



HUMAK[®] HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Brändikirja

Tervetuloa Humakin brändikirjaan

Brändikirja (eng. brand book) kattaa Humakin brändimäärittelyn, hankeviestinnän merkityksen suhteessa Humakin pääbrändiin sekä graafisen ohjeiston, joka kuvailee Humakin brändinrakennuksen visuaaliset elementit.

Sisäily

Slogan s.4

Brändi <3 strategia s.5

Arvot s.6

Visio s. 8

Yhteiskunnallinen missio s. 10

Bränditarina s. 11

Attribuutit s. 12

Ydinviestit s. 13

Äänensävy s. 15

Graafinen ohjeisto s. 16

**Ihmisen puolella,
kestävään huomisen
rakentaja.**

Humakin slogan

Brändi <3 strategia

Humakin strategia määrittää brändin pohjan, jonka päälle kaikki markkinoitiviestintä ja bränditoimenpiteet rakennetaan. Strategia kertoo Humakin tehtävän, osaamisen, strategiset valinnat, arvot ja vision. Humakin markkinoinnillinen ja viestinnällinen profiili kirkastuu ja vahvistuu strategian määrittämien painopisteiden kautta.

Humakin brändinrakennus tähtää yhteneväisyyteen. Yksi vahva kattobrändi pitää sisällään niin koulutusmarkkinoinnin, hankeviestinnän kuin yhteiskunnallisen vaikuttavuusviestinnän. Tekstuaaliset ja visuaaliset päätökset noudattavat ajatusta yhdestä eheästä brändistä.

Humakin pieni koko ja erikoistunut profiili kääntyy brändillisiksi vahvuuksiksi. Vaihtuvat sisältökonseptit, kiinnostava digiviestinnän kokonaisuus ja raikas visuaalinen ilme innostavat ja inspiroivat.

Arvot

Yhteisöllisyys

Vastuullisuus

Yhdenvertaisuus

Inhimillisuus

Yhteisöllisyys

Arvostamme yhteisön voimaa, keskinäistä tukea ja osallisuutta. Luomme innostavan yhteisön, johon kaikki kokevat kuuluvansa. Kannustamme yhteistyöhön, pidämme jokaisen näkökulmaa arvokkaana ja kunnioitamme erilaisuutta.

Yhdenvertaisuus

Korostamme oikeutta tasa-arvoiseen kohteluun ja yhdenvertaisiin mahdollisuuksiin. Edistämme turvallisen ja kaikkien osallisuuden mahdollistavan työskentely-ympäristön rakentumista.

Vastuullisuus

Edistämme vastuullisuutta kaikessa toiminnassamme. Sitoudumme kestävään kehitykseen, ympäristövastuuseen ja eettiseen päätöksentekoon. Vastuullisuutemme näkyy kestävinä käytäntöinä ja resurssien tehokkaana käyttönä. Kannustamme vastuullisiin valintoihin, toimiin ja yhdessä tekemiseen. Otamme vastuun oman työmme tuloksista.

Inhimillisuus

Korostamme ihmisläheisiä ja inhimillisiä arvoja. Kunnioitus, empatia, oikeudenmukaisuus ja yhteisvastuullisuus näkyy toiminnassamme, päätöksenteossamme sekä kohtaamisissamme.

Kansainvälisesti vaikuttava yhteisö- ja vuorovaikutus- osaamisen kehittäjä – kestävä kädenjälki yhteiskuntaan

Humakin visio

Vuonna 2035 Humak:

- on vakiinnuttanut asemansa yhteisöjen kehittämiseen, kulttuurituotantoon ja kielelliseen saavutettavuuteen profiloituneena vahvana kansainvälisenä ja vaikuttavana korkeakouluna
- on edelläkävijä sosiaalisten innovaatioiden ja osaamisratkaisujen tuottamisessa eri toimialojen tarpeisiin
- toimii aktiivisesti eurooppalaisissa osaamisyhteisöissä ja kumppanuusverkostoissa
- ennakoi tulevaisuuden tarpeita ja kykenee vastaamaan nopeasti ja laadukkaasti erilaisiin palvelutarpeisiin, jotka edistävät kestävämpää maailmaa, hyvinvoivia yhteisöjä, nuorten osallisuutta sekä kulttuurin voimaa muutoksessa.

Yhteis- kunnallinen missio

- Humak edistää yhteiskunnan hyvinvointia kouluttamalla osaajia, jotka rakentavat osallistavampaa, kestävämpää ja inhimillisempää arkea.
- Rohkeat avaukset, innovatiivinen TKI-toiminta ja yhteisöllinen kokeilukulttuuri tuottavat merkityksellistä osaamista.
- Humak on tekijä ja keskustelija, joka seisoo ihmisen puolella.

Brändi- tarina

Juuret Humakin tarinalle versoavat vapaan sivistystyön perinteestä. Kun vuonna 1998 kymmenkunta kansanopistoa perusti omaleimaisen ja verkostomaisen ammattikorkeakoulun, juurtui Suomen korkeakoulukenttään ainutlaatuinen ammattikorkeakoulu.

Ammattikorkeakoulu, joka kouluttaa yhteisöjen, kommunikaation ja kulttuurin osaajia, kestävän huomisen rakentajia, muuttuvan maailman tarpeisiin.

Kooltaan pieni, mutta profiililtaan vahva, AMK tuottaa ihmisläheistä osaamista, joka rakentaa inhimillistä yksilön ja yhteisöjen tarpeet huomioivaa maailmaa.

Humakin osaaminen syntyi vastaamaan yhteiskunnallisten muutosten esittämiin vaatimuksiin. Sama osaamisprofiili on jatkanut kehittymistään, pysyen ajankohtaisten teemojen hermolla.

Humak on

Lämmin

Ihmisläheinen

Uudistuva

Keskusteleva

Rohkea

Merkityksellinen



Pieni korkeakoulu, suuri sydän.

Humakin ydinviesti

Ydin- viestit

Koulutusalamme rakentavat kestävämpää huomista edistämällä osallisuutta, yhteisöllisyyttä, saavutettavuutta ja inhimillisyyttä.

Rakennamme yksilö-, yhteisö- ja yhteiskuntatasoista hyvinvointia korkeakoulutuksen ja hanketoiminnan keinoin.

Olemme pieni, mutta kiinnostavasti profiloitunut korkeakoulu, joka tuottaa lisäarvoa sekä kumppaneille että yhteiskuntaan laajemmin.

Tarjoamme monipuolisia koulutuspolkuja AMK- ja ylempi AMK – tutkintoihin sekä mielenkiintoisen valikoiman jatkuvan oppimisen palveluita.

Ymmärrämme erilaisia ihmisryhmiä ja vähemmistöjä.
Puolustamme demokratiaa ja kansalaisyhteiskunnan toimintaa.

Kehitämme toimintaamme jatkuvasti ja osallistamme sekä opiskelijoita että henkilökuntaa korkeakoulumme toimintaan.
Toimimme vastuullisesti ja läpinäkyvästi.

Näin Humak puhuu

Humakin tavoitteena on läpinäkyvä ja tarkastelua kestävä toiminta. Viestintä tukee tätä tavoitetta.

Humak ei nosta itseään muiden yläpuolelle, vaan puhuu yhteistekemisen, vuorovaikutuksen, ja yhteistyön puolesta.

Humak ei syyttele, vaan myös yhteiskunnallisissa keskusteluissa toimii ratkaisukeskeisesti, etsien inhimillistä vastausta ja Humakin vahvuuksista kumpuavaa osaamisratkaisua käsillä olevaan haasteeseen.

Humak puhuu ihmiseltä ihmiselle ja heijastaa korkeakoulun arvoja myös äänensävyllään.

Humak puhuu me-muodossa, korostaen yhteisöllistä toimijuutta.

Kaikessa viestinnässä noudatetaan Humakin arvoja.

Graafinen ohjeisto



Sisälllys

Logo s. 4
Typografia s. 9
Värit s. 13
Brändikuvat s. 16
Some- ja verkkokuvat s. 19
Kuvitukset s. 25
Sovellukset s. 28
Tiedon visualisointi s.

Tässä graafisessa ohjeistossa määritellään Humakin visuaalinen ilme, joka tekee siitä tunnistettavan ja näkyvän. Yhtenäinen ilme vahvistaa brändiä ja selkeyttää viestintää kaikissa materiaaleissa, kanavissa ja ympäristöissä. Ilmeen keskeisiä elementtejä ovat logo, typografia, värit ja brändikuvat. Saavutettavuus on keskeinen osa visuaalista ilmettä, jotta viestit tavoittavat kaikki, jotka niitä tarvitsevat.

Logo on Humakin
visuaalinen tunnus,
joka on helppo
tunnistaa ja muistaa.

Logo

Logo

Logo koostuu käsinkirjoitetun kaltaisesta Humak-tekstistä ja sen perässä olevasta H-merkistä.



Humakin logoa käytetään pääsääntöisesti mustana. Logo asetetaan aina suorassa kulmassa joko vaakasuuntaisesti tai tarvittaessa pystysuuntaisesti.



Logoa voidaan käyttää myös valkoisena tummilla pohjilla.



Logoa ei käytetä vinossa kulmassa eikä sen alle aseteta taustalaatikkoa.

Logon suoja-alue

Logon suoja-alue on määritelty oheisen esimerkin mukaisesti logon merkkiosaa mittana käyttäen. Suoja-alueelle ei saa sijoittaa muita elementtejä kuten toisia logoja tai tekstejä.

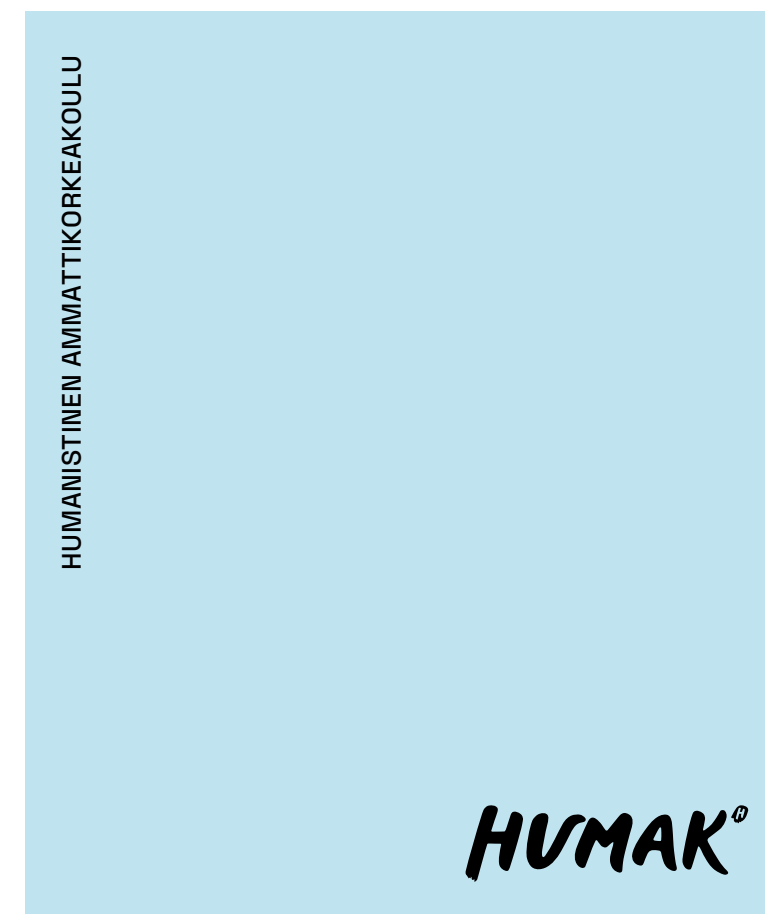


Logon selite

Seliteosaa käytetään pääsääntöisesti logon perässä tai irrallaan logosta, mutta kuitenkin niin, että logo ja seliteosa näkyvät samassa näkymässä esimerkiksi esitysdialla tai esitteen sivulla. Selitettä ei tarvitse aina käyttää.

HUMAK[®] HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Seliteosan kirjoitusasu on versaalein Space Grotesk Medium (kirjainten harvennus 20).



Seliteosa ja logo voivat olla samassa näkymässä irrallaan toisistaan.



Kun seliteosa liitetään osaksi logoa, on selitteen etäisyys logon merkistä sama kuin merkin etäisyys logon K-kirjaimesta.

Merkki

Logon merkkiosaa voidaan käyttää leimamaiseen tyyliin ja esimerkiksi somekanavien profiilikuvakkeena. Sitä ei saa käyttää irrallisena elementtinä Humakin kanavien, materiaalien ja ympäristöjen ulkopuolella.



H-merkkiä käytetään ensisijaisesti mustana ja tummalla taustalla valkoisena. Merkki on aina pystyasennossa.

Typografia on
vahva osa Humakin
visuaalista
tunnistettavuutta ja
saavutettavuutta.

Typografia

Otsikoissa ja lyhyemmissä teksteissä käytetään Space Grotesk -fonttia. Sitä käytetään ensisijaisena fonttina, josta Humak tunnistetaan.

Space Grotesk on
moderni ja selkeä
otsikkofontti

Space Grotesk Bold
Space Grotesk Medium
Space Grotesk Regular
Space Grotesk Light

Space Groteskin voi ladata ilmaiseksi osoitteesta fonts.google.com

Typografia

Pidemmissä teksteissä
käytetään Roboto-fonttia.
Fontti on hyvin luettava myös
pienessä koossa.

Roboto on
helppolukuinen fontti
pidempiin teksteihin

Roboto Bold
Roboto Medium
Roboto Regular
Roboto Italic
Roboto Light

Roboton voi ladata ilmaiseksi osoitteesta fonts.google.com

Typografia

Kun Humakille määriteltystä fontteja ei ole saatavilla esimerkiksi Word- ja Powerpoint-pohjiin, käytetään korvaavana fonttina Tahomaa. Pidemmässä leipäteksteissä käytetään Times New Roman -fonttia.

Tahoma on
korvaava fontti

Tahoma Bold
Tahoma Regular

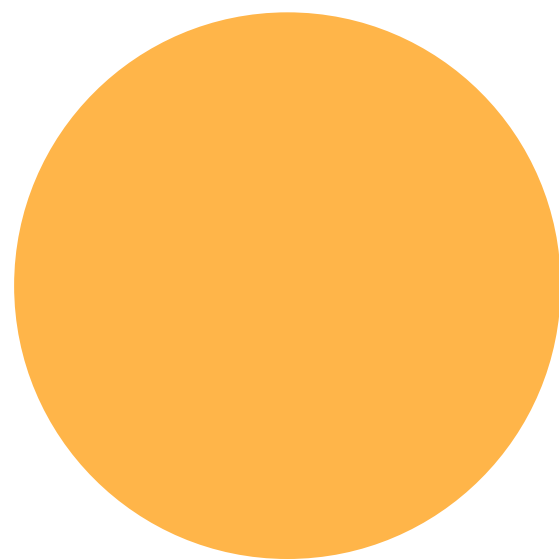
Times New Roman
on korvaava fontti

Times New Roman Bold
Times New Roman Regular
Times New Roman Italic

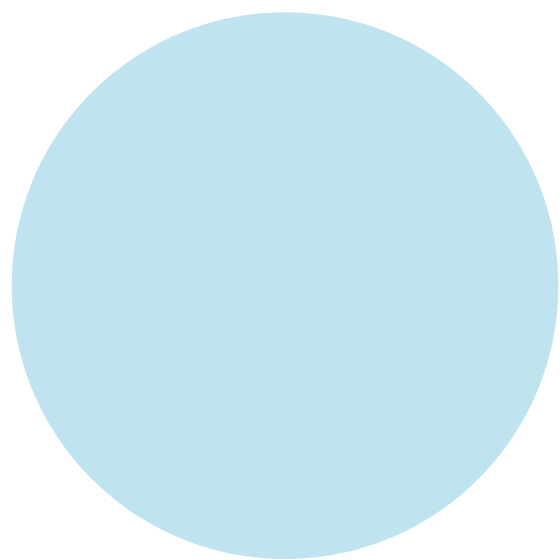
Humakin ilme on
värikäs. Se viestii
oppimisen iloa,
innokkuutta,
seikkailumieltä ja
valoisaa eteenpäin
katsovaa asennetta.

Värit

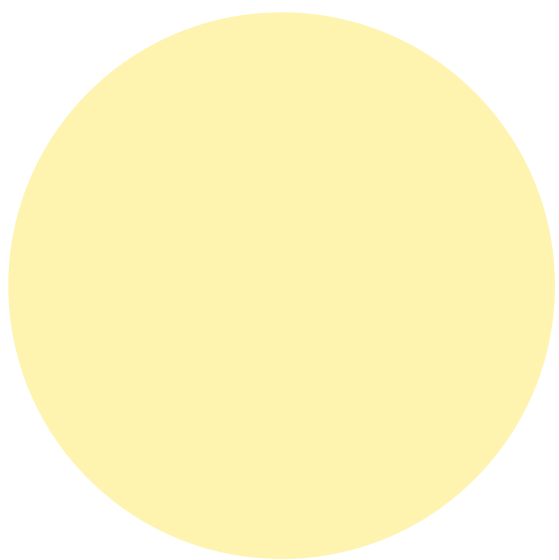
Värit



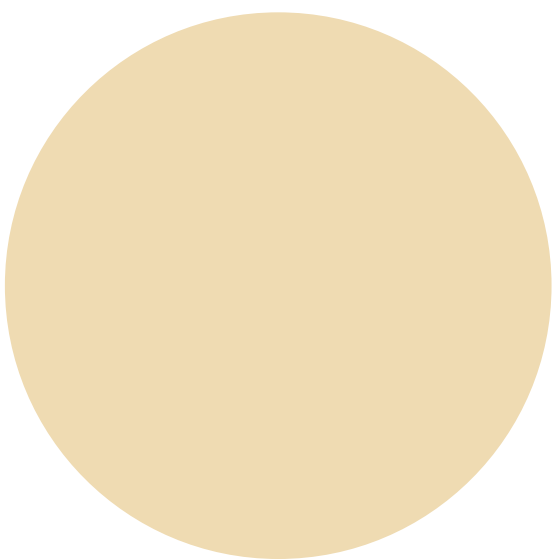
Pantone 1365
Hex: ffb549
RGB: 255,182,82
CMYK: 0,38,76,0



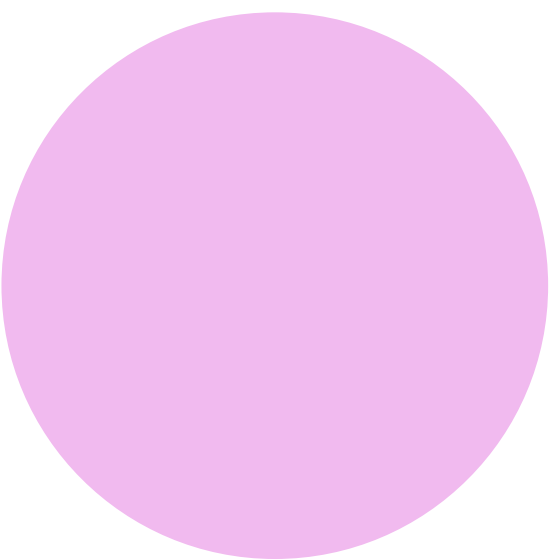
Pantone 635
Hex: BFE3EF
RGB: 191,227,239
CMYK: 30,0,7,0



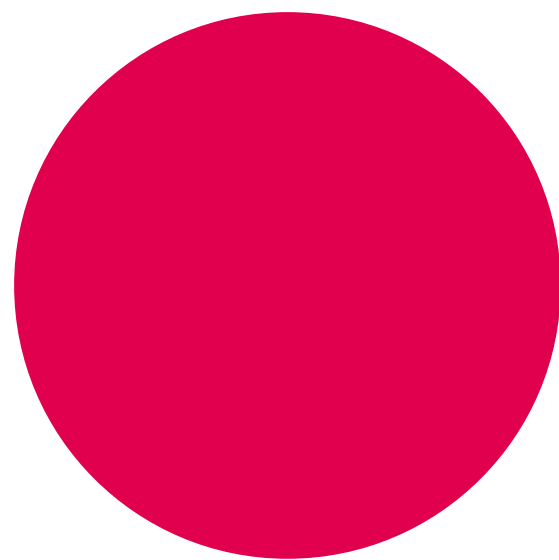
Pantone 1205
Hex: fef4af
RGB: 254,244,175
CMYK: 0,3,43,0



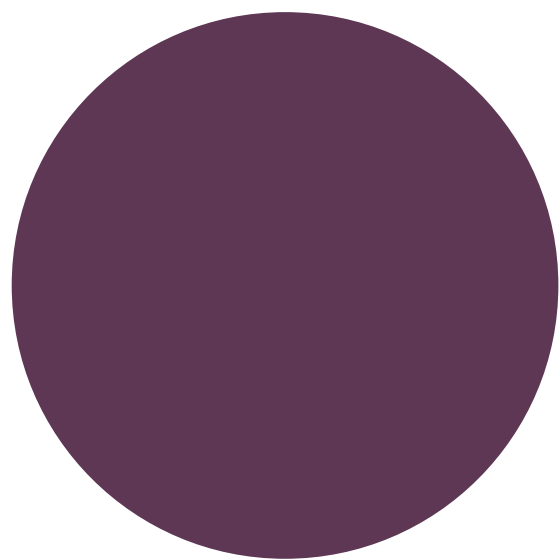
Pantone 7506
Hex: EFDDB2
RGB: 239,219,178
CMYK: 0,7,25,1



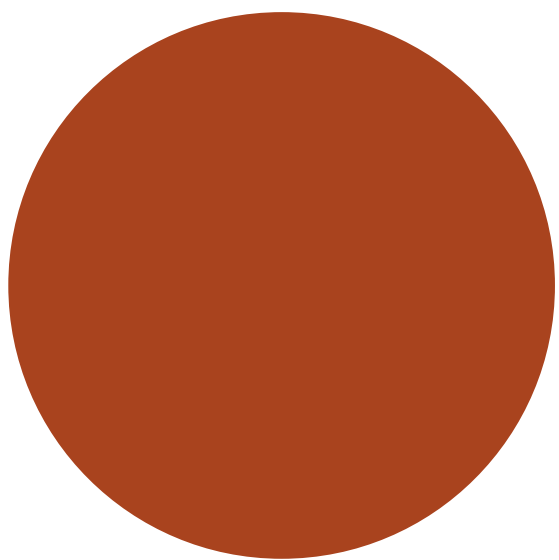
Pantone 2562
Hex: F1BAEF
RGB: 241,186,239
CMYK: 11,29,0,0



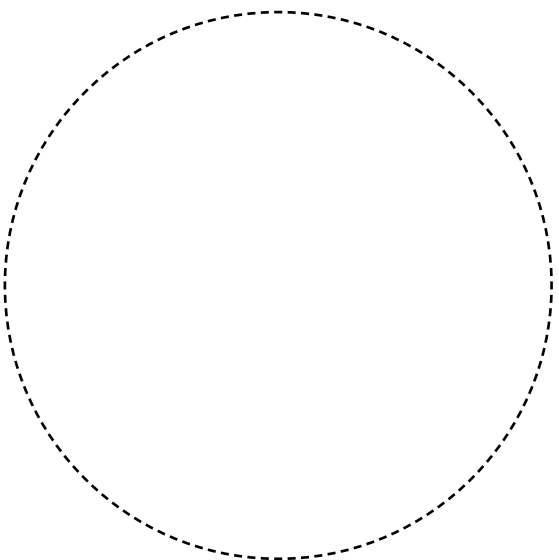
Pantone 1925
Hex: E0004D
RGB: 224,0,77
CMYK: 0,97,50,0



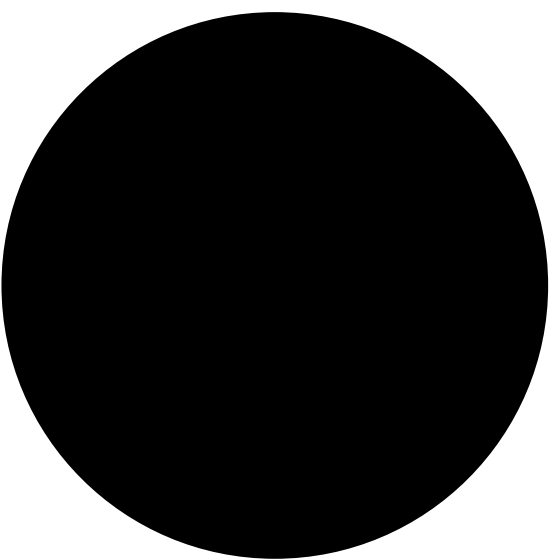
Pantone 7659
Hex: 5D3754
RGB: 93,55,84
CMYK: 32,75,0,64



Pantone 1675
Hex: A9431E
RGB: 169,67,30
CMYK: 5,83,100,27



Pantone WHITE
Hex: ffffff
RGB: 255,255,255
CMYK: 0,0,0,0

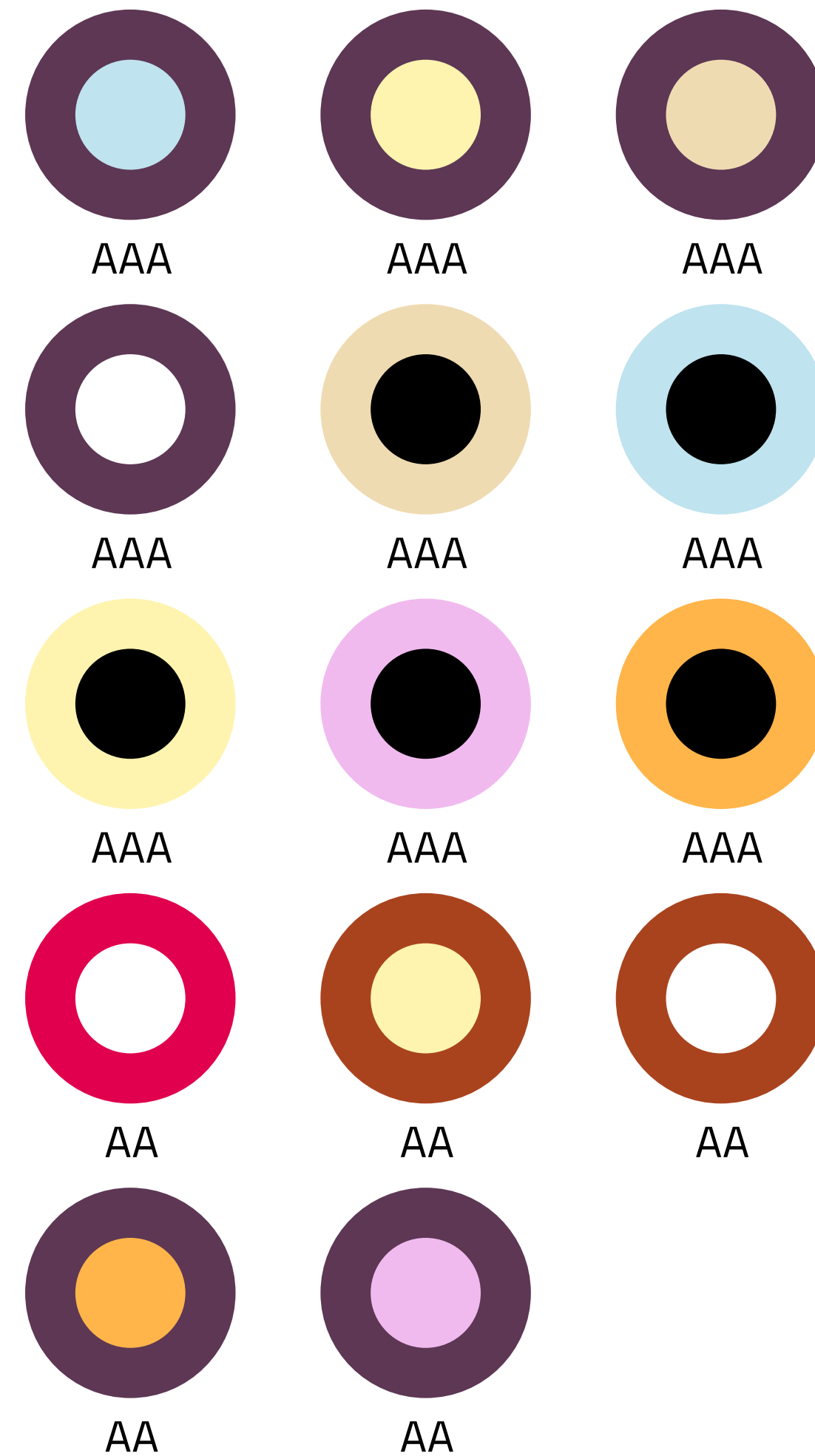


Pantone Pro. Black
Hex: 000000
RGB: 0,0,0
CMYK: 0,0,0,100

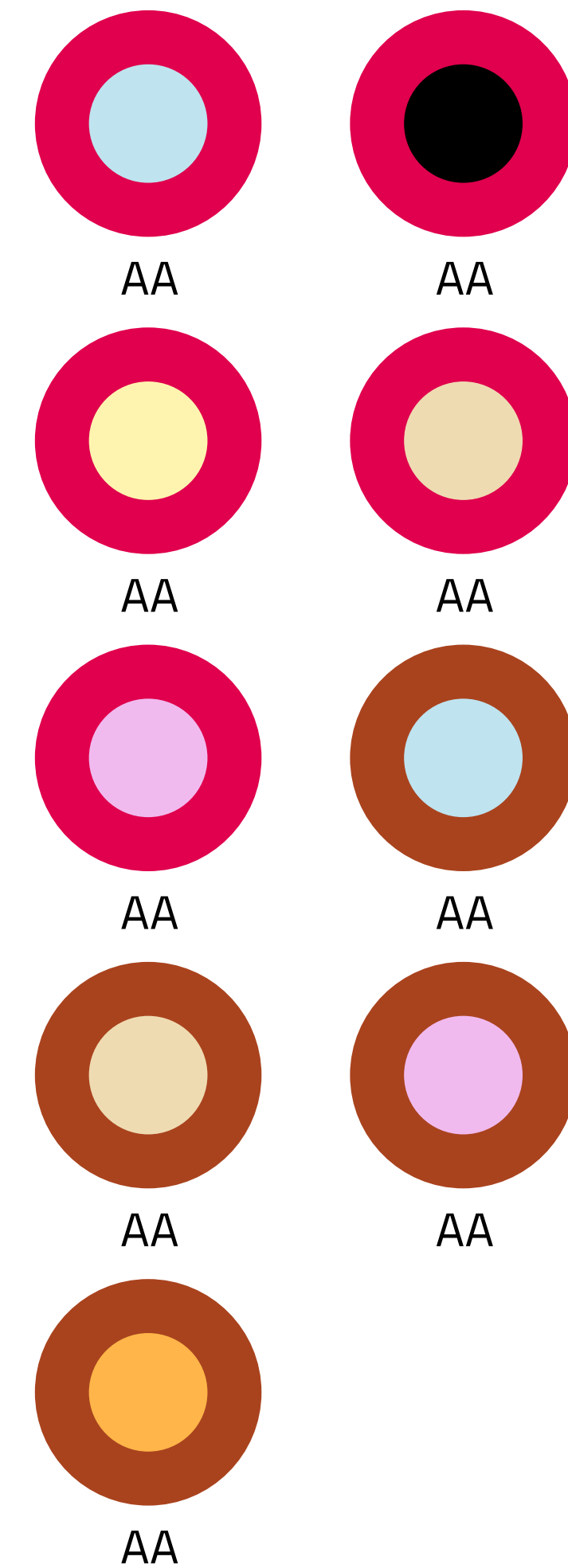
Värien saavutettavuus

Nämä väriyhdistelmät täyttävät vähintään WCAG-kriteeristön AA-tason saavutettavuusvaatimukset.

Näissä väriyhdistelmissä myös pienemmät tekstit ovat saavutettavia:



Näissä väriyhdistelmissä isot tekstit (yli 18pt) ovat saavutettavia:



Brändikuvia käytetään
materiaaleissa,
jotka kannattelevat
Humakin brändiä, kuten
markkinointimateriaalit ja
verkkosivujen pääkuvat.

Brändikuvat

Brändikuvat luovat Humakille tunnistettavaa ilmettä. Kuvissa on positiivinen tunnelma ja hyvä yhteishenki. Ne avaavat opiskelun innostunutta maailmaa ja houkuttelevat opiskelemaan Humakiin. Kuvissa näkyy erilaisia ja eri taustaisia ihmisiä.



Brändikuvat

Kuvat ovat selkeitä,
värikkäitä ja
mukaansatempaavia.
Brändikuvissa toistuvat
Humakin brändivärit.

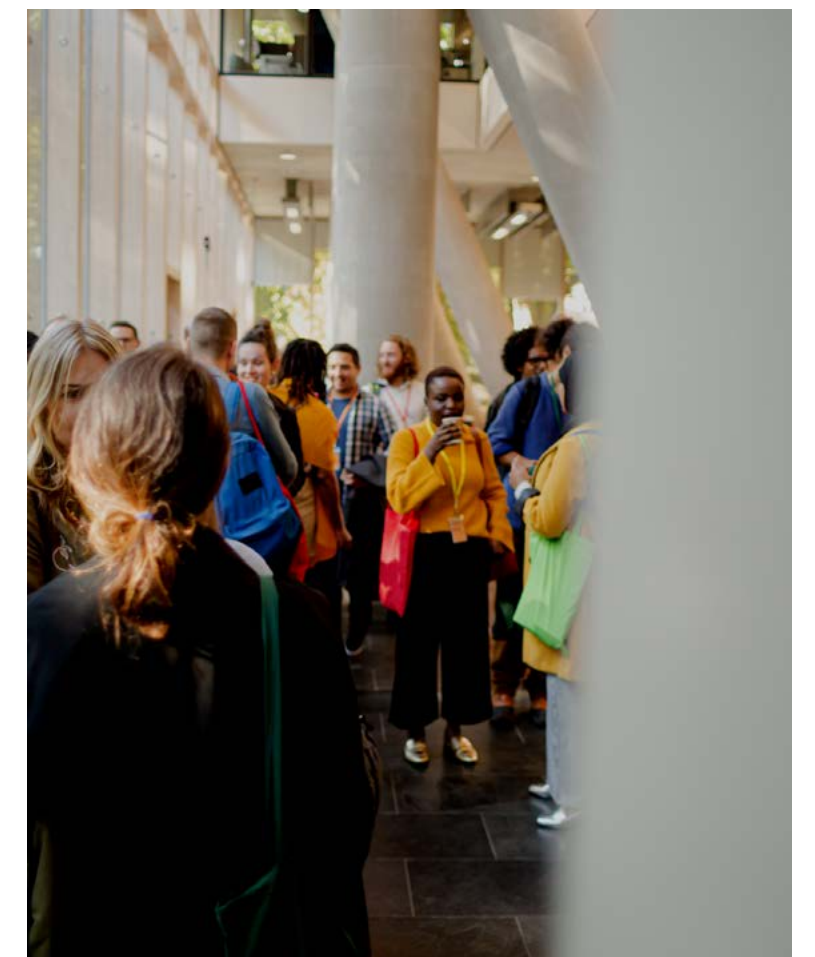
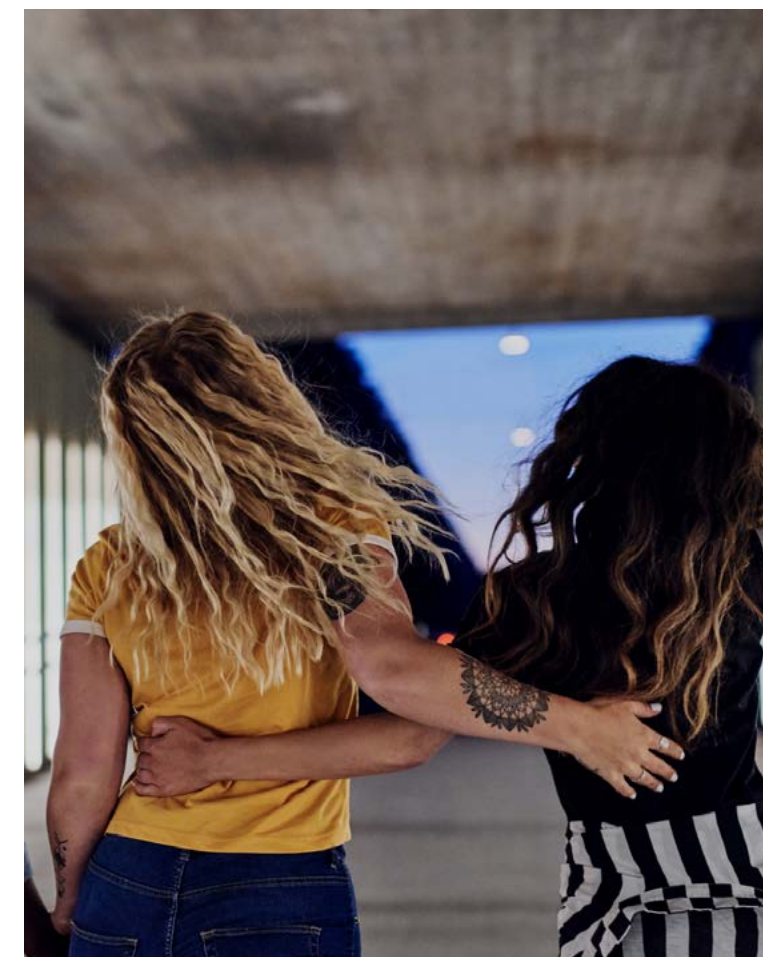
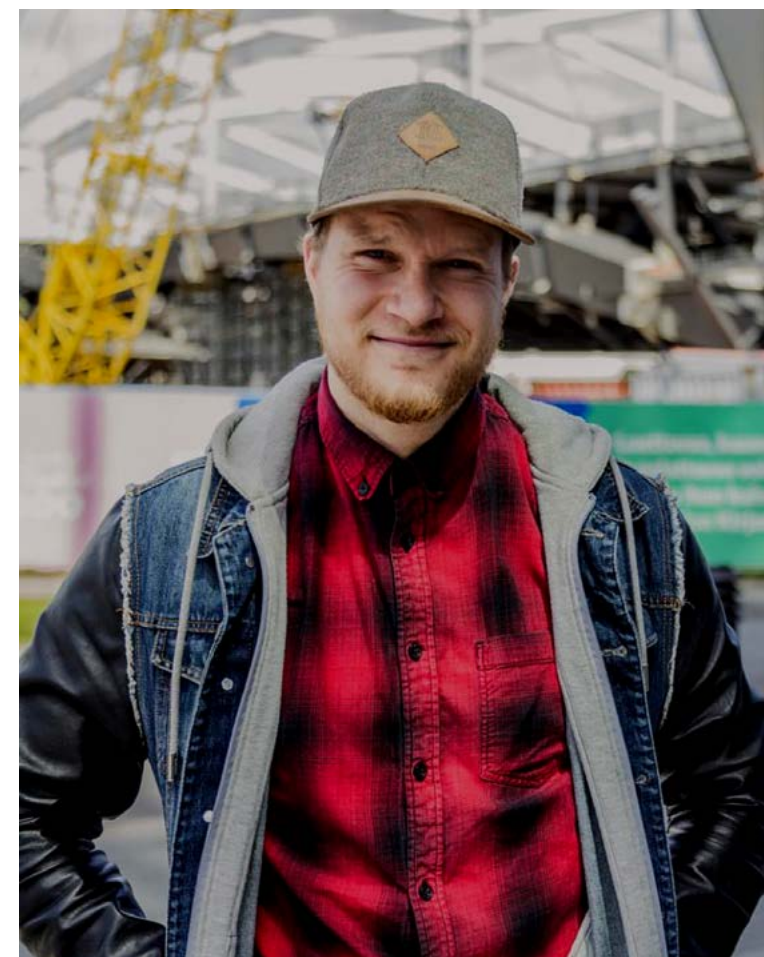
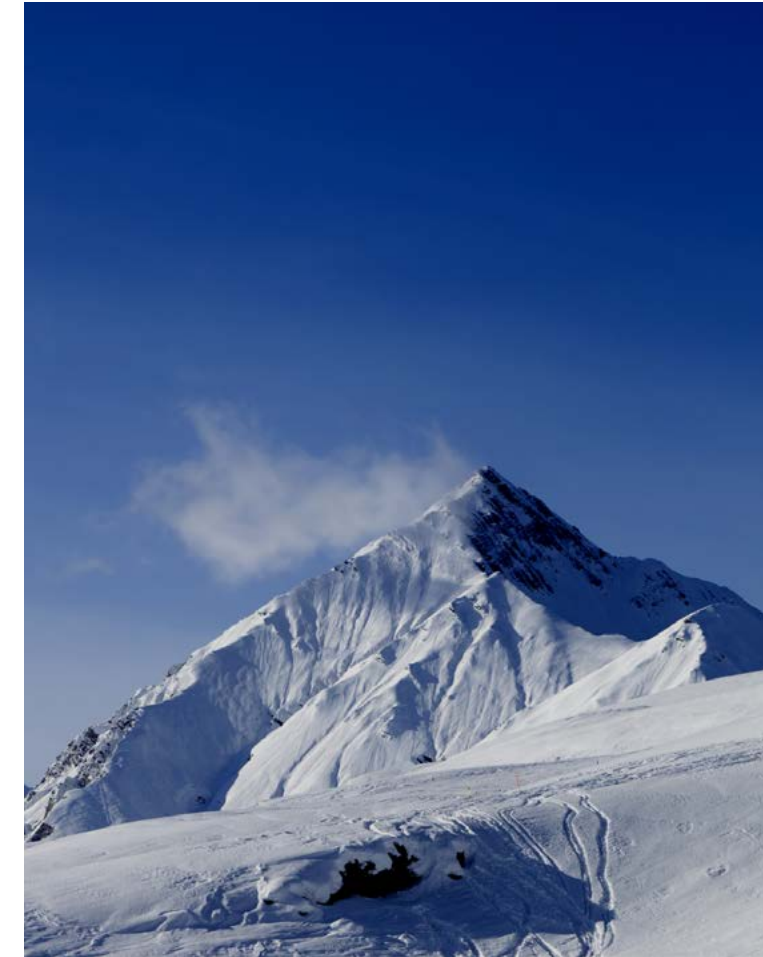


Sosiaalisessa mediassa
ja verkkoartikkeleissa
julkaistaan jatkuvasti
kuvia eri aiheista,
tapahtumista, tilanteista
ja henkilöistä.

Some- ja verkkokuvat

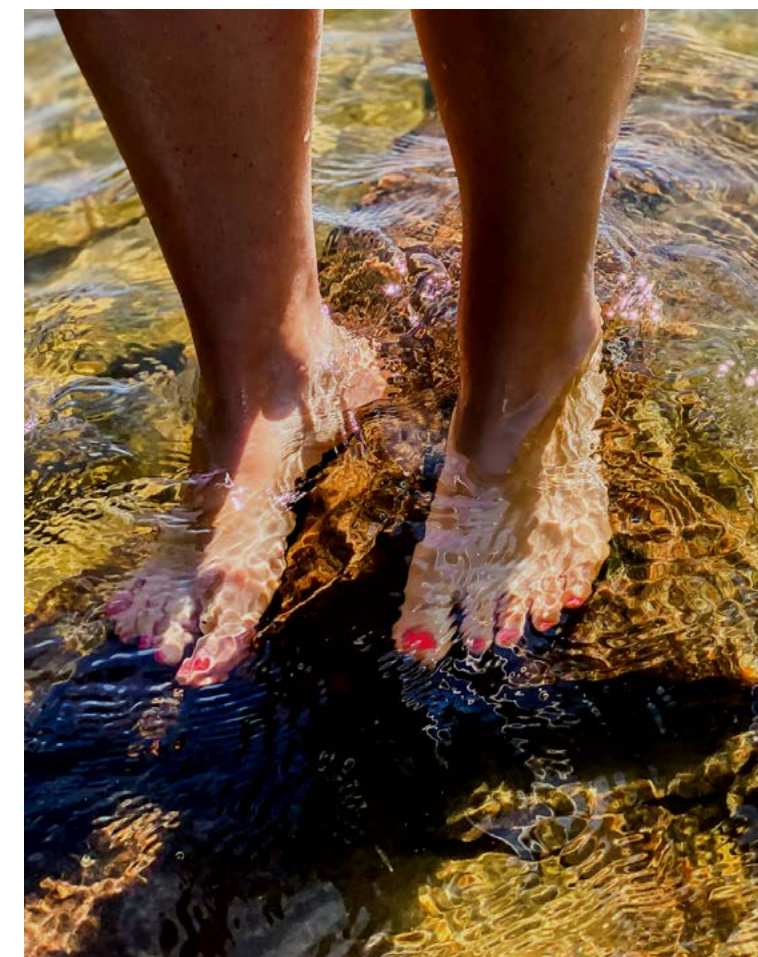
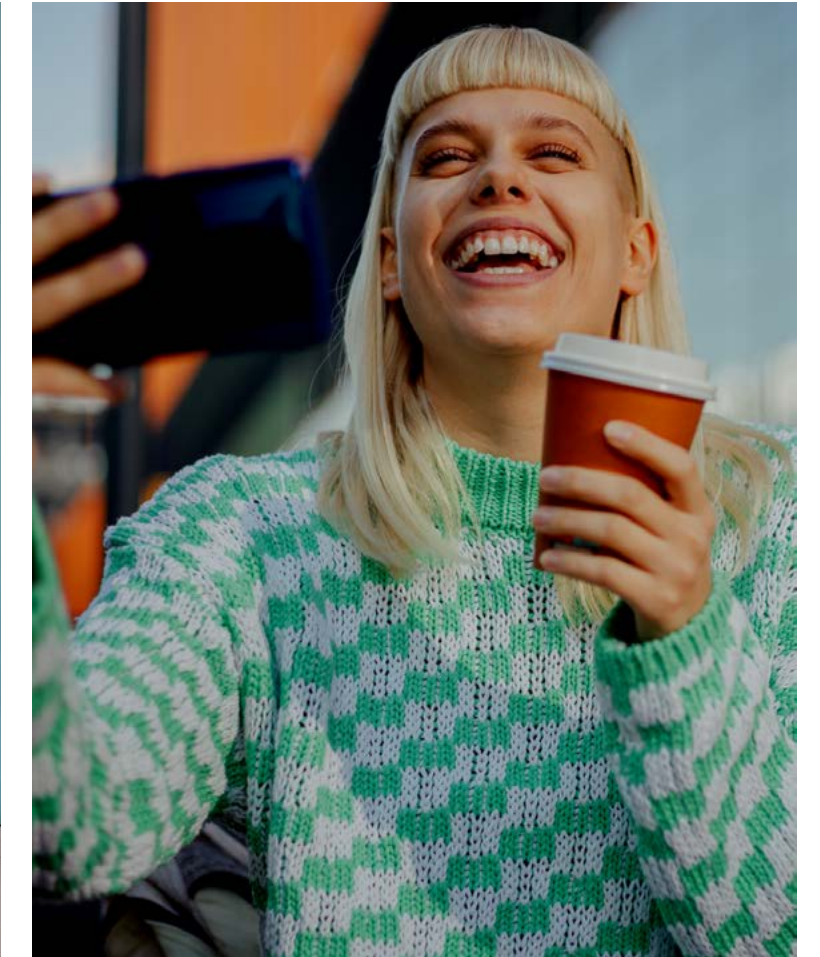
Some- ja verkkokuvat

Kuvista välittyy ihmiset, tapahtumat, hetket, tekeminen, hyvä fiilis ja ryhmähenki. Ne kertovat Humakin arjesta, opinnoista sekä opiskelijoiden onnistumisista ja kiinnostuksen kohteista. Kuvat ovat pääosin aidoista tilanteista, mutta tarvittaessa käytetään myös kuvapankkikuvia.



Some- ja verkkokuvat

Sosiaalisessa mediassa ja verkkoartikkeleissa käytettävät kuvat voivat olla itse otettuja, valokuvaajan ottamia tai kuvapankista valittuja. Koska kuvien laatu ja valaistus voivat vaihdella, visuaalisen yhtenäisyyden varmistamiseksi some- ja verkkokuvissa käytetään kevyesti tummentavaa filtteriä. Mahdollisuuksien mukaan kuvissa toistetaan Humakin brändivärejä.



Ohjeita some- ja verkkokuvaan



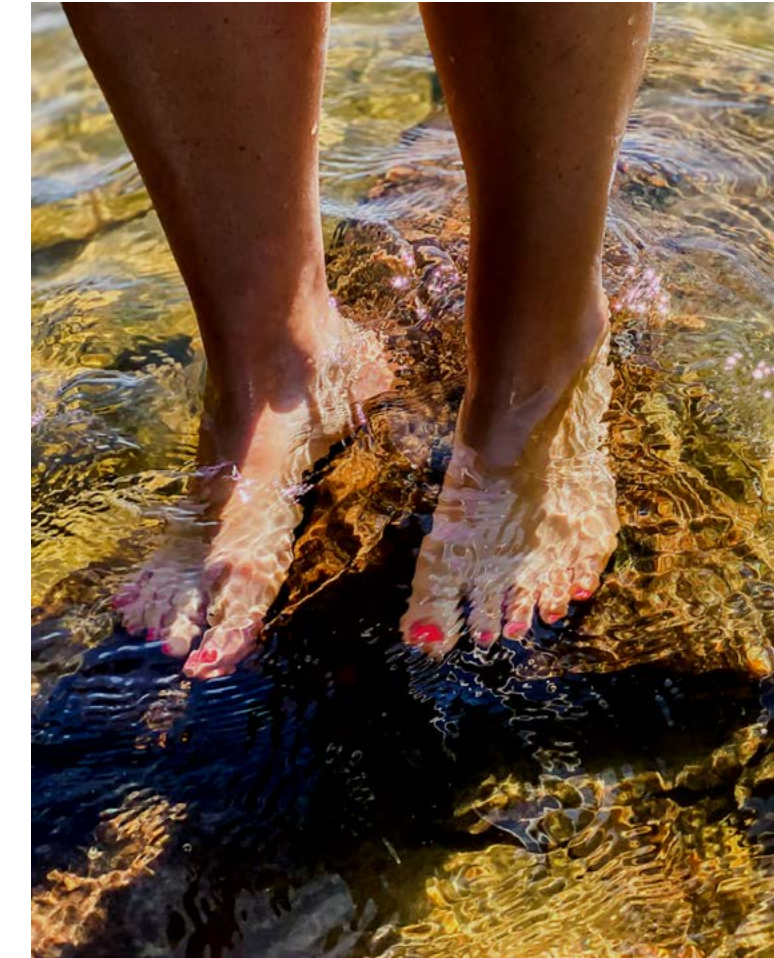
Kuvissa vältetään visuaalista rauhattomuutta. Esimerkiksi ryhmä- ja muotokuvat otetaan rauhallista taustaa vasten tai siten, että tausta on sumea. Lisäksi kuviiin jätetään tarkoituksellisesti tyhjää, rauhallista tilaa.



Kuvissa hyödynnetään monipuolisia kuvakulmia ja vaihtelevia kuvaetäisyyksiä. Pääaihe säilyy kuitenkin selkeästi kuvan keskiössä.



Some- ja verkkokuvissa käytetään kevyesti tummentavaa filteriä yhtenäisen ilmeen varmistamiseksi. Valmiiksi tummiin kuviin lisätään vain kevyt filteri, kun taas vaaleammissa kuvissa tummennus voi olla hiukan voimakkaampi. Mallikuvassa tummentaminen on toteutettu lisäämällä musta filteri, jonka läpinäkyvyys on 10–20 %.



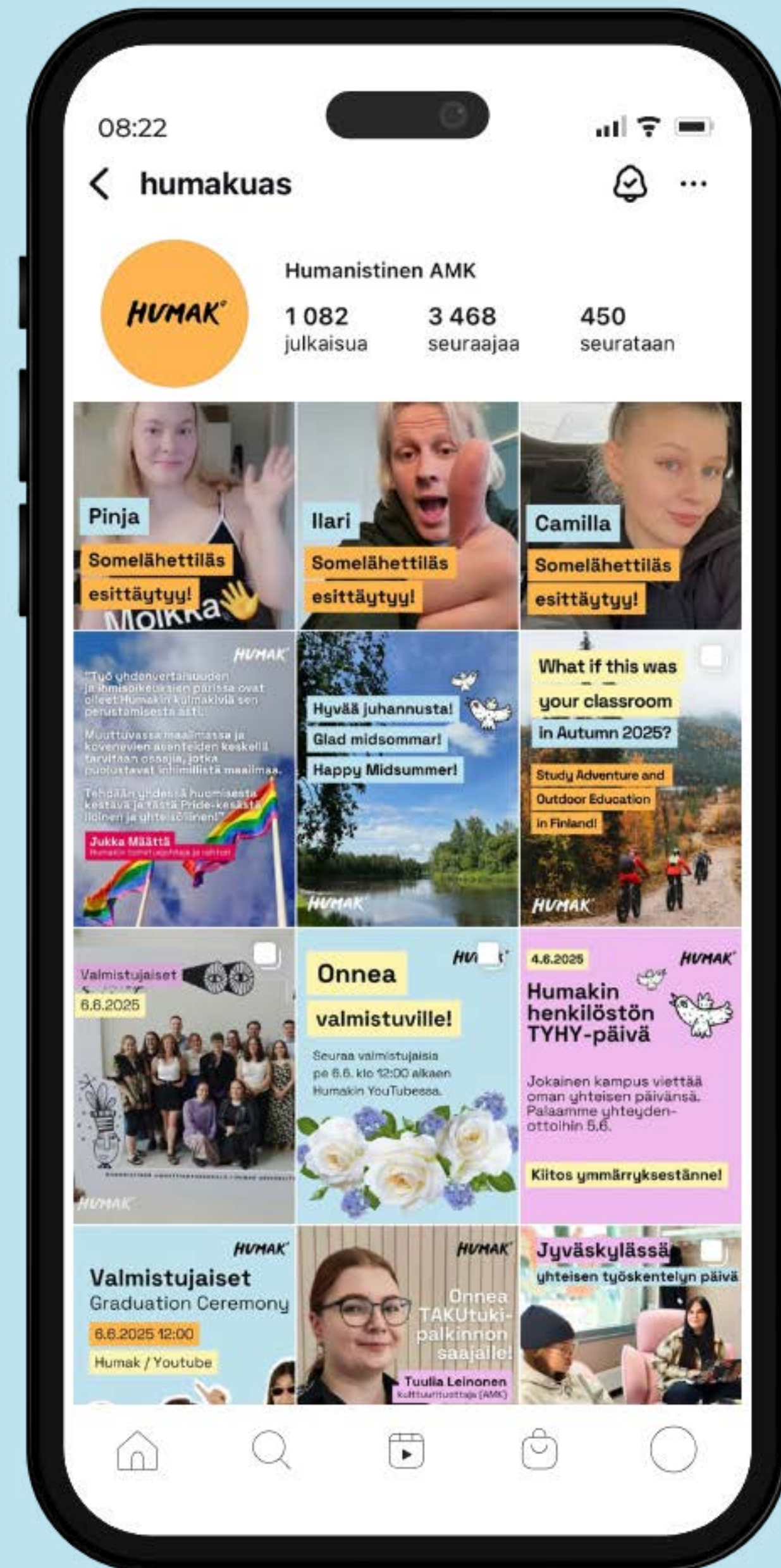
Kuvapankkikuvien valinnassa vältetään teennäisyyttä ja kuvapankkikuvamaisuutta. Valitaan luonnollisia ja aidon näköisiä kuvia suomalaisessa valossa.



Kuvissa pyritään toistamaan Humakin värimaailmaa ja sitä lähellä olevia värejä. Mahdollisuuksien mukaan valitaan kuvauspaikkoja tai kuvapankkikuvia, joissa näkyy Humakin brändivärejä, kuten sininen taivas, vaaleankeltainen seinä tai oranssi hattu jne.

Somefeed

Humakin some hehkuttaa,
houkuttelee ja tiedottaa.
Se on värikäs ja eläväinen,
mutta selkeä. Sisältöä on
runsaasti, mutta visuaalinen
ilme säilyy rauhallisena.
Valokuville annetaan tilaa.



Ohjeita somekuviin ja -pohjiin



Somessa kuville annetaan tilaa. Kuvien päälle ei pääsääntöisesti aseteta kuvituksia. Liiallista tekstimäärää vältetään, jotta yleisilme pysyy selkeänä ja ilmavana.



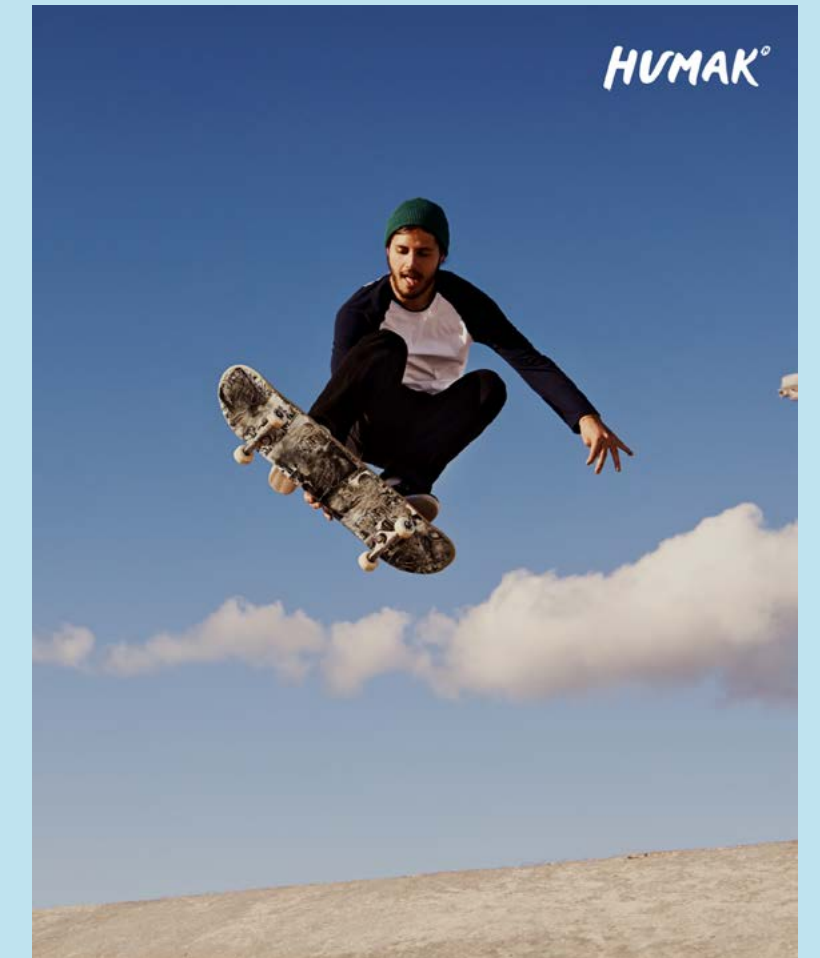
Kuvitukset elävöittävät somekuvia, joissa on vain tekstiä. Myös pelkät typografiset somekuvat toimivat hyvin.



Syvätyt elementit ja ihmiset voivat olla somekuvissa mustavalkoisia, jolloin somefeedin yleisilme rauhoittuu.



Kuvittavia kuvapankkikuvia käytetään pääsääntöisesti yhdessä tekstin kanssa. Näin niiden mahdollinen kuvapankkimaisuus häviää.



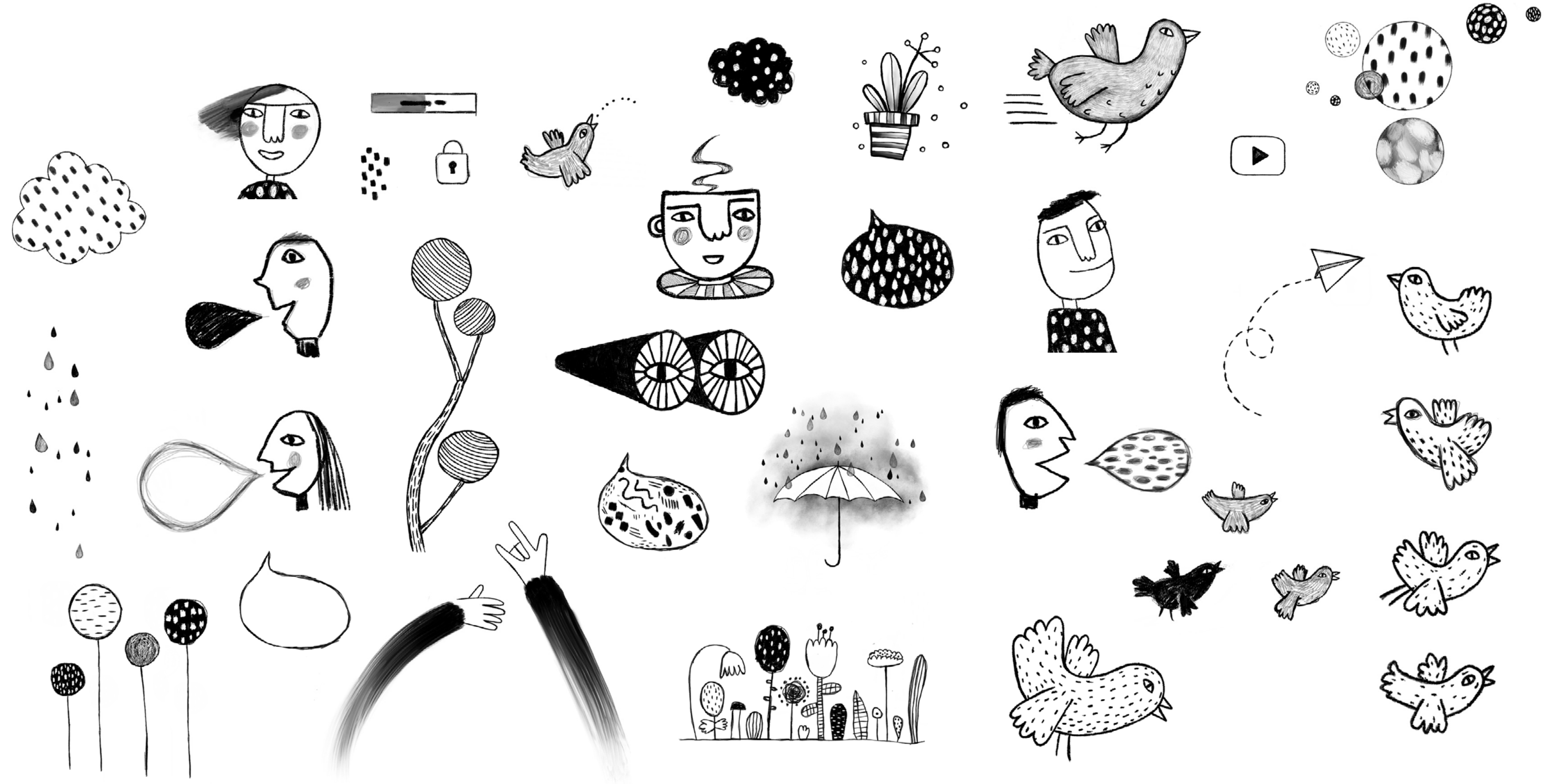
Itse otetut tai valokuvaajan tallentamat aidot tilanteet voidaan julkaista myös ilman tekstiä.

Kuvitukset
elävöittävät
Humakin ilmettä
muun muassa
sosiaalisessa
mediassa.

Kuvitukset

Kuvituskuvia

Vinjettimäisillä kuvituksilla saadaan aikaiseksi sympaattista tunnelmaa.



Teemoitettuja kuvituskuvia

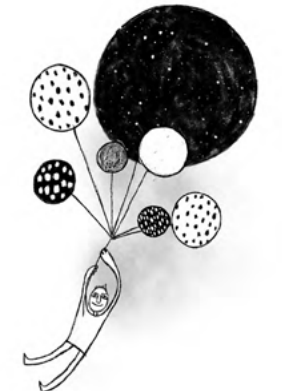
Kuvituksia voidaan
valita kuvittamaan
eri teemoja.



Tulkkaus ja kielellinen saavutettavuus



Kulttuurituotanto



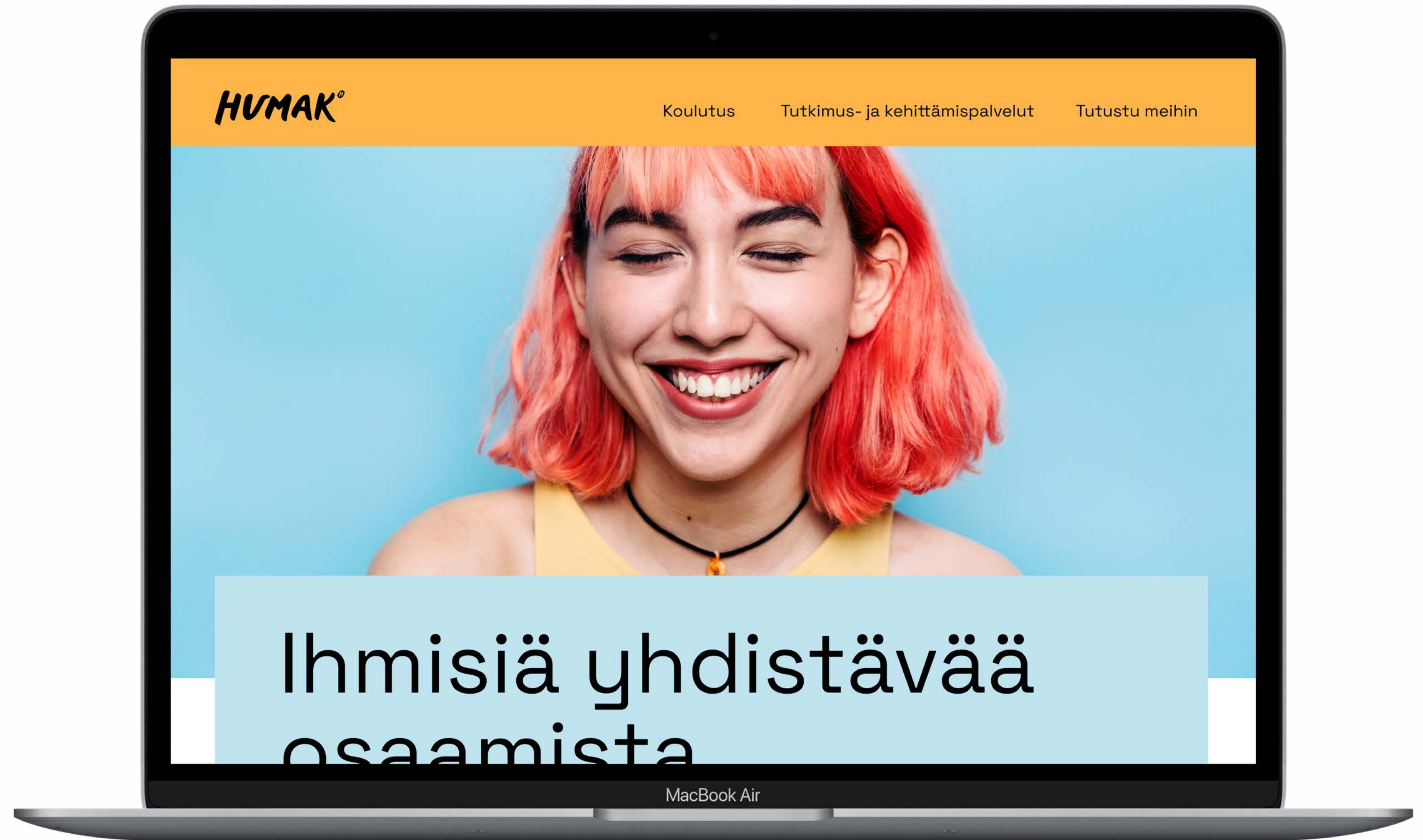
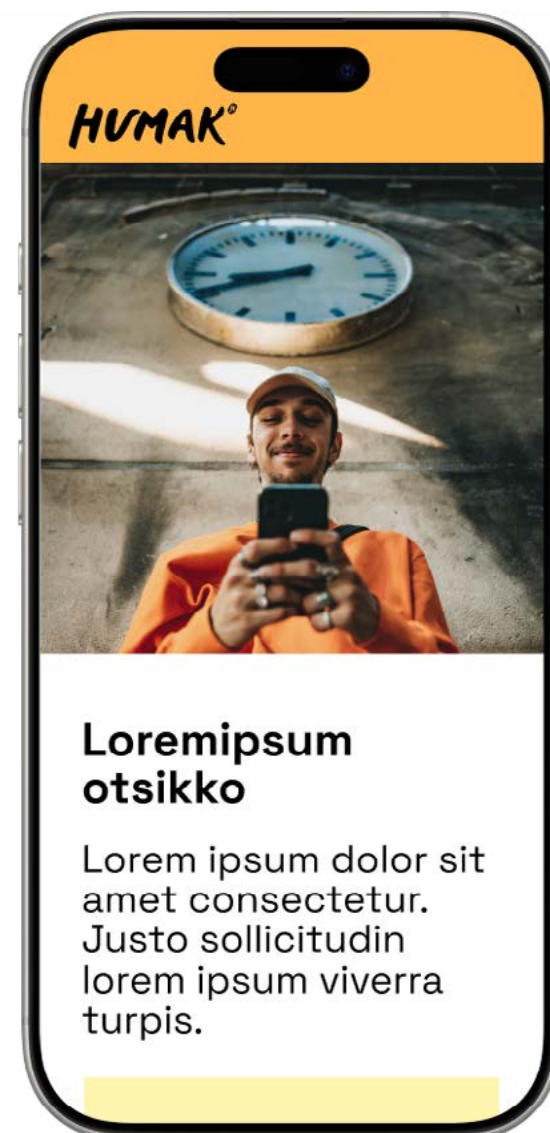
Yhteisöjen rakentaja



Muut

Sovellusesimerkit
kokoavat yhteen
Humakin visuaalisen
ilmeen keskeiset
elementit; typografian,
logon, värit ja
brändikuvat.

Verkkosivut



Rollupit ja julisteet



Käyntikortit



Julkaisut ja esitteet



PowerPoint

Ihmisen
puolella,
kestävän
huomisen
rakentaja

HUMAK

HUMAK on perustettu vuonna 1999 ja on osa Humak Groupia. Humak Groupin omistajat ovat Humak Group Oy ja Humak Group Ltd.

Ainutlaatuista osaamista
monimutkaisten haasteiden
ratkaisemiseen

Humanistinen ammattikorkeakoulu (Humak) on valtakunnallinen korkeakoulu, joka on erikoistunut yhteisöjen kehittämiseen, kulttuurituotantoon ja kielelliseen saavutettavuuteen.

Humanistinen ala | Tulkki (AMK, YAMK)
Taide- ja kulttuuriala | Kulttuurituottaja (AMK, YAMK)
Terveys- ja hyvinvointiala | Yhteisöpedagogi (AMK, YAMK)

HUMAK

Sanoitusta: Hyvä vointi

Tuotamme Humskissa hyvän voinnin
osaamista

- Nuorten kanssa tehtävään työhön
- Osallisuuden edistämiseen
- Erilaisten yhteyksien
vahvistamiseen
- Luovien alojen uudistamiseen
- Ihmisten saavutettavuuteen

HUMAK

Helsingin ammattikorkeakoulu Huma
Helsingin ammattikorkeakoulu Huma
Helsingin ammattikorkeakoulu Huma

Tulevaisuuden osaajia alueellisiin ja
valtakunnallisiin tarpeisiin

2500	2400	163
Jatkinto-opiskelijaa	Jatkuvan oppimisen opiskelijaa	Työntekijää

HUMAK

Osaamista ja ratkaisuja yhteiskunnan tarpeisiin

5,2	450	17,0
M€ hankesalkun arvo (2024)	Arvio tutkinnoista vuonna 2024 (AMK+YAMK)	M€ liikevaihto (2024)



TKI-teemoja

- Nuorten kanssa tehtävä työ ja osallisuus ja syrjäytymisen ehkäiseminen
- Aktiivinen kansalaisuus, kirjostöjen kehittäminen
- Maahanmuuttajat ja kotouttaminen
- Kestävä kehitys ja vastuullisuus
- Työtuuri ja matkailu, seikkailupedagogikka
- Yrittäjyyskasvatus- ja osaminen
- Kielellinen saavutettavuus
- Työhyvinvointi ja organisaatiokulttuuri



HVMAK

Valoisampi
tulevaisuus,
täältä
tullaan!

Markkinointiviestintä ja viestintämarkkinat
Markkinointiviestintä ja viestintämarkkinat

20



Hyväksytty ja vahvistettu 10.12.2019, voimaassa 10.12.2019

Luovien alojen yrittäjyys

- Tarjoamme yrittäjyyskasvatusta ja -koulutuksen palvelukonseptin.
- Saat Humakin Creven yrityspalveluista konkreettista apua oma osaamisen kehittämiseen, verkostojen rakentamiseen sekä liiketoiminnan toteuttamiseen.

HUMAK

”
Tuemme luovan osaamisen parempaa hyödyntämistä eri alojen yrittäjyydessä ja muuttuvassa yrittäjyysympäristössä.

LUOVUUS ALOJEN YRITTÄJYYS

HUMAK



Järjestötöy

- Vahvistamme kansalaisyhteiskunnan ja järjestöjen tehtävää kestävästä tulevaisuuden vastuullisena sekä vaikuttavana edistijänä.
- Tuemme järjestöjen valmiuksia edistää moninaisuutta, sosiaalista yhteenkuuluvuutta, ihmisoikeuksia, demokratiaa ja hyvinvointia.

HUMAK

” Tarjoamme työkaluja järjestötoiminnan uudistamiseksi sekä Suomessa että kansainvälisesti.

JÄRJESTÖTYÖ

HUMAK®

Humak- ja Humak-merkki on Humak-ammattikorkeakoulun tavaramerkki. Kaikki muut nimet ja logo ovat niiden omistajien tavaramerkkejä.



Mihin työllistymme?

Tulkkausalan ammattilaisten tehtävänäimikkeitä:

- viittomakielen tulkki, tulkki
- kääntäjä
- asioimistulkki, opiskelutulkki
- tulkkivälittäjä
- tulkkausalan yrittäjä

Kommunikaatioasiantuntijoiden tehtävänäimikkeitä:

- tulkki, puhevammaisten tulkki
- kommunikaatio-ohjaaja
- AAC-ohjaaja
- ohjaaja
- kommunikaatioasiantuntija
- saavutettavuuskoordinaattori

HUMAK



HUMAK[®]

Ihmisen puolella,
kestävän huomisen rakentaja

With people, building a sustainable tomorrow

Humak, Iikantie 4, 00400 Helsinki

humak.fi humak.fi/en

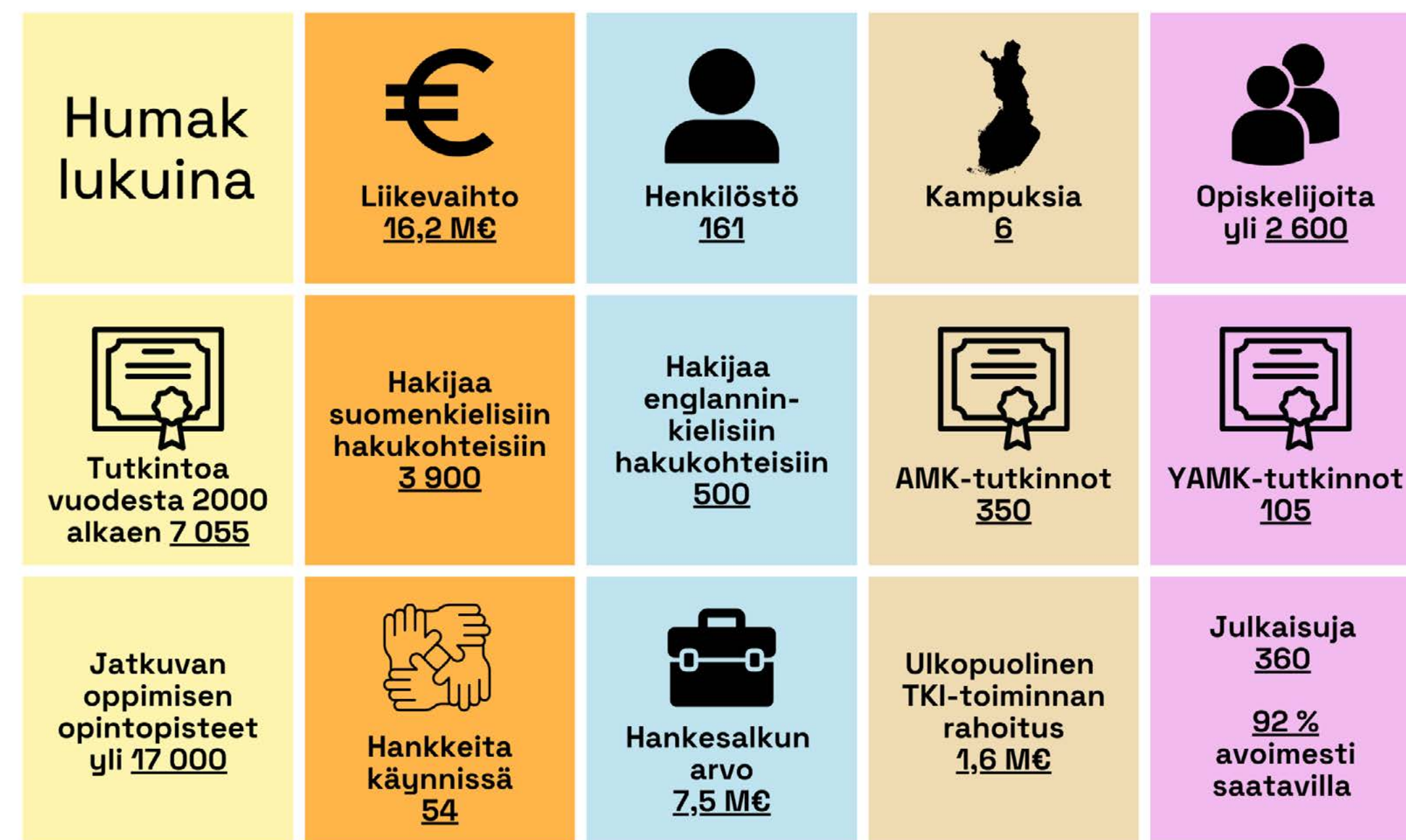
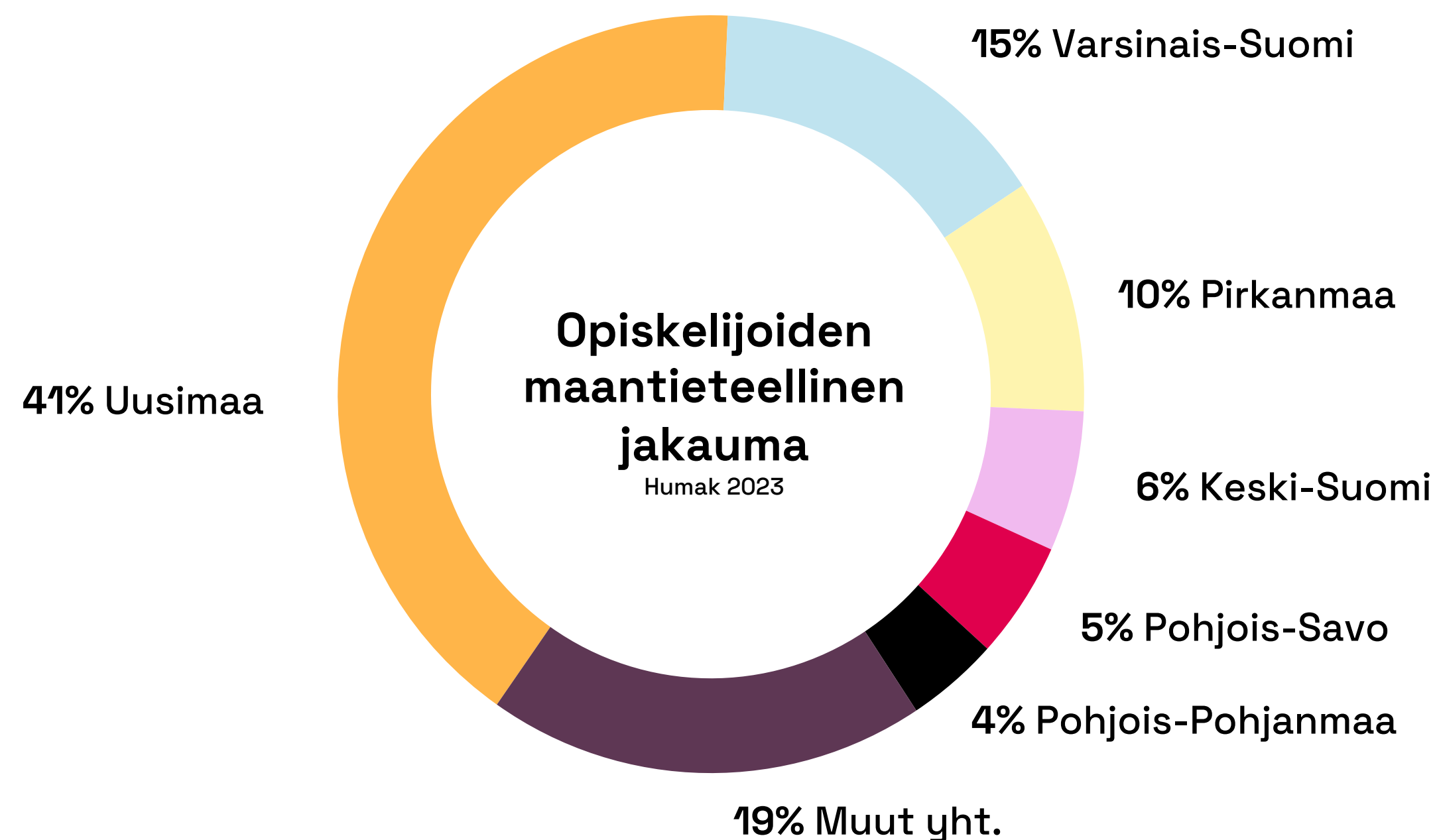
Tiedon visualisointi

Humakissa tapahtuva tiedon visualisointi edistää saavutettavaa ja kohdeyleisöä kiinnostavaa viestintää. Tiedon visualisointia voidaan hyödyntää esimerkiksi verkkosivuilla, sosiaalisessa mediassa, esityksissä, julkaisuissa ja tiedotteissa.

Tietoa visualisoidessa on tärkeää muistaa saavutettavuus, selkokieliyys ja helppolukuisuus. Visualisoinnilla on tärkeä tiedonvälittämisen tehtävä, joten tehdyt tekstuaaliset ja visuaaliset valinnat on oltava perusteltuja.

Tiedon visualisoinnin on tähdättävä siihen, että kuva lisää ymmärrystä - ei hämmennä tai tuota epäselvyyttä. Visualisoinnissa käytetään Humakin väripalettia niin, että värien välillä on selkeä kontrasti. Visualisoinnissa värejä ei käytetä koristeluun vaan korostamaan sisällöllisesti merkityksellisiä eroja kuvattavien kohteiden välillä. Saman värin eri sävyjä on vältettävä, kuten myös vaikeaselkoista terminologiaa tai lauserakennetta. Tekstin on oltava ytimekästä ja selkeää. Valittu kuvio valitaan tiedon ehdoilla niin, että kokonaisuus on selkeä.

Tiedon visualisointi



HUMAK[®]