu, joka tekee kokonaisuudesta yhtenäisen. Jokainen sivu on selkeästi samaa esitettä.

4 ESITTEEN VIIMEISTELY

4.1 Tarjouspyyntö

Valmiit esitteet painetaan painotalossa. Painaminen on yksi osa esitteen kokonaiskustannuksesta, joten sitä varten pyydetään yksi tai useampi tarjous. Tarjoukset voidaan pyytää eri painotaloista, tai samasta painosta voidaan esimerkiksi pyytää useampi tarjous eri paperilaatujen kanssa. (Koskinen 2001, 56.)

Tarjouspyynnön tekee useimmiten esitteen suunnittelija, sillä hänellä on tarvittavat tiedot tarjouspyynnön tekemiseen. Suunnittelijan on pyyntöjä tehdessä huomioitava, että eri painotalojen tarjoukset eivät ole vertailukelpoisia, jos niiden hintaan vaikuttavissa tekijöissä on eroja. Tällaisia tekijöitä ovat:

- esitteen koko
- sivumäärä

- värillisyys
- jälkikäsitteilyt
- painosmäärä
- valmiin esitteen toimitustapa
- aikataulut (Koskinen 2001, 56.)

Luvussa 3.3. käsitellään esitteen koon vaikutusta budjettiin: standardikokoisille arkeille painaminen on edullisempaa. Sivumäärän ja painosmäärän vaikutus hintaan on itsestään selvää, sillä mitä enemmän paperia, väriä ja painon työtunteja työhön kokonaisuudessaan kuuluu, sitä suuremmat ovat sen kustannukset. Värillisyys vaikuttaa hintaan esiteittä useammin esimerkiksi käyntikorttien kohdalla, sillä ne eivät ole aina paperin molemmin puolin painettuja. Esitteissä kuitenkin sekä paperin etu- että takapuoli ovat yleensä painopintaa. Mustavalkoisen ja värillisen painotyön hinnoissa ei nykyään enää ole suuria eroja. Valmiit esitteet toimitetaan asiakkaalle usein postitse, mutta paikallista painotaloa käytettäessä asiakas voi myös noutaa valmiin aineiston suoraan painosta ja säästää näin kustannuksissa. Kiireellinen aikataulu vaatii painolta mahdollisesti erikoisjärjestelyjä, jotka lisäävät esitteen kokonaishintaa.

Kuusisivuisen kerientaitetun esitteen taittokohdat on nuutattava, eli niihin tehdään urat helpompaa taittamista varten (Arkmedia www-sivut 2014). Nuuttaus on jälkikäsitteily, joka lasketaan painotyön hintaan. Nuuttausta ei tarvitse yleensä pyytää painoista tarjouspyynnön yhteydessä erikseen, vaan se lasketaan automaattisesti mukaan hintaan, jos esite mallinsa puolesta sitä vaatii. Jälkikäsitteilyksi lasketaan myös arkki-leikkaaminen lopulliseen kokoonsa (Pesonen 2006, 375).

Tarjouspyynnössä paino huomioi hintaa laskiessaan kaikki yllä olevat tekijät. Hinta saattaa vaihdella eri painotalojen välillä paljonkin, joten tarjouksien pyytäminen on kannattavaa. Tarjous kannattaakin pyytää painosta mahdollisimman aikaisin, sillä esitteen painokustannusten hintataso saadaan näin hyvissä ajoin selville. Jos tarjous osoittautuu liian kalliiksi, on aikaa vielä pyytää lisää tarjouksia muualta tai mahdollisesti muuttaa esitteen suunnitelmia niin, että se saadaan sopimaan pienempään painobudjettiin. (Koskinen 2001, 56.)

Pyysin Hostel Riverin esitteitä varten tarjoukset sähköpostilla kahdesta eri painosta. Tarjouspyynnöissä määrittelin esitteen koon, niiden määrän ja sen, että aineistoja tulee kaksi erilaista. Tarjouspyynnön ohessa pyysin myös suositusta esitteiden paperiksi. Aikataulusta en maininnut, sillä sellaista ei ollut. Tässä tapauksessa, kun esitteiden määrä oli suhteellisen pieni, molemmista aineistoista 300 esitettä, ei niiden painaminen vie yleensä viikkoa kauempaa.

Sain vastauksen tarjouspyyntöihini molemmista painoista alle vuorokaudessa. Painojen ehdottamat paperilaadut erosivat toisistaan hieman: toisessa ehdotuksena oli G-printin 250 g/m² paperi ja toisessa MultiOffsetin 190 g/m². Paperien paksuudet näkyvät osaltaan hinnassa, mutta muita eroavaisuuksia hintaan vaikuttavissa tekijöissä ei ollut. Molemmat painot laskivat tarjouksiin mukaan värillisyyden, reunojen leikkauksen, nuuttauksen sekä pakkaus- ja postituskulut.

Hinnat erosivat kuitenkin tarjousten vähäisistä eroista huolimatta paljon. Pyysin tarjoukset kahdesta eri määrästä: 600 esitteestä ja 400 esitteestä. Painotalo, josta esitteet tilattiin, tarjosi 600 esitettä hintaan, jolla toisesta painosta esitteitä olisi saanut 400 kappaletta. Välitin saamani tarjoukset toimeksiantajalleni Hostel Riveriin ja pyysin häntä valitsemaan tarjouksista sopivamman. Kerroin kuitenkin oman näkemykseni siitä, että mielestäni kannattavampaa olisi valita halvempi tarjous, jossa paperilaatu olisi hinnasta huolimatta parempi.

4.2 Painovalmis esite

Kun esite on valmis ja painotalo valittu, on esitteen suunnittelutyön taittamisen viimeisenä vaiheena sen painovalmiiksi tekeminen. Tässä vaiheessa suunnittelijan on käytävä työ huolellisesti läpi. Tekstit on oikoluettava ja yhteystiedot tarkistettava. Myös typografiaan liittyvät seikat, kuten kirjainten välistykset, kannattaa katsoa huolellisesti läpi. Suunnittelija on katsonut tekemäänsä esitettä kaiken kaikkiaan useita tunteja, joten järkevää olisi antaa esite oikoluettavaksi myös ulkopuoliselle henkilölle. Suunnittelijan silmät tulevat helposti sokeaksi selkeillekin virheille. (Pesonen 2006, 358.)

Tekstin ja typografian lisäksi suunnittelijan on käytävä läpi esite myös muiden elementtien osalta. Sommitelmaa on tarkasteltava kokonaisuutena, mutta myös yksityiskohtiin tulee kiinnittää huomiota; esimerkiksi kuvien resoluutiot ja väritilat tulee tarkistaa. Värejä käsittelevässä luvussa 3.2 käydään läpi väriavaruuksia: tietokoneella suunniteltaessa käytössä on RGB-värit, mutta painamisessa käytössä on CMYK-värit. Näin ollen suunnittelijan on muutettava valokuvien ja taittotiedoston väritilat oikeiksi. (Pesonen 2006, 60.)

Taittotiedostossa on oltava mukana leikkuuvarat (ks. Liite 4). Leikkuuvarat ovat suuruudeltaan kolmesta viiteen milliä, riippuen esitteen sivumäärästä ja sidontatavasta. Leikkuuvarat mahdollistavat esitteen reunan yli jatkuvien elementtien, esimerkiksi koko sivun kuvien käytön. Suunnittelijan on kuitenkin muistettava, että tärkeää ja oleellista informaatiota ei kannata sijoittaa lähelle esitteen reunoja. Leikkuuvaiheessa ne saattavat leikkautua pois esimerkiksi kohdistusvirheen vuoksi. (Koskinen 2001, 67.)

Kun esite on sisältönsä puolesta tarkistettu, voidaan tiedosto tallentaa painokelpoiseen muotoon. Useimmiten painotyöt lähetetään painettavaksi pdf-tiedostoina. Painotaloilla voi olla pdf-tiedostojen tekemistä varten omia suosituksia tai jopa valmiita esiasetuksia, joita voi ladata itselle esimerkiksi painon internet-sivuilta. Suunnittelijan onkin syytä varmistaa millaisin asetuksin pdf-tiedostot kannattaa valmistaa. Ennen painoon lähetystä pdf-tiedosto lähetetään usein vielä tarkistettavaksi asiakkaalle. Tätä vaihetta kutsutaan vedostamiseksi. (Pesonen 2006, 361.)

Esitteestä tehty painovalmis pdf-tiedosto toimitetaan painoon. Toimitustapa riippuu painotalon käytännöistä ja siihen vaikuttaa myös tiedoston koko. Suuria tiedostoja ei yleensä lähetetä painoon sähköpostitse, sillä sähköpostilaatikat tukkeutuvat helposti. Tiedostokoon ollessa suuri, aineiston toimitus voidaan tehdä linjasiirtona palvelimien välityksellä. Siirtoon tarvitaan FTP-tiedonsiirto-ohjelma.

Painotalot ilmoittavat yleensä internet-sivuillaan, miten he vastaanottavat tiedostoja. Jos aineiston toimitus ei onnistu sähköisesti, voidaan se toimittaa painoon myös esimerkiksi usb-muistia tai dvd-levyä käyttäen. (Pesonen 2006, 362.)

Hostel Riverin esitteiden kohdalla esitteiden painovalmiiksi tekeminen tarkoitti etenkin kuvien läpikäymistä. Olin taittanut esitteet RGB-väritilassa olevilla kuvilla, joten jouduin muuttamaan tässä vaiheessa jokaisen kuvan CMYK-väritilaan. Muutokset piti tehdä myös esitteessä käytettyihin taustatekstuureihin, sillä nekin ovat kuvatie-dostoja muiden valokuvien lailla. Samalla kävin läpi kuvien resoluutiot ja varmistin, että ne olivat kooltaan esitetöihin tarvittavat 300 ppi.

Värien tarkastamisen lisäksi oikoluin esitteen tekstit. Lähetin myös vedoksen esitteestä toimeksiantajalleni, jotta hänkin voisi käydä esitteen tekstit vielä läpi. Esitteen sommittelu oli käytävä vielä kertaalleen läpi myös yleisemmällä tasolla: ovathan keskelle sivua sijoitetut elementit varmasti keskellä, pistekoot ja rivivälit joka kohdassa samat ja niin edelleen.

Tarkistusten jälkeen toimitin Hostel Riverin kaksi eri esiteaineistoa painoon sähköpostitse. Molemmat tiedostot olivat kooltaan noin 3 megatavua, joten ne eivät olleet liian raskaita lähettäväksi sähköpostilla. Lähettäessäni viestin painoon, liitin siihen mukaan tarjouksen yhteydessä samaani tarjousnumeron, jotta he osaavat yhdistää aineiston ja tarjouksen keskenään. Lisäksi laitoin mukaan myös esitteiden ja laskun toimitusosoitteen. Pdf-tiedostojen lähetyksen jälkeen sain painosta kuittausviestin, jossa kerrottiin esitteiden arvioitu toimituspäivämäärä.

5 LOPUKSI

Esitteen onnistunut toteutus tarvitsee tuekseen huolellisen suunnitelman. Usein kuitenkin esitettä tehdessä suunnitelmat saattavat jäädä pintapuolisiksi ja siirrytään suoraan tekemiseen. Tämäkään vaihtoehto ei välttämättä ole muita huonompi, mutta usein edestään löytää hankaluuksia. Esitteen tekemiseen voikin kulua suunniteltua pidempi aika tai ensimmäiset versiot eivät miellyttäneetkään asiakasta. Hankaluus voi olla myös vain tunne suunnittelijan päässä; esite ei toimi niin kuin sen pitäisi.

Opinnäytetyötäni tehdessä kohtasin samoja ongelmia, joita löydän edestäni myös muita suunnittelutöitä tehdessä. Kärsivällisyyteni ei aina riitä tarpeeksi hyvin suunnit-

telmien hiomiseen. Työskentelytapani onkin enemmän kokeiluun perustuva, minkä vuoksi suunnitelmien pohtiminen tuntuu välillä turhalta. Hostelliesitteiden kohdalla suurimmaksi hankaluudeksi muodostui oikean tunnelman saaminen paperille. En osannut suunnitella tai ajatella etukäteen, millä keinoin tunnelman voisi saada toteutettua.

Aloitinkin taiton luonnostelun heti toimeksiannon ja kuvien ottamisen jälkeen. Nopeasti kuitenkin huomasin, että taitossa on jokin vika: elementit eivät istuneet paperille niin, että ne muodostaisivat toimivan kokonaisuuden. Muutin sommittelua useaan otteeseen, kunnes vihdoinkin ymmärsin ongelmien johtuvan esitteen sivukoosta.

Tämän jälkeen pääsin kiinni varsinaiseen taittoon. Oikea tunnelma kuitenkin puuttui vielä, joten muokkasinkin ottamieni valokuvien värisävyjä lämpimämmiksi ja hain inspiraatiota muita taiton värejä varten. Kävin läpi kymmeniä eri kirjaintyyplejä, kunnes löysin ne, jotka istuivat esitteen tavoitteisiin.

Esitteen taittamista ei voi tehdä rutiinilla. Jokainen projekti on omanlaisensa, ja jotta asiakas saa haluamansa, on työt aloitettava aina puhtaalta pöydältä. Projektin tavoitteet määrittelevät sen, millä ajatuksella suunnittelija tekee työnsä. Jos tavoitellaan tunnelmaa, on se myös suunnittelijan mielessä ensimmäisenä. Jos taas tarkoituksena on esitellä laajaa tuotevalikoimaa, on sen esilletuominen suunnittelijan onnistumisen mittarina.

Esitteiden taittaminen on kuitenkin ennen kaikkea kokonaisuuden hallintaa. Vaikka tavoitteena ollut tunnelma olisikin saavutettu, on projekti epäonnistunut, jos teksti ei ole luettavaa tai käytetyt valokuvat ovat resoluutioltaan liian pieniä.

Suunnittelijan haasteena onkin saada toteutettua esite tavoitteiden mukaisesti niin, että se on myös teknisiltä ja sommittelullista ominaisuuksiltaan onnistunut. On osattava nostaa tärkeimmät asiat esiin ja naamioida vähemmän tärkeät muiden joukkoon. Tällaisia asioita asiakas ei osaa aina ajatella - eikä kuulukaan, sillä ne ovat osa suunnittelijan ammattitaitoa.

Kun painotuotteen formaatiksi on valittu esite, on suunnittelijan muistettava, että siihen ei ole tarkoitus saada mahdutettua kaikkea mahdollista informaatiota. Usein muistutusta kaipaa eniten asiakas. Suunnittelijan onkin hyvä yrittää saada asiakas ymmärtämään, että jos yrittää olla kaikille kaikkea, päätyy olemaan harvalle vähän. Loppujen lopuksi esite toteutetaan niin, kuin asiakas haluaa. Suunnittelijan rooliin kuuluu omien näkemystensä ja mielipiteiden kertominen, mutta viimeinen sana jää sille, kuka projektin kustantaa.

Opinnäytetyöprojektini kulki pieniä hankaluuksia lukuun ottamatta ongelmitta. Esitteet oli mukavia suunniteltavia, sillä niiden kohderyhmät, tavoitteet ja tarkoitus olivat alusta asti selvät myös minulle. Työnkulullisesti esitteiden suunnittelu oli minulle tuttua aiemmista töistä johtuen. Projektina opinnäytetyö oli kuitenkin muista poikkeava, sillä kaikki vastuu esitteiden onnistumisesta oli minulla itsellä. Jälkikäteen ajateltuna vain aikataulun puuttuminen jäi harmittamaan. Kun sitä ei ollut, oli työhön tarttumista myös helppo siirtää muiden kiireiden keskellä eteenpäin. Mutta kuten toimeksiantajani totesi, tärkeintä on että olemme molemmat tyytyväisiä lopputulokseen.

LÄHTEET

Arkmedia www-sivut 2014. Viitattu 18.4.2014.

<http://www.arkmedia.fi/nuuttaus.html>

Behance www-sivut 2014. Viitattu 23.3.2014. <http://www.behance.net/>

Coulourlovers www-sivut 2014. Viitattu 15.4.2014.

<http://www.colourlovers.com/palettes>

Hostel Management www-sivut 2014. Definition of hostel. Viitattu 24.3.2014.

<http://www.hostelmanagement.com/glossary/hostel.html>

Ikävalko, E. 1995. Painotuotteen tekijän käsikirja. Tietopaketti Oy Helsinki.

Koskinen, P. 2001. Hyvä painotuote. Inforviestintä Oy, Helsinki.

Loiri, P., Juholin, E. 2006. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Inforviestintä Oy, Helsinki.

Lupton, E., Phillips Cole, J. 2008. Graphic Design : The New Basics. Princeton Architectural Press, New York. Viitattu 24.3.-16.4.

<http://site.ebrary.com.lillukka.samk.fi/lib/SAMK/docDetail.action?docID=10343588>

Monash University Publishing 2013. Working with images.

Viitattu 2.4.2014. <http://www.publishing.monash.edu/assets/text/working-with-images.docx>

Papyrus www-sivut 2014. Viitattu 16.4.2014.

http://www.papyrus.com/fiFI/products.htm?product=F_FI01_79345&sortProperties=mytvkt,mbredd,mlangd&rangeUnit=mytvkt&startAt=81#link_assortment

Pesonen, E. 2007. Julkaisijan käsikirja. WSOYpro/Docendo, Jyväskylä.

Sophia www-sivut 2014. Viitattu 15.4.2014.

<http://www.sophia.org/tutorials/elements-of-art-texture>

Spanton, Laura L. 1996. What does your brochure say about your company.

Air Conditioning Heating & Refrigeration News 8/1996.

Viitattu 25.3.2014.

<http://lillukka.samk.fi/login?url=https://search.ebscohost.com.lillukka.samk.fi/login.aspx?direct=true&db=bsh&AN=9602294887&scope=site>

Kuvat

Pesonen, E. 2007. Julkaisijan käsikirja. WSOYpro/Docendo, Jyväskylä.

Koskinen, P. 2001. Hyvä painotuote. Inforviestintä Oy, Helsinki

Hostel Riverin vanhempia esitteitä.



Majoitus

Hostel River on viihtyisä, kauniin kokonaan uuden sukuisena oleva, rauhallinen ja edullinen majoituspaikka Porissa. Vaikka rakennus on vanha, museoviraston suojeluksessa oleva entinen konttorikerros, tilat on juuri remontoitu ja kalustettu viihtyisiksi. Buffet-aamien, lakanat ja pyyhelinat sisältyvät hintaan.

Asiakkaiden käytössä on myös itsepalvelukiekkotähti, jossa voi keittää teetä tai kahvia, jonka talo tarjoaa. Myös omat ateriat on mahdollista valmistaa.

Oleskeluhuoneessa on TV ja pöytälehti ja muuta luettaavaa. Asiakkaiden käytettävissä on yksi tietokone ja ilmainen langaton nettiyhteys koko talossa.

Yhteiset WC:t ja suihkut sijaitsevat käytävällä. Sauna on myös käytettävissä. Asiakkailla on mahdollisuus pestä ja huoltaa vaatteensa.

Parkkipaikka on pihassa ja kadulla.


Huonevaraukset

Huonevarauksen voi tehdä suoraan varausjärjestelmän kautta tai puhelimitse. Jos varaat sähköpostilla, huomaat että varaus on voimassa vasta kun olemme vahvistaneet sen.

Pyy tekemään varaus ennen saapumista. Varaukseenne voitte peruuttaa maksutta vähintään 24 tuntia ennen saapumistanne, muuten veloitamme puolet ensimmäisen vuorokauden varaushinnasta.

Huoneet saa kello 15:00 ja ne on luovutettava viimeistään kello 12:00. Meillä voit maksaa käteisellä, pankkikortilla, Visa-, Visaelectron-, Mastercard- ja Maestro-kortilla. Yhtyeille myös laskutus.

Tervetuloa löytöretkelle Poriin!

SUOMI 

PORISSA ON KULTTUURIA JA KAUNIITA MAISEMIA.

Pori on Satakunnan pääkaupunki ja vanha satamakaupunki jonka tunnetuimmat nähtävyydet ja Tampereen lähialueella. Poriin on oma viihtävyys- ja matkailualueensa. Täällä nauttien löydät pienimminkin monia pieniä asioita ja mieli saa levätä. Kaupungin edustalla sijaitsee kuusi kilometriä pitkä Yhterin hiekkaranta, joka houkuttelee kesäisin aurinkonottoon ja erilaisiin urheilullisiin ranta-aktiviteetteihin. Kokemaajoen suistossa sijaitseva Reposaari taas vetää puoleensa perinteisistä puutaloista ja Selkämerelle avautuvasta upeasta näkymästä huokailuun tunnelmaan. Aivan majatalomme lähellä on ihminen Kirjurinluodon ukoilualue erilaisine vapaa-ajanviettomahdolluuksineen. Se sijaitsee lähellä paikalla Kokemaajoen pitkästä luodista. Kaupungin keskustan suosittu ravintolat, viihtyisät kahvilat, museot, erilaiset kesäkahvimatkat ja monet muut aktiviteetit kutsuvat kävijöitä viettämään Porissa pari viikistävä päivä. Lämpimästi tervetuloa tutustumaan Poriin ja lähiseutuun!


MEILLÄ TUNNET OLOSI KOTOISAKSI

Keskellä paikkaa sijaitseva Hostel River -majatalosta löydät viihtyisän leppokkaan päivän aktiviteettien jälkeisen. Meillä voit rentoutua vaikkapa talon omassa saunassa tai vilpeltäessä alla viihtyisässä olohuoneessamme, jossa on televisio, erikokoiset kirjat ja lehtiä sekä lautelehtiä. Meillä on täysin varustettu vieraskiekkotähti, jossa vieramme voivat keittää kahvia ja laittaa ruokaa. Vieramme voivat käyttää maksutta kaikissa huoneissamme toimivaa langatonta internet-yhteyttä ja käytävän yhteiskäyttöön tarkoitettua tietokonetta. Tarjoamme myös ravintolan saumapöydän. Majatallamme on mahdollisuus myös pyykkimaskiiniin ja kuivausrumman käyttöön. Majoittuminen meillä on edullista mutta korkeatasoista. Meille on tärkeää, että vieramme tuntevat olonsa reissussakin kotoisaksi. Varaukset voi tehdä puhelimitse, sähköpostilla tai varausjärjestelmämme kautta. Lisätietoja löydät nettisivuiltamme. Lämpimästi tervetuloa majataloomme!

Hostel River -majatalon henkilökunta

1. Taivassilta on tunnelmallinen jänkäkuulu, joka yhdistää Kirjurinluodon Kokemaajoen eteläosaan.
2. Hostel River sijaitsee hyvin liikenneliikenteen lähellä keskustan laidalla Kokemaajoen eteläosassa.
3. Pori sijaitsee matkailualueella, josta on helppo päästä Porin ja lähialueiden alueille.
4. Hostel River -majatalon olosuhteet ovat erittäin mielenkiintoisia, sillä meillä on suora yhteys merelle.
5. Poriin kaupunkiin on helppo päästä. Se on saavutettavissa matkailukohde kulttuurin harrastajille ympäri maailman.
6. Hostel River -majatalossa on kahdeksan erikokoista vierashuonetta, jotka on suositusti viihtyisiä.
7. Meidän alueella on myös upeita nähtävyyksiä, kuten esimerkiksi Yhterin hiekkaranta.
8. Viihtyisä olohuoneemme löydät ensimmäisestä kerroksesta käytävän päästä. Siellä voit katella televisiota, pelata lautelehtiä ja lukea.
9. Kauniissa Reposaarissa voi nauttia valoisista kesäpäivistä meren äärellä.
10. Hostel River -majatalon ensimmäisessä kerroksessa sijaitsevat kahvit ja leikkikoneet, kuten Poriin matkailualue.
11. Eri puolilla kaupungin keskustaa löytyy kirkkoita, jotka on rakennettu 1800-luvulla, kuten Poriin matkailualue.
12. Hostel River tarjoaa suoraan ja välillisesti kolme- ja kaksikerroksisen sekä erilaisia juhlatilastoja varten.

Welcome to discover Pori!

ENGLISH 

THE CITY OF PORI HAS MUCH TO OFFER - FOR BOTH CULTURE AND NATURE LOVERS.

Pori is the capital of the Satakunta region. The old harbour city is located on the west coast of Finland and is slightly different compared to the lively Helsinki or Tampere. You will soon find out that Pori has its very own charm. Here the treasures lie in plenty of small things just perfect to relax your mind. Close to the town there is the sandy beach Yhter that is six kilometres long. In the summer it's the right place for sunbathing and sports activities. The island Reposaari at the mouth of Kokemaajoki attracts with its charming atmosphere of traditional wooden houses and a splendid view over the Baltic Sea. Very close to us is the wonderful local recreation area Kirjurinluoto. It is situated on a long river island on Kokemaajoki and offers numerous leisure activities. In the city centre you will discover a huge variety of restaurants, cosy cafes and museums that we highly recommend to you. There are also various summer events and much more to experience. We invite you to spend some relaxing days here. We warmly welcome you to explore our city and its surroundings.

ENJOY YOUR TRAVEL AND FEEL AT HOME WITH US!

After an eventful day Hostel River is the right place to relax in a warm atmosphere. Spend some hours of leisure in our in-house sauna, take a woolen blanket and rest in our TV room. There we also have books and magazines in different languages or board games. As our guests you will find a fully equipped kitchen to prepare yourself a coffee or a whole meal. All rooms have free wireless internet. If you don't want to bring your own laptop, you can use our equipment to surf the web. Start well into the day with our tasty breakfast. We kindly invite you to use our washing machine and dryer. Hostel River offers you affordable accommodation in a cosy atmosphere. While you travel we want you to feel at home with us. You can book via phone, mail or use the online booking system. Please check our website for further information. We are happy to welcome you as our guests.

Your Hostel River team

1. Taivassilta is a pedestrian bridge connecting Kirjurinluoto with the south side of Kokemaajoki.
2. Hostel River is well situated on the edge of the city centre and on the south side of Kokemaajoki.
3. The city of Pori is charmingly located at the lower part of river Kokemaajoki that flows into the Gulf of Bothnia.
4. At the foyer of Hostel River you find a big map where you can stick a little flag with your name to show us where your hometown is.
5. Pori has a long history and is a popular travel destination for culturally interested people from all over the world.
6. On two floors you will find cosy furnished guest rooms in various sizes at Hostel River.
7. Within the area of Meri-Pori there are plenty of delightful places for nature lovers, such as the six kilometres long Yhter beach.
8. Our comfortable living room is on the ground floor at the end of the corridor where you can watch TV, read or play board games.
9. On the island Reposaari you can enjoy bright northern summer nights by the open sea.
10. On the ground floor of Hostel River there is a kitchen, a computer area, a living room and the biggest part of our guest rooms.
11. In the city centre you find interesting architecture from the 19th century, for example the town hall of Pori.
12. Hostel River offers large and light rooms for conferences or courses but also for various activities.

LIITE 2

Esitteen värienvalintaprosessin kulku opinnäytetyössä.

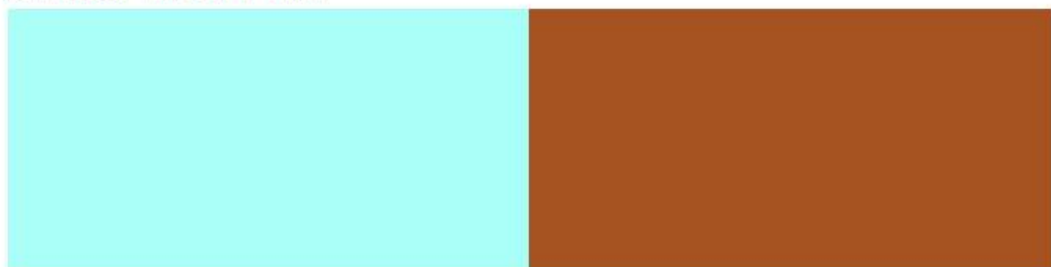
HOSTEL RIVERIN
LOGON SININEN



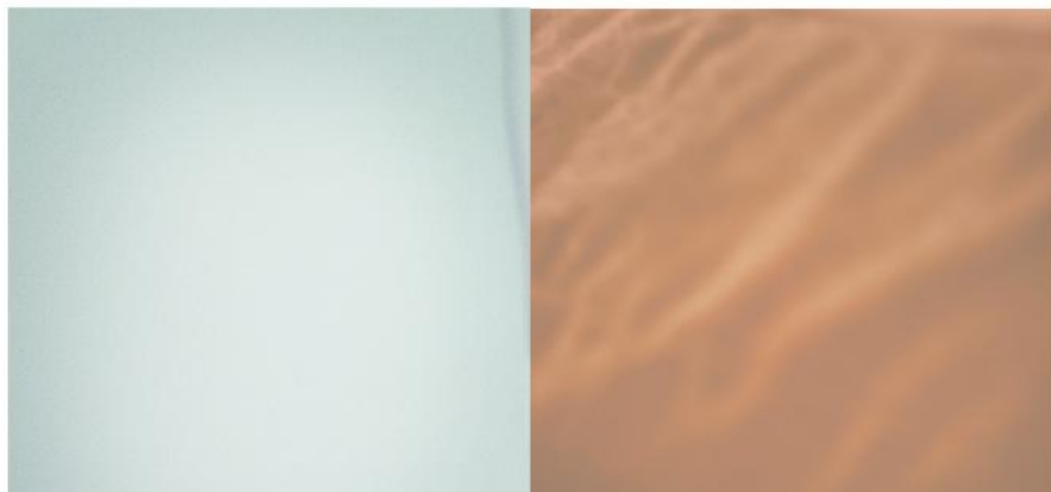
COLOURLOERS.COM -SIVUSTON VÄRIPALETTI



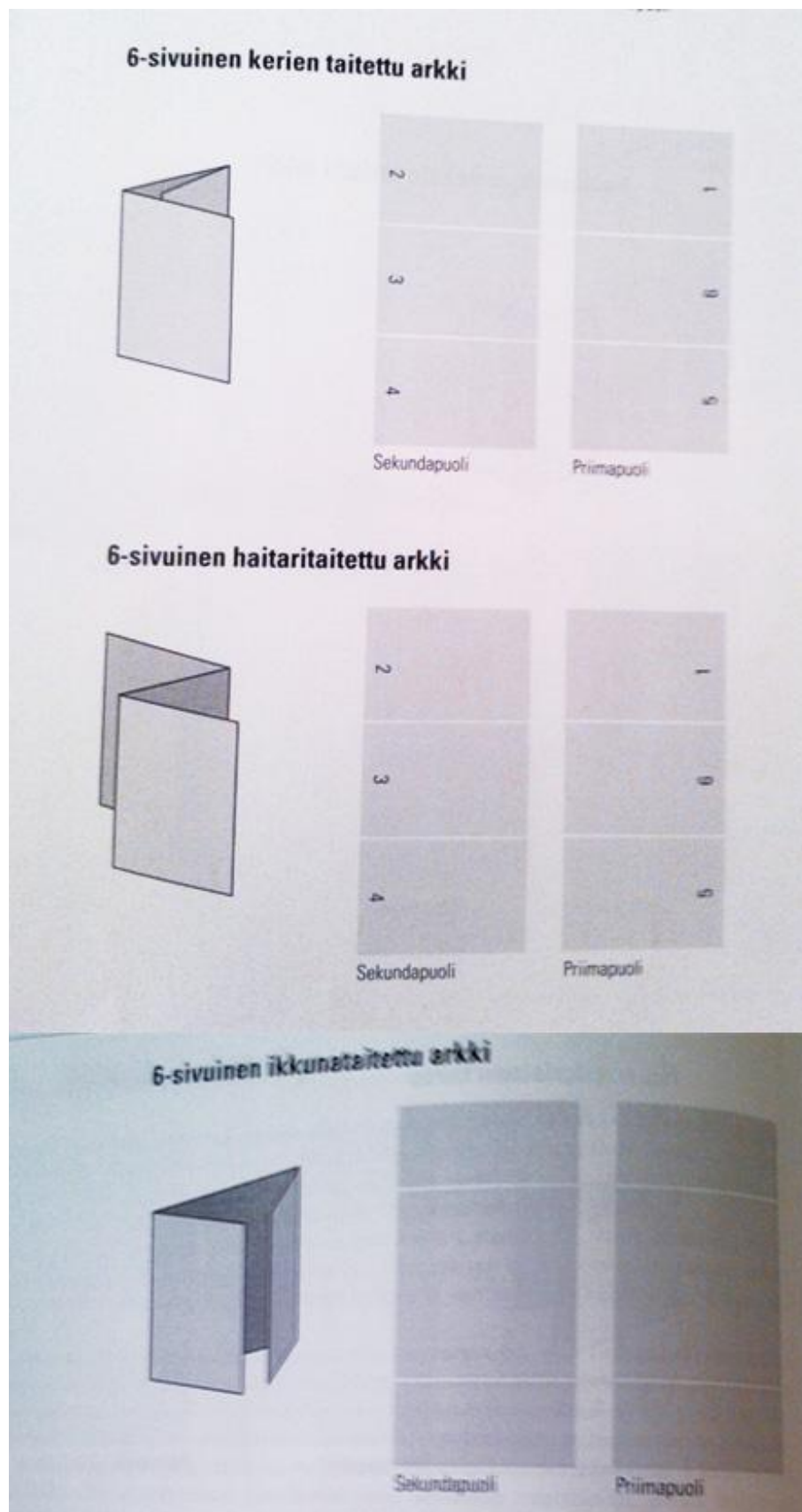
ESITTEESSÄ KÄYTETYT VÄRIT



LOPULLISET VÄRISÄVYT



Kuusisivuinen esitteen taittomallit. (Koskinen 2001, 165–166.)



Kuva painovalmiin esitteen priimapuolesta.

EI MUUTA KUN
KOKOUKSEEN!
KOKOUSTILAMME OVAT
VIIHTYISIÄ, VALOISIA JA
VARUSTETTU NYKYKAISILLA
LAITTEILLA. PALAVERIN
LOMASSA VOI HÖRPPÄÄ KUPIN
TAI KAKSI KÄHYÄ - VAI
LÄMMITTEÄNKÖ SIITENKIN
SAUNA?

VIIHTYISIÄ KOKOUSTILOJA JA
YSTÄVÄLLISTÄ PALVELUJA!
OTA YHTEYTTÄ

HOSTEL RIVER SIJAITSEE PORIN
KARJARANASSA, OSOITTESSA
KARJAPIHA 2. KESKUSTAAN ON
MATKAA NOIN 1,5 KILOMETRIÄ.

MISSÄ?

KUREKAA NETTISIVUJAMME, Löydät
sieltä lisätietoja hostelliin.
Puhelimeen ja sähköpostiin
vastamme mielellämme! Myös
varaukset hoituvat soittamalla
tai sähköpostilla.

INFOA?

KARJAPIHA 2
28100 PORI
PUH. 02 5340500
info@hostelriver.fi

WWW.HOSTELRIVER.FI

Hostel River

Kuva painovalmiin esitteen sekundapuolesta.






2

BRILLIISTÄ KOKOUSTILAA, JOIHIN MOLEMPIIN MAHTUU KERRALLAAN 30-40 HENKILÖÄ. OLI PORUKKA SITTEEN ISO TAI PIENI. KIIRETTÄ EI TARVITSE PITÄÄ: PAIKALLA SOPI OLLA AINA AAMU KAHDDEKSASTA KELLO 20 SAAKKA.

KOKOUSTELLESSA EI TARVITSE NÄHDÄ NÄLKÄÄ! NIIN AAMIAINEN, LOUNAS KUIN KAHVITKIN HOITUHUAT MEIDÄN KAUTTAMME. LÄHISTÖLLÄ SIJAITSEE MYÖS PARI LOUNASRAVINTOLAA! YÖPYÄKIN SOPII, JOS YKSI PÄIVÄ EI RIITÄ PALAVEROINTIIN.

- LANGATON INTERNETIYHYYS
- KOKOUSTILOISSA TARVITTAVA VÄLINEISTÖ
- MAKSUTON PYSÄKÖINTI PIHASSAMME
- SAUNA PESUTILOINEEN
- OTA YHTEYTTÄ JA PYDÄ TARJOUS!

WWW.HOSTELRIVER.FI

AIKAMOINEN SAAVUTUS!

**HOSTEL RIVER
ON VUODEN
HOSTELLI 2013!**

MELLÄ ON HELPPO VILHTYÄ,
VAIKKA VÄHÄN PIDEMPÄÄNKIN.