

Miten aikuisopiston viestinnän laatua voidaan kehittää? Ja miten laatua luodaan esitteisiin uudella konseptilla?

Jyväskylän aikuisopiston nimenmuutoksen ja visuaalisen uudistuksen tavoitteena on nostaa koulutusyhteisön näkyvyyttä ja viestinnän laatua painotuotteissa, ilmoittelussa sekä koulutustoiminnassa.

Tämän tavoitteen saavuttaminen vaatii laatutason jatkuvaa kehittämistä myös kaikissa aikuisopiston painotuotteissa. Siksi aikuisopiston esitteille on suunniteltu uusi visuaalinen konsepti, joka luo esitteille yhtenäisen ja selkeästi tunnistettavan visuaalisen asun sekä puitteet sisällön tuottamiselle. Uusi esitekonsepti perustuu seuraaviin ajatuksiin:

1. Esitteiden kuvitukseksi valitaan aikuisopiston opiskelijoita, jotka kuvataan keskitetysti ja laadukkaasti ao-t-paita yllään studiomaisissa kontrolloiduissa valaistusolosuhteissa. Näin saadaan luotua kaikkiin esitteisiin yhtenäinen kuvituslinja, joka voidaan tuottaa nopeasti ja melko järkevillä kuvauskustannuksilla.

2. Jokainen kuvauksiin valittu opiskelija valitaan huolellisesti edustamaan aikuisopistoa ja hänen edustamaansa koulutusala, kaikissa uuden linjan mukaan tehtävissä esitteissä.

3. Jokaisesta opiskelijasta tehdään kuvauspaikalla haastattelu, jonka perusteella kirjoitetaan haastatteluteksti. Siinä kerrotaan lyhyesti, kuka haastateltu on, mitä hän opiskelee, millä koulutusallalla, mihin opiskelulla pyrkii, ja missä yrityksessä hän työskentelee tai aikoo tulevaisuudessa työskennellä.

4. Haastattelujen tarkoitus on luoda edustava referenssiaineisto aikuisopiston käyttöön. Tekstien on annettava riittävän syvä kuva haastatellusta henkilöstä, sekä ihmisten, yritysten ja aikuisopiston välisestä hyvästä ja monipuolisesta yhteistyöstä.

5. On muistettava, että henkilöhaastattelut ovat henkilöhaastatteluja. Aikuisopisto ei voi räätälöidä tai sensuroida haastateltavan omia lausuntoja. Haastateltavalla henkilöllä on aina hyväksyttävä teksti, ja on tiedostettava, että haastatellulla on oikeus vaatia tekstiin muutoksia.

6. Esitteiden kannet ja visuaalinen sisällön luoma kokonaisuus ratkaistaan, pyrkien yhtenäiseen ja loogiseen esitystapaan kaikissa uuden konseptin mukaisissa esitteissä.

7. Tämän vaatimuksen seurauksena tulisi kiinnittää erityistä huomiota esitteiden otsikointiin kansissa ja sisäsivuilla. Niitä kirjoitettaessa on muistettava kuvituksen asiasisältö ja kansien perusratkaisu. Esitteen otsikon on luotava luonteva silta ao-tuotteeseen tai ao-koulutuspalveluun tai haastattelussa esiintyvään henkilöön.

Esimerkiksi otsikko: ao + taidolla huipulle ei ole kovin laadukas. Miksi ei? Otsikon sisältö ei esittele tuotetta tai palvelua. Se on myös epämääräinen ja mainosmainen yleisväittäjä. Silloinkin kun otsikko on yhdistetty Veikka Gustafssonin kuvaan, se on toiminut vanhoissa esitteissä metaforan tavoin. On kuitenkin muistettava, ettei vuorikiipeilyllä ja johtamiskoulutuksella ole relevanttia yhteyttä.

8. On ilmeistä, ettei aikuisopiston esitteiden tekstejä tuottava tiimityö tuota ytimekkäitä kaikki tekijät huomioivia otsikoita. Siksi esitteiden suunnittelijat hiovat niitä esitekonseptiin paremmin sopiviksi. Kun näitä ehdotuksia sitten tarkastellaan, silloin tulisi kiinnittää huomio koko esitesarjan vaatimuksiin.

Luultavasti asiakkaan ei kannattaisi myöskään liikaa kiinnittyä oman esitetiimin löytämiin "jumalaisiin sanoihin". Jos nämä sanat eivät integroidu haastatteluun ja esitteiden kokonaiskonseptiin, valittuja sanoja tulisi muuttaa. Muuten esitteiden sisältö ja laatu heikkenee ontuvien tekstikompromissien myötä.

Rohkenisin myös olettaa, että tämän esitekonseptin suunnittelijoilla on paljon perusteellisempi kokemus esitteiden suunnittelussa kuin aikuisopiston omilla tiimeillä. Ehkä siksi ajatuksiamme ja ehdotuksiamme kannattaisi kuunnella aikuisopistossa hiukan aiempaa tarkemmin. Näin voidaan parantaa esitteiden laatua. Vähentää turhaa muutostyötä. Ja alentaa suunnittelukustannuksia.

Ystävällisin terveisin Erkki Ruuhinen Design

Erkki Ruuhinen, graphic designer, emer.tait.prof.