

Miten tehdä lehdestä persoona

Maailman Kuvalehden
ulkoasu-uudistus

Jan Rosström

Lahden ammattikorkeakoulu

Muotoilu- ja taideinstituutti
Viestinnän koulutusohjelma
Graafinen suunnittelu

Kevät 2015



**Miten tehdä
lehdestä persoona**

Maailman Kuvalehden
ulkoasu-uudistus

Jan Rosström

Lahden ammattikorkeakoulu

Muotoilu- ja taideinstituutti
Viestinnän koulutusohjelma
Graafinen suunnittelu

Kevät 2015

Tiivistelmä

Opinnäytetyöni on aikakauslehti Maailman Kuvalehden ulkoasu-uudistus. Käsittelen sen lisäksi aikakauslehden ulkoasuvastaavan ammatillisen roolin selkeyttämistä.

Kirjallisessa osuudessa käyn läpi ulkoasuudistuksen suunnitteluprosessia ja pohdin ulkoasuvastaavan ammatillista roolia asiantuntijahaastattelujen pohjalta.

Tavoitteenani on tuoda lehden ulkoasu tähän päivään ja houkuttaa sillä uusia lukijoita sekä pitää vanhat kiinnostuneina. Pyrin myös selvittämään, mitkä ovat aikakauslehden ulkoasuvastaavan vastuualueet ja toimitustyön hyvät käytänteet, sekä yleisesti aikakauslehtialalla että juuri Maailman Kuvalehden kohdalla.

Ulkoasuudistuksen aikataulu venyy opinnäytetyön aikataulun yli ulkopuolisista syistä. Tästä johtuen opinnäytetyöhöni kuuluva lehden taittonäytteen ulkoasussa on vielä sekä isompia että pienempiä ongelmakohtia. Pyydän ottamaan huomioon tämän.

Avainsanat: Maailman Kuvalehti, aikakauslehti, ulkoasuuudistus, lehtikonsepti, ammattirooli, graafinen suunnittelu

Abstract

My graduation project is a redesign of the magazine Maailman Kuvalehti. In the project I also seek to clarify the role of the designer in the editorial workflow.

In the written part of the project I expand on process of the redesign and reflect on the role of the designer based on interviews with experts.

My aim is to modernize the layout, attract new readers and to keep the current ones interested. I intend to clarify the responsibilities of the designer, and to seek out what is good practice in an editorial workflow, both generally speaking as well as specifically for Maailman Kuvalehti.

The timetable for the redesign stretches beyond this graduation project, for reasons I cannot affect. Hence, the sample layout that is a part of this graduation project, has both minor and major flaws. Please take this into consideration.

Keywords: Maailman Kuvalehti, magazine, redesign, magazine design, professional role, graphic design



Typografia

16

Rohkeus astua esiin.

"Typografia on merkittävin väline tehdä lehdestä persoonallinen."

Sisältö

I Johdanto

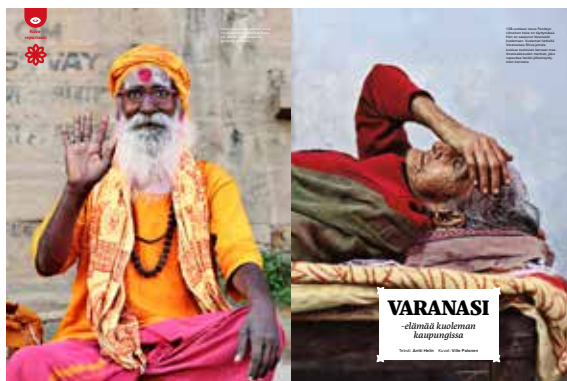
- | | | |
|------|---------------------------------------|----|
| 1.1. | Opinnäytetyön aihe | 8 |
| 1.2. | Opinnäytetyön tavoitteet ja tarkoitus | 9 |
| 1.4. | Työskentelytapa | 11 |
| 1.3. | Aikataulu | 11 |
| 1.5. | Tutkimuskysymykset | 12 |

II Taustoitus & prosessikuvaus

- | | | |
|---------|----------------------------|----|
| 2.1.1. | Typografia | 16 |
| 2.2.2. | Lehden logo | 20 |
| 2.2.3. | Grid | 25 |
| 2.2.4. | Värimaailma | 26 |
| 2.2.5. | Formaatti ja sivumäärä | 28 |
| 2.2.6. | Paperi ja ympäristö | 29 |
| 2.2.7. | Rakenne | 30 |
| 2.2.8. | Valokuvat | 36 |
| 2.2.9. | Kuvitus | 37 |
| 2.2.10. | Infografiikka | 38 |
| 2.3. | Ammattiroolin kehittäminen | 39 |

III Yhteenveto

- | | | |
|------|-------------------------|----|
| 3.1. | Yhteenveto ja arviointi | 42 |
| | Lähdeluettelo | 43 |
| | Kiitokset | |



Rakenne

33

Kuvareportaasi

Pyrkimyksenä on vahvistaa entisestään vaikutelmaa, että olemme kuvalehti, laadukas julkaisualusta lahjakkaille valokuvaajille ja heidän kuvilleen.



Miksi teemme tätä lehteä?
***Koska haluamme
muuttaa maailmaa
kertomalla siitä.***

I

Johdanto



Maailman Kuvalehti, 10/2014.

Maailman Kuvalehti on korkeatasoinen, 11 kertaa vuodessa ilmestyvä aikakauslehti, joka käsittelee globaaleja kysymyksiä: ihmisoikeuksia, ympäristöä, eri kulttuureja ja ilmiöitä.

Kohderyhmämme asenne ja elämäntyyli ovat ratkaisevampia kuin ikä. Teemme lehteä maailman muutoksesta kiinnostuneille ihmisille, jotka haluavat lukea hyvin kirjoitettuja juttuja ja arvostavat laadukkaita kuvia ja journalismia. (Maailman Kuvalehti, 2015)

1.1. Opinnäytetyön aihe

Opinnäytetyöni aiheena on aikakauslehti Maailman Kuvalehden ulkoasun uudistus ja ulkoasuvastaavan eli AD:n ammattiroolin selkeyttämistä. Opinnäytetyö on hankkeistettu ja sen toimeksiantajana toimii Maailman Kuvalehti ja sen julkaisijajärjestö Kepa ry.

Samaan aikaan lehden ulkoasuudistuksen kanssa uudistuu Maailman Kuvalehden verkkosivusto www.maailman-kuvalehti.fi. Ohjaan myös sivuston ulkoasua mutta toteutuksen tekee Kepa ry:n graafikko yhdessä websuunnittelijan ja teknisen toteuttajan kanssa.

Myös lehden markkinointimateriaalit uudistetaan ja kehitän niitä yhdessä mainosgraafikon ja markkinointisuunnittelijan kanssa.

Verkkosivusto ja markkinointimateriaalit ei kuulu arvioitavaan suoritukseen enkä käsittele niitä tässä.

1. Maailman Kuvalehden ulkoasun uudistus.

- Toteutusaika: lokakuu 2014 - lokakuu 2015.
- Täydellinen ulkoasun uudistus, sisällöllinen raikastus.
- Ensimmäinen uudistettu numero ilmestyy lokakuussa 2015.
- Uudistettu lehti juhlistaa samalla lehden 30-vuotista historiaa.

2. Lehden AD:n ammattiroolin selkeyttäminen

- tarkennetaan AD:lle kuuluvat vastualueet
- pohditaan työtapoja ja työaikatauluja
- tiivistetään päätoimittajan ja AD:n yhteistyötä

Tekniset tiedot 2014 (lähtötilanne)

Julkaistaan 11 kertaa vuodessa
Painosmäärä keskimäärin 6000 kpl,
Painotalo Forssaprint Oy, Forssa
Koko 215x297mm
Sivumäärä 48 sivua
Värillisyy 4/4
Paperi: g-print 100gr/m2

Toimitus

3 toimittajaa
+/- 30 avustajaa (kuvittajat, valokuvaajat, toimittajat),
1 markkinointisuunnittelija
1 kuvankäsittelijä (osa-aikainen)
1 Art director/grafikko

Julkaisija

Kehitysyhteistyön palvelukeskus Kepa r.y.

Mikä on suurin vaara uudistuksessa?

”[...] se että lehti olisi suunnattu graafikoille ja hipstereille, eikä taviksille, joita suurin osa lukijoista.”

Kenelle lehti tehdään?

”Uteliaille, jotka eivät kuitenkaan ole ylen si- nisilmäisiä.”

Jos lehtemme olisi ruoka tai ravintola, mikä se olisi? Kuinka monta ruokalajia?

”Monipuolinen, houkuttelevasti ja kauniisti katettu noutopöytä, jossa simpeleitä naposteltavia ja seassa pitkään haudutettuja patoja.”

1.2. Opinnäytetyön tavoitteet ja tarkoitus

Aloite uudistukseen tuli minulta itseltäni. Pitkäaikainen työni lehden graafikon antoi minulle mainiot edellytykset nähdä lehden visuaaliset ja rakenteelliset ongelmakohdat. Ehdotin uudistusta toimitukselle ensimmäisen kerran alkukesästä 2014. Aloitimme uudistusprosessin todenteolla syyskuussa 2014.

Aloitin prosessin tekemällä *moodboardin*, johon yritin vangita paitsi lehden hengen ja tunnelman myös sisältöalueet ja värimaailman.

Ensimmäisissä uudistuspalaverissa tein pienen kyselyn toimituksessa selvittääkseni uudistuksen avainkysymyksiä.

Halusin kysymyksillä peilata toiveita ja pelkoja uudistukseen liittyen sekä tuoda prosessiin leikkisän elementin.

Ilmeisten tavoitteiden, kuten lukijoiden lisääminen ja kiinnostavana pysyminen lisäksi painotettiin myös lehden oman hengen säilyttämistä ja kehittä-

mistä. Toisaalta pelättiin että ulkomuoto ja sapluunat sitoisivat liikaa sitä, mitä sisällön puolesta voi tehdä ja että lehden uusi ulkoasu puhuttelisi liian kapeaa kohderyhmää.

Hyvän ulkoasun- ja sisällön uudistuksen mahdollistajina nähtiin vapaus mainostajien odotuksista ja reunaehdoista, laaja avustajakunta, merkitykselliset sisällöt ja se että pelikenttänä on koko iso maailma.

Myöhemmin saimme toimituksen kanssa myös valmiiksi ensimmäisen version sisältöstrategiasta, johon on tiivistetty lehden tärkeimmät kysymykset, ongelmakohdat ja tulevaisuuden haaveet.

Uudistuksen haluttiin heijastavan lehden kasvua järjestölehdessä yleisai- kauslehdeksi.

Kunnianhimoinen ote, jossa aktiivisesti etsitään tapoja erottautua journa-

listisesti. Saada näkyvyyttä laadulla, jutuilla ja kuvilla, joissa mukana sielu. Rohkeutta astua lehtenä esiin, saada yhä useampi lukija mukaan lehden kyytiin. Tulla aktiiviseksi keskustelijaksi yhteiskunnassa ja sosiaalisessa mediassa.

Samassa dokumentissa nostettiin muutama konkreettinen ongelma-kohta esille:

Näkökulmia terävöitettävä, jutun konteksti kirkkaammin esille. Lukija tulee saada koukuttettua kertavilkaisulla.

Uudistusprosessin alussa julkaisijajärjestössä Kepa ry:ssä tapahtui henkilöstömuutoksia ja vastuu lehden ulkoasusta vastaaminen siirtyi kokonaan minulle. Tämä inspiroi minua ottamaan opinnäytetyön osaksi myös AD:n roolin pohtimisen ja kehittämisen.

Haluan että Maailman Kuvalehti voittaa ulkoasullaan alan palkintoja.

Yhdessä päätoimittaja Anni Valtosen kanssa tiivistettiin näkemyksemme lehden uudistustarpeesta näin:

Maailman Kuvalehden visuaalinen ilme uudistetaan, jotta näyttäisimme ajassa kiinni olevalta ja sopivasti trendikkäältä. Lehteä vaivaa tasapaksuus ja junamainen rakenne, joka pyritään rikkomaan. Uudistuksella pyritään pitämään lehden entiset lukijat mukana kellossa ja saada mukaan uusia lukijoita. Typografia on vanhentunut ja väsynyt useista muodonmuutoksista. Sitä vaivaa myös tietynlainen sieluttomuus ja varovaisuus. Lehden brändi vahvistuisi ottamalla käyttöön uusi typografinen paletti.

Yksi henkilökohtainen tavoitteeni lehti-uudistuksella on kehittyä paremmaksi graafiseksi suunnittelijaksi. Uskon, että tällä projektilla parannan taitojani projektinhallinnassa, asiakassuhteiden ymmärtämisessä ja ryhmätyöskentelyssä. Toinen tavoitteeni on tehdä terävää ja huomiota herättävää lehtikonseptisuunnittelua. Haluan, että Maailman Kuvalehti voittaa ulkoasullaan alan palkintoja. Viimeisimpänä, muttei vähäisimpänä haluan että lehti myisi enemmän ja laajemmalle yleisölle. Lehden ja sen tekijöiden arvomaailma on lähellä omaani ja näkisin mieluummin, että se arvomaailma leviäisi. 📖

Kepa ry. tilasi Taloustutkimus Oy:lta uuden lukijatutkimuksen. Valitettavasti en itse ehtinyt vaikuttaa sen kysymyksiin.

Järkevän

suhtautumisen lukijatutkimuksiin voisi tiivistää seuraavasti: Tuloksilla saa olla heijastus- muttei ohjausvaikutusta.

(Rantanen 2007, 80)

63

minuuttia on keskimääräinen Maailman Kuvalehden parissa vietetty aika. Se on selvästi parempi kuin järjestölehdillä (ka. 39 min*)

42–50

prosenttia toivoo lehteen vieläkin enemmän artikkeleita Suomen toimien vaikutuksesta kehitysmaihin, yritysten yhteiskunta-vastuusta ja vastuullisesta kuluttamisesta.

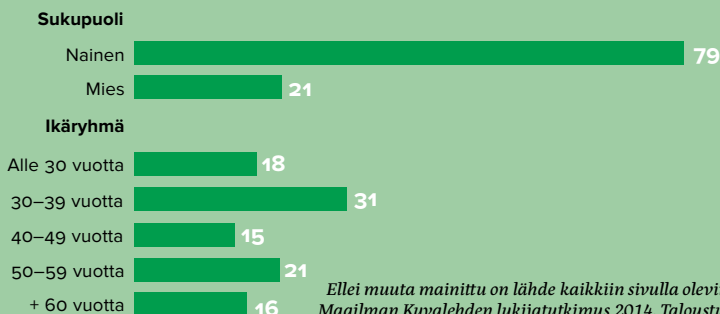
4,2

vuotta on keskimääräisen lukijan tilausaika.

15

prosenttia lukisi Maailman Kuvalehteä verkkolehtenä. Painetun lehden asema on siis vahva.

Maailman Kuvalehden lukijat (%)



Ellei muuta mainittu on lähde kaikkiin sivulla oleviin tietoihin: Maailman Kuvalehden lukijatutkimus 2014, Taloustutkimus Oy.

1.3. Aikataulu

Huhtikuu

- Logon suunnittelu.
- Ensimmäinen printattu raakaversio koko uudistetusta lehdestä, kommenttikierros.
- Kulttuuriosioiden konseptiehdotuksia.
- Infografiikkatyöliien ensimmäiset leiskat (kartat, graafit ja niiden värisuunnittelu).
- Värimaailman määrittely.
- Rakenteen viilaaminen.

Toukokuu

- Logon viimeistely, eri versiot.
- Kannen viimeistely (logo, värit, kuva).
- Keskustellaan lehden rakenteesta/visusta.
- Mietitään juttukonsepteja uudestaan, mikäli tarvetta.

Kesäkuu

- 30-vuotisjuhlanumeron suunnittelu.
- Markkinointimateriaalien suunnittelu yhdessä markkinointivastaavan ja mainosgraafikon kanssa.
- Kaikkien palstojen lopullinen nimeäminen ja kuvausten kirjoittaminen.
- Toivotetaan hyvää kesää ja annetaan projektin levätä kuukauden.

Elokuu

- Graafisen ohjeistuksen kokoaminen.
- Kuvankäsittelyn suuntaviivat (yhdessä samuli siiralan kanssa?).
- Luon kuvabriiffipohjat kuvajille: yleisbriiffi, henkilökuvaa, kuvareportaasi, lukujuttu.
- Luon alustavan ehdotuksen lehden numerokohtaiseen visuaaliseen suunnitteluun osa-alueista ja niiden aikabudjetista.
- Toimituksen ohjelmistokoulu (incopy, creative cloud)
- Katsastetaan viimeisimmät leiskat.
- Viilaan leiskoja.
- Testipainoksen tilaaminen forssaprintistä?.

Syyskuu

Ensimmäisen uudistetun numeron taitto.

1.4. Työskentelytapa

Loin aikataulun projektille melko myöhäisessä vaiheessa tammikuun puolellavälissä. Ennen sitä olin työstänyt uudistuksen eri osa-alueita omin päin. Ymmärsin, että jos haluamme uudistaa lehteä tässä määrin, minun tulee osallistaa toimitusta enemmän.

Kirjasin uudistuksen eri osioiden käsittelyajankohdat yhteen dokumenttiin, jonka laitoin julkiseksi toimituksen intran kautta.

Aikataulutin keskimäärin kolme kokousta kuukaudessa, jotka kestivät 1–2 tuntia. Tämä oli hieman liian vähän.

Kokouksissa oli paikalla toimitus ja markkinointisuunnittelija.

Nauhoitin kokoukset digitaalisesti ja tein jälkeenpäin muistiinpanot, joihin kirjasin ehdotetut asiat, auki jääneet kysymykset ja lopulliset päätökset. Muistiinpanot laitoin toimituksen intraan kaikkien nähtäväksi.

Ideana oli, että käsiteltävä materiaali (leiskat, konseptiehdotukset, ohjeistusdrafit jne.) olisi lähetetty toimitukselle 1–2 päivää etukäteen. Useimmiten en vaan ehtinyt.

Vedän uudistusprojektia päätoimittajan kanssa. Lehden strategiadokumentti toimii briiffinä itsellemme, ja siihen on hyvä tukeutua ulkoasuakin suunnitella. Pohdimme ensin kahden kesken esimerkiksi juttukonsepteja, jonka jälkeen teen alustavia leiskoja. Niitä kommentoidaan sitten koko toimituksen ja markkinointisuunnittelijan kesken.

Uudistusprojektin on määrä loppua lokakuussa 2015. Silloin julkaistaan ensimmäinen numero, jonka ulkoasu on uusi. Ennen sitä on vielä jonkin verran tehtävää. Projekti siis jatkuu opinäytetyöseminaarini jälkeen. 🍷

Uudistusprojektin on määrä loppua lokakuussa 2015. Silloin julkaistaan ensimmäinen numero, jonka ulkoasu on uusi. Ennen sitä on vielä jonkin verran tehtävää. Projekti siis jatkuu opinäytetyöseminaarini jälkeen. 🍷

1.5. Tutkimuskysymykset

Olen jakanut opinnäytetyön kahteen osaan: visuaaliseen uudistukseen ja AD:n toimenkuvan selkiyttämiseen. Visuaalinen uudistus käsittelee lehden varsinaista muotoilua, kun taas toimenkuvan selkeyttäminen käsittelee AD:n roolin löytämistä toimituksessa.

Mielestäni molempien käsitteleminen on tärkeää, jos haluaa tulla hyväksi visualistiksi.

Molemmat osiot voidaan avata purkamalla niiden sisältö muutamaan avainkysymykseen.

1. Lehtiudistus

Miten tuoda lehti tähän päivään ja pitää nykyiset lukijat sekä samaan aikaan houkutella uusia lukijoita?

- Uusimalla lehden logo.
Nykyisessä kannessa ei ole lehden logoa, vain lehden nimi. Se on luettava, muttei tunnistettava. Lehden persoona ei näy.
- Vaihtamalla formaatti pienempään ja kasvatamalla sivumäärää.
Lehteen suunnitellaan pitkä tekstipainotteinen juttutyyppi, joka istuu mielestäni paremmin hieman tiiviimpään formaattiin. Näen, että koko lehti tulisi liian tekstiraskaaksi, jos sivumäärää ei kasvatettaisi. Näin voimme säilyttää muut kuvapainotteisemmat jutut.
- Uusimalla lehden typografista palettia.
Ilman typografista uudistusta uudistus jäisi helposti hajuttomaksi ja mauttomaksi. Lehden tunnistettavuutta rakennetaan ja säilytetään juuri typografian avulla.
- Selkiyttämällä värienkäyttöä.
Punaista tunnusväriä lukuun ottamatta lehden värienkäyttö on ollut löyhää. Lehden rakenne selkiytyisi, mikäli lehden osioihin liitetään väritunnukset.
- Kokeilemalla uutta pitkää tekstipainotteista juttutyyppiä.
Haluamme vahvistaa rooliaamme taustoittavana ja analyttisenä mediana suomalaisessa mediakentässä.

Miten tuoda korkealaatuista sisältöä paremmin esiin? Kuinka päästä eroon järjestölehtimäisyydestä?

- Karsimalla keskipitkien juttujen määrää.
Kokonaisrakenne haluttiin viedä selkeämpään suuntaan. Lyhyet jutut lyhenevät, pitkät pitenevät. Tämä vähentäisi riskiä ”junamaisuuteen”.
- Formatoimalla vakiojutut tiukemmin, jotta voidaan keskittyä isojen kokonaisuuksien revittelyyn.
- Pidentämällä jo olemassa olevia toimivia juttukokonaisuuksia.
Halusimme viedä kokonaisrakenteen selkeämpään suuntaan.
- selkiyttämällä värien käyttöä
- Käyttämällä joustavampaa gridijärjestelmää.
Tiheämpi, epätasanumeroinen gridi on hyvä tapa luoda vaihtelevuutta, mutta silti järjestystä.

Miten päästä eroon typografian sieluttomuudesta ja varovaisuudesta?

- suunnitteleamalla reilusti etukäteen isot juttukokonaisuudet
- tuomalla lisää ekspressiivisyyttä otsikointiin

2. Lehden AD:n toimenkuvan selkeyttäminen

Maailman Kuvalehti on kasvanut järjestölehdestä yleisaikakauslehdeksi. Miten toimenkuvien sisällöt muuttuvat?


- Lehden pitää näyttää uskottavammalta ja enemmän ajassa olevalta. Visuaalisuudelta vaaditaan enemmän.

Miten tehdä lehden ulkoasusuunnittelusta kokonaisvaltaisempaa?

- Päätoimittaja ottaa AD:n aikaisemmassa vaiheessa mukaan numerokohtaiseen ja muuhun sisällölliseen suunnitteluun.
- kirjoittamalla auki lehden visuaaliset linjat yhdessä toimituksen kanssa

Miten hyödyntää paremmin toimituksen resurssit?

- siirtämällä selkeästi visuaaliset tehtävät AD:lle, esimerkiksi kommunikaatio kuvittajien ja valokuvaajien kanssa
- ottamalla käyttöön kevyt toimitusjärjestelmä (InCopy+InDesign) joka antaa toimitukselle enemmän joustoa tekstinkäsittelyssä ja poistaa AD:lta aikaa vievän tekstinkorjausvaiheen
- ulkoistamalla kuvankäsittelyä 📄



Jos lehtemme olisi bändi, miltä
se kuulostaisi?

***Gogol Bordello
meets Rokia
Traore.***

II

**Taustoitus &
prosessikuvaus**

mielenkiintoinen kontrasti, jos käyttää leikkisämpää kirjainta vakavahkon sisällön kanssa. Voi houkutella uusia lukijoita.

logo sukua fonteille mutta ei samaa. Ehkä modifioitua, ehkä jotain muuta.

viitteellisyyttä ja yllättävyyttä voisi tuoda ottamalla inspiraatiota naistenlehtien typografiasta.

pehmeä voi olla vahva -ajatus

humanistiset mittasuhteet (kirjasimen viivassa näkyy kalligrafisen kynän perintö ja yleisilme orgaanisempi)



Yllä ovat projektin alussa kirjoittamani pohdinnat liittyen lehden typografiaan.

”Jokaisen kirjaintyyppin on oltava 95% samannäköinen kuin muidenkin, koska muuten sitä ei voisi lukea.”

Hieman yli puolet (52%) lukijoista (Taloututkimus Oy 2014. 9) ovat ikänäköisiä, eli heillä on normaalia ikääntymiseen liittyvää näön heikentymistä. Ikänäkö ilmenee vähitellen lisääntyvänä vaikeutena lukea pientä tekstiä läheltä. (Seppänen 2013)

Jo tämä asettaa korkeat laatuvaatimukset lehden typografialle. Ykköskriteerinä leipätekstille pidin luettavuutta ja käytetyn kirjasimen kirjainten tunnistettavuutta (legibility).

Lehden aihepiirin vuoksi jutuissa on paljon vieraskielisiä sanoja ja nimiä. Tämän takia laaja merkistö ja kielituki ovat erittäin tärkeitä lehden typografialle.

Yksi lehti uudistuksen tavoitteista oli tuoda lehden ulkoasu enemmän tähän päivään. Liian trendikkäiksi ei kuitenkaan haluttu tulla, koska haluttiin huomioida kaikki lukijaryhmät. Haluttiin myös, että ero vanhaan ulkoasuun on näkyvä.

Yleisesti valitaan aikakauslehden typografiseen palettiin yksi antiikva- ja yksi groteskiperhe eri leikkauksineen (Rantanen 2007, 133). Oman taittoko-

kemukseni perusteella koin hyväksi jatkaa tätä perinnettä, mikä kattaa varmasti kaikki tarvittavat typografian mikro- ja makrotasot. Käytössäni on myös Adobe Typekit -kirjasto, josta voin hakea niin sanottuja villejä kortteja, kuten scriptejä tai erilaisia display-käyttöön tarkoitettuja kirjasimia, esimerkiksi pitkien juttujen lähtöaukeamiin.

Uudistuksen myötä myös lehden verkkosivusto uudistettiin. Piti siis ottaa myös verkkosoveltuvuus huomioon.

Kun olin vakuuttanut toimituksen siitä, että edellä mainitut kriteerit täytyisivät, kollegat eivät sen kumminkin esittäneet vaatimuksia asian suhteen.

Erik Spiekermann sanoo Helvetica-dokumentissa, että jokaisen kirjaintyyppin on oltava 95% samannäköinen kuin muidenkin, koska muuten sitä ei voisi lukea (Helvetica dokumenttielokuva 2007). Se tarkoittaa että on 5% alue missä kirjaisimen persoonallisuus tulee esiin. Se onkin melko suppea alue kulkea muille kuin ei visuaalisen ammattilaisille.

naistypografi, koska he ovat vieläkin harvassa kirjainsuunnittelumaailmassa (huomioidaan vähemmistö)

”Typografia on merkittävin väline tehdä lehdestä persoonallinen.”

eksoottista alkuperää, koska osa aihepiirejämme

ajassa kiinni. Peilaillaan matillisesti ajankohtaista muotoilua ja osoitetaan, että ymmärretään aikakauslehti kokonaisvaltaisena viestimänä

Jotain poikkeavia ja yllättäviä piirteitä, enemmän kontrastia saman fontin sisällä

pitääkö typografian silti edustaa suomalaista muotoilua? Ikään kuin meidän äänemme maailmaan.

2.1.1. Typografia

Typografialla on ratkaiseva rooli lehden visuaalisessa ilmeessä. Sen mukaan muotoillaan muun muassa logo, vinjetit ja palstaleveydet. Typografia elävöittää tekstin, kun taas layout eli muotoiltu teksti yhdessä kuvien kanssa välittää lukijalle tekstin sisällön ja ohjaa lukijan katsetta sivuilla. (Jais-Nielsen 2004, 228)

Näin välttämättömänä vanhoista kirjaksimista luopumisen uudistuksessa. Ilman tätä uudistus olisi helppo jäädä hajuttomaksi ja mauttomaksi. Lehden tunnistettavuutta rakennetaan ja säilytetään juuri typografian avulla. (Rantanen 2007, 108).

Koska tekstiä on lehden jokaisella toimituksellisella sivulla, typografia on merkittävin väline tehdä lehdestä persoonallinen. (Rantanen 2007, 106)

Maailman Kuvalehden nykyinen typografinen paletti koostuu kahdesta niin sanotusta superperheestä.

Lucas de Grootin vuonna 1994 suunnittelemat päätteen The Sans ja päätteellinen slabserif The Serif. Kirjasimet otettiin käyttöön, kun julkaisijajärjestön Kepan nykyinen visuaalinen ilme luotiin vuonna 2004. Silloin luotiin myös pohjasuunnittelu lehden nykyiselle ilmeelle.

Vaikka lehden layout on kokenut monta muutosta vuosien saatossa, ovat kirjasinperheet pysyneet samana.

Kun ilme luotiin, lehti oli myös sisällöllisesti tiukemmin sidottu julkaisijajärjestön viestintään. Myös resurssit olivat pienempiä. (Törmä 2015)

Lehden typografia seuraa löyhästi Kepa ry:n graafista ohjeistusta. Varsinaista omaa ohjeistusta ei lehdeillä toistaiseksi ole.

Lehdellä on uusimman lukijatutkimuksen mukaan laaja lukijakunta. Valtaosa on naisia ja 18% on alle 30 vuotta vanhoja ja 16% ovat 60 vuotta tai vanhempia. Suurin yksittäinen ikäryhmä on 30–39 -vuotiaat. (Taloututkimus 2014. 9).

!!!

Rosetta Typen Eskorte Pro on matalakontrastinen humanistinen antikva. Sen tunnelma on asiallinen ja jopa bisneshenkinen. Sanakuva on melko tumma. Kontrastina leipätekstissä ja ingresseissä käytettävään regularleikkaukseen, sen kursivi on varsin leikkisä ja vapaasti virtaava.

Eskorte Pro Regular

Extrabold-leikkaus on säilyttäen hyvin tumma ja autoritäärinen. Tässä leikkauksessa korostuvat myös kirjaimen persoonalliset piirteet, kuten a-kirjaimen jyrkkä viilto sen silmukassa. Näitä kahta viimeksi mainittua leikkausta käytetään isoissa otsikoissa ja korostuksissa.

Kirjaisimen on piirtänyt saksalainen Elena Schneider.

Eskorte Pro Extrabold

Eskorte Pro Extrabold Italic

Eskorte Pro Extrabold Italic

Eskorte Pro Regular Italic

Eskorte Pro Regular Italic

Eskorte Pro Extrabold Italic

Eskorte Pro Extrabold Italic

Jos selviää kidutuksesta ei pelkää enää mitään

Eskorte Pro Extrabold Italic 17/20

L

eskisen elämä on aina järjestynyt. Hän on ollut työteliäs ja sinnikäs, mutta myös haasteita kaihtamaton ja intuitioon luottava. Suurin voimavara on ehtymätön uteliaisuus.

Suomessa hän työskenteli Helsingin yliopiston tutkijana ja myöhemmin Kirkon Ulkomaanavun kansainvälisenä tiedottajana. Elämä tuntui asettuneen.

”Kun Suomen Madridin-instituutin paikka tuli hakuun, se tuntui omaa osaamistani varten tehdyttä. Pakko sitä oli hakea.”

Eskorte Pro Regular 8,5/11.25

Lähdin hakemaan uuteen leipätekstitypografiaan tummemman vaikutelman ja sitä kautta ryhdikkyyttä.

Typografialla voi viestiä, mutta sen ei ole tarkoitus kuvittaa (paitsi erityistapauksissa).

Typografian ”raamatun” The elements of Typographic style, kirjoittanut **Robert Bringhurst** valottaa kirjainvalinnan prosessia polkupyöräilyä käsittelevä kirjaa varten:

Paras kirjainvalinta pyöräkilpailua käsittelevälle kirjalle on ensinnäkin, hyvä kirjain. Toiseksi, se on hyvä kirjain kirjoille, tarkoittaen että se soveltuu pitkään tekstiin. Kolmanneksi, sillä on jonkinlainen yhteys aiheeseen. Se on todennäköisesti hoikka, vahva ja vikkela. On epätodennäköistä että se kantaisi mukanaan ylimääräistä koristelua tai painolastia. Se ei myöskään ole taipuvainen naamiaisleikkeihin. (Bringhurst 2004, 95)

Bringhurst antaa toisen esimerkin siitä, kuinka ottaa tekstin luonne huomioon kirjainvalinnassa:

Jos olet latomassa tekstiä, jonka kirjoittaja on naispuolinen, voit valita kirjaimen tai kirjaimia, jotka on muotoillut nainen. Aiemmilla vuosisadoilla ne olivat harvinaisia, mutta nykyisin niitä on useampia. (Bringhurst 2004, 95)

a

Guardian Egyptian Text Regular Commercial type

a

Maximum Regular Playtype

Guardian Egyptianin hylkäsin kun huomasin läheisen kilpailijan käyttävän sitä. Maximum taas oli liian kallis.

Pitkän selailun jälkeen päädyin ottamaan testiin pääasialliseen leipätekstiin antiikvan Eskorte Pro ja groteskin vaihtoehtoiksi Aperqu, Bureau Grot ja Founders Grotesk Text. Inspiraatio testata niitä tuli selatessani erilaisia kiinnostavia lehtiä, joita olin hankkinut projektia varten. Esimerkiksi Founders grotesk Text löytyi selatessani *Hufvudtadsbladetin* 150-vuotiskausua. Aperqu taas lentoyhtiö Norwegianin palkitusta *n by Norwegian* -lehdestä.

Eskorten julkaissut Rosetta Type, on erikoistunut luomaan ja julkaisemaan kirjainperheitä jossa latinalainen aakkosto on harmonisoitu erilaisten kirjoitusjärjestelmien kanssa. Esimerkiksi Eskorten pariiksi löytyy arabialainen scripti.

Löydän jonkinlaista runoutta tästä ideasta. Siinä yhdistetään kaksi maailmaa hyvin käytännöllisellä tasolla. Siis sama asia mitä Maailman Kuvalehti yrittää tehdä journalismin kautta!

Mutta ennen kaikkea Eskorten luettavuus, open type- ominaisuudet sekä laaja kielituki olivat syitä sen valitsemiseen.

Kirjaisimesta oli tarjolla 40 euron hintaista testiversiota, jonka ostin. Jouduin tosin hieman pettymään, kun testiversioon ei sisällynyt esimerkiksi kapiteeleja tai muita open type-ominaisuuksia.

Edellä mainituista groteskeista sain pyytämällä täydelliset versiot kirjainperheistä.



Proxima Nova
Regular
Mark
Simonson



Proxima Nova
Bold
Mark
Simonson

Proxima Nova (2005) on uudelleentyöstetty versio Proxima Sans (1994). Kirjaisin rakentaa siltää geometrisistä sanseista kuten Futurasta Akzdenz Groteskiin. Lopputulos on groteski humanistisilla mittasuhteilla jossa viitteitä geometrisyyteen. (Simonson 2014)

Proxima Nova on edustaa melko eri muotokieltä kuin valitsemani antikva, mutta toisaalta sillä on geometrisyytensä ansiosta yhteistä lehden muun visuaalisen ilmeen kanssa, kuten esimerkiksi logon ja tekstin taustalla käytettävien pallojen kanssa.

Proxima Nova
Regular
7/8.3

Proxima Nova
Bold
19/24

Hyviä ja huonoja ruokauutisia Afrikasta

Afrikka. Kaikkiaan 37 maailman maassa satotilanne on niin epävarma, että ne tarvitsevat tänä vuonna ulkomaista ruoka-apua, arvioi YK:n ruoka- ja maatalousjärjestö FAO maaliskuussa julkaistussa satoennusteessaan. Maista 29 sijaitsee Afrikassa. Toisaalta muualla mantereella ruokatilanne on hyvä.

Afrikassa ruoantuotannossa on poikkeuksellinen vaje neljässä maassa:

Proxima Nova
Regular
8.7/10.5

Aluksi tein kokeiluja fontinvalmistajien sivuilta löytyneillä testityökaluilla, mikä oli melko epätoivoista touhua. Säättömahdollisuudet olivat rajoittuneita ja presentaatiokelpoista näytettä oli vaikeaa tehdä.

Sain ohjaajaltani **Christoffer Lekalta** neuvon pyytää testiversioita suoraan fontin valmistajilta. Olin aluksi epäuskoinen, mutta yllätyin positiivisesti, kun sain suuriltakin fontinvalmistajilta myönteisiä ja ystävällisiä vastauksia pyyntöihini. Yhteydenotoksi riitti pelkkä sähköposti, jossa kerroin hieman taustaa lehdestä ja itsestäni ja pyysin saada testiversion mahdollista ostoa varten.

Aperqu ja Bureau Grot väistyivät nopeasti huonon luettavuutensa vuoksi.

Testasin **Founders Grotesk Text** -fonttia pitkään, mutta se osoittautui liian epätaloudelliseksi tilankäytöltään eikä senkään luettavuus ollut tarpeeksi hyvä. Testauksessa on tällä hetkellä HVD Fontsin **Supria Sans**, **Tomás Brousilin Tabac Sans** ja **Mark Simonsonin Proxima Nova**.

Viimeksimainittu päätettiin yhdessä lehden verkkosivuston toteuttamisesta vastaavan graafikon kanssa ottaa käyttöön siellä. Tällä hetkellä groteskin valinta on siis vielä auki, mutta Proxima Nova on hyvin todennäköinen valinta.

Halusin tuoda lehden typografialla selkeämpää kontrastia eri sisältöjen välille. Tämä on linjassa uudis-



Founders
Grotesk Text
Regular
Klim type-foundry



Aperqu
Regular
Colophon

Founders
Grotesk text
ja Aperqu olivat ihastuksia jotka hiipuivat nopeasti.

tuksen yleisen suunnan kanssa. Kokeilin tyyliä, jossa groteski perhe on selkeästi alisteinen antiikvalle. Tämä näkyy koossa, leikkauksien paksuudessa ja käytön määrässä. Groteskista ei käytetä esimerkiksi keskipaksua leikkausta paksumpaa. Perheiden sisällä taas hierarkia voi olla hienovaraisempi.

Toiseksi kielsin pelkkien versaalien käytön koko lehdessä. Eli toisin sanoen isoja kirjaimia on ainoastaan sanojen alussa. Tämä siitä syystä että halusin luoda lehdelle mahdollisimman pehmeän ja lähestyttävän vaikutelman.

Kapiteeleja tosin voi käyttää esimerkiksi lyhennyksissä.

Nykyisessä lehdessä on johdonmukaisesti käytetty vasemmalta tasattua liehupalstaa. Harkitsen vielä nyt kirjoittamishetkellä tasapalstan kokeilemista.

Loin alustavan gridin ja tein parin päivän verran kokeiluja leipätekstillä kunnes se oli esittelykelpoisessa kunnossa.

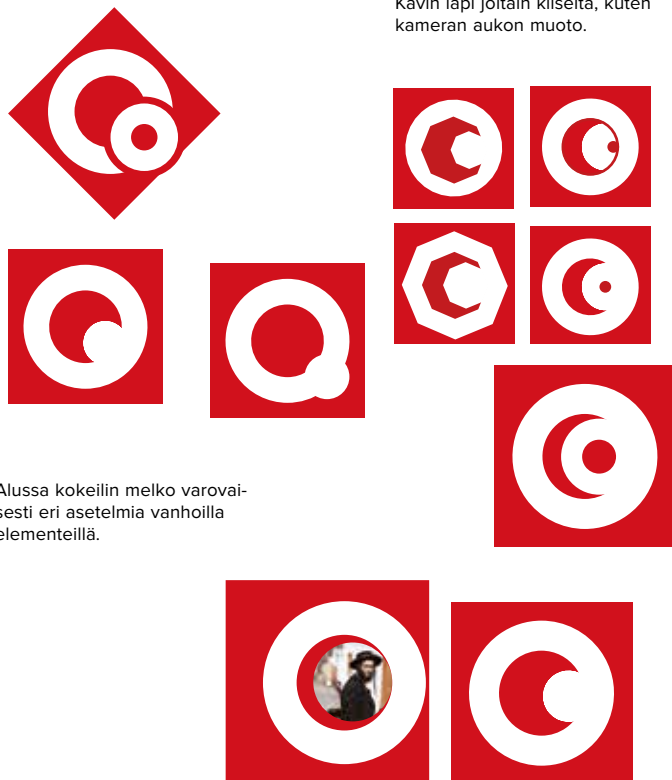
Prosessin aikana keräsin hyväksi todetut tyylit ja ideat tyylikarttaan. Tyylikartta on lopullinen vasta, kun olen karsinut sitä useampaan otteeseen. En lähtenyt luomaan typografista tyylikarttaa heti alussa, kuten usein on tapana. Tein erilaisia kokeiluja, joista jotkut jäivät elämään todetessani ne hyväksi, toiset tippuvat matkan varrella pois. 🙄

MAAILMAN KUVALEHTI

Kaksi ympyrää -logo ilmestyi ensimmäisen kerran Maailman kuvalehteen Lokakuussa 1996. Sittemmin se on kahteen otteeseen herätetty henkiin vuosina 2010 ja 2012



Kävin läpi joitain kliseitä, kuten kameran aukon muoto.



Alussa kokeilin melko varovaisesti eri asetelmia vanhoilla elementeillä.

2.2.2. Lehden logo

Mielestäni lehden nykyisen logon symboli on ongelmallinen sekä idealtaan että muodoltaan. Kaksi ympyrää paksuilla ääri viivoilla voi nähdä kahtena maapallona, jotka esittävät niin sanottujen globaalien pohjoisen ja globaalien etelän valtasuhdetta. (Wikipedia 2015)

Samalla ne muodostaa kirjaimet c ja o. Kirjainyhdistelmällä on saatu oivaltavalla tavalla ympättyä symboliin lehden vanha nimi *Kumppani*. Ongelma omasta mielestäni on symboliikan passiivisuus. Selostamalla suoraan epäsuhtaista, vaikkakin realistista valtasuhdetta kehittyneiden maiden ja kehitysmaiden välillä, symboli ei vaadi muutosta. Sen voi jopa lukea niin, että se hyväksyy sitä.

Graafiselta muodoltaan symboli jättää myös toivomisen varaa. Tasapaksuista viivoista piirretyt täydelliset ympyrät luovat hieman kylmän ja standardisoidun tunnelman. Negatiivinen tila, joka jää ympyröiden leikkauskohtaan, ei myöskään näytä mielestäni kau-

niilta tai harmoniselta. Symbolin muotokieltä ei olla myöskään hyödynnetty muualla lehdessä.

Kannessa symbolista ja lehden nimestä muodostuu lehden logo. Logossa on käytetty Akzidenz grotesk -kirjasintyyppiä ja sen on luonut "kansiraikastuksen" yhteydessä mainostoimisto BOB Helsinki vuonna 2010.

Realismin hengessä vuonna 1889 piirretyt Akzidenz Groteskin piti alun perin heijastaa isojen massojen tapaa kirjoittaa (Bringhurst 2004, 132). Nykyajan lehtimaailmassa viesti jää liian hienovaraiseksi. Karut ja yksinkertaiset muodot eivät viesti sisällöstämme juuri mitään.

Mielestäni se, että logo on ladottu versaaaleilla riisuu siitä loputkin rippeet sen oletetusta humanismista.

Nykyisen logon ongelma voisi kiteyttää seuraavalla tavalla: kannessa ei ole lehden logo, vaan lehden nimi. Se on luettava, mutta ei tunnistettava.



MK

Lehden nimen lyhentäminen MK:ksi on ongelmallista, koska varsinainen nimemme on tärkeä osa brändiämme.



Syntyi myös idea niin sanotusta modulaarisesta logosta. Eli logo, jossa kaikki elementit eivät ole kiinteitä, vaan niistä voi joku vaihtua logon käyttötarkoituksen mukaan. Elementti voisi olla esimerkiksi syväty valokuva.

Persoonallinen sanakuva synnyttää tunnistettavuutta paremmin kuin pelkkä ladottu teksti. (Rantanen 2007, 98)

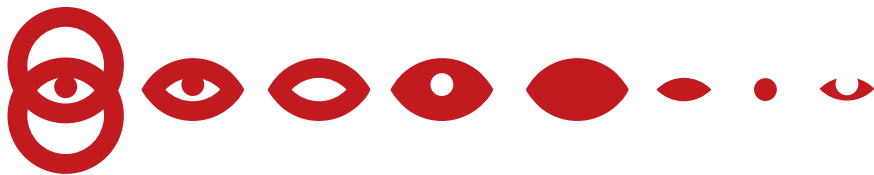
Lähdin liikkeelle logon uudistamisessa logo symboliosuudesta. Halusin säilyttää lehden tunnistettavuuden pitämällä punaisen värin ja muotokielen. Selkeää ideaa siitä, mitä symbolin piti edustaa tai viestiä, ei vielä ollut. Enemminkin oli ideaa siitä, mitä sen ei pitänyt viestiä.

Silmäsymboli syntyi, kun yhdistelin kahta samansuuruisia ympyrää. Näin ympyröiden edustamat kaksi maailmaa olisivat tasavertaisia. Symbolissa olevat negatiiviset muodot eivät kuitenkaan näyttäneet erityisen hyvältä. Kokeilin toista versiota, jossa maapallot ovat vierekkäin. Näin tasavertaisuuden periaate, joka on yksi lehden perusarvoista (Maailman Kuva-

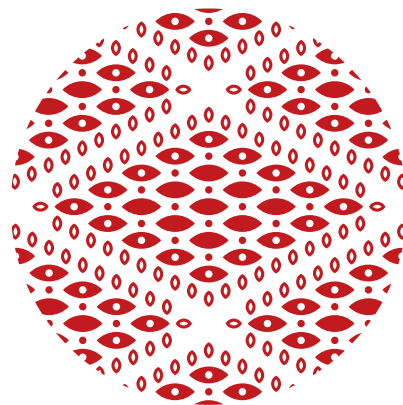
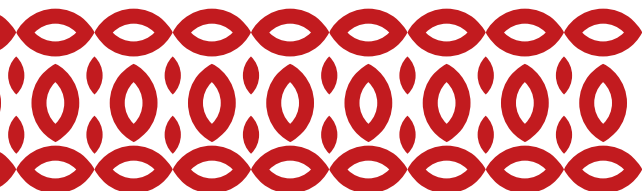
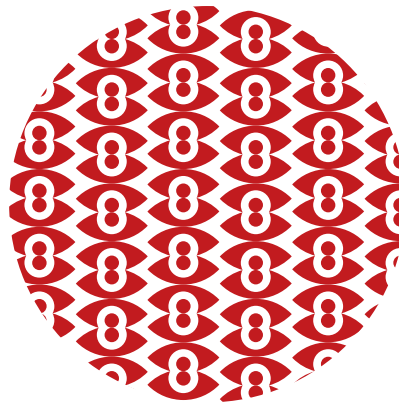
lehti 2015), tulisi vielä paremmin esiin. Symbolin voisi nähdä myös kiikarina tai silmäparina, mikä sopisi lehden sisältöön, joka tarkastelee maailmaa kuvien kautta. Jatkoisin kuitenkin kehittelyä.

Kun toin ympyrät päällekkäin niiden välille ilmestyi silmänmuotoinen tila. Silkasta uteliaisuudesta lisäsin silmään pupillin. Ensin keskelle, mutta se oli liian hyökkäävä tai pelokkaan näköinen. Nostin silmän hie-man jolloin se katsoo vakaasti ja herkeämättä. Muoto oli symmetrinen, selkeä ja mieleenpainuva. Tässä oli jotain.

Ensimmäisistä luonnoksista asti minulla oli idea siitä, että logon muotoja voisi hyödyntää lehden muussa layoutissa. Analysoin symbolin muotoja purkamalla sen osiin käyttäen Indesignin pathfinder -työkalua. Käänsin symbolin negatiiviset tilat värillisiksi ja päinvastoin. Kun laitoin ne kaikki vierekkäin, sain idean, että voisin käyttää tätä muotoarsenaalia hyväk-



*Symbolissa kohtaavat kaksi tasaver-
taista maailmaa. Niiden leikkauspisteessä
on silmä, se pääasiallinen väline, millä
ymmärrämme maailmaa. Silmillä kat-
somme myös kuvia ja luemme.*



seni lehden muussa layoutissa. Mikäli suurin osa lehden graafisista elementeistä on verisukua logolle, ajattelin sen tekevän kokonaisuudesta ehjän.

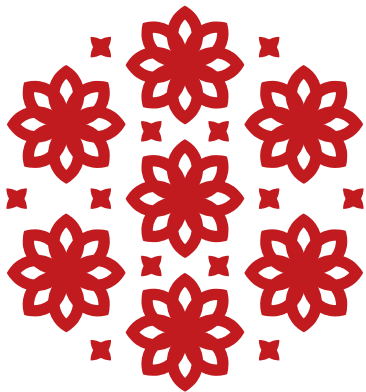
Lähdin rakentamaan erilaisia kuvioita ja rakennelmia silmäsymbolista derivoiduilla muodoilla. Huomasin nopeasti, että muodoilla voi luoda kuvioita jotka muistuttavat eri kulttuureissa esiintyviä tyypillisiä kuvioita, mutta silti edustavat omaa muotokieltään.

Kun olin tyytyväinen silmäsymboliin ja muihin muotoihin kokeilin yhdistää siihen erilaisia typografisia sommitelmia. Päädyin esittämään toimitukselle kaksi versiota, joista toisessa käytin lehden toissijaiseen leipätekstiin valittua Founders Grotesk Text -kirjasinta ja toiseen Avenir Next -kirjasinta. Modifioin viimeksi mainit-

tua tökerösti lisäämällä siihen ääriiviivat, niin että symbolin ja typografian viivapaksuus olisivat lähellä toisiaan. Kyse oli kuitenkin ensimmäisestä versiosta, joten sen ei mielestäni tarvinnut olla täydellinen.

Esitin toimitukselle siis kaksi versiota logotyypistä, joissa molemmissa oli silmäsymboli. Samassa kokouksessa esitin myös muutamia leiskoja sisäsivuilta, joissa olin ottanut käyttöön logosta derivoidut muodot.

Tuo oli uhkarohkea yritys saada toimitus kerralla vakuutettua silmäsymbolista ja siihen pohjautuvasta visuaalisesta konseptista. Rakensin pienen visuaalisen esityksen logosta, jota pyöräitin samalla, kun suullisesti avasin ideaa symbolin takana. Kuten olisi voinut olettaa, toimitus ei sitä ihan pureskelematta niellyt, vaan halusi nähdä useamman vaihtoehdon kansileiskasta.



Tämä kansi-vaihtoehto oli varsin suosittu mutta kaatui siihen ettei lehden nimeä nähnyt tarpeeksi hyvin.



Tosin päätoimittaja oli vakuuttunut alusta asti ainakin silmäsymbolista.

Reagoin huonosti kritiikkiin ja pyyntöihin. Väitin kivenkovaan, ettei tätä parempaa ole tullut vastaan. Sanoin, että asia on nyt niin että jompaakumpaa lähdetään kehittämään eteenpäin. Uutena AD:na lehdessä minulla oli kova tarve todistaa, että tiedän mitä teen. Taisin todistaa päinvastaista.

Taustalla lienee ollut pelko siitä, etten olisi muista logovaihtoehtoista voinut kehittää yhtä eheää konseptia, mikäli olisin niitä näyttänyt ja joku niistä olisi valittu. En tiedä, mistä tämä pelko johtuu. Kiire minulla ei tässä vaiheessa ollut. Ehkä se oli vauhtisokeutta, joka iski kun lähdin kehittämään ilmettä yhden idean pohjalta.

Opin tästä muutaman asian:

- Kill your darlings
- Valinnanvaran tai ainakin sen illuusion antaminen asiakkaalle on erittäin tärkeää.
- Selvitä ensiksi projektin aikataulu asiakkaan kanssa kunnolla ja rakenna siihen viilausaikaa.
- Älä tule vauhtisokeaksi. Etene sopivissa paloissa. Tiedosta, mitkä palat liittyvät toisiinsa.

Silmäsymboli hyväksyttiin kuitenkin vähän ajan päästä. Mutta koko logotyypistä ja asettelusta kannessa haluttiin vielä nähdä lisää vaihtoehtoja. Myös ohjaajani Penni Osipow ja Christoffer Leka ehdottivat samaa. Seuraavassa kokouksessa toimituksen kanssa näytin lisää alustavia kokeiluja:

Luonnoskierros 1



Luonnoskierros 2



Luonnoskierros 3



Teo Tuominen lähestyi kannen logoa kolmella eri tyylillä. Luonnos/komentointi vaiheita oli yhtä monta. Kirjoitushetkellä yllä oleva on todennäköisesti lopullinen ehdokas. Silmäsymbolin ja nimen yhdistäminen on vielä kesken.

Ehdotin, että logotyypin typografisen muotoilun voisi ulkoistaa. Tunsin, että omat taidot eivät riittäisi, ja että persoonallisempi logo voisi antaa huomattavaa lisäarvoa lehdelle. Ehdotin tehtävään kirjainmuotoilija Teo Tuomisen.

Käytyämme läpi Tuomisen portfolion ja keskustelumme kustannusarviosta päätimme ottaa Tuomisen mukaan projektiin.


Kirjoitin Tuomiselle briiffin ja se tarkistettiin koko toimituksen voimin. Briiffissä avattiin perusasiat lehdestä ja uudistuksesta sekä tekniset vaatimukset logolle. Tässä alla tärkeimmät kohdat:

Haluamme, että logo viestii lehtemme henkeä. Sloganimme ”Rakkaudesta muuttuvaan maailmaan” ja ”Näe maailmaa uusin silmin”, kertovat paljon. Logon pitää olla muistettava, selkeä ja helposti avautuva.

Siinä saa mielellään olla vivahde jonkinlaista primitiivistä eksotiikkaa (ks. kuviot liitteenä).

[...] Näkisimme mielellämme, että logon tekstiosuus seuraa silmäsymbolin muotokieltä tai sitten niin, että se eroaa siitä huomattavasti. Pyydämme, että otat huomioon lehden ja kannen typografian logon suunnittelussa.

Työskentely Tuomisen kanssa oli mutkatonta, ja oli raikasta saada toisen graafikon panos ulkoasuun.

Kirjoitushetkellä ei vielä ole saatu logoa viety loppuun. 



Käsin tekstattu logotyyppi viestii ainutlaatuisuudesta ja ulospäinsuuntautuneisuudesta, kuten esimerkiksi Andy Warholin Interview lehden kansi. (Jais-Nielsen 2004, 27.)

2.2.3. Grid

Grid on lehden sisältöä palveleva läpikulkeva palstointus, joka mahdollistaa monipuoliset taittoratkaisut.

(Rantanen 2007, 184)

Maailman Kuvalehden vanhassa layoutissa käytettiin kahta erilaista gridiä. Yhtä kolmipalstaista, joka on vanhempaa perintöä ja toista uudempaa, yhdeksänpalstaista. Viimeksi mainittu luotiin useita vuosia siten lehden alkupään kollaasiosion freesauksessa.

Miksi 9-palstaista ei ole käytetty pitkin koko lehteä jää arvoitukseksi, sillä kolmijako olisi mahdollinen myös sillä. Ainoastaan yksittäinen palstaleveys kasvaisi hieman.

Vanha kolmipalstainen gridi jouduttiin usein rikkomään lehdessä esiintyvien kinalojuttujen ja info-laatikoiden takia. Se on melko pieni vaiva, mutta on johtanut epäsäännöllisiin palstan leveyksiin ja hidastanut taittoa. 🙄

13 mm

12,5 mm

9-palstainen gridi mahdollistaa neljä järkevää palstajakoa:

Taitossa voi olla samalla sivulla eri juttuja eri palstaleveydellä. Vielä dynaamisemmaksi taitto tulisi, jos sallisin palstaleveyden vaihdon leipätekstille samalla sivulla. Se tosin tuntuu enemmän kuuluvan taide- ja muihin erityisjulkaisuihin.

Uuden gridin marginaalit ovat sekä suhteellisesti että absoluuttisesti pienemmät kuin vanhat. Tämä johtuu pienennetystä formaatista.

13,5 mm

2 yksikköä (35,556 mm)
Tätä käytetään kuvateksteille ja muulle mikrotason typografialle, yhdistettynä jompaankumpaan alla olevista.

3 yksikköä (55,165 mm) Noin 40 merkkiä pääleipiksellä
Yleisin palstajako. Käytetään läpi lehden osioiden. Yksittäisen palstan leveys kapenee vanhasta reilulla puolellatoista millimetrillä.

4 yksikköä (75,111 mm) Noin 55 merkkiä pääleipiksellä
Käytetään pääasiassa lukujutussa ja kuvareportaasissa, mutta myös muun muassa kolumneissa. Tämä palstajako jättää aina yhden yksikön tyhjäksi. Se toimii keventävänä elementtinä tai voidaan hyödyntää mikrotason typografian tarpeisiin.

5 yksikköä (94,889 mm) Noin 70 merkkiä pääleipiksellä.
Leveintä palstaa käytetään vähäisesti ja se on yleensä sivulla yksin, esimerkiksi isojen juttutyypin avausaukeamilla. Leveä palsta sallii hyvinkin ison anfangin käytön.

17,5 mm



Punainen on klassinen korostusväri aikakauslehdissä. Valkoisen tekstin punaisen sävyllään päällä popularisoi aikoinaan vuonna 1936 perustettu Life Magazine.

2.2.4. Värimaailma

Tarkkaan määritelty väripaletti, joka toistuu lehden eri elementeissä ja typografiassa, on yleinen käytäntö aikakauslehtialalla. Siitä on monta etua: se helpottaa taittotyötä, kun ei koko ajan tarvitse keksiä uusia värejä. Taitossa oppii nopeasti sen, kuinka värit käyttäytyvät painettuna. Ennen kaikkea tarkka väripaletti vahvistaa lehden tunnistettavuutta. (Jais-Nielsen 2004, 303).

Valituilla väreillä pitää olla lehden muotoilussa johdonmukainen ja lukee opastava tehtävä. (Rantanen 2007, 174). Tätä haluan korostaa uudistuksessa. Loin selkeän väripaletin, jossa tietyt värit korreloivat tietyn lehden osion kanssa. Väri toistuvat paitsi tunnisteissa myös typografiassa, kuten anfangissa, nostoissa ja infolaatikoissa.

Aikakauslehtien pääväri on melkein poikkeuksetta musta. (Rantanen 2007, 174) Tämä johtuu siitä, että teksti pääsääntöisesti painetaan mustalla. Toiseksi yleisin käytetty väri on punainen. Myös Maailman Kuvalehden pääasiallinen korostusväri on tähän asti ollut punainen. Halusin pitää punaisesta kiinni, jotta jokin tunnistettava elementti säilyisi. Punaista on käytetty logossa, alukkeissa, lopukkeissa, nostoissa ja satunnaisesti anfangissa. Punainen väri on määritelty taittoteidostoissa, mutta ylläpidetty huonosti. Epäjohdonmukaiset väriasetukset taitto-ohjelmissa ovat johtaneet siihen, että väriarvot ovat hiukan muuttuneet ajan myötä, kun tiedostoja on avattu eri koneilla. Muita korostusvärejä esimerkiksi anfangeihin ja sitaatteihin on usein poimittu jutussa olevasta kuvasta tai kuvituksesta. Menetelmä on mielestäni ihan looginen, mutta antaa helposti liian löysän vaikutelman lehden ilmeestä.

Punaisen valinta perustuu aikakauslehtialan konventioihin ja siihen, että halusin säilyttää jotain lehden vanhasta

ilmeestä. Ensimmäinen versio väripaletista koettiin toimituksessa liian tyyppilliseksi ja pyydettiin, josko se voitaisiin viedä ”etnisempään” suuntaan. Koin myös itse sen liian ”karkkimaiseksi”, kun olin työstänyt layoutia pari kuukautta. Lisäisin vaaleanruskean sävyn vaaleanpunaisen sijaan. Ruskea muutui kolmannessa ja viimeisessä versiossa syvän viininpunaiseksi.

Väripalettiin määrittelin myös värien RGB-arvot verkkosivustoa varten. Verkkosivuille on leipätekstille määritelty oma tummanharmaa väri. Tietokone näyttöjen kirkkauden takia hieman matalampi kontrasti leipätekstin ja taustan välille vähentää silmien rasitusta. (Butterick 2014)

Väripaletti on jaettu kolmeen osaan ja osien käyttö ja keskinäinen suhde on määritetty lehden graafiseen ohjeistukseen. Nimesin kaikki värit kommunikoinnin helpottamiseksi.

Värien tärkeysjärjestys vaikuttaa ensinäkemältä sekavalta, koska tertiärrivivärit ovat vahvempia kuin sekundärrivivärit. Tämä perustuu ideaan siitä, että mitä pienempi korostettava asia on, sitä vahvempi väri on oltava. Suuren pintojen väriä on siis syytä heikentää, jotteivät ne syö voimallaan kaikkea ympäriltään. (Rantanen 2007, 176.)

Värit lajiteltuna käyttömäärän mukaan

	PMS: 186C Co M99 Y91 K11 R209 G17 B28		Magenta 2 Co M50 Y35 Ko R243 G155 B147		Magenta 3 Co M20 Y14 Ko R251 G218 B212		Magenta 1 Co M100 Y60 Ko R229 G0 B70
	PMS: process black Co Mo Yo K100		Harmaa 2 C9 M11 Y13 K49 R193 G187 B119		Harmaa 3 C4 M4 Y5 K10 R230 G227 B225		Harmaa 1 C18 M22 Y26 K49 R135 G126 B119
	Web teksti musta R40 G40 B27		Turkoosi 2 C39 Mo Y21 Ko R168 G216 B212		Turkoosi 3 C16 Mo Y8 Ko R223 G240 B239		Turkoosi 1 C78 Mo Y42 Ko Ro G174 B165
			Oranssi 2 Co M30 Y50 Ko R250 G193 B138		Oranssi 3 Co M12 Y20 Ko R254 G231 B209		Oranssi 1 Co M60 Y100 Ko R239 G125 B0
			Burgundi 2 C32 M50 Y39 Ko R186 G139 B141		Burgundi 3 C13 M20 Y15 Ko R226 G209 B208		Burgundi 1 C64 M100 Y77 Ko R122 G43 B62
			Vihreä 2 C43 Mo Y44 K3 R159 G205 B164		Vihreä 3 C17 Mo Y18 K1 R220 G235 B220		Vihreä 1 C85 Mo Y88 Ko Ro G157 B76

Päävärit. Selkeästi intensiivisin ja kirkkain. Kirkastettu muutamalla prosentilla aikaisemmasta. Lehden sydän, ydinosaaminen, tärkein, isoin, pisin.

- logo
- korosteväri läpi lehden osioiden
- keskeisimmän lehden osion tunnuskväri
- lehden oheismateriaalin pääväri: esimerkiksi banderollit, kangaskassipainatukset, teippaukset, videografiikat jne...
- verkkosivuilla käytetään leipätekstissä kevyempää mustaa

Sekundäärivärit. Huomattavasti heikompia kuin pääväri. tertiääriväreistä n. 50% ja 20%.

- käyttö runsasta
- voi käyttää suurille pinnoille
- lehden osio/palsta-tunnisteiden jatkeena
- infoboksit
- infografiikka

Tertiäärivärit. Keskenään yhtä intensiivisiä, mutta selkeästi pääväriille alisteisia.

- käyttö vähäistä
- ei suurille pinnoille
- lehden osio/palsta-tunnisteet
- infografiikan typografiassa
- markkinointimateriaaleissa enemmän
- pienissä typografisissa osuuksissa

215x297

200x265

uskottavammalta hieman pienempänä ja tiiviimpänä’

Uusi suunniteltu tekstipainotteinen juttutyyppejä myös istuu mielestäni paremmin hieman tiiviimpään tai kirjamaiseen formaattiin.

trendi aikakauslehtimaailmassa on ollut formaatin pienentyminen.

Vanhan ja uuden formaatin ero. Pienempi ja kevyempi lehti on halvempi postittaa tilaajille.

2.2.5. Formaatti ja sivumäärä

Uudistuksen alusta lähtien minulla oli haave saada lehteen lisää jäykkyyttä vaihtamalla formaattia pienempään. Sen myötä olisi mahdollista kasvattaa sivumäärää. Kysyin itseltäni, josko lehti tuntuisi uskottavammalta hieman pienempänä ja tiiviimpänä. Uskon, että näyttävää valokuvajournalismia voi tehdä hieman kätevämmässäkin formaatissa, vaikka yleisesti ottaen valokuvapainotteiset lehdet suosivat isompia formaatteja (Jais-Nielsen 2004, s 69). Tämä riippuu valkoisen tilan käytöstä ja muusta taitosta. (Rantanen 2007, 134, 170).

Viime vuosina vallitseva trendi aikakauslehtimaailmassa on ollut formaatin pienentyminen. Niin kutsuttu *magazine-book*, ”lehtikirja”, on tehnyt näyttävän esiinmarssin. Hyvinä esimerkkinä ovat *Helsingin Sanomien Teema* ja Ulkoministeriön julkaisemaa *Ulkopoliitikka* -lehti. Itämeren toisella puolella populaaritiede ja yleisaikakauslehdet *Språktidningen* ja *Modern Filosofi* ovat jo kauemmin edustaneet samatyypistä suuntausta.

Uusi suunniteltu tekstipainotteinen juttutyyppejä myös istuu mielestäni paremmin hieman tiiviimpään tai kirjamaiseen formaattiin. Mielestäni on melko ilmeistä, että koko lehti tulisi liian tekstipainotteiseksi, jollei sivumäärää kasvatettaisi. Näin myös kuvapainotteiset jutut voidaan säilyttää. Lehden nimi on sentään Maailman *Kuvalehti*.

Kustannukset sivumäärän nostamisesta pysyivät maltillisina. Pienemmän koon takia lehti keveni ja sitä myöten postitusmaksut pienentyivät. Säästöä saatiin myös vaihtamalla paperia.

Koin tämän trendin kiinnostavana ja päätin ehdottaa toimitukselle kahta formaattia. Yksi isompi (200x265mm) ja toinen nykyistä formaattia huomattavasti pienempi B5 (176x250mm).

B5 koettiin liian pieneksi. Koettiin ärsyttävänä pienen formaatin jäykkyys ja itsekin aloin epäillä sen järkevyyttä valokuvapainotteiseen lehtee. Päätettiin muutaman kokouksen jälkeen kokeilla isompaa eli 200x265mm. Samaa kokoa käyttäen esimerkiksi *Monocle* -lehti. 📖



Inspiraatio formatin pienentämiseen olivat n. B5-kokoa olevat, napakan tuntuiset ”lehtikirjat”



2.2.6. Paperi ja ympäristö

Ensisijaiset kriteerit lehden paperille ovat ympäristöystävällisyys, edullinen hinta ja soveltuvuus kuvapainotteiseen aikakauslehteen. Ympäristökriteeri on erittäin tärkeä, sillä paperin valmistus on yksi aikakauslehden valmistuksen suurin yksittäinen ympäristökuormittaja. (VTT 2010)

Nykyinen paperi, mattapäälystetty G-print 100gr/m², on monipuolinen ja suhteellisen edullinen paperi. Tosin suunnittelun lisääntyneen sivumäärän takia kustannukset piti saada pienemmäksi.

Neuvottelin painotalomme Forssaprintin myyjän Tuukka Aaltosen kanssa eri vaihtoehdoista. Tulimme siihen tulokseen, että jos laskemme paperin grammapainoa hieman, niin säästämme jo postikustannuksissa muutama sataa kuukaudessa.

Kun lehti on kuvapainotteinen, valitaan yleisesti päälystetty paperi sen hyvän kuvatoistuvuuden ansiosta (Jais-Nielsen 2004, 69). Lehti näyttää toisaalta rumalta, jos liian ohut paperi päästää sekundapuolen paistamaan priimapuolelle läpi. Päälystetyn ja päälystämättömän paperin välimuoto on silk-tyyppinen paperi. Silk-tyyppisessä paperissa on parempi opasiteetti, eli heikompi läpinäkyvyys, koska paperimassaan on sekoitettu savea. Näin ollen voidaan laskea grammapainoa ja silti välttää läpinäkyvyysongelmia. Silk-paperi on hyvin yleinen paperi edullisuutensa ansiosta.

Ihanteellisena näkisin vanhan paperin pitämisen tai vaihdon päälystämättömään paperiin. Silkin pinta on hieman heijastavampi kuin G-print,


mikä hieman huonontaa luettavuutta (Rantanen 2007, 187). Päälystämätön paperi taas toistaa kuvia hieman huonommin kuin päälystetty, mutta sen etu on erottautuminen. Kuten aikaisemmin olen maininnut, useimmat kuvapainotteiset lehdet käyttävät päälystettyä paperia. Nykyisin on yleistynyt myös mattapaperin käyttö (Jais-Nielsen 2004, 69)

Muita varteenotettavia ympäristökuormittajia ovat esimerkiksi painotalo itse.

Siksi kannattaa valita sellainen jolla on sertifiointit ISO 14001, EMAS tai Joutsenmerkintä. (Johansson, Lundberg, Ryberg. 1998. 241)

Painatusvaiheen rehevöitymisvaikutukset ovat pääosin seurausta kasvöljyistä sisältävän painoväriin valmistusketjun päästöistä. (VTT 2010)

Elinkaariarvioinnin tulosten perusteella tehokkain tapa pienentää ympäristövaikutuksia aikakauslehden elinkaaren aikana on pyrkiä vähentämään energian- ja polttoaineiden kuluusta elinkaaren eri vaiheissa. Myös raaka-aineiden käytön vähentäminen ja materiaalitehokkuuden parantaminen ovat tärkeitä ympäristövaikutusten pienentämisessä. (VTT 2010)

Painotalomme Forssa Printin Forssan tuotantolaitoksen yli puolet sähköntarpeesta katetaan ekosähköllä, jonka hiilijalanjälki on pyöreä nolla. (Ympäristösertifikaatit. 2015) 



FSC-sertifiointi takaa, että FSC-merkityt tuotteet tulevat hyvin hoidetuista metsistä, jotka tuottavat ekologisia, sosiaalisia ja taloudellisia hyötyjä. (Sertifiointi – Takuu ekologisia, taloudellisista ja sosiaalisista hyödyistä. 2015)



Joutsenmerkitty paino voi lisätä Joutsenmerkin painotuotteen silloin, kun painotuotteen paperista vähintään 90 % täyttää painopapereita koskevat ympäristömerkivaatimukset, eikä painotuote tai sen pakkaus sisällä PVC:tä. (Painolaitokset, painotuotteet, kirjekuoret ja muut paperituotteet 2015)



SFS-ISO 14001-ympäristösertifikaatti. Kansainvälinen standardi on malli ja ohjeistus hyvästä käytännöstä ja näin mittatikka organisaation ympäristöasioiden hallinnan kehittämiseen ja siitä viestimiseen. Standardit ovat luonteeltaan suosituksia, ja niiden käyttö on vapaaehtoista. (Ympäristöasioiden hallinta. 2014)



Painotalomme sähköllä on Ekoenergia-ympäristömerkki, joka on Suomen luonnonsuojeluliiton puolueeton todiste tuotetun sähkön ympäristövaikutuksista. (Ympäristösertifikaatit. 2015)



2.2.7. Rakenne

Nykyisen lehden rakenne perustuu perinteiseen kolmijakoon (LÄHDE: Rantanen, Lasse; Mistä on hyvä lehdet tehty. 177). Lyhyttä, pidempää, pitkä, lyhyempää ja lyhyttä. Mainosivut ovat ripoteltu pitkin lehteä ja yhteensä niitä on 5 1/2 sivua.

Kokonaisrakenne haluttiin viedä selkeämpään suuntaan. Lyhyet jutut lyhenevät, pitkät pitenevät. Tämä vähentää ”junamaisuutta” joka syntyy helposti, kun useampi keskipitkä juttu taitetaan peräkkäin. Aikaa erottaviin visuaalisiin ratkaisuihin ei ole. Halusin myös selkeyttää rakennetta värikoodauksella. Jokaisella osiolla olisi oma tunnisteväri, joka näkyy vinjeteissä ja typografiassa. Värikoodaus on yhdenmukainen myös lehden uudistuvan verkkosivuston kanssa, joskin pieniä poikkeamia esiintyy.





Kansi ja sisällysluettelo. Kirjoitushetkellä emme olla vielä toimituksen kanssa kunnolla puineet kannen linjaa, mutta idea on. Kansikuvassa olisi näillä näkymin aina ihmiskasvot rajattuna olkapäistä ylöspäin ja mieluiten katsekontaktilla. Lisää kannen kuvasta osiossa: Kuvajat ja kuvat, Kuvittajat ja kuvitukset ja infografiikka. Kannen typografiaa käsitellään Typografia osiossa. Lehti lähtee liikkeelle sisäsivun mainosivulla. Vastakkaisella sivulla on näyttävä iso tai kokosivun valokuva, joka on poiminta lehden pääjutusta tai toiseksi isoimmasta jutusta. Sivulla alkaa sisällysluettelo ja siinä myös avataan kuvaan liittyvän jutun taustaa henkilökohtaisella tarinalla jutun tekijältä. Tätä seuraavat loput sisällysluettelosta ja pääkirjoitus. Tunnisteväri on lehden pääväri, punainen. Tunnisteväri viestii, että on kyse lehden peruspalikoista. Typografia on sekoitus groteskia ja antiikvaa.

Maailman palat. Seuraavaksi alkaa viiden aukeaman uutispainotteinen kollasiosio nimeltä Maailman palat, joka loppuu hieman pidempään aukeaman juttuun, Maailma nyt. Maailman paloissa käsitellään hieman ajankohtaisempia aiheita lyhyemmässä muodossa. Osioon on myös ripoteltu ”tiedonjyviä” numeronostojen muodossa, ja osiossa on myös yksi yksinkertainen infografiikka. Maailman palat -osion värikoodi on vihreä ja typografia pääosin groteskia.



Naisille valta maahan

Kokkijymymönti perinteisesti johtajia Sambhaata, Zimbabween ja Malawin on äänestysvoimalla valittu, joka lisää naisten valtaa viljelymaahan. Jälkeen valitun voimattomuus kääntövoimaksi otettiin Afrikan maaseudulle.

Juonon ja maanviljelyn välinen ero on ollut suuri, ja se on ollut suuri osa maaseudun elämästä. Naisilla on ollut suuri rooli maaseudun elämisessä, ja he ovat olleet keskeisiä osia maaseudun elämisessä. Naisilla on ollut suuri rooli maaseudun elämisessä, ja he ovat olleet keskeisiä osia maaseudun elämisessä.

Fotot: Luokan juttuista naisten maaseudusta



Naiset heimonaidan keskellä


Egyptiläisen Ramy Essam pelkää kuolemaa vuoden 2011 protestissa. Ruotsissa tilapäisesti asuva muusikko uskoo yhä, että demokratia voittaa hänen kotimaassaan.



Vallankumouksen ääni. Egyptiläinen Ramy Essam pelkää kuolemaa vuoden 2011 protestissa. Ruotsissa tilapäisesti asuva muusikko uskoo yhä, että demokratia voittaa hänen kotimaassaan.





P...

Lukaussta elämäsi! Tila Voima-tuotteet!

voima

VARANASI -elämää kuoleman kaupungissa

Varanasi on kuoleman kaupunki, jossa ihmiset elävät ja kuolevat. Tämä on elämä ja kuolema.



P...



K...



V...



U...

Vapaat jutut ja henkilökuva. Kaksi aukeamaa vapaita juttupaikkoja on päätetty säilyttää, koska merkittävä osa lehden toimittamisesta materiaalista tarjotaan meille pakettina, jota sitten sovitaan esimerkiksi näille sivuille. Painotin toimitukselle rakennetta esitellyssä, että suosisin yhtä pidempää kokonaisuutta tai 1+3 sivun jakoa. Samaan osioon kuuluu henkilökuva. Henkilökuva pidennettiin neljälle sivulle entisen kolmen sijaan. Se antaa enemmän mahdollisuuksia näytävään kuviin ja otsikointeihin avausaukeamalla. Värikoodi on turkoosinsininen ja typografia pääosin antikvaa.

Valokuvareportaasi ja lukujuttu. Valokuvareportaasi on pidennetty aikaisemmasta kolmesta aukeamasta neljään. Pyrkimyksenä on vahvistaa entisestään vaikutelmaa, että olemme kuvalehti, laadukas julkaisualusta lahjakkaille valokuvaajille ja heidän kuvilleen. Painotus on entistä enemmän kuvissa, mutta juttutyypistä ei olla suinkaan poistamassa tekstiä kokonaan, vaikka se lyheneekin. Vaikka valokuvareportaasi on itsessään iso kokonaisuus, se kuuluu samaan osioon sitä seuraavan pitkän ”lukujutun” kanssa.



Pääjuttujen pituudet:

Kirjoitushetkellä nämä eivät vielä ole lopullisesti päätettyjä. Pidän tosin tärkeänä etteivät ne paisu erityisen paljon tästä.

- Pääkirjoitus:** 2700 merkkiä
- Henkilökuva:** 7500 merkkiä
- Kolumni:** 2400 merkkiä
- Aukeaman vapaa juttu:** 5500 merkkiä
- Kuvareportaasi:** 9000 merkkiä
- Lukujuttu:** 20000 merkkiä

10 lempikappaletta, joista sitten koostetaan soittolistaa. Toinen idea oli, että musiikkitoimittaja koostaa lehden numerokohtaisen teeman ympärille soittolistaa. Tähän soittolistaan tulee samanlainen linkki kuin levyarviossa. Linkin idea on ohjata liikennettä verkkosivuillemme. Tätä pystyy hyödyntämään myös sosiaalisissa mediassa.

Peräkärnyssä vielä yksi aukeaman juttupaikka. Sen idea on tarjota lukijalle sisällöltään kevyempää, mutta silti hieman pidempää lukukokemusta – ikään kuin ”sokerina pohjalla”.

Kolumnia ja viimeistä aukeaman juttupaikkaa lukuun ottamatta peräkärnyksen typografia on groteskia.

Viimeisenä lehdessä on ollut sarjakuva ja mainosivut. Mainosivut pysyvät, mutta päätimme toimituksen kanssa, että sarjakuvamme nykyisessä muodossa on tullut tiensä päähän. Sen tilalle haluttiin joku elementti, joka saisi lukijan viihtymään lehtemme parissa pidempään. Päätettiin kokeilla klassista sanaristikkoa, yhdistettynä kuvitukseen. Toinen mahdollisesti hieman taloudellisempi vaihtoehto on pieni tietovisa kyseisen lehden sisällöstä. Kirjoitushetkellä lopullinen muoto on vielä auki, ja kustannuksia selvitetään. ☺



”Kuuntele levy Spotifyssä! Maailman Kuvalehden levysuosituksot osotteessa maailmankuvalehti.fi”

QR-koodi eli ruudukoodi on kaksiulotteinen kuvio-koodi. Se eroaa yksiulotteisesta viivakoodista siten, että se sisältää informaatiota sekä vaakaa että pystysuunnassa.

Vaikka QR-koodit kehitettiin alun perin liukuhihnateollisuuden nopeaksi tuotannonseurantavälineeksi, ne ovat levinneet mobiilikäyttöön matkapuhelimilla. Matkapuhelimilla QR-koodeja luetaan erillisillä, yleensä ilmaisilla sovelluksilla, jotka voi asentaa matkapuhelimeen joko puhelimen valmistajan (esim. Nokia ja Apple) tai puhelimen käyttöjärjestelmän (esim. Android) sovelluskaupan kautta. Windows Phone -puhelimissa QR-koodilukija on osa käyttöjärjestelmää. (Wikipedia 2015)

Koodia voi muokata eriväriseksi, kunhan kontrasti pysyy tarpeeksi isona.

2.2.8. Valokuvat

Lehden pääasiallinen kuvitustapa ovat valokuvat. Suuri osa lehden valokuvista ostetaan osana juttupakettia, jonka toimittaja tai toimittaja-valokuvaajatyöpari tarjoaa lehteen. Eli AD ei näissä tapauksissa ole lainkaan ohjeistanut kuvaajia ottamaan lehden ilmeeseen sopivia kuvia. Monessa lehdessä kuvaajien ohjeistaminen on iso osa ADn työtä. (Kahranaho 2015). Kuitenkin monessa tapauksessa AD harkitsee yhdessä päätoimittajan kanssa, sopiiko esimerkiksi tarjottu materiaali kuvareportaasiksi ja kanteen laitettavaksi aiheeksi. Eniten mahdollisuuksia kuvasuunnitteluun on henkilökuva ja kulttuurialueama -jutuissa, jotka kuvataan usein Suomessa. Tämä tekotapa todennäköisesti jatkuu.

Pyrin tekemään kuvasuunnittelusta tarkempaa. Suunnitelmissa on luoda briiffipohjat henkilökuvalle ja aukeaman jutulle. Briiffissä on määritelty kuvan tekniset vaatimukset, kuvan tarkoitus ja se, mitä kuvassa ei saa olla. Briiffin mukaan lähetetään aina juttu tai jutturaakile ja muutama referenssikuva.

Ulkomailla kuvatuissa reportaaseissa kuvasuunnittelua tehdään mahdollisuuksien mukaan. Luon tähän tarkoitukseen yleisbriiffin, jossa on tekniset vaatimukset ja kansikuvan linjaus. Pyydetään siis kuvaajaa aina ottamaan muutaman kuvan mahdollista kantta varten. 📷

Pyrin siihen ettei kuvan päälle tulisi tekstiä, mutta joskus se on paras ratkaisu. Silloin tekstin alle tulee aina laatikko.
Kuva: Meeri Koutaniemi

2.2.9. Kuvitus

Yritetään kehittää uniikkia kuvitustyyliä pysymällä muutamien kuvittajien kanssa hieman pidemmän aikaa. Käytännössä tämä tarkoittaa, että vuorotellaan 2–3 kuvittajaa hitaalla tahdilla, esimerkiksi kolmen numeron välein. Ajan myötä kuvittajien määrän voi supistaa ehkä jopa yhteen vakiintuneeseen kerrallaan. Kirjoitin kuvitustyylin suuntaviivat:

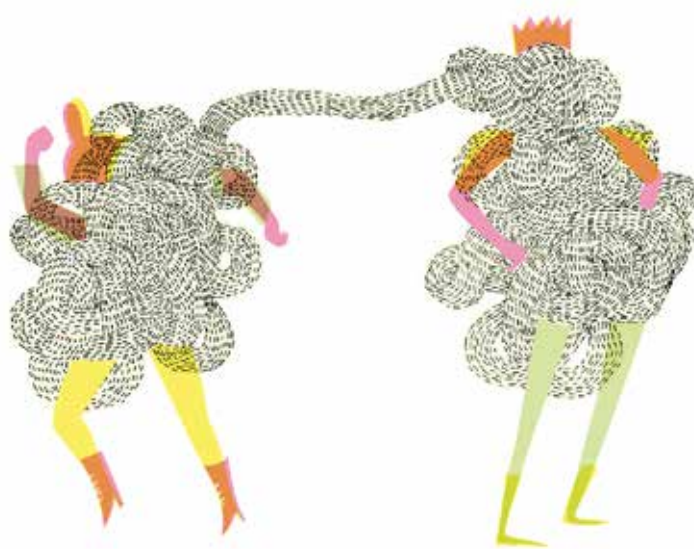
- Yhteys lehden muuhun visioon tulisi näkyä kaksiulotteisuudessa ja vahvoissa väreissä.
- Samatyypinen hierarkia, joka on valokuvien ja muun grafiikan välillä pätee myös kuvituksiin. Eli muotojen, viivojen ja värien tulee olla villimpiä kuin lehden muu visio.
- Haluaisin, että kuvituksissa näkyy omalaatuinen maailma, jolla on omat logiikat, fysiikan lait, floorat ja faunat, mantereet ja meret.
- Kuvitusbriiffeissä tulee mainita kuvan tekijälle lehden osion tunnusteväri missä kuvaa käytetään, että hän voi käyttää sitä kuvassa silloin kun se siihen sopii. 📌

Muutamia tyylinäytteitä kuvittajilta, joita haluaisin käyttää:

Robert Lönnqvist



Sanna Mander



Ilona Partanen

2.2.10. Infografiikka

Infografiikkaa on lehdessä melko vähän, ja sen yleisin muoto on kartta. Poikkeuksena on lehden alkupäässä Maailman palat -osiossa oleva pieni infografiikka ja samaan osioon ripotellut numeronostot.

Infografiikan luominen on melko vaativa ja aikaa vievä tehtävä, eikä lehdellä ole resursseja sen ulkoistamiseen. Päätettiin pyrkiä pitämään silmämme enemmän auki potentiaaliseen visualisointiin, mutta ei haluttu ottaa niitä kiintiöksi mihinkään juttutyyppeihin. Tehdään siis grafiikkaa tarpeen mukaan.

Toin karttoihin hieman enemmän väriä ja näkyvyyttä. Tämä antaa mahdollisuuden käyttää karttoja pääasiallisena kuvituksena tarpeen tullessa, esimerkiksi pitkässä lukujutussa.

Vanha kartasto oli ostettu Istockphoto.com -kuvapankista. Se oli hieman puutteellinen sekä teknisesti että maantieteellisesti, joten päätin ostaa uuden. freevectormaps.com verkkosivustolla on laadukkaista sekä maksuttomia että maksullisia vektorikarttoja eri painotuksin. Hyviin ominaisuuksiin kuuluu esimerkiksi että eri maitten ääri- viivat kohtaavat täydellisesti ja kaikki maat sekä isot vesistöt ovat omina layerina. 🗺️

Karttojen ulkoasu on vielä hieman kesken.



Lehden konsepti on päätoimittajan ja AD:n välinen sopimus, joka materialisoituu juttutyypeiksi.

2.3. Ammattiroolin kehittäminen

Lehti on tekotavaltaan tyyppillisen kulttuuri-, tiede- ja mielipidelehden ja kaupallisen lehden välimaastossa (Töyry 2015). Tämä tarkoittaa, että osa sisällöstä tulee tarjottuna talon ulkopuolelta, jolloin sitä muokataan mahdollisuuksien mukaan lehden näköiseksi. Osa sisällöstä tilataan avustajilta, ja näissä tapauksissa lopputulokseen voidaan vaikuttaa enemmän. Mielestäni tämä tekotapa on toimitukselle toimiva ja realistinen.

Maailman Kuvalehti on kasvanut 30 vuoden historiansa aikana järjestölehdessä yleisaikakauslehdiksi. Sitä myöten myös visualisuuden ja visualistin rooli toimitustyössä muuttunut. Minut rekrytoitiin AD:ksi 50% työajalla elokuussa 2014, jolloin silloinen AD jäi opintovapaalle. Olin tätä ennen toiminut lehden juniograafikkona noin kuusi vuotta. Ensimmäistä kertaa kymmeneen vuoteen lehdellä on nyt oma AD/graafikko, jonka tehtäviin kuuluu pelkästään Maailman Kuvalehden ulkoasusta vastaaminen.

Näin tarpeellisenä kirkastaa AD:n toimenkuvaa kahdesta syystä:

1. Lehden ulkoasusuunnittelusta pitää tehdä kokonaisvaltaisempaa.

Järjestö- ja yhteisölehdissä on tavallista, ettei toimitus koostu lehtialan ammattilaisista. Näin ollen on myös tavallista, ettei järjestölehdien visuaalisuus voi kilpailla yleisaikakauslehtien kanssa. (Rantanen 2007, 31.) Näin ollen voisi päätellä, että mitä lähemmäs lehti pyrkii yleisaikakausilehteä, sen kovemmat odotukset ovat lehden visuaaliseen kohtaan. Maailman Kuvalehteä on jo useamman vuoden tehty ammattimaisesti, pitkän ja monipuolisen journalistisen kokemuksen omaavan toimituksen kesken. Rajoittava tekijä visuaaliselle kehittämiselle on usein ollut raha ja aika. Edellinen AD vastasi lehden lisäksi julkaisijajärjestön Kepa ry:n visuaalisesta ilmeestä, mikä ei mahdollistanut lehden kehittämistä.

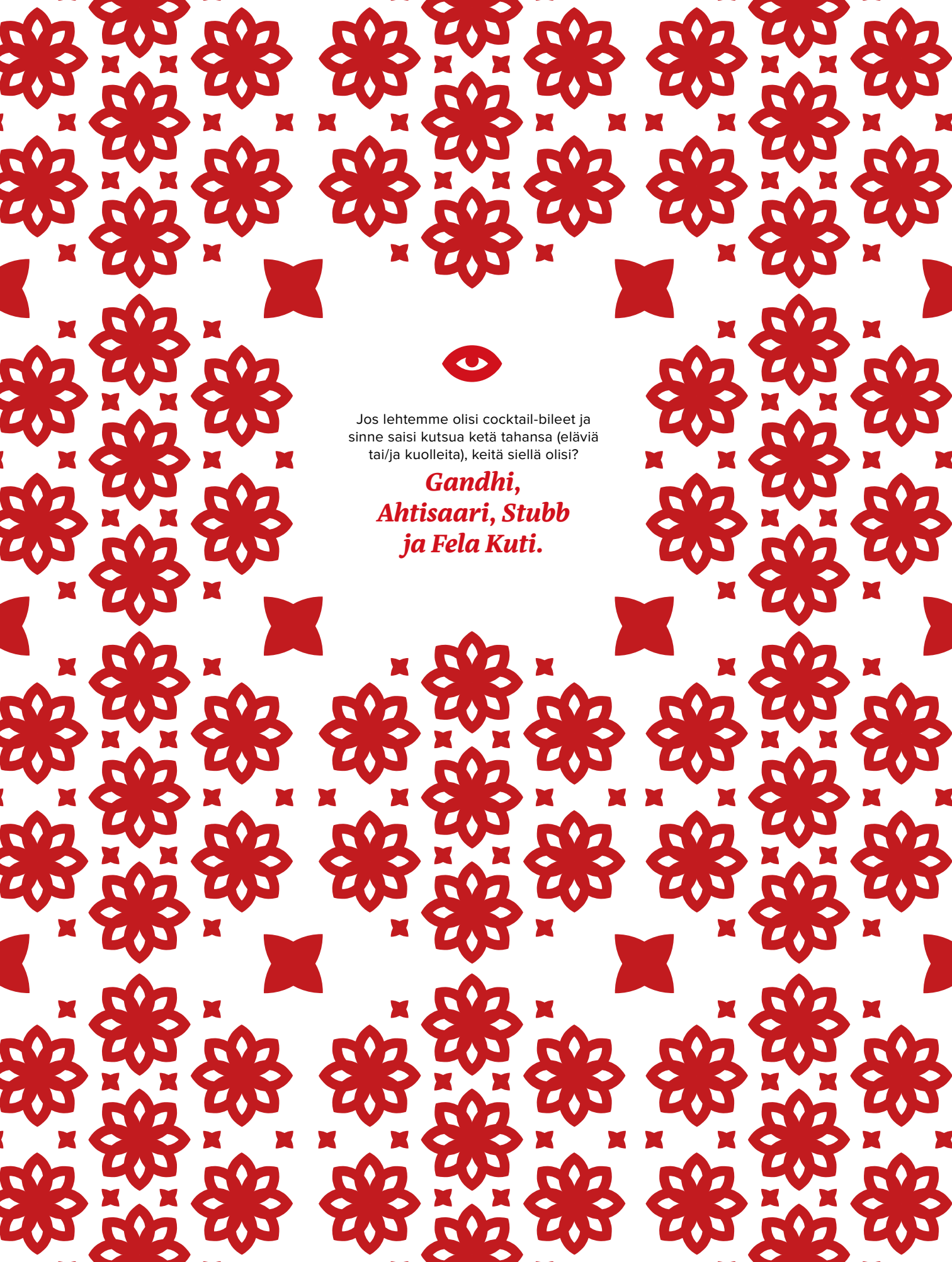
Käytännössä uusi tilanne tarkoittaa sitä, että AD:n ja päätoimittajan välistä yhteistyötä tiivistetään. Esimerkiksi tilatessa suunniteluille juttupaikoille juttu, AD otetaan mukaan jo alussa keskusteluun, jotta jutun visuaali löytyä ajoissa oman suuntansa ja onnistutaan luomaan jutusta laadukas kokonaisuus. Pitää olla selvillä, mitä ollaan tilaamassa ja millaista lopputulosta hakemassa. Lehden konsepti on päätoimittajan ja AD:n välinen sopimus, joka materialisoituu juttutyypeiksi. (Töyry 2015). Tosin lehden konseptia mietitään ja juttutyyppejä pallorellaan myös koko toimituksen kanssa. Päätoimittaja ottaa AD:n aikaisemmassa vaiheessa mukaan myös numerokohtaiseen suunniteluun.

2. Toimituksen resurssit ei hyödynnetty optimaalisesti.

AD:n pitäisi johtaa visuaalista suunnittelua, sen etukäiteistä suunnittelua, jotta ulkoasu noudattaisi olemassa olevaa strategiaa (tyyli/brändikirjaa). Tässä kohdassa AD:n pitää olla hyvinkin johtavassakin asemassa. (Töyry 2015)

Tähän pyrin esimerkiksi siirtämällä selkeästi visuaaliset tehtävät AD:lle. Tällaisia tehtäviä ovat esimerkiksi kommunikaatio kuvittajien ja valokuvaajien kanssa. Maailman Kuvalehdellä ei ole yhtä suurta tarvetta kuvasuunnittelulle kuin vaikkapa monilla naisten- ja perhelehdillä, mutta tähän kannattaa silti panostaa. (Kahranaho 2015)

Ottamalla käyttöön kevyt toimitusjärjestelmä (InCopy+InDesign) annetaan toimitukselle enemmän joustoa tekstinkäsittelyssä ja poistetaan AD:lta aikaa vievä tekstinkorjausvaihe. Myös kuvankäsittelyn ulkoistaminen on suunnitteilla, mutta tällä hetkellä siihen ei ole taloudellisia resursseja. 🙄



Jos lehtemme olisi cocktail-bileet ja
sinne saisi kutsua ketä tahansa (eläviä
tai/ja kuolleita), keitä siellä olisi?

***Gandhi,
Ahtisaari, Stubb
ja Fela Kuti.***

III

Yhteenveto

3.1. Yhteenveto ja arviointi

Koska uudistusprojekti jatkuu vielä opinnäytetyön valmistumisen jälkeen, sitä on vaikea vielä lopullisesti arvioida. Ja vaikka olisi toisin, uudistuksen menestystä voidaan mitata vasta jonkin ajan kuluttua, kun saamme kuulla lukijoiden reaktioita ja näemme sen vaikutukset tilaajamääriin.

Niinpä pohdin tässä viimeisessä osiossa yleisesti uudistusprosessia ja teen jonkinlaista itsearviointia.

Lehtiudistus on iso projekti. Ulkoasu koostuu yllättävänkin monesta palasesta, jotka on saatava sopimaan yhteen. Tähän vielä päälle uuden ammattiroolin etsimistä tutussa työpaikassa. Yksi isoimmista haasteista olikin luoda aikataulu ja suunnitella oma työni. Tässä koen, että olisin voinut onnistua paremmin. Minun olisi pitänyt alussa keskittyä aikatauluun, taustamateriaalin keräämiseen ja työvaiheiden priorisointiin. Nyt innostuin liian nopeasti aloittamaan ulkoasun varsinaisen muotoilun. Mutta tätä vartenhan koulu on, että oppii.

Koen onnistuneeni viemään lehteä omalta osaltani tavoiteltuun suuntaan. Lehden kansi on modernimpi ja on ravistanut harteiltaan järjestölehtimäisyyden. Löysin mielestäni oikean sävyn typografiaan; se on persoonallisempi mutta välttää turhaa erikoisudentavoittelua. Suoraviivaisempi sommittelu voimis-

taa upeita valokuvia ja rauhoittaa leipätekstiä, mikä parantaa lukukokemusta. Rakenne on pysynyt tunnistettavana, mutta on nyt selkeämpi.

Ennen kaikkea koen, että lehden laadukas sisältö on saanut arvoisensa viestijän, persoonaan.

Hauskinta prosessissa oli purkaa palasiin ulkoasu, jota olen itse käyttänyt pitkän aikaa. Se oli sekä jännittävää että vapauttavaa. Myös uusien juttutyyppeiden konseptointi oli innostavaa. Luottamuksellinen ja rento suhde päätoimittajaan auttoi paljon tässä prosessissa.

Huolenaiheita on toki vielä ilmassa. Kannattiko formaattivaihdos taloudellisesti? Päädynkö mestauslavalle, koska uusi formaatti tuottaa 20% enemmän paperijätettä kuin vanha? Annoinko tarpeeksi tilaa toimituksen mielipiteille?

Kisäväsymystä on kieltämättä nyt ilmassa ja odotan kesää, jolloin laitan projektin hyllylle kuukaudeksi lepäämään. Alkusyksystä katson lehteä tuorein silmin, ja voin tehdä vielä viimeiset viilaukset.

Silloin koostan myös graafisen ohjeistuksen. Sillä vaikka jatkankin työskentelyä lehden parissa, haluan tehdä parhaani että uudistettu ulkoasu jäisi elämään sellaisena kun se on tarkoitettu. 🍷

Lähdeluettelo

Kirjalliset lähteet:

- Bringhurst, Robert. 1992, 2005.
The Elements of typographic style.
Hartley & Marks Publishers, Vancouver
- Jais-Nielsen, Eva. 2004.
Tidskriftsdesign. Ordfront.
- Johansson, Kaj; Lundberg, Peter; Ryberg, Robert. 1998.
Grafisk kokbok. Bokförlaget Arena.
- Maailman Kuvalehden toimitus. 2015.
Sisältöstrategia.
- Rantanen, Lasse. 2007. *Mistä on hyvät lehdet tehty?*
Hill and Knowlton Finland
- Taloustutkimus Oy. 2015.
Maailman Kuvalehden lukijatutkimus.
Taloustutkimus Oy.

Suulliset lähteet:

- Kahranaho, Hanna. Henkilökohtainen haastattelu.
Helsingissä 8.3.2015
- Törmä, Iiro. Sähköpostihaastattelu.
Helsingissä 9.3.2015
- Töyry, Maija. Henkilökohtainen haastattelu.
Helsingissä 25.2.2015
- Keskusteluja Penni Osipowin, Christoffer Lekan ja
Tuukka Aaltosen kanssa.

Sähköiset lähteet:

- Seppänen, Matti. 2013. Ikänäkö. http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=dlk00817. Viitattu 21.4. 2015
- Butterick, Matthew. 2014. Color. <http://practicaltypography.com/color.html>. Viitattu 11.4.2015
- Simonson, Mark. 2015. <http://www.marksimonson.com/fonts/view/proxima-nova> (viitattu 24.4.2015)
- Wikipedia. North-south divide. http://en.wikipedia.org/wiki/North%E2%80%93South_divide. Viitattu 17.3.2015
- VTT. Aikakauslehden elinkaaren aikaiset ympäristövaikutukset. http://www.vtt.fi/files/sites/leader/aikakauslehden_ymparistovaikutukset_2010.pdf. (Viitattu 12.12. 2014)
- Sertifiointi – Takuu ekologisista, taloudellisista ja sosiaalisista hyödyistä. <https://fi.fsc.org/sertifiointi.179.htm> (viitattu 20.4.2015)
- Painolaitokset, painotuotteet, kirjekuoret ja muut paperituotteet <http://joutsenmerkki.fi/kriteerit/painolaitokset-painotuotteet-kirjekuoret-ja-muut-paperituotteet/> (viitattu 12.12.2014)
- Ympäristöasioiden hallinta. <http://www.sfs.fi/files/64/ISO14000esiteo1072014.pdf> (viitattu 12.12.2014.)
- Ympäristösertifikaatit. <http://www.forssaprint.fi/fi/ymparistomerkit-ja-sanasto.php> (viitattu 20.1.2015)
- Wikipedia. QR-koodi. <http://fi.wikipedia.org/wiki/QR-koodi> (viitattu 26.4.2015)

Kiitokset

Maailman Kuvalehden toimitus;
Päätoimittaja Anni Valtonen,
toimittaja Pia Laine, toimittaja
Taneli Lassila ja markkinointivas-
taava Tiina Rintanen.

Teo Tuominen, Teemu Pokela,
Maija Töyry, Hanna Kahranaho

Penni Osipow, Christoffer Leka,
Kaisa Leka,

Fontbureau, VLLGtype, Colophon,
HVDFonts, Rosetta type,
Mark Simonson

