

Paulina Oksa

# Tiedekirjan ulkoasun parannus

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Mediatekniikan koulutusohjelma

Insinöörityö

3.4.2018

Tekijä Otsikko	Paulina Oksa Tiedekirjan ulkoasun parannus
Sivumäärä Aika	45 sivua + 2 liitettä 3.4.2018
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Koulutusohjelma	Mediatekniikka
Suuntautumisvaihtoehto	Graafinen tekniikka
Ohjaaja	Lehtori Toni Spännäri
<p>Insinööriyössä tutkittiin tietokirjallisuuslajiin kuuluvien tiedekirjojen kansia ja selvitettiin, voiko kansien graafista ilmettä parantamalla kohentaa tiedekirjojen myyntiä. Insinööriyön kolme eri tavoitetta olivat (1) saada käsitys siitä, mitä lukijat odottavat tiedekirjan kansilta, (2) minkälaiset kannet tuottavat lisäarvoa ostajalleen sekä (3) suunnitella esimerkkikirjalle uudet kannet.</p> <p>Työssä tehtiin sähköinen kysely, jonka vastaajina toimivat tiedekirjojen potentiaaliset ostajat. Kyselyssä selvitettiin ostajien taustoja ja ostostottumuksia ja mallien avulla vertailtiin erilaisia tiedekirjojen kansia. Kyselyn vastauksia käytettiin hyväksi insinööriyön tavoitteiden saavuttamiseksi.</p> <p>Sähköiseen kyselyyn vastasi pieni määrä, yhteensä 30 henkilöä. Kyselyn vastaukset ovat kuitenkin varteenotettavia, sillä tiedekirjallisuuden lukijakunta on varsin suppea. Vastauksista selvisivät ominaisuudet, jotka miellyttävät ostajia kirjojen kansissa. Esteettiset ja informoivat kannet, jotka ilmentävät ajan trendejä, kirjan genreä, sisältöä ja aihetta miellyttävät ja tuottavat lisäarvoa omistajilleen.</p> <p>Insinööriyön tuloksena syntyi kuusi eri kansiluonnosta ja lopullinen paranneltu kansiehdotus esimerkkikirjalle. Kansien suunnittelussa käytettiin Adoben ohjelmia: InDesign, Illustrator ja Photoshop. Uusien kansien tavoitteena on helpottaa kuluttajien ostopäätöstä.</p>	
Avainsanat	tiedekirja, kannet, graafinen suunnittelu, kysely

Author Title	Paulina Oksa Improvement of a textbook cover
Number of Pages Date	45 pages + 2 appendices 3 April 2018
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Media Technology
Specialisation option	Graphic Technology
Instructor	Toni Spännäri, Senior Lecturer
<p>In the thesis science textbook covers were reviewed to examine if the science textbooks' sales can be increased by improving the graphic design of their cover's. The three purposes of this thesis were (1) to understand what the readers expect from science textbook covers, (2) to find out what kind of covers create added value for the customers and (3) to design a new cover for a case study.</p> <p>In the thesis an online survey was conducted to be answered by science textbooks' potential buyers. In the survey consumers' backgrounds and purchase decision processes were examined and different science textbook covers were compared using models. The results of the survey were used to achieve the purposes of the thesis.</p> <p>The online survey was filled out by a small amount of answerers, only 30 people. The survey's results are nevertheless noteworthy as the readership of science textbooks is also quite small. The qualities that appealed to the consumers were found out from the survey's results. Aesthetic and informational covers which express trends, the book's genre, content and subject appeal and create added value to their owners.</p> <p>As a result of the thesis six different sketch covers and the final improved cover proposal for the case study were designed. Adobe's software: InDesign, Illustrator and Photoshop were used to design the covers. The purpose of the new cover is to facilitate the consumer's purchase decision.</p>	
Keywords	textbook, covers, graphic design, survey

## Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tiedekirjallisuus	3
2.1	Tiedekirja	3
2.2	Myyntitilastot	3
2.3	Menestystekijät	5
2.4	Kirjamyyntiin vaikuttavat tekijät	6
3	Kirjan ulkoasu	7
3.1	Graafinen suunnittelu	8
3.2	Kirjan kannet	12
3.3	Kansien graafinen suunnittelu	16
4	Kyselytutkimus tiedekirjojen hankkimisesta	17
4.1	Kyselyn suunnittelu	18
4.2	Kyselyn tulokset	24
4.3	Kyselyn lopputulos	29
5	Esimerkkiteos: Textos Andinos	31
5.1	Toimeksianto	33
5.2	Alkuperäiset kannet	34
5.3	Uusien kansien suunnittelu	35
5.4	Uusien kansien luonnokset	36
5.5	Uusien kansien lopullinen suunnitelma	38
6	Yhteenveto	40
	Lähteet	43
	Liitteet	
	Liite 1. Kyselylomake	
	Liite 2. Uudet kannet	

## 1 Johdanto

Visuaalisesti houkutteleva kirja on ilo omistaa, ja siksi tälle insinööriyölle on tarvetta. Insinööriyön tarkoituksena on tietokirjallisuuslajiin kuuluvien tiedekirjojen kansiin tutustuminen ja selvitystyö, voiko kansien graafista ilmettä parantamalla kohentaa tiedekirjojen myyntiä. Insinööriyössä tarkastellaan tiedekirjallisuutta, sen myyntiä ja kirjan ulkoasun suunnittelua. Lisäksi työssä käytetään esimerkkitapauksena vuonna 2010 julkaistua Martti Pärssisen ja Jukka Kiviharjun kirjoittamaa kirjaa *Textos Andinos. Corpus de textos khipu incaicos y coloniales. Tomo 2*, jolle suunnitellaan uusi ulkoasu. Työ on osittain Suomen Madridin-instituutin antama toimeksianto.

Yleisesti kirjojen myynti on laskenut tasaisesti vuodesta 2000 lähtien, ja se näkyy myös tässä insinööriyössä tarkasteltavien tiedekirjojen myynnissä. Insinööriyön toimeksiantaja on ollut huolissaan tiedekirjojen myynnistä, erityisesti esimerkkitapauksena käytetyn kirjan myynnistä, sillä se ei ole myynyt odotuksien mukaisesti. Myynnin kohentamiseksi on panostettava kaikkiin mahdollisiin myyntiin vaikuttaviin tekijöihin. Toimeksiantaja uskoo kirjojen graafisen ilmeen myös vaikuttavan ostopäätökseen: se luo ostajalle lisäarvoa. Tämän vuoksi insinööriyön aiheeksi tuli suunnitella toimeksiantajan julkaisemalle tiedekirjalle uudet kannet.

Tiedekirjat eivät myy, koska, yleisen myynnin laskun lisäksi, niitä usein luetaan vain ammattiyhteyksissä, jolloin niiden lukijakunta on hyvin pieni (usein vain muut tutkijat), ja niiden ulkoasuun ja houkuttelevuuteen ei juurikaan panosteta, kun kirjan asiapitoisen sisällön katsotaan olevan pääosassa. Miksi ostaa ulkonäöllisesti mitäänsanomaton kirja, jonka lukee vain kerran, kun sen voi käydä lainaamassa kirjastosta tai löytää samankaltaista tietoa internetistä?

Selventämään tarkemmin tiedekirjallisuutta ja sen myyntiä työssä käydään läpi tiedekirjan määritelmää, myyntitilastoja ja ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä. Esimerkkita-pauksen kansien suunnittelua varten työssä tutustutaan kansien ominaisuuksiin, kansien graafiseen suunnitteluun ja kuluttajien kirjanostopäätöstä tutkivan kyselylomakkeen avulla myös kirjan potentiaalisiin ostajiin.

Insinööriyön kolme eri tavoitetta ovat teorian ja kyselylomakkeen vastauksien avulla (1.) saada käsitys siitä, mitä lukijat odottavat tiedekirjan kansilta, (2.) minkälaiset kan-

net tuottavat lisäarvoa ja motivoisivat ostamaan kirjan ja (3.) suunnitella esimerkkikirjalle uudet, houkuttelevammat kannet.

Insinööriyön toimeksiantaja on Suomen Madridin-instituutti (Instituto Iberoamericano de Finlandia), joka on iberialais-amerikkalaisen säätiön vuonna 1996 perustama ja ylläpitämä voittoa tavoittelematon kulttuuri- ja tiedeinstituutti. Instituutti perustettiin yhteistyössä Madridin Complutence-yliopiston kanssa, ja sen virallinen toimipiste sijaitsee Complutence-yliopiston filologisen tiedekunnan tiloissa. Instituutilla on myös toimisto- ja näyttelytilat sekä kirjasto Madridin keskusta-alueella. (Säätiön historia 2016.)

### Toiminta

Instituutin toiminta kattaa koko espanjan- ja portugalinkielisen maailman, eli Pyreneiden niemimaan, Latalaisen Amerikan sekä ne Afrikan ja Aasian maat, joissa puhutaan espanjaa ja portugalia. Instituutilla on pysyvä edustaja yhdeksässä eri maassa laaja-alaisen toiminnan mahdollistamiseksi. (Tavoite- ja toimintasuunnitelma vuodelle 2016, 2015.)

Instituutin tehtävänä on viedä suomalaista kulttuuria espanjan- ja portugalinkielisiin maihin toteuttamalla tapahtumia, näyttelyitä ja erinäköisiä tilaisuuksia, joiden keskiössä ovat Suomi ja sen kulttuuri ja ihmiset. Toinen tehtävä on ylläpitää ja edistää kulttuuri-, tiede- ja talouskontakteja Suomen ja espanjan- ja portugalinkielisen maailman välillä. (Tavoite- ja toimintasuunnitelma vuodelle 2016, 2015.)

### Julkaisut

Suomen Madridin-instituutti on julkaissut vuosina 1998–2010 kymmenen julkaisua, jotka kuuluvat instituutin omaan julkaisusarjaan Acta Ibero-Americana Fennicaan. Teokset ovat tiedekirjoja, joita instituutti on julkaissut espanjan ja suomen kielellä tukemaan suomalaista tutkimus- ja tiedetoimintaa. Instituutilla on myös muutama verkkojulkaisu, ja lisäksi se tukee muiden teosten, joiden aiheet liittyvät instituutin tavoitteisiin, julkaisua ja tiedotusta. (Julkaisut 2016.)

## 2 Tiedekirjallisuus

Kirjallisuus on jaoteltu eri lajeihin. Koko kirjallisuus lajitellaan ensin tietokirjallisuuteen (non-fiction) ja kaunokirjallisuuteen (fiction), ja nämä kaksi jakautuvat vielä tarkempiin alalajeihin. Tiedekirjat kuuluvat Suomen tietokirjailijat Ry:n mukaan tietokirjallisuuden alalajiin. (Tietokirjallisuuden lajit 2017.)

### 2.1 Tiedekirja

Suomalaisen Kirjallisuuden Seura on hyvin määritellyt tiedekirjan ominaisuudet. Tiedekirja on tutkimuskirjallisuutta, joka tuottaa uutta informaatiota. Tiedekirjan kirjoittaminen vaatii, että tutkija tai tutkijaryhmä tutkii spesifiä aihetta, löytää uutta informaatiota ja kirjoittaa tästä aiheesta syvällistä tietoa koostavan kirjan. Tämä on raskasta kirjallisuutta, jossa yleensä ei kerrata taustatietoja ja jonka sisältö on tiukasti rajattua ja yksityiskohtaista tuoretta tietoa. Tiedekirjoja luetaan yleensä ammatin vuoksi, ja siksi sen lukijakunta on suppea: se koostuu muista samasta aiheesta kiinnostuneista tutkijoista. (Rajala 2013.)

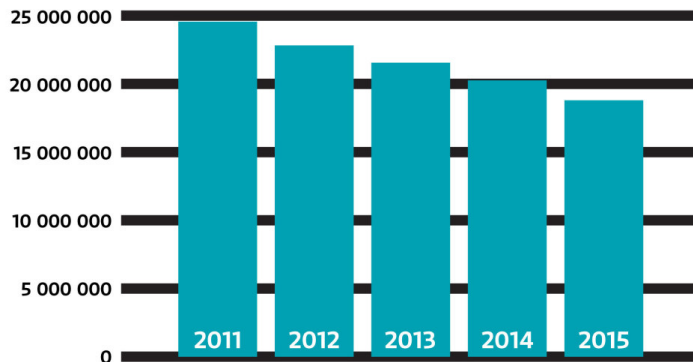
Rajalan mukaan tiedekirjoja otetaan myyntiin vain pieni valikoima kirjakauppoihin, sillä niiden kannattavuus on myös hyvin pieni, kun ottaa huomioon niiden lukijakunnan. Tämän takia niiden markkinoinnissa ja myynnissä on kaikista tärkeintä saatavuus ja se, että kirjoista osataan viestiä niiden oikealle yleisölle. Tähän rooliin tärkeimpänä kanavana toimii internet, jota kautta saadaan tavoitettua oikea ryhmä ja kartoitettua kirjan saatavuus erilaisten verkkokauppojen ja kirjastojen sivuilta. (Rajala 2013.)

### 2.2 Myyntitilastot

Digitalisoitumisen, internetin ja e-kirjojen menestymisen myötä maailmalla on kohistuttu siitä, että painettujen kirjojen aika on ohi. Painettujen kirjojen myynti maailmalla näyttää kuitenkin alkavan elpyä suosittujen aikuisille tarkoitettujen värikkökirjojen ja kaunokirjallisuuden suosikkiromaanien ilmestyttyä kirjakauppoihin. (Furness 2016.)

Suomessa kirjojen myynti on myös ollut vuodesta 2010 tasaisessa laskussa vuoteen 2015 asti (ks. kuva 1). Tilastotietojen perusteella voidaan sanoa, että lasten- ja nuor-

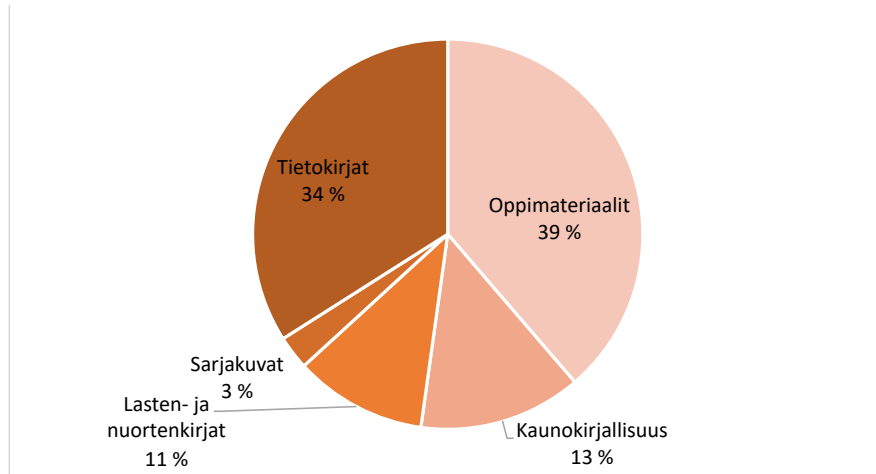
tenkirjojen myynti on ollut melko tasaista vuosien varrella, kun taas tietokirjojen myyntin määrä on jatkuvasti laskenut (ellei oteta huomioon vuoden 2015 kasvua, joka johtui aikuisille tarkoitettujen värityskirjojen hetkellisestä suosiosta). Vuonna 2016 monet lehdet uutisoivat painettujen kirjojen myyntien tasaisesta laskusta, mutta samalla muistutetaan toivosta, painetun kirjallisuuden suosion elpymisestä, joka tulee syrjäyttämään sähköiset e-kirjat. (Gustafsson 2017.)



Kuva 1. Suomen painettujen kirjojen kokonaismyynti (kpl) vuosina 2010–2015 (Lehtola & Puttonen 2016).

Suomen Kustannusyhdistyksen tekemät kirjallisuuden myyntitilastot (ks. kuva 2) osoittavat, että toiseksi myydyin kirjallisuuslaji vuonna 2016 olivat tietokirjat. Tietokirjoihin luetaan kuuluvaksi myös tiedekirjat, mutta valitettavasti tiedekirjojen osuutta tietokirjojen myynnistä ei löydy. Vuonna 2016 tietokirjojen osuus myynnistä oli 34 prosenttia, josta minimaalinen osuus kuuluu tiedekirjoille. (Kirjojen tuotanto- ja myyntitilastot 2018) Tämä johtuu siitä, että tiedekirjojen lukijakunta on hyvin pieni, jolloin tiedekirjoja myös painetaan hyvin vähän. Kustannustoimittaja Aino Rajala toteaaikin artikkelissaan, että tiedekirjoja ei paineta kannattavuuden vaan enemmänkin tärkeän sisältönsä takia (Rajala 2013).





Kuva 2. Suomen kirjamyynnin jakautuminen kirjallisuuslajeittain vuonna 2016 (Kirjojen tuotanto- ja myyntitilastot 2018).

### 2.3 Menestystekijät

Keskisuomalainen-lehdessä ilmestyneessä artikkelissa Anne Lius-Liimatainen kirjoittaa, mitkä neljä tekijää vaikuttavat kirjan ostopäätökseen. Artikkelissa käydään läpi Suomen Kustannusyhdistyksen tekemän kyselyn vastauksia, joiden perusteella todettiin neljän tärkeimmän tekijän olevan tärkeimmästä lähtien: aihe, kirjailijan tunnettuus, julkisuus ja palkinnot sekä kansi. (Lius-Liimatainen 2013.)

Artikkelin mukaan jopa esikoiskirjailijan teos voidaan myydä loppuun, jos vain tarina on mielenkiintoinen ja mukaansatempaava. Aihe, juoni ja tarina ovat syy, miksi kirjaan tartutaan, se avataan, siihen hukutaan ja se luetaan loppuun. (Lius-Liimatainen 2013.)

Kirjailijan tunnettuus on toiseksi tärkein syy ostopäätökseen. Kirjailijoilla on tietty tapa kertoa tarinaa, ja se, että aikaisempi teos on koskettanut lukijaa, saa se hänet ostamaan ja kokeilemaan seuraavaakin teosta. (Lius-Liimatainen 2013.)

Vaikka lukijoita on erilaisia ja kaikilla on omat mieltymyksensä, kirjan saama julkisuus ja sen saamat palkinnot paljastavat kirjassa olevan jotain lukemisen arvoista. Tämä tekijä kiinnostaa lukijoita selvittämään, miksi kirjasta puhutaan niin paljon, ja sehän selviää kirjan avaamalla ja lukemalla. (Lius-Liimatainen 2013.)

Neljänneksi syyksi kysely paljastaa kiinnostavat ja puhuttelevat kannet. Vaikkakaan hyvät kannet eivät takaa menestystä, ne kertovat tyylilajista ja antavat ostajalle ensivaikutelman kirjan aiheesta ja voivat jopa estää täydellisen epäonnistumisen. (Lius-Liimatainen 2013.)

#### Vuoden tiedekirja

Tieteellisten seurain valtuuskunta palkitsee joka vuosi Vuoden tiedekirja –palkinto yhden ansiokkaan kirjan ja sen tekijän tai tekijät tuodakseen enemmän julki tutkimuskirjallisuutta. Kirjaehdokkaista arvioidaan erityisesti lähdeviitteitä, aiheen rajausta sekä käsiteltävien kysymyksiä, käytettyjä menetelmiä ja taustalla olevien ajatusten esiin tuomista. Vuoden Tiedekirja 2016 – palkinto myönnettiin Marjo Laitalalle ja Vesa Puuroselle teoksesta, joka synnyttäisi yhteiskunnallista ajattelua ja saisi lukijan ajattelemaan uudella tavalla: *Yhteiskunnan tahra? Koulukotien kasvattien vaietut kokemukset (Vastapaino)*. (Vuoden tiedekirja 2017.)

#### 2.4 Kirjamyyntiin vaikuttavat tekijät

Kirjan tie lukijan luo on pitkä, ja siihen vaikuttaa moni tekijä. Yksi kirjamyynnin vaihteluihin vaikuttava tekijä on kirjojen saatavuus, johon vaikuttaa vahvasti kirjan aihe. Moni kirja jää kokonaan painamatta, jos aihe ei ole tarpeeksi kiinnostava menestyäkseen ennakkomyynissä, joka on vuosittain kustantajien ja kauppojen välillä käyty optio-kauppa. Mielenkiintoinen aihe tuo menestystä ennakkomyynissä ja takaa idean painamisen useaksi kirjaksi. Kiinnostava aihe toimii myös valttikorttina markkinoinnissa: se takaa huomion ja näkyvyyden kaupoissa ja mediassa. (Hiidensalo 2016.)

Kun kirja on painettu, sen tulee löytää lukijansa toimivan markkinoinnin avulla. Markkinointi on toinen kirjamyyntiin vaikuttava tekijä. Kirjamessut, kirjailijatapaamiset, kirja-kerhot, mainokset, brändäys, saadut kirjapalkinnot ja positiiviset kirja-arvioinnit ovat esimerkkejä markkinointikeinoista, joiden avulla kirja saadaan nostettua esille ja puheenaiheeksi. (Makkonen 2004: 295–316.)

Niin kuin aikaisemmin todettiin, yksi markkinointiin vaikuttava tekijä on kirjan aihe. Mielenkiintoinen aihe tekee markkinoinnista helpompaa, sillä se itsessään jo vetää lukijoita puoleensa. Toinen markkinointiin vaikuttava tekijä on raha. Taloudellinen tilanne vaikut-

taa siihen, miten paljon panostetaan markkinointiin ja sen budjettiin. (Makkonen 2004: 295–316.)

Maailman taloudellinen tilanne on kolmas kirjamyyntiin vaikuttava tekijä (Kirjamyynni putosi kolmatta vuotta peräkkäin 2015). Hyvä taloudellinen tilanne takaa sen, että kirjoja painetaan enemmän, mikä parantaa kirjan saatavuutta, markkinointiin panostetaan, mikä vaikuttaa siihen, että lukijat saavat kirjasta tietoa ja heillä on varaa ostaa se eli kirjan hinta vastaa ostajien odotuksia.

Neljäs kirjamyyntiin vaikuttava tekijä on samankaltaisen tiedon löytäminen ilmaiseksi muualta (Ekholm & Repo 2010: 113–115). Kirjastoista ja internetistä voi löytää saman kirjan tai samankaltaista tietoa ilmaiseksi, ja se, ostaako lukija kirjan vai ei, riippuu kaikesta edellä mainituista tekijöistä.

### **3 Kirjan ulkoasu**

Kirjagrafiikka jaetaan kahteen kategoriaan, joita yleensä työstetään toisistaan erillään, kansisuunnitteluun ja sisällön ulkoasun suunnitteluun. Sisällön taitossa työstetään kirjan sisäsivuja, typografiaa sekä tekstien ja kuvien sommittelua sivuilla, mikä on erittäin tärkeätä itse kirjan lukemisen kannalta. Tässä insinööriyössä perehdytään, toimeksiantajan pyynnöstä, vain kirjan kansisuunnitteluun.

Kirjan kansien tärkeys on kasvanut kirjamyynnin laskun myötä. Kirjatarjonta on laaja ja kilpailu on kova, joten kirjan tulee houkutella asiakasta kaikin tavoin. Kirjan kansilta vaaditaan, että ne erottuvat joukosta ja herättävät ostajan huomion, jotta kirja päätyisi kaupan hyllyltä ostoskoriin. (Gustafsson 2016.)

Tässä luvussa käydään läpi kirjan kansien, ulkoasun, tärkeyttä asiakkaan silmin sekä kirjan kansien suunnittelutyötä. Selvitetään, miten kansia aletaan suunnitella ja mitkä tekijät siihen vaikuttava. Teksti avaa kirjagraafikon työtä ja luo pohjan hyvien kansien suunnitteluun.

### 3.1 Graafinen suunnittelu

Mitä tarkoittaa ”graafinen suunnittelu”? Tässä luvussa avataan graafisen suunnittelun määrittelyä ja tärkeyttä sekä pyritään selvittämään graafisessa suunnittelussa käytetyt elementit ja niiden vaikutusta. Vastaus kysymykseen saadaan erilaisten lähteiden avulla. Lopullinen vastaus toimii pohjana kirjan kannen onnistuneelle graafiselle suunnittelulle.

Graafisessa suunnittelussa on kyse työstä jollekin toimeksiantajalle. Graafinen suunnittelu on muun muassa painotuotteen suunnittelua (kirja, lehti, pakkaustuote, juliste, yms.), mainonnan suunnittelua, logoja, kuvituksia, sähköisten medioiden ulkoasujen suunnittelua, yms. Graafisen suunnittelun lopullisia töitä voi nähdä kaduilla, kotona, töissä, niitä ovat kaikki meitä ympäröivät viestit ja niiden ulkoasut, kuten liikennemerkit, hintalaput, yritysten nimet, katumainokset, internetsivut, ruokapakkauksen jne. (Graafinen suunnittelu pähkinänkuoressa 2015.)

Graafinen.com on julkaissut artikkelin, jossa selvennetään graafista suunnittelua. Artikkelin mukaan graafinen suunnittelu on visuaalista viestintää, jonka tarkoituksena on auttaa yleisöä ymmärtämään tämä viesti. Se niin sanotusti antaa ulkoasun viestille. (Graafinen suunnittelu pähkinänkuoressa 2015.)

Hyvällä graafisella suunnittelijalla on taito luoda visuaalinen viesti. Tähän vaaditaan luovuutta, artistisuutta, ongelmanratkaisukykyä, visuaalisten suhteiden ymmärrystä sekä erilaisten työkalujen ja koneiden käytön hallitsemista. ”Graafinen suunnittelija” on yleisnimike graafisen suunnittelutyön tekijälle, mutta työelämässä on myös muita ammattinimikkeitä jotka riippuen siitä, mihin graafinen suunnittelutyö painottuu/erikoistuu, esimerkiksi AD (Art Director, hallitsee asiakkuuksien ja projektien visuaalista ilmettä), kuvittaja, taittaja (suunnittelee ja taittaa kirjoja, lehtiä ja esitteitä), web designer (verkkosuunnittelija), senior designer (kokeneempi tekijä, kuin AD) ja tuotanto-AD (toimii AD:n alaisuudessa ja vastaa tuotannollisesta puolesta). (Graafinen suunnittelu pähkinänkuoressa 2015.)

#### Suunnitteluprosessi

Suunnitteluprosessi alkaa tutustumalla tuotteeseen, jolle luodaan graafinen kokonaisuus, sekä kohderyhmään, jonka huomio on tarkoitus herättää graafisella kokonai-

suudella. Tuotteesta tulee saada hyvä ja selkä kuva siitä, mitä se haluaa viestiä kohderyhmälle. Kohderyhmästä tulee selvittää, mitä se odottaa tuotteelta ja sen visuaaliselta ilmeeltä. Suunnitteluprosessin alkuvaiheessa tulee ottaa huomioon myös budjetti, aikataulut sekä resurssit, kuten ohjelmat, materiaalit, tekijät ja tavat, joita on käytettävissä. (Koskinen 2010: 16.)

Sen jälkeen, kun on selvitetty budjetti, aikataulut, resurssit, kohderyhmän odotukset ja viesti, joka halutaan antaa, voidaan alkaa tarkastella erilaisia graafisia elementtejä ja niiden käyttöä. Graafiset elementit yhdistetään eri tavoin ja graafisesta kokonaisuudesta saadaan aikaan yksi tai useampia luonnoksia, jotka yhdistävät tuotteen viestimän viestin ja kohderyhmän odotukset.

Useista luonnoksista valitaan lopulta yksi, jota voidaan muokata tarvittaessa ja, josta tehdään lopullinen versio.

#### Graafisen suunnittelun elementit

Graafisen suunnittelun päätavoite on auttaa katsojaa ymmärtämään haluttu viesti hyvin ja helposti. Graafinen suunnittelu sisältää myös muita tavoitteita, joiden tehtävä on tukea ja auttaa saavuttamaan graafisen suunnittelun päätavoite. Nämä ovat lisäarvon luominen, tekstin tukeminen kuvien avulla, informatiivisuus sekä suunnittelussa käytettyjen graafisten elementtien järjestäminen ja sommittelu. (Benyamina 2016.)

Graafisessa suunnittelussa käytettyjen elementtien tulisi tukea toinen toistaan, olla hierarkkisesti järjestetty sekä olla tasapainossa toistensa kanssa. Tärkeimmät elementit voidaan jakaa seitsemään osa-alueeseen, jotka esitellään seuraavaksi (The 7 elements of good graphic design 2015).

#### Linjat

Linjat ovat graafisen suunnittelun tärkein peruselementti. Yksinkertaisesti: linja on yhteys kahden pisteen välillä. Linjat ovat käytännöllisiä erottamaan, yhdistämään ja korostamaan muita elementtejä, ne ohjaavat katsetta toivottuun suuntaan sekä luovat tekstiä, liikettä ja tunnetta suunnittelulle. (Taheri 2016.)

Linjat voivat olla eri värisiä, kokoisia, suuntaisia ja muotoisia (ks. kuva 3).



Kuva 3. Esimerkkejä linjoista (Gillis 2003).

### Muodot

Eri muodot, geometriset, luonnolliset tai abstraktit, luovat linjojen tavoin liikettä. Muodot ovat yhdistettyjä linjoja, joita käytetään korostamaan suunnitelman eri osa-alueita. Ne voivat olla eri värisiä, muotoisia, kokoisia tai tekstuurisia. (Taheri 2016.)

### Koko

Graafisessa suunnittelussa kokomuunnoksia käytetään ilmaisemaan tärkeyttä eli hierarkkista järjestystä, herättämään huomiota sekä luomaan kontrastia eri elementtien välillä. Mitä isompi koko, sitä tärkeämpi elementti. (Taheri 2016.)

## Värit

Värejä voidaan pitää yhtenä tärkeimmistä suunnittelun elementeistä niiden visuaalisesti tehokkaan ominaisuuden takia. Värejä ei voi olla huomaamatta, ja toisin kuin linjat tai muodot, värit vaikuttavat suoraan ihmismieleen ja luovat eri tunnetiloja. Tutkimusten mukaan sininen väri rauhoittaa ja punainen saa kiihkeäksi, ja esimerkiksi ihmisellä, joka viettää enemmän aikaa punaisissa tiloissa, on korkeampi pulssi kuin sinisessä ympäristössä aikaa viettävällä. Punaisen värin luoman vaikutuksen takia sitä myös yleensä käytetään varoittavana värinä. (Vasile 2017.)

Värejä voi käyttää yksinään taustalle, niitä voi käyttää muissa elementeissä, kuten muodoissa, tekstissä tai linjoissa, sekä niitä voi yhdistellä keskenään luomaan suuremman vaikutuksen ja kontrastin eri elementtien välillä. (Vasile 2017.)

## Tekstuuri

Erilaisia tekstuureja voidaan käyttää värien tavoin täyttämään jokin tila. Ne voivat usein jopa vaikuttaa pelkältä taustaväritä, mutta tarkemmin katsottuna niistä voi huomata pieniä erilaisuuksia, kuten muotoja, kuvioita, viivoja ja väriyhdistelmiä. Ihmismieli yhdistää erilaiset tekstuurit eri asioihin, kuten aikakausiin tai materiaaleihin. Eri tekstuurit luovat myös erilaisen ilmeen suunnitelmalle tuomalla siihen syvyyttä ja kolmiulotteisuutta. (Taheri 2016.)

## Valoisuusarvo

Valoisuusarvo on se voimakkuus, miltä vaaleat ja tummat alueet vaikuttavat suunnitelmassa, miten tumma tai vaalea suunnitelma on. Tämä arvo kattaa koko asteikon tummimmasta mustasta vaaleimpaan valkoiseen, ja oikein käytettynä se luo kontrastia, syvyyttä ja painoa. (The 7 elements of good graphic design 2015.)

## Avaruus

Avaruus on alue muiden elementtien ympärillä. Yleensä se määritellään valkoiseksi jätettynä alueena, mutta sillä tarkoitetaan myös mitä tahansa aluetta, johon on jätetty suunnitelmassa käytettyä taustaa tai taustaväriä. Avaruutta käytetään erottamaan tai

yhdistämään eri elementtejä sekä vaikuttamaan siihen, miten ihmissilmä näkee suunnitelman. (Vasile 2017.)

Avaruus ohjaa silmää, antaa sen levätä, helpottaa lukemista sekä erottaa muita elementtejä. Jos suunnitelmassa on paljon avaruutta, se luo valoisan ja avoimen tunteen, kun taas suunnitelma, joka on täyteen ahdettu elementeillä, joiden väliin ei ole jätetty avaruutta, tuntuu tunkkaiselta ja tukkoiselta. (Vasile 2017.)

### 3.2 Kirjan kannet

Kannet ovat kirjan myyntipakkaus, joka suojaa sivuja ja helpottaa kirjan kuljettamista ja säilyttämistä, mutta lisäksi se toimii kirjan markkinointivälineenä, joka erottaa sen massasta ja informoi genrestä.

Tässä luvussa tarkastellaan kansien ominaisuuksia pintaa syvemältä, kuljettamis- ja säilyttämisominaisuuksia pidemmälle, kuten ”minkälaiset ovat hyvät kirjan kannet?” ja ”mitä kansien tulee viestiä ja kenelle?”.

#### Ominaisuudet

”Kansi on ikään kuin tiivistys kirjasta. Sen pitää kertoa sisällöstä ja herättää lukijan kiinnostus tekstiä kohtaan” – Anna Lehtonen, Otavan päägraafikko

Ylen artikkelissa haastatellaan Otavan päägraafikkoa, Anna Lehtosta, joka kertoo kirjan kansien suunnittelutyöstä. Artikkelin mukaan kansien ominaisuuksiin kuuluu tunteiden ja huomion herättäminen, oman kirjallisuusgenren ja mahdollisen kirjasarjan tukeminen sekä trendien seuraaminen. Kannen tulee huomion herättämisen jälkeen informoida tai vihjata lukijalle, mistä kirjassa on kyse, mitä genreä se edustaa ja kuuluuko se johonkin kirjajatkumoon. Lisäksi sen tulee olla ajan tasalla trendien kanssa. (Gustafsson 2016)

Lehtonen avaa näitä ominaisuuksia ja sanoo, että pahinta, mitä voisi tapahtua on, että kansi jättää aivan kylmäksi eikä siis herätä katsojassa mitään tunteita. Kansiin kohdistuu paljon paineita, ja siksi usein bestseller-kansien suunnittelutyössä on mukana sekä markkinointiosasto että iso ideointitiimi ideoimassa sen ulkoasua, jotta vältyttäisiin pahimmalta tilanteelta. (Gustafsson 2016.)



Artikkelissa kerrotaan tekijöistä, jotka nykyään vaikuttavat kansien ”ajantasaisuuteen”. Yksi tekijä on tyyli. Aikaisemmin vallalla ollut minimalistinen tyyli on jäänyt syrjään värikkäiden ja runsaiden kansien tieltä, kun meneillään oleva trendi, ”käsintekemisen trendi”, otti vallan. Nykyisessä käsintekemisen trendissä kansissa suositaan piirrettyjä kuvia ja käsinkirjoitettua tekstiä, jotka vaativat huomiota lukijalta. Toinen tekijä on digitalisoituminen ja kirjojen myynti verkkokaupoissa. Suunnittelutyössä on otettava huomioon, että verkkokaupan sivuilla näkyvien kansien kuvien on erotuttava muista näytöltä näkyvistä ”postimerkin kokoisista” kuvista. (Gustafsson 2016.)

Kansien yhteyttä kirjan genreen käy läpi myös kirjagraafikko Emmi Kyytsönen haastattelussa, jossa hän kuvailee kirjan ulkoasun vaikutusta siihen, miten lukija luokittelee teosta mielessään: ”Jos kirjan sisältö on vakava, lukijaa ei saisi kosiskella liian kauniilla kannella, joka antaa viihteellisen vaikutelman. Kauniskin kansi on virhe, jos se ei vastaa kirjan sisältöä”. Sen, onko kyseessä draama-, jännitys- tai vaikkapa rakkausromaanin, tulisi tulla ilmi kirjan kannessa. Kansien suhde tekstiin on elintärkeä, niin lukijalle, graafikolle kuin kirjailijallekin. (Haastattelussa kirjagraafikko Emmi Kyytsönen: Kirjan kansikuva on tulkinta ja myyntipakkaus 2011.)

#### Kansimateriaalit

Kirjat voidaan jakaa niiden sidosasun perusteella kahteen ryhmään: nidottuihin ja sidottuihin.

Nidotuissa eli pehmeäkantisissa kirjoissa päällystetty tai päällystämätön kartonki liimataan selästä nidottujen arkkien päälle ja leikataan arkkien kokoiseksi (Makkonen 2004: 255, 257).

Sidotut eli kovakantiset kirjat ovat kalliimpia toteuttaa niissä käytettyjen materiaalien ja menetelmien takia. Sidotuissa kirjoissa sivut ovat langalla sidottuja ja kannet ovat pahoja. Kansipahvien paksuus riippuu kirjan käyttötarkoituksesta ja formaatista ja vaihtelee välillä 1,5–3 mm. Kansien yli liimataan ylivetomateriaali, joka on yleensä paperia, muovia, kangasta tai nahkaa, minkä jälkeen kansipahvit liimataan esilehtiin. Sidottujen kansien ulkoasun viimeistelee päänauha, joka tulee selän ja arkkien liitoskohdan ylä- ja alareunaan. Tämä piilottaa liiman näkyvistä, ja väri tuo kauniin lisän kirjan kokonaisuuteen. (Makkonen 2004: 253–256.)

Perinteisin tapa painaa ylivetomateriaali on foliointi, jossa selkäteksteistä tehdään laatat ja painatus tehdään foliointilaitteella. Ylivetokansien suunnitteluun ja painoon panostetaan enemmän, kun kirjaan ei tehdä suojakantta. Suojakansi suojaa ylivetomateriaalia ja mainostaa kirjaa. Se on yleensä paperia, ja se painetaan nelivärisenä. (Makkonen 2004: 253–256.)

Kirjan suojakansi voi olla päällystettyä tai päällystämätöntä, aivan niin kuin nidotuissa kirjoissa. Päällystämätön paperi käytetään sellaisenaan ilman lakkaa, tai sitä voidaan suojata vesipohjaisella lakalla. Päällystetty paperi on pintakäsitelty vesilakalla, UV-lakalla tai laminoinnilla. (Makkonen 2004: 257.)

### Formaatti

Kirjan koko, eli formaatti, riippuu sisällön laajuudesta eli tekstin ja kuvien määrästä sekä kirjan käyttötarkoituksesta. Mitään ihanteellista kokoa ei ole, sillä isokokoinen ja ohut kirja saattaa olla tarkoitukseen aivan yhtä hyvä kuin pienikokoinen ja paksu kirja omaan tarkoitukseensa. Lastenkirjat, joissa on isoja kuvia ja tekstejä, tehdään yleensä isompiin formaatteihin kuin esimerkiksi pelkkää tekstiä sisältävät romaanit, sillä näiden käyttötarkoitus on eri. (Makkonen 2004: 256–257)

Kirjan formaatti riippuu vahvasti myös käytettävissä olevista resursseista ja budjetista. Käytettävissä olevat painokoneet ja paperilaadut asettavat rajoituksia kirjan koolle, sillä eri koneet ja paperilaadut ovat erihintaisia. Esimerkiksi arkkikoneella painaminen on kalliimpaa kuin rotaatiokoneella painaminen, päällystämättömään paperiin painaminen on halvempaa kuin päällystettyyn ja värillisten kirjojen painaminen kalliimpaa kuin mustavalkoisten. (Makkonen 2004: 257.)

Seuraavassa on Painotalo Casper Oy:n tilastoja:

- Värillisen kirjan kustannukset ovat 25–35 % korkeammat kuin mustavalkoisen.
- Kovakantinen kirja on valmistuskustannuksiltaan 30–40 % kalliimpi kuin pehmeäkantinen.
- Kannen laminointi tai lakkaus nostaa kustannuksia 130–200 euroa. (Pieni opas kirjan painamiseen 2015.)

## Sarjoittaminen

Sarjoittaminen eli eri kirjojen yhdistäminen yhdeksi sarjaksi tehdään kansien avulla. Sarjoittaminen helpottaa kohderyhmää löytämään kirjan nopeammin ja takaa laadun jatkuvuutta. Yleensä tämä tarkoittaa myös sitä, että sisuksen taitto ja sidosasu pysyvät samana. (Makkonen 2004: 258.)

Ensimmäiseksi sarjalle suunnitellaan sarjatunnus, eli logo tai merkki, joka näkyy sarjaan kuuluvien kirjojen kansissa, sekä tunnuslause, jota käytetään kannessa ja mainonnassa. Seuraavaksi suunnitellaan sarja-asu. Sarjan ulkoasu riippuu formaatin valinnasta, materiaaleista ja kansiratkaisuista. Se voi olla hyvin sitova, jolloin sarjan kirjojen kannet ovat samanlaisia, pieniä yksityiskohtia lukuun ottamatta, kuten otsikon tai värien muutokset. Sarja-asu saattaa olla myös hyvin väljä, jolloin samaan perheeseen kuuluvien kirjojen ulkoasut vaihtelevat hyvinkin paljon ja muistuttavat vain väljästi toisiinsa. (Makkonen 2004: 258.)

## ISBN-tunnus

ISBN (International Standard Book Number) on teoksen kansainvälinen standardinumero. Julkiseen käyttöön tarkoitetut julkaisut, jotka ovat kirjan kaltaisia ja sisällöltään pysyviä, saavat oman ISBN-tunnuksen, jolla julkaisu identifioidaan koko sen elinkaaren aikana. ISBN-tunnusta käytetään muun muassa varastoseurannassa, laskutuksessa, luetteloissa, tilastoinnissa sekä tilaus- ja lainausjärjestelmissä. (Makkonen 2004: 332.)

## Hyvä kansi

Hyvä kansi riippuu siitä, sopiiko se kirjaan vai ei. Niin kuin Otavan päägraafikko Anna Lehtonen kirjoitti, kannen ei tarvitse aina olla kaunis ollakseen hyvä, sillä myös ”ruma” kansi voi olla onnistunut, jos se vain sopii kyseiseen kirjaan. Hyvän kannen tulee herättää tunteita, jatkaa Lehtonen, sen pitää herättää huomiota, viekoitella, hurmata, informoida, olla kirjailijan ja kirjan näköinen sekä tärkeimpänä herättää myönteinen kiinnostus ja omistamisenhalu kirjaa kohtaan. Kirjan lukuprosessin aikana lukija palaa jatkuvasti kansiin uudestaan, niitä avataan ja suljetaan ja niistä etsitään ja löydetään uusia merkityksiä sitä mukaa, kuin lukuprosessi edistyy. (Makkonen 2004: 258–259.)

Hyvä kansi on tehokas viestintäväline, joka kuvastaa teosta ja kirjailijaa, vetoaa lukijaan ja on ilo katsella omassa kirjahyllyssä.

### 3.3 Kansien graafinen suunnittelu

”Kirjan kannet taas ovat kuin vaatteet. Ne pukevat kirjan. Eri maissa ja eri painoksissa samalla kirjalla voi olla eri kansi.” – Jussi Karjalainen, graafikko

Jussi Karjalainen tukee Kyytsösen ja Lehtosen ajatuksia kannen ominaisuuksista: kannen tehtäviin kuuluu herättää huomio, että lukija ottaa sen käteensä, lukee takatekstin ja mahdollisesti ostaa kirjan, koska haluaa lukea sen. Kansi on myös lukuohje, kertoo Karjalainen haastattelussa: ”jos kirja näyttää dekkarilta, lukija lukee sitä dekkarina”. (Berner 2016.)

Kirjan kannen suunnittelutyölle ei ole tarkkaan määriteltyä ohjetta, jota toistamalla saisi aina aikaan onnistuneet ja menestyneet kannet, sillä kaikki kirjat ovat erilaisia ja yksilöllisiä. Se, mikä toimii yhdelle kirjalle, ei välttämättä toimi toiselle.

Tietokirjan suunnittelutyö alkaa Gaudeamuksen graafikon Jukka Aallon mukaan tutustumalla kirjan ensimmäisiin sivuihin: sisällysluetteloon ja johdantolukuun. Ne kertovat suunnittelijalle, mistä kirja kertoo, mikä on kirjan viesti ja kenelle se on tarkoitettu. (Graafikkovieras: Jukka Aalto tietää myös tyhjän tilan arvon 2009.) Myös Saara Golombek kirjoitti Emmi Kyytsösen puheenvuorosta BoD:n omakustantajapäivässä: ”Tärkeintä on, että kansi *sopii kirjaan*. Kannen suunnittelu lähtee siis aina siitä, minkälainen kirja on kyseessä.” (Golombek 2017.)

Tutustuminen kirjan viestiin ja sen lukijakuntaan auttaa suunnittelutyössä. Aikaisemmin jo käytiin läpi kirjan viestin tärkeyttä: kansien tulee viestiä kirjan tunnelmasta ja lajityypistä. Lisäksi on hyvin tärkeä tutustua lukijakuntaan ja siihen, mitä lukijat etsivät: tietoa ja voimaa, rakkautta ja himoa, murhaa ja kostoja? Perehtyminen lukijakuntaan ja siihen, mikä lukijoita motivoi, kannustaa ja liikuttaa, auttaa suunnittelijaa päättämään, minkälaisia väri-, kuva-, typografisia tai sommitelmavaihtoehtoja hänen tulee tehdä kommunikoidakseen kirjan viestiä. (Sabin 2017.)

Aalto kertoo suunnittelutyöstä, että joskus ideoiden on annettava itää. Inspiraatio tulee ja menee, ja toisinaan on hyvä työstää enemmän kuin vain yhtä ideaa. Inspiroitumista auttavat deadlinet ja knoppitieto. Tutustumalla ainakin pintapuolisesti kirjan aiheisiin voi löytää mielenkiintoista informaatioita ja yksityiskohtia, jotka tuovat uutta ilmettä kanteen ja sen suunnitelmiin. Lisäksi deadlinet laittavat suunnittelijan aivot töihin ja estävät ajatusten harhailun. (Graafikkovieras: Jukka Aalto tietää myös tyhjän tilan arvon 2009.)

Ideoita työstettäessä käytetään hyväksi graafisia elementtejä. Niitä testataan ja kokeillaan yhdessä ja erikseen. Tarkoitus on löytää yhdistelmä, joka miellyttää niin kustantajaa, kirjailijaa kuin lukijaa. Koskaan ei saa unohtaa, että kannen tulee sopia kirjaan. Kansien vaihtuvien graafisten elementtien lisäksi viivakoodit ja tekniset tiedot tulee suunnitella ja sommitella muuhun graafiseen ilmeeseen sopivaksi. (Graafikkovieras: Jukka Aalto tietää myös tyhjän tilan arvon 2009.)

Huomiota herättävin ohje, jonka Jussi Karjalainen antaa kansien suunnittelutyöhön, on kirjan selkämysten huomioiminen suunnittelussa. Suunnittelijat eivät ota tarpeeksi huomioon sitä, että koska kirjat sijaitsevat kodeissa ja kirjastoissa yleensä hyllyillä, on tärkeätä kiinnittää huomiota myös kirjan selkämysten suunnitteluun, sillä se on se, mitä lopulta katsotaan eniten. (Berner 2016.)

Lopullisen kansisuunnitelman tulee siis kuvata itse teosta. Suunnitelman graafisten ominaisuuksien tulee olla "ajan hermolla", ja koko kokonaisuuden tulee herättää tunteita ja huomiota niin kaupan hyllyillä kuin näytöltä katsottuna. Unohtamatta selkämysten suunnittelun tärkeyttä lopullisten kansien tulee olla esteettisesti kauniita, jotta kirjoja on ilo katsella ja omistaa.

#### **4 Kyselytutkimus tiedekirjojen hankkimisesta**

Jotta voitiin selvittää tarkemmin ostajien ostoskäyttäytymistä tiedekirjoja kohtaan, insinööriyössä laadittiin kyselylomake (liite 1) tiedekirjallisuutta lukevien eli potentiaalisten ostajien täytettäväksi. Kyselyn tavoite oli selvittää tarkemmin taustatietoja potentiaalisista ostajista ja heidän ostoskäyttäytymisestään sekä vastaajien tämänhetkisiä mielipyyksiä erilaisia tiedekirjojen kansia kohtaan.

Seuraavassa käydään ensin läpi kyselyn rakennetta ja kysymysten asettelua, sitten kyselystä saatuja vastauksia ja viimeiseksi johtopäätöksiä.

#### 4.1 Kyselyn suunnittelu

##### Formaatti

Kysely tehtiin sähköisessä muodossa. Kyselylomake lähetettiin täytettäväksi potentiaalisille tiedekirjojen ostajille, jotta ymmärrettäisiin paremmin ostajien ostoskäyttäytymistä tiedekirjoja kohtaan ja kansien vaikutusta ostospäätökseen.

Kyselyn tekemiseen käytettiin Metropolian elomake.metropolia.fi-palvelua, jonka avulla opiskelijat voivat helposti luoda omia e-lomakkeita, joita lähetetään sähköisessä muodossa vastaajille täytettäväksi.

##### Kohderyhmä

Kyselylomake oli suomenkielinen, ja se lähetettiin sähköisesti eri tiedealojen ammattilaisille, jotka lukevat tiedekirjoja ammatikseen tai vapaa-ajalla ja ovat siten potentiaalisia ostajia. Kohderyhmän tuli ymmärtää suomen kieltä, jotta he osasivat vastata suomenkieliseen kyselyyn, mutta kohderyhmän maantieteellisellä sijainnilla ei ollut väliä. Tämä voidaan perustella siten, että eri ammattikunnat matkustavat paljon ja saattavat viettää pitkiäkin aikoja ulkomailla töissä.

##### Määrällinen tutkimus

Kysely oli suurimmaksi osin määrällistä tutkimusta, jossa tutkitaan syy-seuraussuhteita ja etsitään selitystä mahdolliselle ostoskäyttäytymiselle. Määrälliselle tutkimukselle on ominaista objektiivisuus ja mitattavuus sekä tiedon tarkastelu numeerisesti. (Vilka 2007: 14–18.)

Määrällistä tutkimusta tehdessä pyritään saamaan mahdollisimman paljon vastaajia, jotta saadaan mahdollisimman tarkat kohderyhmää kuvaavat arvot. Koska tässä tapauksessa kohderyhmä oli kuitenkin hyvin pieni, myös vastaajien määrä oli suppeahko. (Vilka 2007: 14–18.)

## Rakenne

Kyselylomakkeen ensimmäinen osa (ks. kuva 4) keräsi vastaajien taustatietoja, kuten ikää, sukupuolta ja ammattia. Eri asemassa ja elämäntilanteessa olevat ihmiset, naiset ja miehet, käyttäytyvät eri tavalla, ja tämän takia on tärkeää kerätä tämä tieto myös vastaajilta, joita kohdellaan tässä tapauksessa potentiaalisina ostajina.

**Tiedekirjojen graafinen ulkoasu**  
Tämä lomake on osa insinööritoimistoa, jonka tarkoituksena on kevyesti selvittää tiedekirjojen graafisen ulkoasun vaikutusta myyntitulokuihin.

**Tausta**

Sukupuoli

Mies  
 Nainen

ikä

Ammatti

Kuva 4. Kyselylomakkeen ensimmäinen osa.

Toisessa osassa kyseltiin yleisesti ostoskäyttäytymisestä kirjallisuutta kohtaan (ks. kuva 5). Näin saatiin selville, miten vastaaja yleensä käyttäytyy kirjallisuutta kohtaan: ostako vastaaja lainkaan kirjallisuutta ja jos ostaa, niin kuinka usein, kenelle ja mistä. Nämä ja ensimmäisen osan kysymykset auttoivat profiloimaan vastaajia ja heidän käyttäytymistään.

**Ostoskäyttäytyminen**

Kuinka monta kirjaa uskot ostavasi vuoden aikana? (kpl)

Kenelle ostat yleensä kirjoja?

Vain itselle  
 Vain lahjaksi  
 Enemmän itselle  
 Enemmän lahjaksi  
 Puolet ja puolet

Mistä yleensä ostat kirjoja (voit valita useamman vaihtoehdon)

Kirjakaupat ja kioskit  
 Antikvariaatit ja kirpputorit  
 Internetistä  
 Tavaratalot ja isot ruokakaupat  
 Muu? Mikä?

Kuva 5. Kyselylomakkeen toinen osa.

Kolmannessa osassa tutkittiin tiedekirjojen ostoa (ks. kuva 6): ostaako vastaaja tiedekirjoja lainkaan, kenelle, mistä ja millä perusteella kirja valitaan. Tässä osiossa syvennyttiin jo tarkemmin tiedekirjojen ostoon ja siihen onko kansien estetiikka perustelu kirjojen ostoon vai onko jokin muu tekijä tärkeämpi. Tässä mentiin suoraan asiaan lyhyillä ja selvillä kysymyksillä.

Tiedekirja on tutkimuskirjallisuutta, joka yleensä tutkii tiettyä spesifiä aihetta ja sisältää informatiivista ja syvällistä tietoa aiheesta.

Oletko ostanut viimeisen vuoden aikana tiedekirjoja?

Kyllä       Ei

Jos vastasit edelliseen kysymykseen "kyllä", niin kuinka monta?

Jos vastasit "ei", niin miksi ei:

Kenelle ostat tiedekirjoja?

Vain itselle  
 Vain lahjaksi  
 Enemmän itselle  
 Enemmän lahjaksi  
 Puolet ja puolet

Mistä yleensä ostat tiedekirjoja (voit valita useamman vaihtoehdon)?

Kirjakaupat ja kioskit  
 Antikvariaatit ja kirpputorit  
 Internetistä  
 Tavaratalot ja isot ruokakaupat  
 Muu? Mikä?

Mitkä kolme tärkeintä tekijää vaikuttavat tiedekirjojen ostoon?

<input type="checkbox"/> Hinta	<input type="checkbox"/> Esillepano kaupassa
<input type="checkbox"/> Tarjous- alenhinnat	<input type="checkbox"/> Kirjapalkinnot
<input type="checkbox"/> Kirjailija	<input type="checkbox"/> Sisäsivujen selailu
<input type="checkbox"/> Takakannen selostus	<input type="checkbox"/> Suositukset
<input type="checkbox"/> Kansien ulkonäkö	<input type="checkbox"/> Kirjan nimi
<input type="checkbox"/> Kansien materiaali	<input type="checkbox"/> Aihe
<input type="checkbox"/> Muu? Mikä?	

Oletko joskus jättänyt ostamatta kirjan, koska kannet eivät miellyttäneet?

Kyllä  
 Ei

Tuovatko kauniit kannet mielestäsi lisäarvoa kirjalle?

Kyllä  
 Ei

Kuva 6. Kyselylomakkeen kolmas osa.



Viimeinen osio antoi osviittaa siihen, minkälaiset kannet houkuttelevat ostamaan kirjan (ks. kuva 7). Osiossa esiteltiin kuudet keskenään erilaiset tiedekirjojen kannet ja vastaajan tulee kertoa, minkä kirjan hän ostaisi, jos olisi pitänyt valita vain kannen perusteella ja miksi.

Tarkastele seuraavia kirjojen kansiä ja vastaa kysymyksiin:

Tarkastele seuraavaksi nämä kuusi eri kantta. Mikä herättää eniten huomiota?



**1 Kuvatut kulttuurit**  
Johdatus visuaaliseen antropologiaan  
Toim. Jari Kupiainen ja Liisa Häkkinen



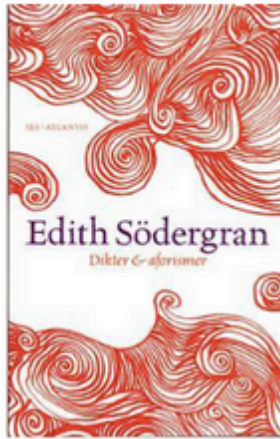
**2 Arkkitehdin pöydässä - miljöitä ja makuja**  
Yhdistää gastronomian ja arkkitehtuurin  
Iris Helkama & Inga Blåfield-Aaltonen



**3 Ruoka-Kalevala**  
Makumuistoja Suomesta. Kokoaa yhteen ruokamuistoja ja -kokemuksia.  
Kirjailija Jani Kaaro



**4 Textos Andinos**  
Khipu-kirjoitusten tutkimusta  
Martti Pärssinen ja Jukka Kiviharju



**5 Dikter och aforismer**  
Kokoelmateos  
Kirjailija Edith Södergran



**6 Yhteiskunnan tahra**  
Koulukotien kasvattien tarinoita  
Marjo Laitala & Vesa Puuronen

Minkä kirjan ostaisit vain kannen perusteella ja miksi? Mikä kiinnitti huomiosi ensimmäisenä kyseisessä kannessa?

Minkä kirjan ostaisit kirjailijan perusteella?

--Valitse tästä--

Minkä kirjan ostaisit aiheen perusteella?

--Valitse tästä--

Tietojen lähetyks

Tallenna

Kiitos kaikille kyselyyn vastanneille!

Kuva 7. Kyselylomakkeen neljäs ja viimeinen osa.

Kirjojen joukossa oli erityylisiä kansia: moderneja, kuvituksilla ja ilman, palkinnon voittaneita, myyntimenestyksiä, yksinkertaisia ja monimutkaisia. Myös insinööriyön esimerkkikirja oli tässä joukossa. Tarkoituksena oli selvittää, minkälaiset kannet kiinnostavat ja mitkä graafiset elementit niille ovat yhteisiä, jotta voitiin päätellä, minkälaiset elementit vetoavat tällä hetkellä. Kyselylomakkeen vastauksia käytettiin hyödyksi esimerkkikirjan uusien kansien suunnittelussa.

Seuraavassa tarkempaa tietoa kyselyssä käytetyistä kirjoista ja syyt niiden valintaan.

1. Kuvatut kulttuurit, Johdatus visuaaliseen antropologiaan  
Kirjan aihe on lähellä esimerkkikirjan aihetta, kulttuuria, ja molempien kansissa on käytetty samanlaista värimaailmaa. Kannet valittiin sen takia, että kuvan ja tekstin sijoittelu ja hierarkia ovat erilaisia verrattuna esimerkkikirjaan. Tarkoituksena oli verrata, voisiko esimerkkikirjaa saada kiinnostavammaksi pienillä muutoksilla ja käyttäen samoja elementtejä.
2. Arkkitehdin pöydässä – miljöitä ja makuja  
Kirja on gastronomiiaa ja arkkitehtuuria yhdistävä teos, jonka kannessa on herkullisen näköinen annos. Kannessa ei ole käytettyä monia elementtejä, se on yksinkertainen ja selkeä ja päätätenä toimii ruoka-annos. Kansi seuraa tämän hetken trendejä.
3. Ruoka-Kalevala  
Tiedekirja-verkkokauppa odottaa teoksesta tämän vuoden tiedekirjojen myyntimenestystä. Kansissa on sininen tausta, ja niissä on käytetty Kalevalan symboliikkaa muistuttavaa logoa. Teoksessa on pyritty välittämään Kalevalan tunnelmaa. Menestyykö kirja pelkkien kansien perusteella? Teos kokoaa yhteen suomalaista ruokaperintöä, aivan niin kuin Kalevala kerää suomalaista kansanperinnettä. Kannen graafiset elementit kopioivat vanhojen kansien tyyliä ja sopivat siten hyvin kirjan aiheeseen. Vetoaako tyyli vastaajiin?
4. Testos Andinos. Corpus de textoskipu incaicos y coloniales  
Insinööriyön esimerkkikirja. Kiinnostavatko kannet lainkaan vastaajia sellaisenaan?
5. Dikter och aforismer  
Teos oli Tiedekirja-verkkokaupan myydyin kirja vuonna 2016. Yhteensä tätä tiedekirjaa myytiin 916 kappaletta vuoden aikana. (Juntunen 2017.) Kirja on edesmenneen suomenruotsalaisen runoilijan kokoelmateos. Kansien kuvituksessa on käytetty pelkästään viivoja luomaan siihen liikettä. Kansien graafisessa suunnittelussa tulee ottaa myös huomioon, miltä kannet näyttävät näytöltä esimerkiksi verkkokaupan kotisivuilla. Tätä teosta tarkastellaan sen suosion takia. Voivatko kannet tuoda menestystä?

## 6. Yhteiskunnan tahra

Tiedekirja-verkkokauppa odottaa teoksesta vuoden 2017 tiedekirjojen myyntimenestystä (Juntunen 2017). Kannet ovat tunteita herättävät ja kuvaavat täydellisesti kirjan aihetta ja sisältöä. Kannen kuva on niin vaikuttava, että lukija voi, lukematta kansien tekstejä, jo ymmärtää kirjan käsittelevän vakavaa aihetta.

## 4.2 Kyselyn tulokset

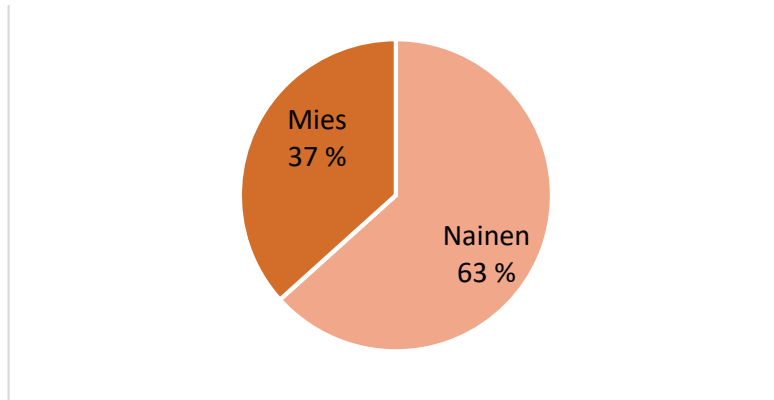
Kyselylomake lähetettiin täytettäväksi kahden eri kanavan kautta Suomen eri yliopistoille, kirjastoille, kirjaseuroille sekä graafisille järjestöille.

Lomake lähetettiin yksityisinä viesteinä sosiaalisen median kanavien ja sähköpostin kautta. Sosiaalisen median tärkeimpänä kanavana toimi Facebook, jonka kautta pystyy lähettämään eri seuroille, instituuteille ja järjestöille suoraan yksityisiä viestejä, joissa pyydetään vastaamaan kyselyyn ja mahdollisuuksien mukaan myös jakamaan linkkiä eteenpäin kohteen jäsenille.

Vastauksia saatiin kahden kuukauden aikana (syys- ja lokakuu 2017) yhteensä 30. Kyselyn vastaajien ikähaarukka oli 26–68 vuotta ja keski-ikä 45,7 vuotta. Vastaajat olivat muun muassa professoreita, opiskelijoita, kääntäjiä, tutkijoita, toimittajia sekä eri alojen päälliköitä, joista 21 ilmoitti ostaneensa tiedekirjoja viimeisen vuoden aikana. Seuraavaksi käydään tarkemmin läpi kyselyn vastauksia.

### Tausta

Vastaajista 11 oli miehiä ja 19 oli naisia (ks. kuva 8). Vastaajien keski-ikä oli 45,7 vuotta (26–68). Vastaajien ammatteja olivat muun muassa yliopettaja, kielenopettaja, professori, asiantuntija, opiskelija, toimittaja, yrittäjä, fyysikko, toimistotyöntekijä, elokuvaa- ja, creative, tutkija, kääntäjä, tuottaja sekä viestintä-, ohjelma- ja asiakkuuspäällikkö.



Kuva 8. Kyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma.

### Ostokäyttäytyminen

Vastaajat arvioivat ostavansa vuoden aikana 0–30 kirjaa. Keskiarvoksi vastaajien arvioille ostettujen kirjojen määrästä saatiin yhteensä 8 (tarkemmin 8,0333) kirjaa vuodessa. Suurin osa vastaajista arvioi ostavansa kirjoja ”puolet ja puolet” eli yhtä paljon itselle kuin lahjaksi toiselle (11 vastaajaa). Toiseksi suurin osa arvioi ostavansa kirjoja enimmäkseen itselleen (10 vastaajaa), kuusi vastaajaa arvioi ostavansa kirjoja vain itselleen, kaksi vastaajaa arvioi ostavansa kirjoja enimmäkseen lahjaksi ja yksi kertoi ostavansa kirjoja ainoastaan lahjaksi.

Kuva 9 esittää vastaajien ostokäyttäytymistä. Vastaajat kertoivat ostavansa suurimman osan kirjoista kirjakaupoista ja kioskeista (26 vastaajaa) ja vähiten tavarataloista ja isoista ruokakaupoista (8 vastaajaa). 19 vastaajaa kertoi ostavansa kirjoja myös internetistä ja 12 antikvariaateista ja kirpputoreilta. Vastaajat, jotka ostivat kirjakaupoista ja kioskeista, vastasivat myös ostavansa muualta kirjoja, vain 4 kertoi keskittävänsä kirjaostot pelkästään kirjakauppoihin ja kioskeihin. 5 vastaajista vastasi ostavansa kirjoja ainoastaan internetistä.

Kirjakaupat ja kioskit	Antikvariaatit ja kirpputorit	Internet	Tavaratalot ja isot ruokakaupat	Muu? Mikä?
X	X			
		X		
		X		
X	X			
X	X			
X			X	
		X		
X		X		
X	X	X		
X	X	X		
		X	X	
X				
X	X			
X				
X			X	
X	X	X	X	
X	X	X	X	
		X	X	
X	X			
X		X		
X	X	X		
		X		
X				
X				
X		X		
X		X		
		X		
X		X		
X	X	X	X	
X	X	X	X	
23	12	19	8	0

Kuva 9. Kyselyyn vastanneiden kirjallisuuden ostopaikat.

#### Ostokäyttäytyminen, kun kyseessä tiedekirjallisuus

Vastaajista 21 kertoi ostaneensa tiedekirjoja viimeisen vuoden aikana 1–25 kappaletta. Ostajien keskiarvo oli viisi tiedekirjaa vuodessa (tarkemmin 5,0476). Yhdeksän vastaajaa kielsi ostaneensa tiedekirjoja viimeisen vuoden aikana, sillä he eivät olleet löytäneet kiinnostavaa tiedekirjaa, tarvittut tiedot oli saatu internetistä etsimällä tai kirjan oli saanut kirjastosta lainaamalla tai työpaikalta.

Lomakkeen perusteella kaikki 30 vastaajaa olivat kuitenkin jossain vaiheessa ostaneet tiedekirjoja, sillä seuraavassa kysymyksessä oli myös vaihtoehto jättää rastittamatta valintaruutu ”Kenelle ostat tiedekirjoja”, johon kuitenkin kaikki ovat vastanneet. Kym-

menen vastaajaa kertoi ostavansa tiedekirjoja enimmäkseen itselleen ja yhdeksän ainoastaan omaan käyttöön. Viisi vastasi ostavansa tiedekirjoja ”puolet ja puolet” eli osittain omaan käyttöön ja osittain lahjaksi. Neljä vastasi ostaneensa tiedekirjoja ainoastaan lahjaksi, ja yksi kertoi ostavansa enemmän lahjaksi kuin omaan käyttöön.

Suurin osa vastaajista kertoi ostavansa tiedekirjoja internetistä tai kirjakaupoista ja kioskeista (ks. kuva 10). Vain kaksi kertoi ostavansa tiedekirjoja internetin ja kirjakauppojen lisäksi myös tavarataloista ja isoista ruokakaupoista ja kuusi antikvariaateista ja kirpputoreilta.

Kirjakaupat ja kioskit	Antikvariaatit ja kirpputorit	Internet	Tavaratalot ja isot ruokakaupat	Muu? Mikä?
x				
		x		
		x		
x				
x	x			
x				
x				
		x		
x		x		
		x		
		x		
x				
x				
x		x		
x	x	x		
x	x	x	x	
		x		
x	x	x		
		x		
x		x		
		x		
		x		
x		x		
x		x		
x	x	x		
20	6	20	2	0

Kuva 10. Kyselyyn vastanneiden vastaukset tiedekirjallisuuden ostopaikoista.

Seuraavaksi vastaajia pyydettiin kertomaan heille kolme tärkeintä tekijää, jotka vaikuttavat tiedekirjan ostoon. Vastauksien perusteella kolme eniten ääniä saanutta tekijää olivat 1. aihe, 2. suositukset ja 3. kirjailija. Seuraavaksi esitellään kaikkien ostoon vaikuttavien tekijöiden sijoitukset ja saatu äänimäärä:

1. aihe (21)
2. suositukset (13)
3. kirjailija (12)
4. sisäsivujen selaus (11)
5. hinta (9)
6. kirjan nimi (8)
7. kansien ulkonäkö (6), takakannen selostus (6)
8. kirjapalkinnot (2), esillepano kaupassa (2), muu (2)
9. tarjous- ja al hinnat (1)
10. kansien materiaali (0).

Kyselylomakkeen toisen osion lopussa kysyttiin vastaajilta, ovatko he joskus jättäneet ostamatta kirjan, koska kannet eivät miellyttäneet ja ovatko he sitä mieltä, että kauniit kannet tuovat lisäarvoa kirjalle. 30 vastaajasta 14 kertoi joskus jättäneensä kirjan ostamatta kirjan kansien takia ja 27 vastasi kauniiden kansien tuovan kirjalle lisäarvoa.

#### Vetoavimmat kannet

Kyselylomakkeen viimeisessä osiossa vastaajien tarkasteltavaksi laitettiin kuusi eri perustein valittua kirjan kantta. Kuvassa näkyi vain kirjan etuosa, ja kuvan alla kerrottiin jokaisen kirjan otsikko, aihe ja kirjailijat. Vastaajilta kysyttiin kolme kysymystä, joiden tuloksia käydään tässä läpi.

Ensimmäiseksi kysyttiin, minkä näistä kuudesta kirjasta vastaaja ostaisi vain kannen perusteella ja mikä kirjassa kiinnitti huomion ensimmäisenä. Eniten vastaajia miellytti



kirja numero 2, *Arkkitehdin pöydässä* (11 vastaajaa 30:stä), jossa kannen kuvan asetelu, informatiivisuus ja värivalinnat tekivät vastaajiin vaikutuksen. Kommenteista voi päätellä kirjan kannen olleen vastaajien mielestä tasapainoinen, harmoninen ja houkutteleva, mikä viestitti samalla hyvin kirjan sisällöstä ja tyylistä.

Kirjat numero 1, *Kuvatut kulttuurit*, numero 3, *Ruoka-Kalevala* ja numero 5, *Dikter och Aforismer*, tekivät kaikki viiteen eri vastaajaan vaikutuksen. *Kuvatut kulttuurit* -kirjassa eniten miellytti kuvan selkeä yhteys kirjan nimeen ja sisältöön. *Ruoka-Kalevala*-kirjassa taas miellytti kannen selkeys, minimalistinen tyyli ja tyylikkyys. Edith Södergranin *Dikter och Aforismer* -kirjassa kiinnitti huomiota kannen erikoinen ja tyylikäs kuva.

Numeron 6, *Yhteiskunnan tahra* -kirjan kansi vetosi kahteen vastaajaan sen kannen vaikuttavan kuvan ja kirjan nimen ansiosta. Tämän insinööriyön esimerkkikirja, kirja numero 4, oli ainut, joka jäi ilman ääniä. *Textos Andinos* -kirjan kannesta kommentoitiin sen olevan tyyliään liian perinteinen ja luovan luotaantyöntävän kuvan kirjan sisällöstä.

Viimeisessä osiossa kysyttiin samalla myös vastaajien mielipidettä kirjan ostoon, jos huomioon otettaisiin vain kirjailija tai kirjan aihe. Edith Södergranin *Dikter och Aforismer* -kirjan valitsisi suurin osa, 12 vastaajaa, jos kirja täytyisi ostaa vain kirjailijan perusteella, ja kirja numero 1, *Kuvatut kulttuurit*, sai kaikista eniten ääniä, 9, jos kirja tulisi ostaa vain kirjan aiheen perustella. Insinööriyön esimerkkikirja, *Textos Andinos*, sai molemmissa kysymyksissä vähiten vastaajia puolelleen: kirjan ostaisi kaksi henkilöä, jos ostosta tehdessä otettaisiin huomioon vain kirjailija, ja yksi henkilö, jos huomioon otettaisiin vain kirjan aihe.

#### 4.3 Kyselyn lopputulos

Kyselystä saadut vastaukset tukevat aikaisemmin esitettyjä perusteluja kirjan kansien ulkonäköön panostamisesta, sillä 90 % vastaajista myönsi kauniiden kansien tuovan lisäarvoa omistajilleen ja 47 % totesi joskus jättäneensä ostamatta kirjan sen kannen ulkonäköön takia. Lisäksi, kun vastaajilta kysyttiin kolme tärkeintä tekijää heidän harkitessaan tiedekirjan ostoa, vaikka eniten mainintoja saivat kirjan aihe, suositukset ja tekijä, viidesosa vastaajista mainitsi kansien ulkonäkö yhdeksi kolmesta tärkeimmästä tekijästä.

Tarkasteltaessa yleisesti kirjojen ostoa kirjoja ostetaan yhtä paljon omaan käyttöön kuin lahjaksikin ja suosituimmat ostopaikat ovat internet ja kirjakaupat. Tiedekirjoja toisaalta ostetaan enimmäkseen vain omaan käyttöön, mutta tärkeimmät ostopaikat pysyvät samoina: internet ja kirjakaupat.

Koska kuudesosa vastaajista totesi ostavansa yleisesti kirjoja ainoastaan verkosta ja kolmasosa totesi ostavansa tiedekirjoja ainoastaan verkosta, voidaan todeta kansien yhdeksi tärkeäksi ominaisuudeksi niiden selkeys näytöllä. Kannessa olevan kuvan tulee olla selkeä ja tekstin ymmärrettävä, myös silloin kun kannen pientä kuvaa tarkastellaan elektronisen laitteen näytöltä.

Tiedekirjojen kansien vertailussa eniten ääniä sai *Arkkitehdin pöydässä – miljöitä ja makuja* -kirja. Kirjan kannessa on suuri tarkennettu kuva, jossa lämpimät sävyt ovat tasapainossa kirjan valoisuusarvon kanssa. Lisäksi kuvaan on tuotu syvyyttä tarkentamalla pelkästään edellä olevaan annokseen. Kannen tekstien fontti on selkeä ja yksinkertainen, niin että kirjan nimi näkyy kaikkein selkeimmin. Nimi on sijoitettu oikeaan yläosaan, vaalealle taustalle, kohtaan, jossa se ei häiritse kuvan tarkennettua ruokannosta. Kannen kuvan ja tekstien asetelun, tasapainoisten värien ja onnistuneen sommittelun lisäksi kansi antaa lisätietoa kirjan sisällöstä ja osviittaa siitä, mitä odottaa kirjan sisällön laadulta.

Toiseksi eniten ääniä saivat kirjat *Kuvatut kulttuurit*, *Ruoka-Kalevala* ja *Dikter och aforismer*. *Kuvatut kulttuurit* -kirjan kansi muistuttaa *Arkkitehdin pöydässä – miljöitä ja makuja* -kirjaa. Siinä on taustalla koko kannen peittävä kuva, jossa tarkennetaan lähemmäksi yhteen kohtaan. Teksti on kannen keskellä valkoisella selkeällä fontilla kuvan värimaailmaan sopivassa taustassa. Kuvassa ja tekstin taustalaatikossa on käytetty maanläheisiä värejä, ja niin kuva kuin teksti ovat kannessa hierarkkisessa tasapainossa viemättä toisiltaan huomiota pois. *Ruoka-Kalevala* ja *Dikter och aforismer* kirjoilla on hyvin samankaltaiset kannet. Kannet ovat yksinkertaisia ja selkeitä, ja suurella keskiteyllä tekstillä tuodaan esille tärkeimmät elementit: kirjan nimi tai kirjailija. Niissä on pääosin käytetty kahta tai kolmea väriä, ja kansissa käytetyt graafiset muodot ja linjat on sijoitettu kirjan nimen ja kirjailijan ympärille, korostamaan tekstiä.

Suosittuja kansia tarkasteltaessa voidaan vastaajien mieltymyksissä havaita muutamia yhtäläisyyksiä, joiden perusteella voidaan luoda mielikuva kansista, jotka motivoisivat tekemään kirjahankinnan ja toisivat parhaimmillaan lisäarvoa omistajalleen.

Vastaajia miellyttävät vastauksien perusteella kannet, joissa suuri tarkennettu kuva tai selkeä teksti on keskiössä. Niissä arvostettiin selkeyttä niin kuvan, graafisten muotojen ja linjojen kuin fontin valinnassa, tasapainoa erilaisten graafisten elementtien kesken sekä ympäröivää avaruutta, joka luo valoisan ja avoimen tunnelman. Kyselyssä saatujen vastauksien perusteella ostajat arvostavat kansia, jotka vihjaavat kirjan sisällöstä ja sisällön laadusta.

## 5 Esimerkkiteos: *Textos Andinos*

Tässä insinööriyössä käytetään kirjaesimerkkinä Martti Pärssisen ja Jukka Kiviharjun kirjoittamaa tieteellistä teosta. Teos on julkaistu Madridissa (Espanja) vuonna 2010 Suomen Madridin-instituutin ja Madridin Complutence -yliopiston yhteistyönä. Toimeksiantajan pyynnöstä tälle kirjalle tuli suunnitella graafisesti uudet kannet, ja koska uudet kannet tulevat olemaan samaa materiaalia ja samalla sidostavalla tehdyt kuin nykyiset, erilaisiin sidosasumenetelmiin ja kansimateriaaleihin ei kiinnitetä huomiota. Tässä luvussa tutustutaan tarkemmin esimerkkikirjaan: sen antamaan viestiin, lukijakuntaan sekä kansiin ja niissä käytettyihin elementteihin.

Martti Pärssisen ja Jukka Kiviharjun teos *Textos Andinos: Corpus de textos khipu incaicos y coloniales Tomo II* on selvitystyö Andeilta peräisin olevista teksteistä, ja se on suunnattu aiheesta kiinnostuneille nuorille ja aikuisille.

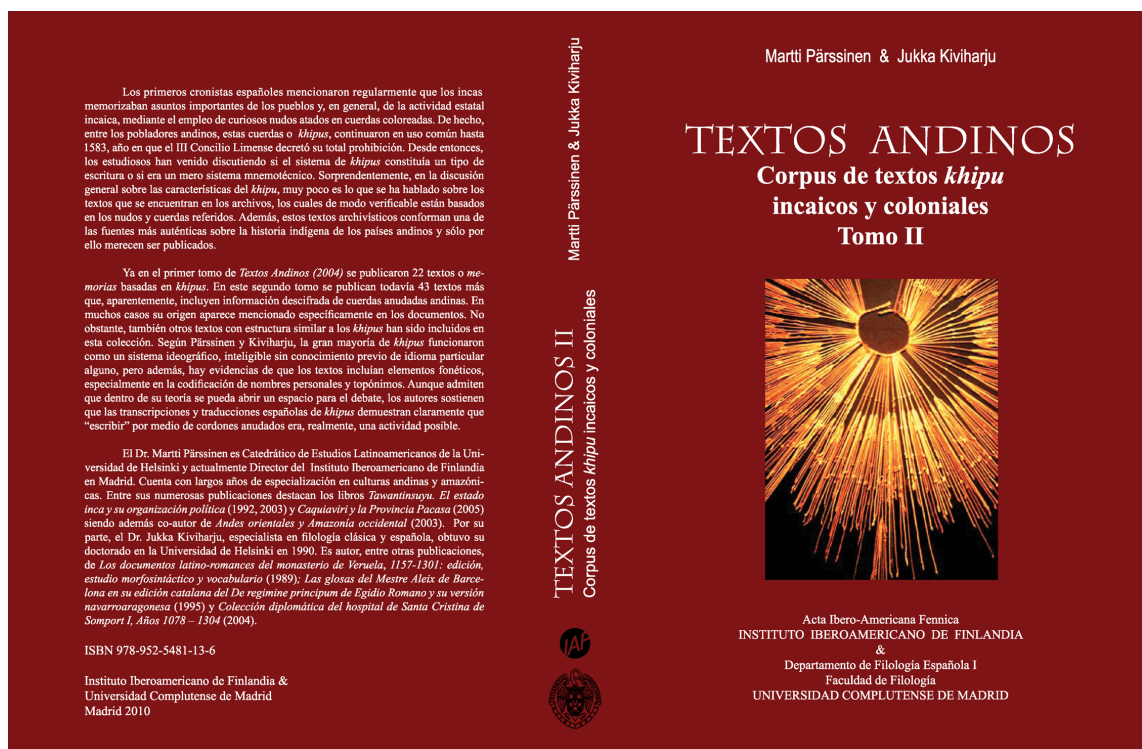
Teoksessaan Martti Pärssinen ja Jukka Kiviharju tutkivat khipu-kirjoitukseen perustuvia tekstejä, joita on kerätty arkistoista ja jo julkaistuista lähteistä. Khipu-kirjoitukset olivat Etelä-Amerikan muinaisten inkojen käyttämä ”solmukirjoitus”, jossa paksuun naruun solmittiin erivärisiä ohuempia naruja. Solmujärjestelmällä pidettiin kirjaa tärkeistä tapahtumista ja inkojen valtakunnan toimista. (Pariti ja *Textos andinos* 2017.)

Vuonna 1953 Liman kolmas kirkolliskokous kielsi khipu-kirjoitusten käytön, minkä jälkeen tutkijoiden kesken on kiistelty, käytettiinkö khipua kirjoitusjärjestelmänä vai vain muistia tukevana merkintäjärjestelmänä. Teoksessa Pärssinen ja Kiviharju syventyvät tähän aiheeseen ja osoittavat khipujen olevan Andien alueella harjoitettu kirjoitusjärjestelmä, joka suurimmaksi osin perustuu käsitteitä ilmaisevaan ideografiseen järjestelmään ja jota siksi pystytään tulkitsemaan kielestä riippumatta. (Pariti ja *Textos andinos* 2017.)

## Esimerkkiteoksen kannet

Kannet ovat Martti Pärssisen itse suunnittelemat ja samat kuin kirjasarjan ensimmäisen osan kannet. Kansia erottaa takateksti ja alaotsikossa esiintyvä numero, joka ilmoittaa kirjan olevan kirjasarjan osa 1 tai osa 2. Kirja on väritään murretun punainen ja tekstit ovat valkoisia. Keskellä kirjan kantta on Pärssisen itse ottama kuva yhdestä khipu-tekstien nuoravyyhdistä (ks. kuva 11). Samaa kuvaa hän käyttää myös väitöskirjansa kannessa.

Etukannessa lukee kirjasarjan nimi, kirjan nimi, kirjoittajien nimet sekä tutkimusta tukevat laitokset valkoisella fontilla, jonka tyylit ja koot vaihtelevat hierarkian mukaan. Kirjan selkään on sijoitettu myös kahden kirjaa tukeneen laitoksen logot (Madridin Complutence-yliopiston ja Acta Ibero-Americana Fennican) sekä kirjailijoiden, kirjasarjan ja itse kirjan nimet. Takakannessa on takakansiteksti, joka kertoo kirjan sisällöstä lyhyesti, ISBN-numero, julkaisijat sekä julkaisuaika ja -vuosi.



Kuva 11. Textos Andinos -esimerkkikirjan kannet.

Esimerkkikirja on lankanidottu: arkit on sidottu langalla toisiinsa, ja kirjan kannet ovat kartonkia, ja ne on sivuliimattu ja nuutattu noin 5 mm kirjan selästä. Kirjan on tarkoitus

kestää pitkään käytössä, ja siksi tämänkaltainen sidosasu sopii sille hyvin. (Karhumaa 2017.)

## 5.1 Toimeksianto

Insinööriyön luvussa 3.3 todettiin jo, että mitään yhtenäistä kaavaa toimivien kansien luomiseen ei ole. Hyvät kannet syntyvät yhdistämällä oikein graafisen suunnittelun eri elementtejä, niin että lopputuloksena saadaan kirjan sisältöä vastaavat harmonisessa tasapainossa olevat ja huomiota kiinnittävät kannet.

Lisäksi tämän insinööriyön aikana huomattiin tiedekirjojen kansien olevan haastavampia suunnitella kuin muiden alojen kirjojen. Kun tutustuttiin tiedekirjojen maailmaan, huomattiin tiedekirjojen ulkoasun olevan toissijainen ja siksi jäävän vähälle huomiolle kirjan luomisprosessissa. Tiedekirjojen lukijakunta on pieni, sillä kirjan sisältö on tarkoitettu suppealle kohderyhmälle, joka tietää, mitä haluaa kirjalta, eikä tiedekirjoilla kilpailua juurikaan ole. Tiedekirjalta odotetaan sisältöä ja uutta informaatiota, jota voidaan käyttää ammattimaisesti työelämässä tai erilaisessa selvitystyössä, ja samaa aihetta harvemmin tarkastellaan samalla tavalla kahdessa eri kirjassa. Lukijakunta on vuosien aikana tottunut siihen, että kansiin ei tarvitse kiinnittää huomiota, vaan huomio hakeutuu tekstiin: kirjan nimeen, takakannen selitetekstiin, sisällysluetteloon ja itse sisältöön. Suppean lukijakunnan, olemattoman kilpailun ja ammattimaiseen käyttöön tarkoitetun sisällön takia tiedekirjojen kansilta ei vaadita samanlaista houkuttelevuutta kuin muiden kirjojen kansilta.

Tämän insinööriyön tehtävä oli kuitenkin luoda tiedekirjalle uudet ja houkuttelevammat kannet, sillä toimeksiantaja uskoi kansien voivan vaikuttaa kirjan suosioon. Uudet kansiin olisivat etu ostospäätöstä tehtäessä, ratkaisijana ongelmatilanteessa, jossa lukija miettii, ostaisiko kirjaa vai ei, sekä esteettisenä kohteena, esineenä, jota on ilo katsella ja omistaa kirjahyllyssä. Tarkoituksena ei siis ollut houkutella potentiaalisia ostajia jo olemassa olevan kohderyhmän ulkopuolelta, vaan uusien kansien tuli luoda lisäarvoa kirjalle ja sen myötä antaa myös lisäarvoa lukijalle ja kasvattaa näin kirjan suosiota ja parantaa myyntiä.

Esimerkkikirja kuuluu kirjasarjaan, jonka ensimmäinen osa on aivan samanlainen ulko- näöltään kuin kirjasarjan toinen osa. Kansien suunnittelussa tulee ottaa huomioon kir-

jasarjan eri osat, jotta sarja näyttää yhtenäiseltä. Tässä insinööriyössä tämä tekijä on kuitenkin niin rajoittava, että työn aikana päätettiin kirjalle luoda kannet ottamatta huomioon sarjoittamisen rajoittavia ominaisuuksia.

Seuraavissa luvussa tarkastellaan insinööriyön kolmatta tavoitetta; uusien kansien luominen esimerkkikirjalle. Esimerkkikirjan uusien kansien luomisprosessissa yhdistetään insinööriyössä läpi käytyjä eri osa-alueita selventämällä tehtyjä päätöksiä teorian ja kyselytutkimuksessa saatujen vastauksien avulla.

## 5.2 Alkuperäiset kannet

Esimerkkikirjan alkuperäisten kansien suunnittelu lähti, Pärssisen mukaan, viestistä, jonka kirjailija halusi lukijoilleen kertoa. Martti Pärssinen kertoi haluavansa kannen avulla yhdistää fyysisen kirjan ja sen aiheena olevien Andeilta peräisin olevien tekstien korpus. Kirjan kansien suunnittelussa haluttiin pitää mielessä tämä yhteys sekä yhteys kirjasarjan ensimmäiseen osaan, jotta sarja näyttäisi yhtenäiseltä. (Pärssinen 2017.)

Kyselytutkimuksesta saatujen kommenttien perusteella voidaan kuitenkin todeta halutun viestin hukkuvan kannen elementtien joukkoon, tavoittamatta lukijaa ollenkaan. Kirjan kannet jäivät ainoana kyselyssä ilman ääniä, kun niitä vertailtiin viiden muun tiedekirjan kansien kanssa, ja kommentteissa kansista puhuttiin seuraavanlaisesti: ”Suorastaan ärsyttävä kansi on perinteinen tiedekirjan kansi, joka näyttää siltä kuin kannen on suunnitellut veljenpojan naapuri. Kannen perusteella sisältöön tarttuminen tuntuu työläältä eikä mielenkiintoistakaan aihetta välttämättä huomaisi, koska kansi tuntuu epämiellyttävältä. Siitä ei myöskään saa otetta, mistä on kyse, mikä on aihe ja kuka kirjoittaja.”

Muista kirjoista annettujen kommenttien mukaan paremmin myyvissä kansissa houkutteli tasapaino kuvien ja värimaailmojen välillä, sommittelusta johtuva harmonia sekä yhteys kannen ja sisällön välillä.

### 5.3 Uusien kansien suunnittelu

Pärssisen ja Kiviharjun kirjalle suunniteltiin insinööriyössä kannet, joissa sarjoittaminen jätettiin suunnittelussa huomioimatta. Kansien suunnittelussa käytettiin seuraavanlaista periaatetta hyvän suunnittelutyön takaamiseksi:

1. Kirjaan tutustuminen. Kansien tulee sopia kirjaan ja sen genreen, tässä tapauksessa tiedekirjaan, joka sisältää varteenotettavaa uutta informaatiota spesifistä aiheesta. Suunnittelutyö alkaa tutustumalla kirjaan ja sen kohderyhmään (Makkonen 2004: 251).
2. Formaatti. Kansien koko ja muoto toimivat suunnitelman pohjana, kanvaasina, jonka päälle erilaiset luonnokset luodaan.
3. Kuvan valinta (jos sellainen valitaan). Kuvan tulee herättää huomiota ja antaa lisätietoa lukijalle kirjan sisällöstä. Kuvan valinnassa huomioidaan kyselystä saatuja vastauksia sekä nykyisiä trendejä.
4. Värimaailma. Kansiin käytettävässä värimaailmassa huomioidaan valitut kuvat ja niiden värimaailma, kirjan aihe sekä kyselystä saatua informaatiota. Värien tulee sopia yhteen, ja näitä käytetään tehostamaan ja korostamaan muita graafisia elementtejä. Värimaailman valinnassa huomioidaan kyselystä saatuja vastauksia.
5. Tekstiformaatti. Tärkeintä tekstiformaatissa on, että teksti on selkeä ja se erottuu helposti muista kansissa käytetyistä elementeistä. Tekstiformaatin suunnittelussa huomioidaan kyselyn vastauksien johtopäätöksiä.
6. Sommittelu (etukansi, takakansi ja selkä). Viimeiseksi tarkastellaan kaikkien elementtien sommittelua. Sommittelussa kiinnitetään huomiota siihen, että tärkeät elementit eivät ole päällekkäin. Kaikkien elementtien tulee sopia yhteen ja muodostaa selkeä ja harmoninen kokonaisuus.

## 5.4 Uusien kansien luonnokset

Edellä esiteltyjen periaatteiden pohjalta kirjan kansista suunniteltiin Adobe InDesign -ohjelmalla kuusi eri luonnosta käyttäen pohjana alkuperäisten kansien formaattia: etu- ja takakansi 242 x 170 mm ja selkä 242 x 30 mm. Luonnoksia ja niissä käytettyjä elementtejä käydään seuraavaksi tarkemmin läpi.

Kansisuunnittelu alkoi tutustumalla ensin kirjan aiheeseen. Kirjassa tutustutaan ja avataan khipu-kirjoitukseen perustuvia tekstejä. Khipu-kirjoitukset ovat erivärisiin naruihin tehtyjä solmuja. Näistä solmuista löytyi erilaisia kuvia, joista yksi valittiin ensimmäisen luonnoksen kuvaksi (ks. kuva 12, luonnos 1). Kuva on Craig Cutlerin ottama kuva khipu-kirjoituksista (Untangling the Mystery of the Inca 2007).

Ensimmäinen luonnos lähti ajatuksesta, että kirja on sarja ja siksi kirjan tulee olla yhteneväinen kirjasarjan ensimmäisen osan kanssa. Värimaailma on sama kuin alkuperäisessä kannessa, ja tekstiformaattia muutettiin vain vähän. Sommittelu on myös hieman erilainen ja antaa näin enemmän tilaa kuvalle ja sen yksityiskohdille.

Tämä luonnos kuitenkin torjuttiin, sillä muutosta edelliseen ei ollut riittävästi, ja tämän takia prosessin aikana myös päätettiin olla ottamatta sarjoittamista huomioon.

Kyselyn vastauksista saatiin selville, että ihmiset pitivät kuvista, joissa oli yksityiskohtia. Tämä toimi myös perustana toiselle luonnokselle (ks. kuva 12, luonnos 2). Toisessa luonnoksessa khipu-kirjoitusta sisältävää naruja suunniteltiin kuvan perusteella vektorikuvaksi Adoben Illustrator-ohjelmalla. Kuva lisättiin valkoiselle taustalle tuomaan harmoniaa sommitteluun, ja kirjan otsikko laitettiin mustalle pohjalle, jotta se näkyisi mahdollisimman hyvin. Kansiin saatiin lisää väriä lisäämällä punaista vasempaan reunaan.

Toisen luonnoksen aikana lähti myös ajatus kolmannesta luonnoksesta (ks. kuva 12, luonnos 3), jossa yhden solmun sijaan solmuja olisikin enemmän. Kuvat solmuista löytyivät ilmaisesta kuvapankista ([www.kisspng.com](http://www.kisspng.com)) ja niitä muokattiin Adoben Photoshop-ohjelman avulla muodostamaan yksittäisiä roikkuvia naruja.

Solmukuvat, joita käytettiin kolmannessa luonnoksessa, eivät kuitenkaan olleet khipu-kirjoituksia, ja toinen luonnos miellytti ideana, mutta sitä ei pidetty tarpeeksi pitkälle työstettynä, joten näitä ideoita lähdettiin työstämään enemmän.





Kuva 12. Esimerkkikirjan kansien luonnokset 1–6.

Kyselyn vastauksien perusteella vastaajia miellyttivät myös yksinkertaisuus ja selkeät tekstit. Neljännessä kansiluonnoksessa (ks. kuva 12, luonnos 4) lähdettiinkin työstämään ajatusta mahdollisimman yksinkertaisesta luonnoksesta, jossa on selkeä ja erotuva teksti sekä pehmeät ruskehtavat värit. Luonnokseen saatiin liikettä grafiikalla, joka muistuttaa naruja. Luonnos on tylsä ja mitäänsanomaton, joten se hylättiin.

Viides ja kuudes (ks. kuva 12, luonnokset 5 & 6) luonnos ovat työstettyjä versioita toisesta ja kolmannelta luonnoksesta. Luonnoksista huomattiin valkoisen tekstin sopivan hyvin mustalle pohjalle. Se luo kontrastia ja vetää katsetta puoleensa. Suunnittelun

aikana myös päätettiin, että kirjan otsikko saisi enemmän huomiota kuin kirjailijat, sillä aihetta pidetään tärkeämpänä lukijalle kuin ei-niin-tunnettuja kirjailijoita.

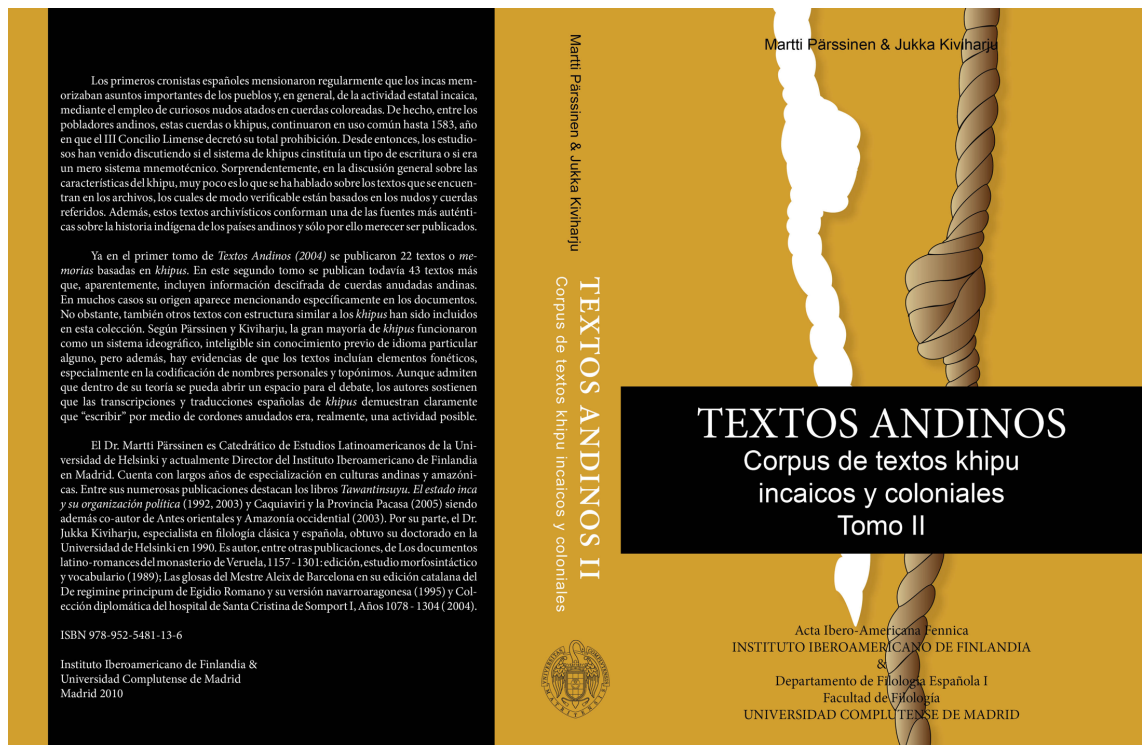
Kolmatta ja neljättä luonnosta yhdistämällä saatiin viides luonnos, jossa on sama grafiikka kuin neljännessä luonnoksessa, mutta eri väreillä grafiikkaan saadaan mielikuva roikkuvista naruista, aivan niin kuin kolmannessa luonnoksessa.

Kuudes luonnos on astetta pidemmälle viety kopio toisesta luonnoksesta. Värillisyyttä tuotiin koko kanteen voimakkaalla punaisella ja narukuvio sai merkitystä. Koska kirjassa avataan khipu-tekstejä, joita ilman selvitystyötä ei ymmärretä, valkoinen kuvio on kuin tämä khipu-kirjoitus ennen kirjan avaamista; sen voi nähdä mutta välttämättä ei voi ymmärtää, mitä se esittää, ja toinen narukuvio on selkeä: niin kuin khipu-kirjoitusten ymmärtäminen kirjan lukemisen jälkeen.

Näistä kuudesta luonnoksesta viimeinen valittiin työstettäväksi pidemmälle, lopullisen kansisuunnitelman saamiseksi. Kuudes luonnos antaa merkitystä kansille, se edustaa tällä hetkellä vallitsevaa ”käsintekemisen” trendiä ja siinä on selkeä kuva ja yksityiskohta khipu-kirjoituksista. Lisäksi kirjan otsikko on selkeä ja se erottuu mustalla pohjalla.

## 5.5 Uusien kansien lopullinen suunnitelma

Lopulliset kannet ovat luvussa 5.4 esitetyn kuudennen luonnoksen pidemmälle viety suunnitelma (ks. kuva 13).



Kuva 13. Esimerkkikirjalle luodut uudet kannet.

Lopullisissa kansissa otettiin huomioon kyselyyn vastanneiden mieltymyksiä ja käytettiin hyväksi eniten ääniä saaneiden kirjojen piirteitä. Kannen kuvaksi valittiin piirros, joka yhdistää kirjan kannen sisältöön. Khipu-kirjoituksista tarkennettiin vain muutamaaan solmuun, ja kannen taustaksi valittiin ruskehtavaa sinappia muistuttavaa väriä, josta kuva erottuu hyvin ja on tunnistettavissa. Kuva on myös selkeä, kun kantta tarkastellaan pienoiskuvana tietokoneen näytöltä. Kuvan toivotaan olevan sen verran tunnistettavissa, että khipu-kirjoituksista kiinnostunut henkilö tunnistaa sen ensimmäisellä silmäyksellä.

Kannen värimaailmassa käytettiin mustan ja valkoisen lisäksi CMYK-värejä: C:19 M:39 Y:97 K:0 (taustaväri), C:14 M:18 Y:36 K:3 – C:38 M:60 Y:85 K:39 (solmun gradientti). Kansien vertailussa havaittiin lämpimien värien, varsinkin puna-ruskeiden värien, miellyttävän vastaajien silmää, ja tämän takia niitä valittiin myös lopullisiin kansiin. Taustassa käytetty väri miellyttää silmää, ei vedä huomiota pois kuviosta ja näyttää hyvältä tulostettuna versiona. Valkoista käytettiin antamaan kuviolle merkitystä ja mustaa korostamaan muita elementtejä.

Teorian mukaan tiedekirjallisuudessa kansien ulkonäköön ei niinkään panosteta, sillä tärkeintä on teksti. Kansivertailussa saivat ääniä kirjat, joiden tekstit olivat selkeitä, ymmärrettäviä ja isolla fontilla. Tämän takia lopullisiin kansiin myös panostetaan tekstien selkeyteen ja näkyvyyteen. Hierarkkisesti tärkeimmät tekstit tulevat olemaan isoimpana kuin muut ja mustalla värillä, jotta ne erottuvat kuvasta ja värimaailmasta.

Kyselyyn vastanneista 70 % piti kirjan aihetta ja 40 % kirjan kirjailijaa yhtenä kolmesta tärkeimmästä tiedekirjan ostopäätökseen vaikuttavasta tekijästä. Näiden vastauksien mukaan valittiin hierarkkisesti tärkeimmät tekstit. Kansiin sijoitetaan suurimpana tekstinä kirjan nimi "Textos andinos 2 – Corpus de textos khipu incaicos y coloniales", joka viittaa aiheeseen, ja toiseksi suurimpana kirjailijat "Martti Pärssinen ja Jukka Kiviharju." Myös kirjavertailussa vastaajat kiinnittivät huomiota kirjan nimeen ja sen yhteyttä kansikuvaan ja sisältöön. Vastauksista huomattiin, että jos kirjailija on todella hyvin tunnettu, hänen nimensä kannattaa laittaa isommaksi kuin kirjan nimi, jotta lukijat huomaavat sen helpommin ja tiedostavat tämän kirjaa selatessaan.

Selän sommittelu pysyy samana kuin alkuperäisissä kansissa, sillä se on selkeä ja pitää sisällään kaikki tärkeät elementit. Selän teksti kuitenkin käännettiin peilikuvaksi, jotta se olisi yhdenmukainen muiden kirjojen kanssa ja helpompi lukea, kun selataan kirjojen selkiä kirjahyllyillä. Kirjailijoiden nimet kirjoitettiin mustalla fontilla, jotta kirjan otsikko erottuisi paremmin ja selän elementtien välille saatiin enemmän kontrastia.

Etukansien sommittelussa pidettiin tärkeänä kirjan otsikon ja kirjailijoiden näkyvyyttä sekä käytetyn kuvan erottuvuutta mahdollisimman suuren huomion saavuttamiseksi. Teksti on harmoniassa kuvan kanssa eikä peitä sen informatiivisia elementtejä.

Takakannen suurin muutos taustaväriin lisäksi on mustan tekstipohjan lisäys, jotta valkoinen teksti erottuisi paremmin vaalealta taustalta.

## 6 Yhteenveto

Insinöörityölle asetetut tavoitteet saavutettiin, ja työ saatiin vietyä loppuun asti. Työlle asetettiin alussa kolme tavoitetta: (1) saada käsitys siitä, mitä lukijat odottavat tiedekirjan kansilta, (2) selvittää, minkälaiset kannet tuottavat lisäarvoa ja motivoisivat ostamaan kirjan sekä (3) suunnitella esimerkkikirjalle uudet kannet.

Tiedekirjojen kansilta ei vaadita paljon, sillä tiedekirjojen ostopäätökseen vaikuttaa eniten niiden sisältö. Tämä on seikka, johon on totuttu, eikä tiedekirjojen kansilta tämän takia ole vaadittu esteettistä vaikutelmaa. Kuitenkin insinööriyön kyselylomakkeen vastauksien perusteella huomiota kiinnitettiin myös ostopäätökseen, jossa huomattiin kirjojen kansien, muiden tekijöiden lisäksi, myös vaikuttavan ostopäätökseen. Kauniit kannet tuovat lisäarvoa, keräävät huomiota ja voivat lopulta vaikuttaa ostopäätökseen.

Työssä selvisi, että kirjan kansien tärkein ominaisuus on kyky ilmentää kirjan sisältöä. Tiedekirjojen kansissa tämä ominaisuus yleensä ilmenee tekstinä: otsikkona tai esitelytekstinä kirjan kannessa. Kannet, jotka tuovat lisäarvoa, ovat esteettiset ja informoivat ja tarjoavat lukijalle enemmän kuin niiltä odotetaan. Ne ilmentävät ajan trendejä, kirjan genreä, sisällön tyyliä ja antavat lisätietoa kirjan aiheesta. Mutta kannet ovat yksilöllisiä, eikä ole yhtä kaavaa, joka toimisi kaikkiin eri kansiin.

Kyselylomakkeen vastauksia ja teoriaa yhdistäen insinööriyön lopuksi suunniteltiin uudet kannet. Kannet olivat onnistuneet niin tekijän kuin toimeksiantajan mielestä. Ne ilmensivät hyvin kirjan aihetta ja sisältöä, olivat harmoniset ja ottivat huomioon lukijoiden odotuksia.

Yhteenvedona voidaan todeta, että vaikka lukijat ovat *tottuneet* siihen, että tiedekirjojen kannet ovat mitäänsanomattomia ja tyyliään kaikki samankaltaisia, lukijat kuitenkin *odottavat* kansien kertovan enemmän kirjan sisällöstä ja kansilta *halutaan* esteettisyyttä.

#### Jatko- ja parannusehdotukset

Insinööriyötä olisi voinut parantaa tekemällä kysely suuremmalle vastaajamäärälle. Lisäksi kyselyä olisi voinut toteuttaa fyysisesti kirjakaupoissa, joissa eri kirjoja olisi voinut olla nähtävillä ja yleisön mielipidettä ja reaktiota kansia kohtaan olisi voitu havainnoida paljon tarkemmin. Tämä kuitenkin oli mahdotonta toteuttaa insinööriyön puitteissa.

Insinööriyön täydentämiseksi esimerkikirjalle suunnitellut kannet tulisi viedä loppuun ja painaa esimerkikirjan uusina kansina. Toimeksiantajan vuosittaisen budjetin takia tämä on mahdotonta. Esimerkkikirjaa on varastossa vielä noin 500 kappaletta nykyisillä

kansilla, eikä uusia kansia tehdä, ennen kuin varasto on tyhjennetty ja kirjoja tarvitaan lisää.

Jatkotoimenpiteiksi ehdotetaan uuden kyselyn toteuttamista, jossa kysyttäisiin yleisön mielipidettä myös tässä insinööriyössä esimerkkikirjalle luoduista uusista kansista. Näin saataisiin parempi käsitys suunniteltujen kansien toimivuudesta. Täyttävätkö ne yleisön odotuksia ja luovatko ne lisäarvoa ostajalle?

Lopuksi, riippuen uusien kansien menestymisestä, voitaisiin harkita koko sarjan visuaalisen ilmeen uudistamista. Kansitusta voitaisiin viedä pidemmälle ja luoda koko kirjasarjalle uudet yhteneväiset kansisuunnitelmat.

## Lähteet

Benyamina, Sam. 2016. Graafinen suunnittelu. Verkkodokumentti. Keuda. <[https://keuda.moodle.fi/pluginfile.php/327738/mod\\_resource/content/1/graafinen%20suunnittelu%20teoria.pdf/](https://keuda.moodle.fi/pluginfile.php/327738/mod_resource/content/1/graafinen%20suunnittelu%20teoria.pdf/)>. Luettu 3.4.2017.

Berner, Anna-Sofia. 2016. Miksi kirjan kannella on väliä. Kiitetty graafikko Jussi Karjalainen kertoo. Verkkodokumentti. Helsingin Sanomat. <<http://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000002889577.html>>. Luettu 29.3.2017.

Ekholm, Kai & Repo, Yrjö. 2010. Kirja tienhaarassa vuonna 2020. Helsinki: Gaudeamus.

Furness, Hannah. 2016. Books are back: Printed book sales rise for first time in four years as ebooks suffer decline. Verkkodokumentti. The Telegraph. <<http://www.telegraph.co.uk/news/2016/05/12/books-are-back-printed-book-sales-rise-for-first-time-in-four-ye/>>. Luettu 29.3.2017.

Gillis, M.C. 2003. The ABCs of Art. Verkkodokumentti. AwesomeArtists. <[http://awesomeartists.com/ART/AWESOMEARTISTS\\_PDFs\\_ETC/ABCsOfART\\_BOOKLET\\_B&W\\_ElementsAndPrinciplesOfDesign\\_2015.pdf](http://awesomeartists.com/ART/AWESOMEARTISTS_PDFs_ETC/ABCsOfART_BOOKLET_B&W_ElementsAndPrinciplesOfDesign_2015.pdf)>. Luettu 5.4.2017.

Golombek, Saara. 2017. Kirjan kansi – tärkeä ensivaikutelma. Verkkodokumentti. BoD. <<http://www.bod.fi/fingerprint/fi/yleinen/tarkea-ensivaikutelma-kirjasi-kansi/>>. Luettu 19.4.2017.

Graafikkovieras: Jukka Aalto tietää myös tyhjän tilan arvon. 2009. Verkkodokumentti. Gaudeamus. <<https://www.gaudeamus.fi/graafikkovieras-jukka-aalto-tietaa-myos-tyhjan-tilan-arvon/>>. Luettu 17.4.2017.

Graafinen suunnittelu pähkinänkuoressa. 2015. Verkkodokumentti. Graafinen. <<http://www.graafinen.com/suunnittelu/yleista/graafinen-suunnittelu-pahkinankuoressa/>>. Luettu 25.3.2017.

Gustafsson, Miia. 2016. Bestseller-kirjojen kansiin kohdistuu kovat paineet – "Olin kauhuissani, kun sain tehtäväkseni Tervon kirjan kannet". Verkkootikkeli. Yle. <<http://yle.fi/uutiset/3-8929880>>. Luettu 29.3.2017.

Gustafsson, Miia. 2017. Katso lista vuoden myydyimmistä kirjoista – Siivouskirjan huikea menestys yllätti. Verkkodokumentti. Yle. <<http://yle.fi/uutiset/3-9399655>>. Luettu 29.3.2017.

Haastattelussa kirjagraafikko Emmi Kyytsönen: Kirjan kansikuva on tulkinta ja myyntipakkaus. 2011. Verkkodokumentti. Lily. <<http://www.lily.fi/blogit/koko-lailla-kirjallisesti/haastattelussa-kirjagraafikko-emmi-kyytsonen-kirjan-kansikuva>>. Luettu 29.3.2017.

Hiidensalo, Venla. 2016. Kirjakauppa on murroksessa – miten käy kirjan. Kirjailija-lehti, 2/2016.

Julkaisut 2016. Verkkodokumentti. Suomen Madridin-instituutti. <<http://madrid.fi/julkaisut/>>. Luettu 27.3.2017.

Juntunen, Ari. 2017. Työntekijä. Tiedefirja.fi, Helsinki. Sähköpostikysely 30.5.2017.

Karhumaa, Arja. 2017. Kirjasuunnittelu 2 BA3. Verkkodokumentti. Docplayer. <<http://docplayer.fi/40524615-Kirjasuunnittelu-ii-ba3-arja-karhumaa.html>>. Luettu 19.4.2017.

Kirjamyynni putosi kolmatta vuotta peräkkäin. 2015. Verkkodokumentti. Kaleva. <<http://www.kaleva.fi/uutiset/kulttuuri/kirjamyynni-putosi-kolmatta-vuotta-perakkain/687925/>>. Luettu 19.2.2018.

Kirjojen tuotanto- ja myyntitilastot. 2018. Verkkotiedosto. Suomen kustannusyhdistys. <<http://kustantajat.fi/sivut/57/tilastot>>. Luettu 8.2.2018.

Koskinen, Pertti. 2010. Painotyön ostajan käsikirja. Helsinki: Mainostajien Liitto.

Lehtola, Mikko & Puttonen, Seppo. 2016. Suomessa myytiin yli miljoona kirjaa vähemmän kuin vuotta aiemmin. Verkkodokumentti. Yle. <<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/04/22/suomessa-myytiin-yli-miljoona-kirjaa-vahemman-kuin-vuotta-aiemmin>>. Luettu 29.3.2017.

Lius-Liimatainen, Anne. 2013. Onnistuneen kirjan resepti paljastui. Verkkodokumentti. Keski-suomalainen. <<http://www.ksml.fi/tanaan/Onnistuneen-kirjan-resepti-paljastui/233769>>. Luettu 18.4.2017.

Majander, Antti. 2017. Kirjamyynni jatkoi viime vuonna hiipumistaan – Harry Potter oli yksittäinen helmi. Verkkodokumentti. Helsingin Sanomat. <<http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005041909.html>>. Luettu 27.3.2017.

Makkonen, Teijo. 2004. Kustannustoimittajan käsikirja. Tampere: Suomen kustannusyhdistys & Vastapaino.

Pariti ja Textos andinos. 2017. Verkkodokumentti. Suomen Madridin-instituutti. <<http://madrid.fi/pariti-ja-textos-andinos/>>. Luettu 18.4.2017.

Pieni opas kirjan painamiseen. 2015. Verkkodokumentti. Painotalo Casper Oy. <[http://www.painotalocasper.fi/opas\\_kirjan\\_painamiseen.html](http://www.painotalocasper.fi/opas_kirjan_painamiseen.html)> Luettu 18.12.2017.

Pärssinen, Martti. 2017. Kirjailija. Helsinki. Sähköinen haastattelu 1.4.2017.



Rajala, Aino. 2013. Mitä eroa on tiedekirjoilla ja tietokirjoilla. Verkkodokumentti. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. <<http://neba.finlit.fi/blogi/mita-eroa-on-tiedekirjoilla-ja-tietokirjoilla/>>. Luettu 25.3.2017.

Sabin, Jo. 2017. Beginner's guide to book cover design. Verkkodokumentti. Hongkiat. <<http://www.hongkiat.com/blog/designing-book-covers/>>. Luettu 17.4.2017.

Säätiön historia. 2016. Verkkodokumentti. Suomen Madridin-instituutti. <<http://madrid.fi/saation-historia/>>. Luettu 27.3.2017.

Taheri, Maryam. 2016. 10 Basic Elements of Design. Verkkodokumentti. Creative Market. <<https://creativemarket.com/blog/10-basic-elements-of-design>>. Luettu 3.4.2017.

Tavoite- ja toimintasuunnitelma vuodelle 2016. 2015. Verkkodokumentti. Suomen Madridin-instituutti. <<http://madrid.fi/dokumentteja/>>. Luettu 27.3.2017.

The 7 elements of good graphic design. 2015. Verkkodokumentti. Una Healy Design. <<http://www.unahealydesign.com/elements-of-good-graphic-design/>>. Luettu 5.4.2017.

Tietokirjallisuuden lajit. 2017. Verkkodokumentti. Suomen tietokirjailijat. <<https://www.suomentietokirjailijat.fi/jasenyys/liittyminen/tietokirjallisuuden-lajit/>>. Luettu 27.3.2017.

Untangling the Mystery of the Inca. 2007. Verkkodokumentti. Wired. <<https://www.wired.com/2007/01/khipu/>>. Luettu 6.3.2018.

Vasile, Christian. 2017. Learning the Basic Elements and Principles of Graphic Design. Verkkodokumentti. The basics of Graphic Design: The Elements. <<https://1stwebdesigner.com/graphic-design-basics-elements/>>. Luettu 5.4.2017.

Vilka, Hanna. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vuoden tiedekirja. 2017. Vuoden tiedekirja –palkinto 2016 Marjo Laitalalle ja Vesa Puuroselle.. Verkkodokumentti. Tieteellisen seurain valtuuskunta <<https://www.tsv.fi/fi/vuoden-tiedekirja/vuoden-tiedekirja-palkinto-2016-marjo-laitalalle-ja-vesa-puuroselle>>. Luettu 27.3.2017.

Wire rope knot illustration – knotten rope. 2017–2018. Verkkodokumentti. Kisspng. <<https://www.kisspng.com/png-wire-rope-knot-illustration-knotted-rope-92147/>>. Ladattu tiedosto 6.3.2018.

## Kyselylomake

Insinöörityössä laadittu ja käytetty e-kyselylomake.

### Tiedekirjojen graafinen ulkoasu

Tämä lomake on osa insinöörityötä, jonka tarkoituksena on kevyesti selvittää tiedekirjojen graafisen ulkoasun vaikutusta myyntilukuihin.

#### Tausta

Sukupuoli

- Mies  
 Nainen

ikä

Ammatti

#### Ostokäyttäytyminen

Kuinka monta kirjaa uskot ostavasi vuoden aikana? (kpl)

Kenelle ostat yleensä kirjoja?

- Vain itselle  
 Vain lahjaksi  
 Enemmän itselle  
 Enemmän lahjaksi  
 Puolet ja puolet

Mistä yleensä ostat kirjoja (voit valita useamman vaihtoehdon)

- Kirjakaupat ja kioskit  
 Antikvariaatit ja kirpputorit  
 Internetistä  
 Tavaratalot ja isot ruokakaupat  
 Muu? Mikä?

Tiedekirja on tutkimuskirjallisuutta, joka yleensä tutkii tiettyä spesifiä aihetta ja sisältää informatiivista ja syvällistä tietoa aiheesta.

Oletko ostanut viimeisen vuoden aikana tiedekirjoja?

- Kyllä  Ei

Jos vastasit edelliseen kysymykseen "kyllä", niin kuinka monta?

Jos vastasit "ei", niin miksi ei:

Kenelle ostat tiedekirjoja?

- Vain itselle
- Vain lahjaksi
- Enemmän itselle
- Enemmän lahjaksi
- Puolet ja puolet

Mistä yleensä ostat tiedekirjoja (voit valita useamman vaihtoehdon)

- Kirjakaupat ja kioskit
- Antikvariaatit ja kirpputorit
- Internetistä
- Tavaratalot ja isot ruokakaupat
- Muu? Mikä?

Mitkä kolme tärkeintä tekijää vaikuttavat tiedekirjojen ostoon?

- Hinta
- Tarjous- alenhinnat
- Kirjailija
- Takakannen selostus
- Kansien ulkonäkö
- Kansien materiaali
- Muu? Mikä?
- Esillepano kaupassa
- Kirjapalkinnot
- Sisäsivujen selailu
- Suositukset
- Kirjan nimi
- Aihe

Oletko joskus jättänyt ostamatta kirjan, koska kannet eivät miellyttäneet?

- Kyllä
- Ei

Tuovatko kauniit kannet mielestäsi lisäarvoa kirjalle?

- Kyllä
- Ei

Tarkastele seuraavia kirjojen kansia ja vastaa kysymyksiin:

Tarkastele seuraavaksi nämä kuusi eri kantta. Mikä herättää eniten huomiota?



**1 Kuvatut kulttuurit**  
Johdatus visuaaliseen antropologiaan  
Toim. Jari Kupiainen ja Liisa Häkkinen



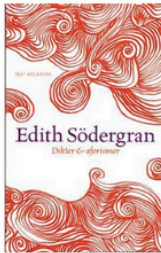
**2 Arkkitehdin pöydässä - miljöitä ja makuja**  
Yhdistää gastronomian ja arkkitehtuurin  
Iris Helkama & Inga Blåfield-Aaltonen



**3 Ruoka-Kalevala**  
Makumuistoja Suomesta. Kokoaa yhteen ruokamuistoja ja -kokemuksia.  
Kirjailija Jani Kaaro



**4 Textos Andinos**  
Khipu-kirjoitusten tutkimusta  
Martti Pärssinen ja Jukka Kiviharju




**5 Dikter och aforismer**  
Kokoelmateos  
Kirjailija Edith Södergran




**6 Yhteiskunnan tahra**  
Koulukotien kasvattien tarinoita  
Marjo Laitala & Vesa Puuronen

Minkä kirjan ostaisit vain kannen perusteella ja miksi? Mikä kiinnitti huomiosi ensimmäisenä kyseisessä kannessa?

Minkä kirjan ostaisit kirjailijan perusteella?

--Valitse tästä-- 

Minkä kirjan ostaisit aiheen perusteella?

--Valitse tästä-- 

#### Tietojen lähetyk

Tallenna

Kiitos kaikille kyselyyn vastanneille!

**Uudet kannet**

Esimerkkikirjalle luodut uudet kannet.

