

POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma

Eveliina Salomaa

INFOGRAFIikka SANOMALEHDESSÄ

Opinnäytetyö
Toukokuu 2012

OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2012
Muotoilun koulutusohjelma

Sirkkalantie 12 A
80100 JOENSUU
p. (013) 260 6880

Tekijä
Eveliina Salomaa

Nimeke
Infografiikka sanomalehdessä

Toimeksiantaja
Helsingin toimitus/
Turun Sanomat, Kaleva, Väli-Suomen Media Oy

Kieli
suomi

Sivuja 58
Liitteet 2
Liitesivumäärä 8

Asiasanat
Informaatiografiikka, viestintä, tiedonvälitys

Tiivistelmä

Opinnäytteessä perehdytään uutisgrafiikkatuotantoon, jota tehdään seitsemän sanomalehden yhteiselle Helsingin toimitukselle Karjalaisen visuaalisessa toimituksessa. Uutisgrafiikka välitetään seitsemälle sanomalehdelle, jotka ovat Turun Sanomat, Kaleva ja Väli-Suomen Median sanomalehdet eli Karjalainen, Keski-suomalainen, Savon Sanomat, Ilkka ja Pohjalainen.

Teoreettisessa osuudessa uutisgrafiikka tarkastellaan ensin kvantitatiivisen tiedon kentässä ja toiseksi sanomalehden viitekehyyksessä. Ensisijaisena aineistona käytetään esimerkkejä uutisgrafiikoista vuosilta 2011 ja 2012. Toisena aineistona käytetään palautekyselyn kautta saatua palautetta esimerkkigrafiikoiden sisällöstä, ulkoasusta, merkityksestä ja uutisgrafiikkayhteistyöstä.

Palautekyselyn tulokset kertovat, miten Karjalaisen uutisgrafiikat ovat vastanneet onnistuneen tilastollisen grafiikan kriteereitä sisällöltään ja ulkoasultaan. Esiin nousi ero tilastografiikan esittämisen ihanteiden ja julkaistujen uutisgrafiikoiden välillä. Tulosten perusteella tilastollisen grafiikan käyttötavat ovat muuttuneet pysyvästi sanomalehdissä ulkoasupäivitysten myötä. Uudet infograafiset esitystavat ovat tulleet jäädäkseen.

THESIS
May 2012
Degree Programme in Design

Sirkkalantie 12 A
FIN 80100 JOENSUU
FINLAND
Tel. 358-13-260 6880

Author
Eveliina Salomaa

Title
Information graphics in newspapers

Commissioned by
Editorial office of Helsinki/
Turun Sanomat, Kaleva, Väli-Suomen Media Oy

Language
Finnish

Pages 58
Appendices 2
Pages of Appendices 8

Keywords
Information graphics, communication

Abstract

The aim of this thesis was to research information graphics made in the visual office of newspaper Karjalainen for the cooperative editorial office in Helsinki covering the information graphics of seven newspapers. The information graphics are sent to following newspapers: Turun Sanomat, Kaleva and the Väli-Suomen Media newspapers including Karjalainen, Keskiuomalainen, Savon Sanomat, Ilkka and Pohjalainen.

In the theoretical part of the thesis, newspaper graphics are first placed into a field of statistical graphics and then in the context of newspapers. The primary material for the study includes examples of newspaper graphics from years 2011 and 2012. The secondary material includes feedback of the contents, layouts and meanings of the graphic samples as well as of co-operation between seven newspapers and Karjalainen.

The results of the feedback questionnaires indicate the success of the correlation between the criteria for excellent statistical graphics and the implementation of graphics in newspaper Karjalainen. The difference between ideal statistical graphics and the published newspaper graphics appeared in the results. According to the results, uses of statistical graphics have permanently changed in redesigned newspapers. New infographical ways of presentation have come to stay.

Sisältö

1 Johdanto	5	6 Palautekyselyn tulokset	41
2 Opinnäytteen lähtökohdat	6	6.1 Uutisgrafiikka ja sen tehtävä	41
2.1 Käsitteet ja kehittämistehtävä	6	6.2 Uutisgrafiikan sisältö ja ulkoasu	44
2.2 Toiminta-asetelma	8	6.3 Uutisgrafiikan merkitys ja visuaalinen lukutapa	47
2.3 Aineisto ja sen analyysi	9	6.4 Grafiikkayhteistyö	50
3 Graafinen esitystapa	10	7 Lopuksi	53
3.1 Määrällisen tiedon esittämisen historiaa	11	Lähteet	58
3.2 Onnistuneen tilastokuvion avaimet	15	Liitteet	
3.3 Visuaalinen lukutapa	18	Liite 1 Palautekysely	
4 Uutisgrafiikan paradigma	20	Liite 2 Palautekyselyn tulokset	
4.1 Grafiikkatyypin valinta	20		
4.2 Uutisgrafiikan rakenne	24		
4.3 Ulkoasusäännöt sanomalehdessä	26		
5 Uutisgrafiikkaesimerkkejä vuosilta 2011 ja 2012	28		
5.1 Pörssiyritysten tilinpäätökset	28		
5.2 Euroopan talouskriisi	31		
5.3 Pörssivuoden grafiikkapaketti 2011	32		
5.4 Pörssivuoden grafiikkapaketti 2012	34		
5.5 Eduskunta- ja presidentinvaalit	37		
5.6 Varuskuntauudistus	40		

1 Johdanto

Maailmassa tuotetaan valtava määrä tilastotietoa joka päivä. Suomessa tilastoja tuottavat yliopistojen lisäksi erilaiset tilastointiin erikoistuneet organisaatiot valtionhallinnossa, kunnissa, vakuutusyhtiöissä, eläkelaitoksissa, järjestöissä ja yrityksissä. Jotta kerätyn aineiston tiedot ovat luettavissa ja ymmärrettävissä, täytyy ne esittää tilastoina. Tilastografiikka on popularisoitunut, sillä kuka tahansa voi tehdä tilastoista visuaalisen esityksen helppokäyttöisillä grafiikkaohjelmilla. Kerätyn kvantitatiivisen tiedon hyödyllisyys riippuu monesti siitä, miten se esitetään ja julkaistaan.

Tiedon muotoilun eli infodesignin kenttä ulottuu myös sanomalehtiin, jossa toimittajat ja graafikot tekevät päivittäin uutisgrafiikkaa toimituksellisesta materiaalista. Uutisgrafiikkaa tehdään yhä enemmän ja mitä erilaisempia graafityyppejä, joissa tieto on pyritty järjestämään ja esittämään mahdollisimman viestivään muotoon – käyttötiedoksi. Uutisgrafiikan käytön lisääntyminen ei

välttämättä ole lisännyt sisällön laatua. Uusia grafiikan käyttötapoja on syntynyt toisinaan ulkoasu-uudistusten paineissa sisällön kustannuksella.

Viimeisen kolmen vuoden ajan olen tehnyt uutisgrafiikkaa seitsemän lehden yhteiselle Helsingin toimitukselle. Nämä seitsemän lehteä ovat Turun Sanomat, Kaleva ja Väli-Suomen Median sanomalehdet eli Karjalainen, Keskisuomalainen, Savon Sanomat, Ilkka ja Pohjalainen. Uutisgrafiikkatuotanto on ostettu Karjalaisen visuaalisesta toimituksesta, jossa työskentelen graafikkona. Vuosina 2011 ja 2012 olen tehnyt edellä mainittujen lehtien grafiikkavuoroa.

Lehtityö opettaa parhaiten tekijäänsä, sillä graafikon on huomioitava työskennellessään kohdeyleisö, lehden aikataulut, painotekniset vaatimukset ja toimittajan toiveet. Täysin valmista muottia uutisgrafiikan valmistamiseen ei ole olemassa. Sen sijaan perusteet, joiden avulla onnistuneempaan lopputulokseen päästään, ovat olemassa. Tämä opinnäyte antaa lyhyen katsauksen seitsemälle sanomalehdelle tehtävään uutisgrafiikkatuotantoon ja tuotannossa valmistettuihin graafityyppeihin. Opinnäytteessäni pyrin sijoittamaan tekemäni uutisgraafit infografiikan kenttään.

2 Opinnäytteen lähtökohdat

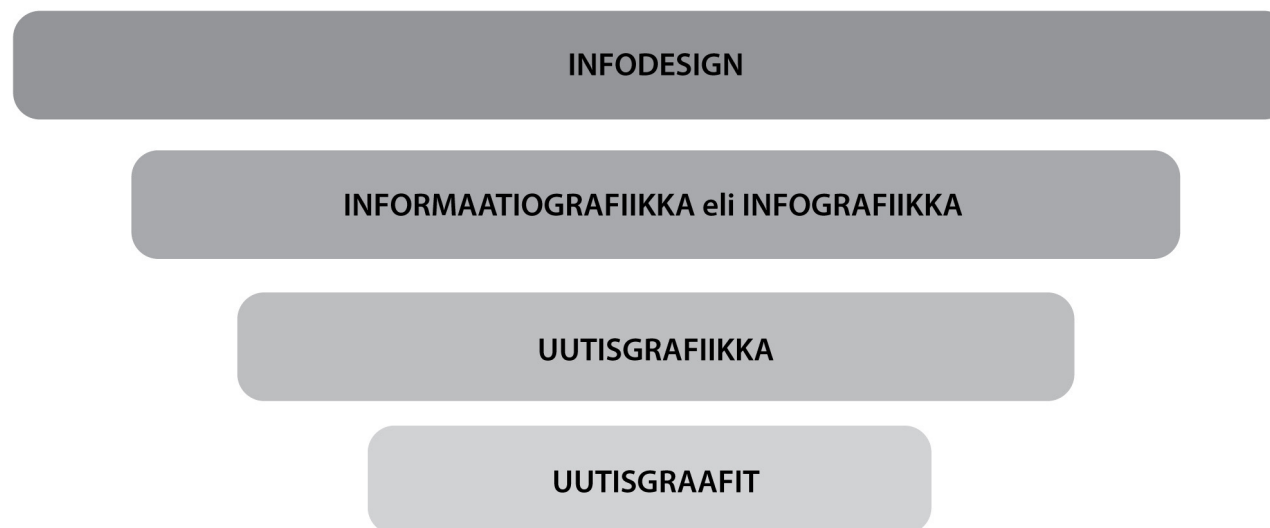
Mitä sanomalehtien uutisgrafiikka on ja kuinka sitä tehdään? Näitä ajatuksia pyörittelin päässäni, kun tein sanomalehti Karjalaisessa ensimmäisen kerran uutisgrafiikkaa vuonna 2009. Muistelin info-grafiikan kurssia, jonka olin suorittanut aikaisemmin opinnoissani. Kyselin myös toisilta graafikoilta neuvoja ja perehdyin visuaalisen toimituksen grafiikan leikekirjaan, johon oli tallennettu Karjalaisessa julkaistuja graafeja vuodesta 2008 alkaen. Pohdin leikekirjaa selatessani onnistuneen ja epäonnistuneen grafiikan eroja. Mikä tekee onnistuneesta uutisgrafiikasta hyvän ja selkeän? Ja toisaalta, mitkä seikat tekevät grafiikasta epäonnistuneen? Näitä kysymyksiä pyörittelen edelleen. Osaan olen saanut vastauksen kantapäähän kautta ja toisiin etsin vielä vastausta tämänkin opinnäytetyön avulla.

Tutkimusaiheeni näen osana visuaalista kulttuuria ja mediatutkimuksen kenttää. Janne Seppäsen (2005, 33) mukaan kuva- ja tekstilähtöisen tutkimuksen keinoin voidaan löytää mediakuvastoista merkityksiä ja rakenteita, jotka tarjoavat ihmisille aineksia raken-

taa toimijuuttaan. Myös tuotannon tutkimuksen avulla voidaan ymmärtää, miksi nämä merkitykset ja rakenteet ovat sellaisia kuin ovat. Seppäsen mukaan visuaalisten esitysten vastaanoton tutkimiseen paneutumalla saadaan hahmotettua, millaisia merkityksiä esitykset saavat vastaanottajien arjessa. Näitä merkityksiä voidaan puolestaan verrata teorialähtöisiin kuvatulkintoihin. (Seppänen 2005, 70–72.)

2.1 Käsitteet ja kehittämistehtävä

Uutisgrafiikan rakenteellisten käsitteiden ja graafityyppien määrittäminen on tarpeellista sen vuoksi, että toimituksessa työskentelevät henkilöt voivat puhua samaa kieltä, samassa viitekehyksessä – uutisgrafiikan paradigmaa. Infodesign on tiedon muotoilua. Infodesignilla tarkoitetaan tiedon valintaa, järjestelyä ja esittämistä halutulle yleisölle. Muotoilu tekee tiedosta käyttötietoa eli infografiikkaa, jolloin tiedosta tulee mahdollisimman viestivää. Informaation muotoilun ensisijainen ja praktinen tavoite onkin ajatus siitä, että tieto on tarkoitettu käytettäväksi. Tiedon täytyy olla paikkansapitävää ja objektiivista. Muut tekijät, ovat alisteisia viestivyydelle. Kun sanoma on tehokas ja selkeä, muutkin tekijät onnistuvat. (Vapaasalo 2000, 17–18.)



Kuva 1. Opinnäytteessäni käytettävien yläkäsitteiden hierarkia oman näkemykseni mukaan.

Sanomalehden uutisgraafikalla tarkoitan lehtijutun yhteydessä julkaistua graafia (kuva 1). Uutisgraafilla tuodaan esiin numeraalista tietoa tai kuvataan visuaalisesti asiaa, jota on muuten vaikeaa hahmottaa. Uutisgraafi voi olla kvantitatiivisesta aineistosta valmistettu tilastokuvio tai kuva-aiheinen graafi, jossa yksikkösymbolin kautta kuvataan jotain numeraalista määrettä. Se voi olla infograafi, jossa tapahtuma esitetään kronologisesti tai toimintaprosessi, jonka vaiheet puretaan näkyviksi. Se voi olla tietokartta, jossa kuvataan virtauksia kartalla.

Opinnäytteessäni etsin uutisgraafiesimerkkien ja grafiikkapalautteen kautta kehittämistehtäviä, joiden avulla Karjalaisen visuaalissa toimituksessa voidaan vastata paremmin eri uutistoimitusten tarpeisiin uutisgraafikan valmistamisessa. Myös toimeksiantajani Helsingin toimitus hyötyy palautekyselyn tuloksista siten, että toimituksien grafiikkatarpeeseen voidaan paremmin vastata tulevaisuudessa. Itselleni tutkimuksen tekeminen antaa paljon kaivattua palautetta töistäni ja mahdollisuuden kehittyä graafikkona. Haluan tietää lisää uutisgraafikasta ja etenkin siitä, kuinka onnistun parhai-

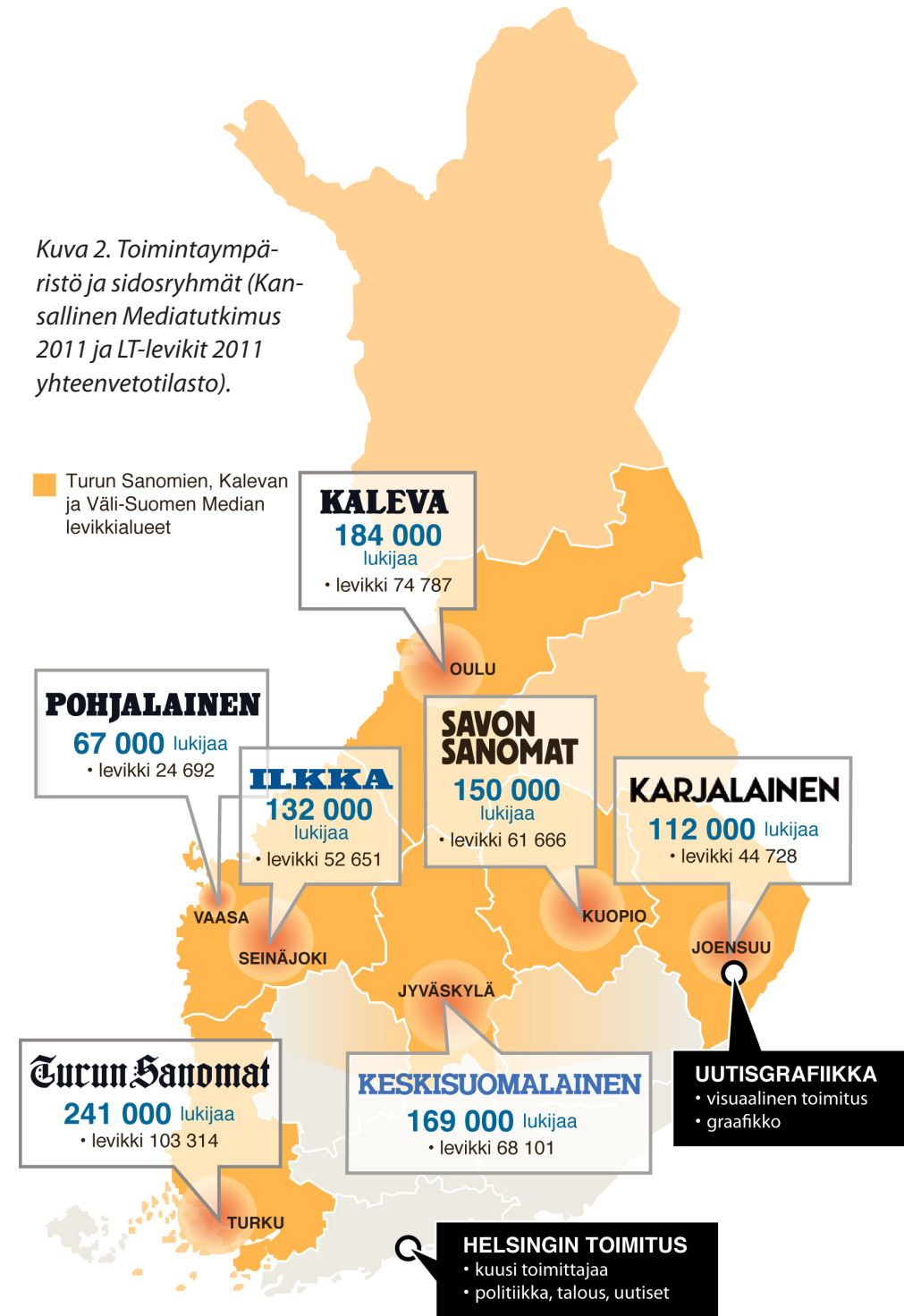
ten visualisoimaan uutisen sanomalehdessä uutisgraafin muodossa. Infografiikasta ja etenkin uutisgraafiikasta sanomalehdissä on tehty vähän julkaisuja suomeksi. Työ voi olla hyödyllinen myös graafisen suunnittelun opiskelijoille, joita sanomalehtiala kiinnostaa.

2.2 Toiminta-asetelma

Opinnäytetyöni on toiminnallinen. Se perustuu graafiesimerkkeihin, jotka olen tehnyt vuoden 2011 ja 2012 aikana ja niiden pohjalta tehtyyn palautekyselyyn. Palautteen pyysin sähköisenä kyselyä grafiikkatilauksia tekevältä Helsingin toimitukselta sekä grafiikkaa vastaanottavien sanomalehtien toimituksilta. Nämä seitsemän lehteä ovat Turun Sanomat, Kaleva ja Väli-Suomen Median sanomalehdet¹ eli Karjalainen, Keski-suomalainen, Savon Sanomat, Ilkka ja Pohjalainen. Toimeksiantaja eli Helsingin toimitus (kuva 2) on Väli-Suomen Median, Turun Sanomien ja Kalevan yhteinen kuusihenkinen toimitus, joka tuottaa yhteistyölehdilleen enimmäkseen talouden ja politiikan uutisia. Helsingin toimituksen uutisgraafikan valmistaa tällä hetkellä sanomalehti Karjalaisen visuaalinen toimitus.

¹ Väli-Suomen Media Oy tarkoittaa viiden suomalaisen maakuntalehden – Karjalainen, Keski-suomalainen, Savon Sanomat, Ilkka ja Pohjalainen – yhteistyöverkostoa. Kukin lehti omistaa osuuden Väli-Suomen Media Oy:sta.

Kuva 2. Toimintaympäristö ja sidosryhmät (Kansallinen Mediatutkimus 2011 ja LT-levikit 2011 yhteenvetotilasto).

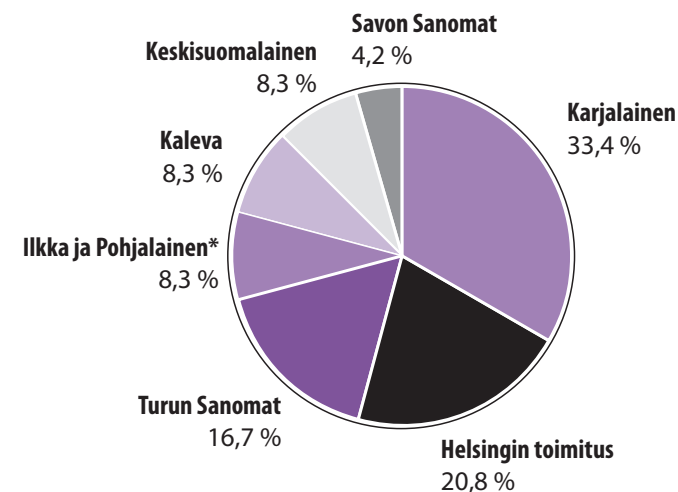


Lukijoita Helsingin toimituksen sanomalehdillä on yhteensä yli miljoona. Kansallisen mediatutkimuksen (2011) mukaan Turun Sanomat on lukijamäärältään suurin (241 000 lukijaa) ja toiseksi suurin on Kaleva (184 000 lukijaa). Väli-Suomen Median lehdistä suurin on Keski-suomalainen (169 000 lukijaa), toiseksi suurin on Savon Sanomat (150 000 lukijaa), kolmanneksi suurin on Ilkka (132 000 lukijaa), neljänneksi suurin on Karjalainen (112 000 lukijaa) ja pienin on Pohjalainen (67 000 lukijaa).

2.3 Aineisto ja sen analyysi

Ensisijaisena aineistona käytän vuonna 2011 ja 2012 tekemiäni graafisia töitä, joista avaan mielenkiintoisimpien graafien tekoprosessia. Esimerkkeiksi olen valinnut omasta mielestäni onnistuneita sekä vähemmän onnistuneita uutisgraafeja. Graafit on valittu ajanjaksolta ennen grafiikan ulkoasu-uudistusta ja sen jälkeen. Grafiikan ulkoasu päivitettiin syksyllä 2011 (ks. luku 4.3). Graafiesimerkkien avulla pyrin avaamaan uutisgraafiikan tekoprosessia ja sen ongelmia sekä lopuksi sijoittamaan uutisgraafiikan infograafiikan kenttään olemassa olevan tiedon ja tutkimusten valossa.

Toisena tärkeänä aineistona käytän palautekyselyn kautta saatua palautetta tekemiäni uutisgraafiikoiden sisällöstä, ulkoasusta ja yhteistyöstä sekä grafiikan merkityksestä sanomalehdessä. Palaute on kerätty huhtikuussa 2012 sähköisenä kyselynä Helsingin toimituksen seitsemältä yhteistyölehdeltä, joihin valmistamani grafiikka lähetetään. Kysely suunnattiin taloustoimituksen esimiehille ja ulkoasusta vastaaville henkilöille, Helsingin toimitukselle sekä kaikille niille, jotka työskentelevät grafiikan parissa. Kyselyyn vastasi 24 henkilöä eri toimituksista. Vastaukset jakautuivat prosentuaalisesti seuraavasti (kuva 3).



* Samat henkilöt toimittavat sekä Ilkkaa että Pohjalaista.

Kuva 3. Palautekyselyn vastausprosentti toimituksittain (liite 2, kuvio 4).

Eniten vastauksia tuli Karjalaisesta (33,4 %) ja seuraavaksi eniten Helsingin toimituksesta (20,8 %). Vähiten vastauksia tuli Savon Sanomista (4,2 %) sekä Pohjalaisesta (0 %). Pohjalaisen vastausprosentti selittyy sillä, että samat henkilöt toimittavat myös sanomalehti Ilkkaa. Käsittelen palautekyselyn tuloksia tarkemmin luvussa neljä.

3 Graafinen esitystapa

Mikä grafiikan viesti on? Katsojan havainnointi ja ratkaisut tapahtuvat nopeasti. Lukijan täytyy heti tunnistaa sekä viesti että sen merkitys, ennen kuin motiivi tarkempaan paneutumiseen syntyy. Muotoilun eli tilastokuvion avulla uutta tietoa verrataan jo olemassa olevaan tietoon. Vertailun erosta ja esiin tulleesta muutoksesta syntyy uusi merkitys. Huomion saavuttamiseksi on siis käytettävä tuttua kieltä, jossa uusi tieto esitetään havaittavasti, mutta kuitenkin sen ”tuntematon kylki edellä”. Infodesignin ja graafisen suunnittelijan haasteena onkin löytää näkökulma, jonka kautta aiheen olemuksen paikallistaminen ja olennaisen paljastaminen epäolennaisten asioiden seasta muodostuu visuaalisen esityksen perustaksi. (Vapaasalo 2000, 19.)

3.1 Määrällisen tiedon esittämisen historiaa

Tilastollisen esittämisen pohjan loi 1600-luvun puolivälissä ranskalainen filosofi ja matemaatikko René Descartes (1596–1650), joka kehitti suorakulmaisen koordinaattijärjestelmän eli karteesisen koordinaatiston. Suurin osa kuvioista tehdään tuohon jär-

jestelmään, joka muodostuu kahdesta keskenään kohtisuorassa olevasta viivasta – akseleista. Pystysuoraa akselia kutsutaan y-akseliksi eli ordinaatiksi ja vaakasuoraan kulkevaa akselia x-akseliksi eli abskissaksi. Kummallekin akselille on merkitty tasavälinen asteikko siten, että akseleiden leikkauskohdassa asteikon arvo on nolla, jota kutsutaan origoksi. 1700-luvun lopulla insinööristä taloustieteilijäksi ryhtynyt William Playfire (1759–1823) kuuli Descartesin koordinaatistosta ja oivalsi, että se soveltui empiiristen asioiden esittämiseen kuvioina. Playfire kehitti suurimman osan nykyäänkin käytössä olevista tilastokuvioista. 1800-luvun loppupuolella graafinen esitystapa yleistyi ja tilastografiikan kulta-aikaa oli etenkin Yhdysvalloissa maailmansotien välinen aika. (Kuusela 2000, 68.)

Edward Tufte (2001, 40) esittelee klassikkoteoksessaan *The Visual Display of Quantitative Information* tilastografiikan varhaisia esimerkkejä, joista onnistuneimpien joukkoon kuuluu hänen mielestään ranskalaisen insinööri Charles Joseph Minardin (1781–1870) Napoleonin armeijan kohtalosta Venäjällä kertova grafiikka (kuva 4). 1869 valmistunut grafiikka esittelee, kuinka suuret tappiot Napoleonin armeija kärsi 1812 pyrkiessä

tiedon avulla alueellista jakaamaa ja hajontaa. Karttaan on merkitty koleeraan kuolleiden ihmisten asuinpaikat ja yleisten kaivojen paikat, josta voidaan nähdä minkä kaivon ympärille kuolemantapaukset keskittyvät. (Kuusela 2000, 154–155.)

Yksi merkittävä tilastollisen esittämismuodon kehitysaskelista on Lontoon maanalaisen verkoston kartta (kuva 5), ”Beckin kartta”, jonka ensimmäisen version loi sähköinsinööri Henry C. Beck (1902–1974). Hän vastasi Lontoon maanalaisen verkoston kehittämisestä ensimmäisen maailmansodan jälkeen. Karttaan Beck

muutti koko maanalaisen verkoston näkyväksi siten, että lukija pystyy hahmottamaan asemien keskinäisen sijainnin ja ajalliset suhteet. Kartta on siis tehty asioiden merkittävyyden kautta, ei niinkään todellisten topografisten yksityiskohtien kautta. Maanalainen sai myös oman tunnuksensa, logon, joka kuvaa liikettä ja



Kuva 5. Henry Beckin suunnittelema Lontoon maanalaisen alkuperäinen kartta vuodelta 1933.

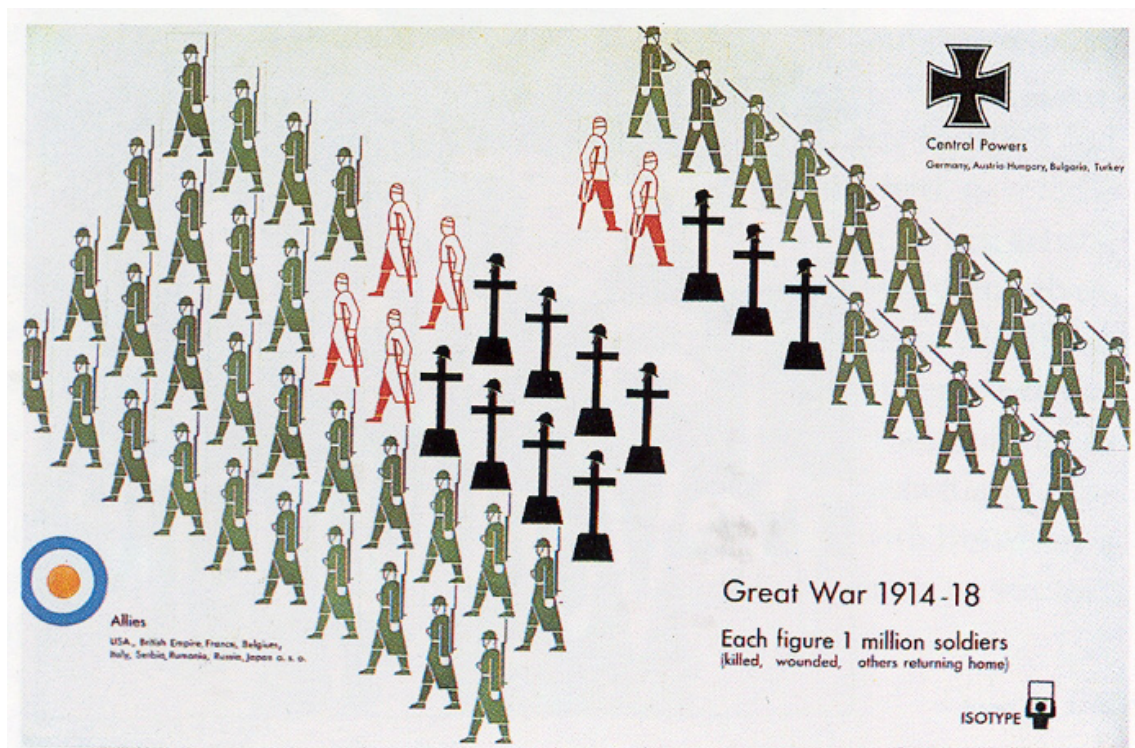
liikkumista Lontoossa. Ympyrälogoa halkaisee Thames-joki, jonka päällä lukee Underground. Vuonna 1933 käyttöön otettu ”Beckin kartta” on edelleen käytössä. Se on infografikan klassikko, joka on edelleen käytössä 80 vuotta jälkeenpäin. Aikaa ja käyttöä se on kestänyt mukautuvaisuutensa ansiosta. (Vapaasalo 2000, 57–58.)

Otto Neurath (1882–1945) kehitti puolestaan tilastollisen kielen aakkoston eli Isotype-kuvaston, joka pyrki universaaliin ymmärrettävyyteen, kulttuureista ja puhetavoista riippumattomaan viestintään. Neurathin merkkijärjestelmä perustuu peruskuvaelementeihin, jotka hän liitti tilastollisiin esityksiin. Yksikkösymbolin tulee olla yksikäsitteisiä ja helposti tulkittavia, kuten sotilas (kuva 6), joka vastaa miljoonan sotilaan määrää. Sotilaan symboleita on kolme, joista yksi kuvaa haavoittuneita, toinen kuolleita ja kolmas kotiin palanneita sotilaita. Yksikkösymbolikuviot tulivat laajaan käyttöön 1920- ja 1930-luvulla Yhdysvalloissa. Neurathin pyrkimyksenä oli tiedon järjestelyssä maksimaalisen visuaalisuuden saavuttaminen. Yksikkösymbolit ovat edelleen käytössä oleva kuvioyyppi. (Vapaasalo 2000, 59; Kuusela 2000, 186.) Esimerkiksi Ellen Lupton ja Abbott Miller teoksessaan *Design Writing Research* osoittavat, kuinka

Kuva 6. Otto Neurathin Isotype-järjestelmään perustuva grafiikka ensimmäisen maailmansodan keskus- ja ympärysvalltojen armeijoiden menetyksistä. (Empirische Sociologie, 1931. Foundations of the Social Sciences.)

Neurathin pictogrammit ovat nykyään osa kansainvälistä julkista informaatiota (Lupton, Miller 1996, 41–44).

Tilastografiikan käyttö väheni 1900-luvun alun jälkeen tilastollisen testauksen yleistyttyä tieteellisissä tutkimuksissa. Graafiset esitykset alkoivat yleistyä uudelleen vasta 1980-luvulla, josta lähtien niiden käyttö ja tutkimus ovat lisääntyneet voimakkaasti. Vesa Kuuselan mukaan graafinen esitystapa on nykyisin niin ilmeinen,



että sen perusrakenteita ja ongelmia ei välttämättä tunnisteta. Kehityksestä huolimatta pääosa tänä päivänä käytettävästä tilastografiikasta perustuu edelleen Playfair'n innovaatioihin. Yhdysvalloissa on lukuisia tilastografiikan tutkijoita, tunnetuimpia heistä ovat Edward Tufte, William Cleveland ja Howard Wainer. (Kuusela 2000, 26–28.)

3.2 Onnistuneen tilastokuvion avaimet

Minkälainen on onnistunut graafinen esitys? Onnistuneen tilastokuvion ominaisuudet eivät ole itsestään selvät eivätkä yksiselitteiset, sillä kaikki julkaisuvälineet antavat graafikalle omat mahdollisuutensa ja rajoitteensa. Esimerkiksi luentosalissa heijastettavalta tilastokuvioilta vaaditaan enemmän yksinkertaisuutta kuin tiedelehden artikkelissa julkaistulta tilastokuvioilta. Esityksiä arvioitaessa on otettava huomioon myös yleisö, sillä esimerkiksi tiedeyhteisöllä tai tavallisella sanomalehden lukijalla voi olla erilaiset valmiudet kuvakielen lukemiseen ja ymmärtämiseen. (Kuusela 2000, 22.) Tilastokuvioiden arviointikriteereiksi Kuusela (2000, 23–24) on koonnut viisi asiaa:

1. Tehokkuus tarkoittaa sitä, kuinka vähillä tai runsailla silmänliikkeillä kuvion viesti pystytään hahmottamaan.

2. Tietotiheyttä mitataan indeksin tietotiheysindeksillä, joka saadaan, kun kuviossa olevien erillisten lukujen lukumäärä jaetaan kuvion pinta-alalla. Mitä vähemmän lukuja, sitä pienempi tietotiheysindeksi.

3. Kuvioroinaksi kutsutaan elementtejä, jotka eivät varsinaisesti välitä tietoa vaan koristavat kuviota. Kuvioroinaksi tulkitaan esimerkiksi kirjava tausta, niin sanottu Moiré-väreily, tekstityyppi, kolmiulotteisuus ja jopa kuvion rakenne.

4. Tieto-mustesuhteella on pyritty mittaamaan kuvioroinan määrää. Tämä suhde saadaan, kun tiedon painomusteen määrä jaetaan kaiken käytetyn musteen määrällä. Ohutviestisessä ja koristellussa kuviossa on usein sekä alhainen tietotiheys että alhainen tieto-mustesuhde.

5. Visuaalinen vertailtavuus tarkoittaa sitä, että kuvioalkioiden koot ovat samassa suhteessa toisiinsa kuin luvut, joita ne esittävät. Visuaalisen vertailtavuuden

puuttumista mitataan valekertoimella, joka kertoo kuinka paljon kuvio liioittelee tai vähättelee lukujen suhteita². Visuaalinen vertailtavuus katoaa esimerkiksi siten, että pylväskuvion määräästeikkoa typistetään niin, että pylväs ei ala nollasta.

Edward Tufte on myös esittänyt yhdeksän kriteeriä, joiden avulla voidaan arvioida onnistunutta tilastokuvioita. Hänen mukaansa hyvä tilastokuvio koostuu monimutkaisista asioista, jotka on esitetty selkeästi, tarkasti ja tehokkaasti. Tuften (2001, 13) mukaan hyvän graafisen esityksen kriteereitä on yhdeksän:

1. Esittelee tiedon selkeästi. Tilastokuvion tärkein tehtävä on esittää tieto, muut tehtävät ovat alisteisia tälle tavoitteelle.

2. Houkuttelee lukijan ajattelemaan kuvion pääsältöä esillepanon tai muun vastaavan menetelmän sijaan. Kuvio tehdään asian takia, ei kuvion tekijän taitojen esittelemiseksi. Kuvioroinalla katsojan huomio viedään pois asiasta.

² Valekertoimen saa laskettua jakamalla kuvion fyysisen kokoprosentin (suurimman ja pienimmän koon erotus jaettuna pienimmällä koolla x 100) ja tiedon vaikutusprosentilla (suurimman ja pienimmän luvun erotus jaettuna pienimmällä luvulla x 100).

3. Välttää tiedon vääristelyä. Visuaalinen vertailtavuus on kuvion tärkeimpiä ominaisuuksia. Valekertoimella mitataan visuaalisen vertailtavuuden puuttumista.

4. Esittää paljon infomaatiota pienessä tilassa. Kuviossa pyritään maksimoimaan tietotiheys. Muutamasta luvusta on vaikeaa saada aikaan onnistunut esitys.

5. Tekee laajasta tietomäärästä yhtenäisen ja johdonmukaisen. Hyvin suunnitellun tilastokuvion tietotiheys voi olla uskomattoman suuri, jos tiedot ovat koherentteja eli johdonmukaisia.

6. Houkuttelee lukijaa vertailemaan tiedon osia keskenään. Vertailu on kuvion keskeinen elementti.

7. Tuo esiin tiedon eri tasot laajasta näkökulmista pieniin yksityiskohtiin asti. Monitasoisesta kuviosta saa hyvän käsityksen jo yhdellä silmäyksellä, ja se antaa mahdollisuuden myös yksityiskohtaisempien tietojen rauhalliseen tutkimiseen.

8. Palvelee selvästi tiettyä päämäärää. Kuvio voi kuvaila, tutkia, taulukoida tai myös koristaa muuta aineistoa. Ensisijainen tehtävä on kuitenkin tiedon välittäminen.

9. Muodostaa kiinteän kokonaisuuden muun taulukoissa ja tekstissä olevan aineiston kuvauksen kanssa.

Tiedonvälityksessä kuviolla, taulukolla ja tekstillä on oma roolinsa. Kuviolla pitäisi esittää keskeinen sanoma siksi, että se on kaikkein vaikuttavin ja tehokkain tapa kertoa asiasta. Kuviona viestitetty sanoma säilyy muistissa pisimpään. (Tufta 2001, 13.)

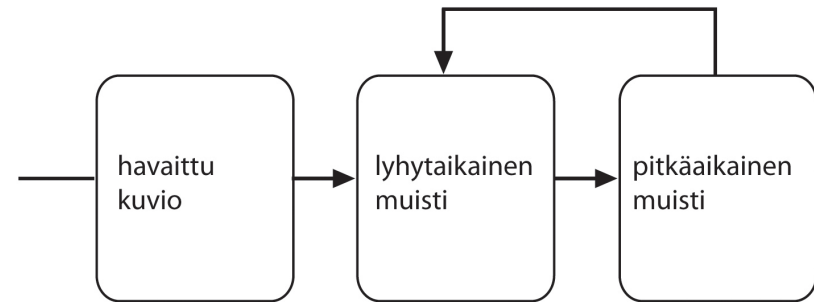
Onnistuneen graafisen esityksen kriteerejä käsittelen lisää palautekyselyn yhteydessä luvussa 6.2.

3.2 Visuaalinen lukutapa

Tilastokuvioiden havaitsemisen perusta on havaintopsykologiasa ja semiotiikassa. Kuvion ymmärtäminen edellyttää myös kuviolukutaitoa, joka tarkoittaa kuviotekniikan periaatteiden tuntemusta ja rakenteen oivaltamista. Vesa Kuuselan (2000, 20) mukaan se edellyttää oppimista ja pitkäaikaisen muistin käyttöä. Uusien graafisten ikonien ja kuvioiden rakenteiden pitää tulla katsojille tutuiksi ennen kuin niiden sanoma voidaan ymmärtää. Kuvakieli laajenee kun uusia kuviotyyppejä käytetään ja niiden rakenne selitetään, kun on epäiltävissä, että kaikki lukijat eivät ymmärrä niitä. On huomattava myös, että kuviolukutaito on monesti kulttuurisidonnaista. (Kuusela 2000, 21.)

Kuviaviestien ymmärtäminen edellyttää samantapaista harjaantumisprosessia kuin luetun tekstin ymmärtäminen. Kuuselan mukaan se edellyttää myös käytettyjen symbolien eli niin sanottujen kuvioikonien merkityksen tuntemista. Kuvio on aluksi paloiteltava havaintoyksiköihin, joita säilytetään lyhytaikaisessa muistissa (kuva 7). Havaintoyksiköitä verrataan pitkäaikaisessa muistissa olevaan tietoon symboleihin liitetystä merkityksistä. Lyhytkes-

toisen muistin pienestä kapasiteetista johtuen kuvion sanoman oivaltaminen tapahtuu tätä tapahtumaketjua toistamalla eli iteraatiivisesti. Mitä vähemmän tapahtumaketjua täytyy toistaa, sitä tehokkaampi kuvio on. (Kuusela 2000, 21.)

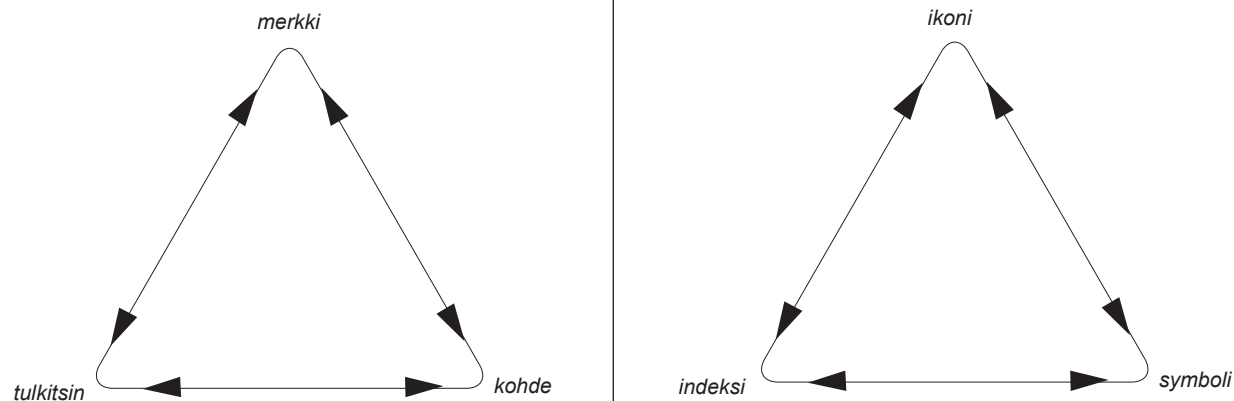


Kuva 7. Kaavakuva tapahtumaketjusta eli iteraatiosta, jonka avulla tilastokuvion sanoma syntyy (Kuusela 2000, 21).

Semiotiikka puolestaan tarkastelee viestintää merkityksen luomisen viesteissä. Sen keskeisin termi on merkki. Semioottisessa tutkimuksessa voidaan erottaa kolme pääkohdetta:

1. **merkki ja tavat**, joilla merkit välittävät merkitystä,
2. **koodit eli järjestelmät**, joihin merkit jäsennetään ja miten ne ovat kehittyneet,
3. **kulttuuri**, jossa koodit ja merkit toimivat.

Merkitysmallit ovat pitkälti yhtenäisiä, niissä kaikissa on kolme toisistaan riippuvaista osaa, jotka on huomioitava merkitystä kos-



Kuva 8. Yhdysvaltalainen semiootikko C. S. Peircen (1931–58) näkemys merkityksen alkeisosista (vas.) sekä merkkityypiluokista (oik.) (Fiske 2001, 64; 71).

kevassa tutkimuksessa: 1. merkki, 2. se, mihin merkki viittaa ja 3. merkin käyttäjät. (Fiske 2001, 61–62.) Viesti on aktiivinen tapahtumakulku, jossa merkityksen luoja voi olla sekä sisään- tai uloskoodaaja. Merkitys (kuva 8, vasemmanpuoleinen kuvio) on merkin, tulkitsemisen ja kohteen dynaamisen vuorovaikutuksen tulosta. Se on sidonnainen historiaan ja voi muuttua ajan mittaan. Peirce on ehdottanut termin "merkitys" tilalle käytettäväksi aktiivisempaa termiä "semiosis" – merkityksellistämisteko. Peirce esitti myös kolmen merkkiluokan avulla, miten merkit välittävät merkitystä (kuva 8, oikeanpuoleinen kuvio). Ikoninen merkki muistuttaa kohdettaan

jollain tavoin, se voi näyttää tai kuulostaa kohteeltaan, kuten valokuva. Indeksillä merkillä on taas suora yhteys kohteeseensa ja ne ovat kytkeytyneet toisiinsa, esimerkiksi savu on tulen indeksi. Symbolimerkki ei ole kytköksissä kohteeseensa eikä muistuta sitä, vaan ihmiset ovat sopineet keskenään, mitä se edustaa, kuten sanat. (Fiske 2001, 69–70.)

4 Uutisgrafikan paradigma

Tilastografikan tekemisessä on syytä huomioida, että tilastokuvio ja taulukko voivat olla vain niin hyviä kuin tieto on. Onnistunutta graafista esitystä ei voi saada aikaan epämääräisestä tai sekavasta tietomassasta. Toisin sanottuna yhdentekevistä aiheista ei voi saada aikaan kuin yhdentekevän tilastokuvion. Graafikon on silloin turhaa yrittää korjata tilannetta kuviotekniikalla tai koristella, jotka yleensä vain huonontavat tilannetta. Jo suunnitteluvaiheessa on mietittävät, mikä kuvion sanoma on. Ajateltu sanoma on keskeinen tekijä myös kuviotyypin valinnassa, sillä eri kuviotyypit painottavat asian eri puolia. Lisäksi on huomioitava kohdeyleisö ja tiedon luotattavuus. (Kuusela 2000, 47.)

Analysointiin tarkoitetuissa esityksissä on esitettävä muuttujan lisäksi ainakin yksi eriteltävä tekijä, jotta vertailu on mahdollista. Jos esityksessä on vain yksi muuttuja, kuviotyyppi on silloin muuttujan jakaumaa kuvaava pylväskuvio eli niin sanottu histogrammi. Histogrammit ovat varsin yleisiä sanomalehdissä. Tilastokuvioita tekevän visualistin on syytä muistaa, että kuvion tärkein ominai-

suus on visuaalinen vertailtavuus, jonka huomiotta jättäminen synnyttää myös virheellisiä käsityksiä aineistosta. Kuvio on myös esitettävä oikeassa asiayhteydessä siten, että lukijan saa vertailla kuviota suurempiin kokonaisuuksiin. (Kuusela 2000, 194–196.)

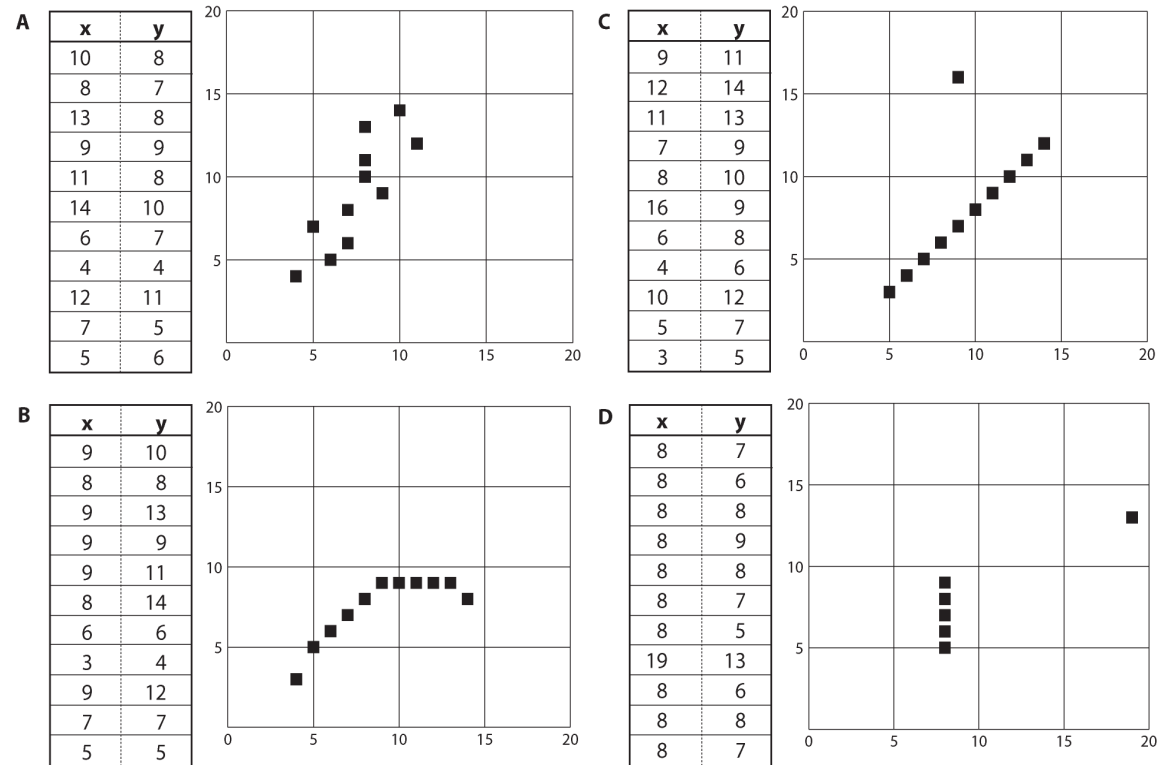
4.1 Grafiikkatyypin valinta

Tilastotieto voidaan useimmiten esittää kirjoitettuna tekstinä, taulukkona tai tilastokuviona. Teksti poikkeaa kuviosta ja taulukosta siten, että lukijalle annetaan huonommat mahdollisuudet arvioida itse tilannetta. Isoista taulukoista on taas vaikeaa löytää tietoihin liittyvää hahmoa eli säännönmukaisuutta, mikä taas kuviosta nähdään heti. (Kuusela 2000, 8–9.) Tämä tulee esille kuvasta 9, jossa taulukon numerot on vieressä pistekuviolina. Numeroiden säännönmukaisuuden voi päätellä taulukon perusteella ainoastaan kohdassa D. (Kuusela 2000, 17.)

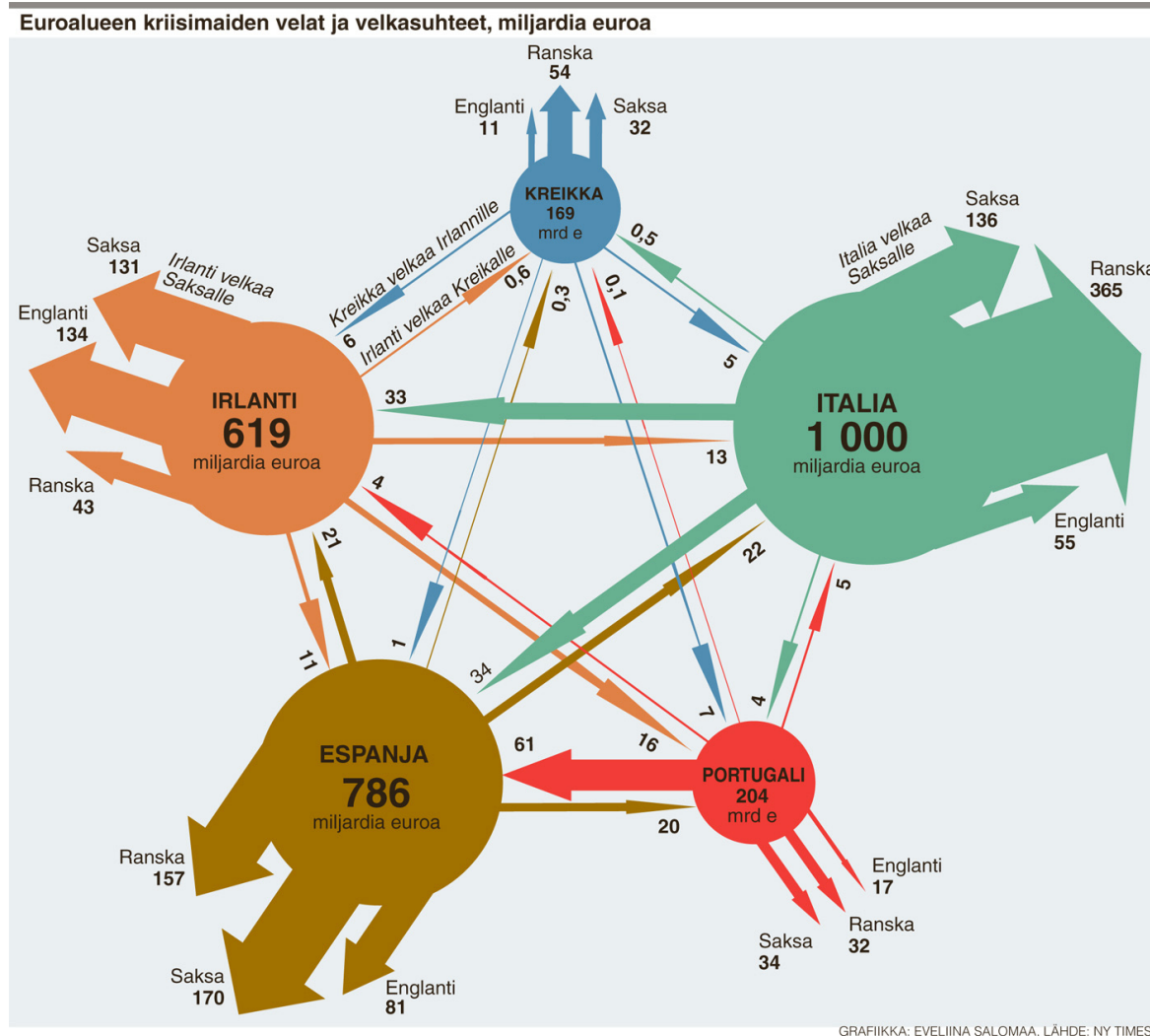
Yleisimmin käytetyt tilastokuviot ovat viiva-, pystypylväs-, vaakapylväs- ja piirakkakuviot. Nämä kuviot ovat William Playfairin keksintöä (ks. luku 3.1). Kuvion valintaan vaikuttaa myös se, halutaanko kuvata tai analysoida jotakin ilmiötä. Muitakin tehokkaita kuviotyyppejä on olemassa, mutta ne ovat harvemmin esillä. Par-

vikuvio on varsin helpotekoinen ja sitä käytetään runsaasti tieteellisissä julkaisuissa sen vuoksi, että sen avulla on asioiden riippuvuudet helppo osoittaa. Joskus voidaan käyttää myös kahta määräästeikkoa ja kuviotyyppeä yhtä aikaa, esimerkiksi viiva- ja pylväskuviota. Hilaviivojen merkitsemiseen on silloin kiinnitettävä huomiota siten, että kahden eri asteikkojen hilaviivat asettuvat päällekkäin. Kuusela muistuttaa, että lopputulosta on arvioitava kriittisesti ja kysyttävä muidenkin arvioita kuvion onnistuneisuudesta. (Kuusela 36–38.)

Uutisgrafikkaan lisättävistä kuvista ollaan montaa mieltä. Tilastografiikan tutkijat nimittävät kuvaroinaksi grafiikkaan lisättyjä kuvaelementtejä, jotka eivät sisällä tietoa vaan koristavat kuviota. Sanomalehtigrafikassa kuva on kuitenkin tilastokuvion yhteydessä käytetty elementti. Sen uskotaan herättävän lukijan mielenkiintoa. Kuuselan mielestä itse



Kuva 9. Taulukon ja kuvion ero säännönmukaisuuksien esittämisessä (Kuusela 2000, 17; Tufte 2001, 14).



Kuva 10. Euroalueiden kriisimaiden velat ja velkasuhteet. Suhteellinen symbolikuvio, jossa pisteen koko esittää velan määrää ja viiva velkasuhteita miljardeissa euroissa. (New York Times.)

esitetävästä asiasta kiinnostuneet huomavat kuviot muutenkin. Hän arvostelee myös erilaisten symbolihahmojen tai kuvallisten aiheiden käyttöä, koska ne eivät tuo uutta tietoa ja lisäävät valekertoimen määrää. Esimerkiksi suhteellista symbolikuvioita näkee sanomalehdissä harvemmin, vaikka se sopisi hyvin käytettäväksi esimerkiksi piste- ja karttakuvioon (kuva 10).

Kuusela luokittelee kuva-aiheiset kuviot niin sanotun *kuvagraafin* (kuva 11) neljään tyyppiin:

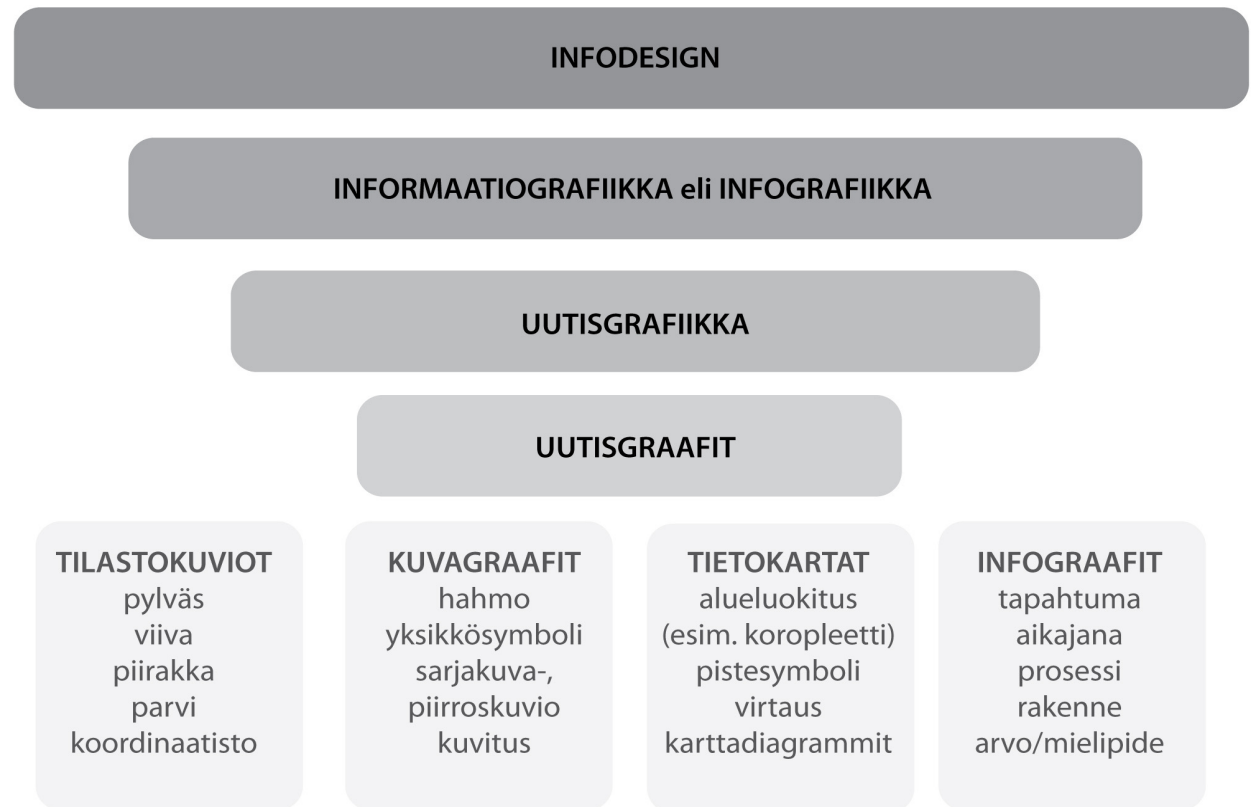
1. **hahmokuviot** eli kuviot, joissa symbolin koko on suhteessa sen perustana oleviin lukuarvoihin,
2. **yksikkösymbolikuvio**, joissa kaikki symbolit ovat samankokoisia ja esittävät jotakin tiettyä määrää,
3. **sarjakuva- tai piirroskuviot**, joissa tilastokuvion perusmuoto esitetään sarjakuvana

tai kuvioon on liitetty sarjakuvamainen kuvio,

4. tilastokuviot, joihin on lisätty koriste- tai muita vastaavia kuva-aiheita. (Kuusela 2000, 184.)

Tietokartoilla voidaan esittää puolestaan paikkaan liittyviä tietoja. Esimerkkinä yksinkertaisesta tietokartasta sanomalehdessä on lokaattori onnettomuuspaikasta. Tietokarttoja käytetään suhteellisen paljon sanomalehdessä. Niiden avulla nähdään helposti ilmiöiden maantieteellinen jakautuminen. Temaattiset eli teemakartat (kuva 11) voidaan jakaa neljään pääryhmään:

1. **alueluokituskartat** (koropleetti- ja ruutukartta),
2. **pistesymbolikartta** (pistetiheys tai suhteellinen symbolikartta),
3. **virtauskarta**,
4. **karttadiagrammit**. (Kuusela 2000, 157.)



Kuva 11. Uutisgraafiikan alatyypit Kuuselan (2000) teoksen pohjalta.

Sanomalehtigraafeissa esitetään usein asioita, jotka eivät ole numeraalisia, eikä niistä siten voi tehdä tilastokuviota tai taulukkoa. Nimitän näitä graafeja *infograafeiksi*. Sillä voidaan esimerkiksi kuvata kronologisesti jotain tapahtumaa tai ajanjaksoa, selventää toimintaprosesseja ja esittää rakennetta. Tieto voidaan järjestää

Richard Wurmanin tapaan viidellä tavalla :

1. **sijainnin mukaan** (kartat, etäisyydet, keskinäiset paikkasuhteet, ryhmitykset),
2. **aakkosten mukaan** (hakemistot, luettelot),
3. **ajan mukaan** (aikajanat, aikataulut, kestot),
4. **kategorian mukaan** (luokitukset, laadut, ominaisuudet, osastot) tai
5. **hierarkian mukaan** (arvot, statukset, merkittävyydet).
(Vapaasalo 2000, 21.)

4.2 Uutisgrafiikan rakenne

Uutisgrafiikka koostuu yksinkertaisesta perusrakenteesta, joka on yhtenäinen kaikille tilastokuvioille ja kuvioesityksille. Jokaisella on kuitenkin oma erityisrakenteensa. Useimpien tilastokuvioiden rakenne perustuu suorakulmaisen koordinaatiston käyttöön. Koordinaatisto muodostuu kahdesta kohtisuoraan toisiaan vastaan olevista akselista, joita kutsutaan vaakax- ja pystyakseliksi (y). Kuvion asteikon tulee olla grafiikassa tasavälinen (poikkeuksena puolilogaritminen kuvio). Asteikon ympärille tehtävää kehystä kutsutaan asteikkosuorakulmioksi (kuva 12). Tietokuvion ympärille

voidaan piirtää myös pienempi kehys, jota kutsutaan puolestaan tietosuorakulmioksi. Kuuselan mielestä olisi visuaalisesti hyvä, että tietosuorakulmio olisi noin 75 prosenttia asteikkosuorakulmiosta. Merkittyjen asteikkojen on katettava ainakin tietosuorakulmion alue. Astemerkitöihin kuuluu lisäksi nimiö, joka on asteikon mitayksikkö. Pylväskuvion on alettava aina nolasta valekertoimen välttämiseksi. Huomioitavaa on, että viivakuvion asteikon ei välttämättä tarvitse alkaa nolasta. (Kuusela 2000, 30–32.)

Tavallisimmat apuviivat ovat koordinaatti- eli hila- ja viiteviivat. Piirakkakuviossa niitä ei tarvita ollenkaan. Hilaviivoilla on huomattamaton, mutta tärkeä tehtävä kuvioiden tulkinnassa ja yksityiskohtien vertailussa. Viite- eli referenssi- viivalla on tarkoitus merkitä kuvioon jokin tietty taso esimerkiksi keskiarvo, johon kuviota halutaan vertailla. Viiteviivoja voidaan käyttää pylväs-, viiva- ja parvikuvioissa. Kvantitatiivinen tieto välitetään kuvioikoneiden avulla. Niitä ovat esimerkiksi pylväät, pisteet ja ympyräsektorit. Kuusela pitää kuvioikoneita ja niihin liittyviä piirrossymboleita kuviokielen keskeisenä osana. Monet kuvioikoneista koostuu erilaisista tietoaikoneista, kuten piirakkakuviossa, jonka osat ovat kulma, kaari ja niiden rajoittaman alueen pinta-ala. Kuvioikoneil-

Grafikan sisäinen hierarkia:

1. grafikan otsikko

2. alarivi

3. grafikan korostettu alue

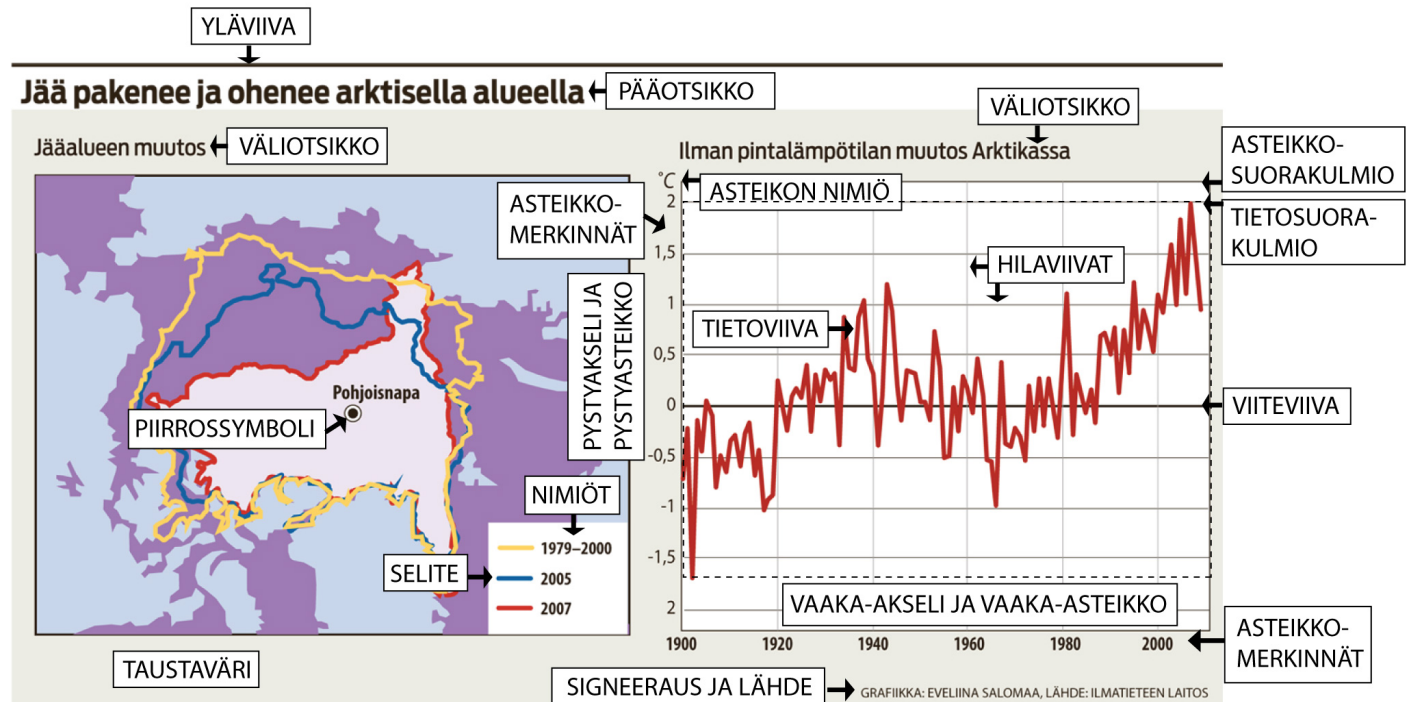
4. muut alueet

5. korostetut selostetekstit

6. muut selostetekstit

7. SIGNEERAUS JA LÄHTEET

8. taustavärit ja ylä- ja alapalkit



Kuva 12. Tilastokuvion yleiset rakenneosat ja kuvioissa käytettävää terminologiaa. Vasemmalla kuvaus grafikan sisäisestä hierarkiasta. Jutun hierarkiassa grafiikka sijoittuu yleensä kakkoskuvan paikalle.

la on kuvissa järjestys, joka seuraa tiedon luonnollista järjestystä esimerkiksi viikonpäiviä. Jos luonnollista järjestystä ei ole, Kuusela suosittelee laittamaan ikonit suuruusjärjestykseen. (Kuusela 2000, 36–38.) Kuvion otsikon tulisi vastata kysymykseen mitä, missä ja milloin. Toinen tapa otsikoida kuvio on käyttää niin sanottua story line- eli juoniotsikointia. Juoniotsikoinnissa sisällöstä muodoste-

taan iskevä otsikko, joka kertoo kuvion ilmiöstä. Sitä käytetäänkin erityisesti sanomalehteen tehdyissä uutisgrafikoissa. Toisinaan tarvitaan aputekstejä, esimerkiksi alahuomautusta, kun kuvion alkioilla ei pystytä kaikkea kertomaan. Kuvioon voidaan sijoittaa myös tekstejä ja apuviivoja, jotka auttavat kuvion ymmärtämistä ja kuvioikoneiden merkityksen oivaltamista. Kuusela suosittelee,

että grafiikassa käytetään mahdollisimman vähän oheistekstejä siten, että ”kuvio siihen liittyvine teksteineen riittää asian ymmärtämiseen sellaisenaan”. (Kuusela 2000, 39–44.)

4.3 Ulkoasusäännöt sanomalehdessä

Sanomalehtigraafikkaa ohjaa grafiikan perusrakenteen tuntemuksen lisäksi ulkoasusäännöt. Karjalaisessa uutisgrafiikan tekemisessä on huomioitava grafiikan tyylikirja, visuaalinen ohjeisto, jonka avulla perusulkoasusäännöt saadaan kohdalleen. Jokaisella lehdellä on oma ohjeistonsa. Karjalaisen visuaalisen toimituksen käyttää Jasso Lambergin (2011) grafiikan tyylikirjaa, joka on käytössä myös Etelä-Suomen Sanomissa, Keski-suomalaisessa ja Savon Sanomissa. Ohjeiston tarkoituksena on luoda uutisgrafiikkaan yhtenäinen tyyli, josta lukija voi sen heti tunnistaa. Työkirjassa määritellään grafiikan väripaletti ja sen käyttö, typografia eli grafiikassa käytettävät kirjaintyypit. Tyylikirjassa kerrotaan myös grafiikan sisäisestä hierarkiasta ja siitä, miten se sijoittuu sanomalehtijutun hierarkiaan. Myös grafiikan koot suhteessa painopintaan ja palstoihin selviävät oppaasta. Uutisgrafiikka on jatke lehden ulkoasun hierarkialle. Grafiikan sisällä tulisi myös olla selkeät hierarkiset tasot (ks. kuva 12). Näiden tasojen eroja

luodaan esimerkiksi fontin pistekoon tai leikkauksen vaihteluilla ja värierioilla.

Uutisgrafiikan tulisi olla kooltaan palstalinjojen ja peruslinjaston mukainen. Linjat ja linjastot noudattavat suomalaista sanomalehtimittaa³. Lehden peruslinjasto muodostuu taas leipätekstin rivivälien mukaan. Grafiikan korkeuden tulee olla jaollinen lehden leipätekstin peruslinjaston korkeudella. Grafiikkakäytön ennako-suunnittelua auttavat moduulikoot, joita suositellaan käytettäväksi uutisgrafiikkaakin tehtäessä. Koot helpottavat lehteä suunnittelevien ja taittavien henkilöiden työtä⁴. (Lamberg 2011.) Graafikko joutuu monesti tekemään graafista isomman moduulikoon, mitä alun perin on suunniteltu. Usein käytetty ratkaisu on sijoittaa graafin taustalle kuva eli niin sanotusti kuvittaa graafi.

Toisinaan grafiikassa on jokin osa-alue, jonka korostaminen selventää kuvion sanomaa ja tukee jutun näkökulmaa. Korostamista eli kontrastia voidaan luoda esimerkiksi tehostevärillä, suuremmalla koolla, typografisella kontrastilla tai taustaväriä muuttamalla

³ Yhden palstan leveys on 44 millimetriä ja palstanväli neljä millimetriä.

⁴ Moduulikokoina on yksipalstaisissa korkeus tulisi olla 70 mm, kaksipalstaisissa joko 70 tai 140 mm, kolmipalstaisissa graafeissa korkeuden tulisi olla taas 100 mm ja viisipalstaisissa 160 mm.

la. Esimerkkinä piirakkakuviassa voidaan korostaa korostevärillä yhden sektorin osuutta verrattuna muihin sektoreihin. Korostusta ei kuitekaan pitäisi käyttää vain koska se näyttää hyvältä. Korostevärejä käytetään kuvioissa tarpeen mukaan, mutta värien käyttö on myös osa kuvion vakuuttavuutta. Sanomalehdessä käytössä olevista väreistä on vähennetty mustan määrää, koska se voi painoteknisistä syistä tehdä väristä tukkoisen. (Lamberg 2011.)

Taustaväriin käyttö grafiikoissa ei ole pakollista, mutta jos sivulla on vähän väriä, niin taustaväriin käyttöä suositellaan. Viivat eivät saa olla liian ohuita, koska painopeltien heilahtaessa ohuet viivat kärsivät eniten. Käytettävien eriväristen linjojen välinen kontrasti on myös oltava tarpeeksi iso, sillä esimerkiksi punainen ja oranssi voivat mennä helposti sekaisin. Myös punaisen ja vihreän yhdistelmää on syytä harkita punavihersokeiden takia. (Lamberg 2011.) Väreillä on myös symbolinen ulottuvuus, jota voi hyödyntää tehostamaan viestin ymmärrettävyyttä. Oikeaan muotoon tai tekstiin yhdistettyinä värit muodostavat vahvoja ja nopeasti hahmottuvia signaaleja. Värejä yhdistettäessä merkityksiin tulee olla tarkkana, sillä ne voivat saada päinvastaisia merkityksiä asiayhteydestä ja kulttuuriympäristöstä riippuen. (Arnkil 2007, 146.)

Kuvien käyttö uutisgrafiikassa vaihtelee eri lehdissä. Entistä useammin sanomalehdessä voi nähdä tilastokuvion, joka on nostettu valokuvan päälle tai joka on kuvitettu aihekuvalla. Sanomalehti Karjalaisessa A-osan eli uutisosan kuvituksissa on käytetty yleensä valokuvaa. Uutisgrafiikkaa julkaistaan niin sanottujen vakavien uutisten yhteydessä, jonka vuoksi graafeissa on käytetty enemmän valokuvia kuin piirrettyä kuvaa. Ulkoasu-uudistuksen myötä käytäntö on löyhentynyt ja piirroskuvituksetkin sallitaan lehden A-osassa.

5 Grafiikkaesimerkkejä vuosilta 2011 ja 2012

Helsingin toimitukselta grafiikkatilauksia tulee lähes joka päivä. Grafiikkapyynnöt ovat yleensä talouden, politiikan ja kotimaan ajankohtaisten uutisten aihepiireistä. Grafiikkapyynnöissä on havaittavissa kausiluontoisuutta siten, että tietyt uutisoitavat tapahtumat toistuvat joka vuosi samaan aikaan. Taloudessa kausiluonteisesti valmistettavia graafeja on tilinpäätös- ja osavuositilaukset sekä edellisen pörssivuoden analyysi. Poliitiikan puolella eduskunnan vuosittainen työskentelyrytmi sekä eduskunnan ja hallituksen tekemät päätökset synnyttävät grafiikkaa. Myös kunnallis-, eduskunta-, Euroopan parlamentin- ja presidentinvaalit sekä puoluekokoukset toistuvat tietyin väliajoin.

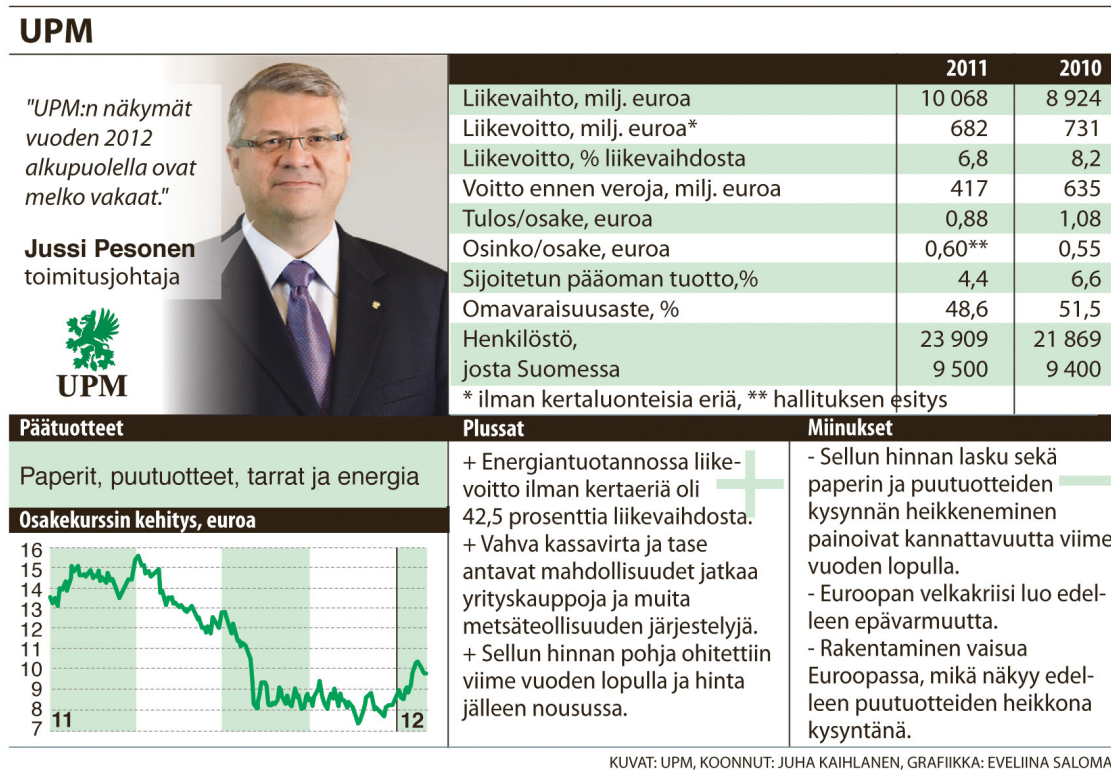
Grafiikkaa suunnitellaan uutisten mukaan viikko kerrallaan toimitusajankohdasta lähtien. Perusuutisgraafi on kahden palstan kokoinen pylväs- tai viivakuviokuva, jossa on yksi muuttuja tai samankokoinen tietolaatikkograafi, jossa on aiheeseen liittyvä kuvaelementti. Viikoittain valmistetaan myös isompaa eli pääkuvakokoista grafiikkaa,

jotka särkevät perinteisiä tilastokuvion esitystapoja ja sanomalehden moduulikokoja. Tässä luvussa avaan graafien tekoprosessia yleensä sekä perusgraafikasta poikkeavien infograafien luonnetta ja niiden käyttöä eri lehdissä. Graafituotannon hiljaisin aika on kesä, jolloin on yleensä hiljaisinta uutisrintamallakin – aivan kuin koko Suomi olisi silloin kiinni. Kaikkiaan Helsingin toimituksen ja graafikon yhteistyönä syntyy noin 200–300 graafia vuosittain.

5.1 Pörssiyhtiöiden tilinpäätökset

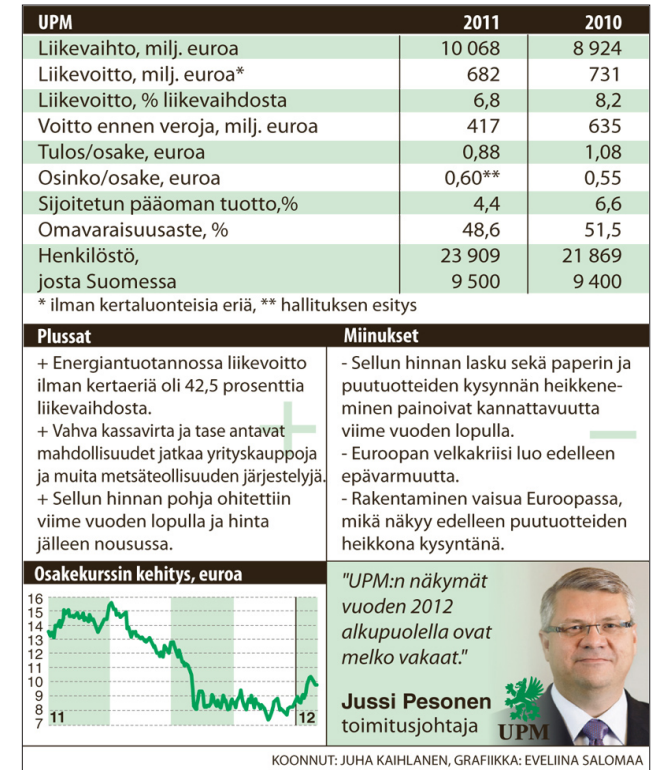
Helsingin toimituksen ”graafinen vuosi” alkaa alkuvuodesta tilinpäätöksillä. Tilinpäätöksiään julkaisevat pörssiyhtiöt, joista tärkeimpien tuloksista tehdään uutisgrafiikkaa. Pörssiyhtiöiden tuloksia varten olen suunnitellut erikokoiset pohjat, joihin tarvittavat tiedot on helppo ”syöttää”. Grafiikkakokoa on ollut kaksi: kolmi- ja kaksipalstainen vaihtoehto (kuvat 13 ja 14). Lähes jokaisen yhtiön tuloksesta on myös tarjottu kahta vaihtoehtoa. Tämän lisäksi STT tarjoaa yleensä yhden palstan graafin yhtiöiden tilinpäätöksistä. Kiinnostus eri yhtiöitä kohtaan vaihtelee paikkakunnittain ja monesti lehtien omat toimitukset haluavat julkaista paikallisten yhtiöiden tulokset laajasti pääkuvakokoisella graafilla.

Taulukkopohjaisen graafin tekoprosessi etenee siten, että toimittaja kerää yhtiön kannalta keskeisimmät tulosluvut, joita verrataan edellisen vuoden lukuihin. Lisäksi graafissa listataan yhtiön päätuotteet, pörssin kehitys, tilikauden plussat ja miinukset sekä annetaan kommenttipaikka toimitusjohtajalle. Pörssiyhtiöillä on yleensä verkkosivuillaan kattavat mediapankit, joista löytyy kaikki tarvittava tieto tulosgraafeja varten.



Kuva 13. UPM:n tulos 2011, koko 3p x 100 mm, tulosgraafi.

Vaikka graafissa on paljon tietoa, se on mielestäni jäsenneily hyvin. Pyydetessä olen myös tehnyt myös viisipalstaisen graafin istuttamalla kolmipalstaisen graafin aihekuvan päälle (kuva 15). Tällaista graafikan tekotapaa ei suositella, mutta itse olen kokenut sen monien pyyntöjen ristitulella ja sanomalehtien aikataulujen paineessa hyväksi ratkaisuksi. Itse nimitänkin tätä grafiikkatyyppeä *kuvitusgraafiksi*.



Kuva 14. UPM:N tulos 2011, koko 2p x 115 mm.

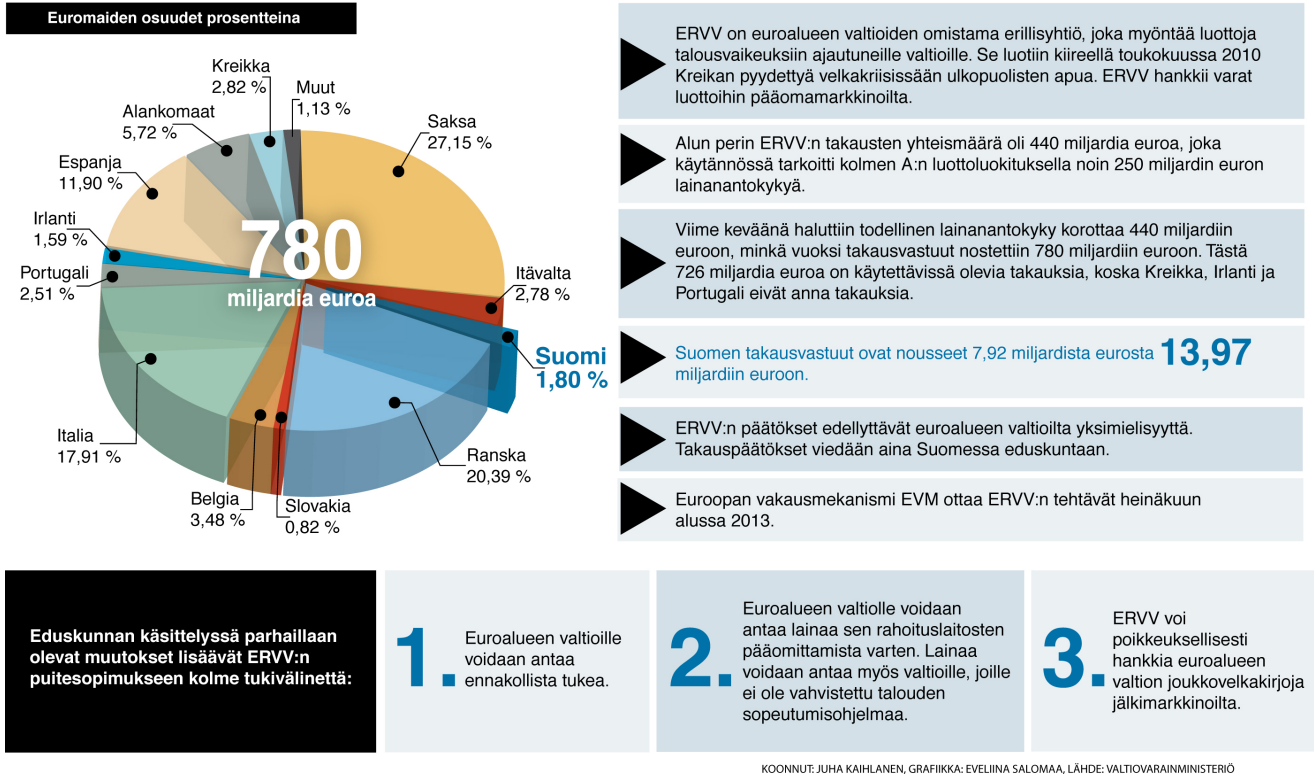


Kuva 15. UPM:n tulos 2010, koko 5p x 160 mm, kuvitusgraafi.

5.2 Euroopan talouskriisi

Euroopan talouskriisistä on tehty 2011–2012 aikana monta grafiikkaa. Asia on monimutkainen ja sen käsittämistä hankaloittavat useat kirjainlyhenteet. Aiheesta on tehty useita graafeja, joista osa on ollut onnistuneita ja osa vähemmän onnistuneita. Työprosessi on edennyt kutakuinkin seuraavasti: toimittaja on kirjoittanut tekstin, josta graafikko on yrittänyt saada aikaan helposti luettavan graafisen esityksen seuraavan päivän lehteen. Tekstipainotteisten infograafien ongelmana on, että niiden tekemiseen tarvittaisiin enemmän aikaa ja sisällön editointia. Toiseksi graafikon on vaikeaa pilkkoa tekstipötköä ja järjestää siitä visuaaliseksi esitykseksi, jos asia on vaikeaselkoinen. Kuvassa 16 on yksi onnistuneimmista aihepiirin graafeista. Vaikka siihen on

Euroopan rahoitusvakuusvälineen ERVV:n takausvastuut 780 miljardia euroa



Kuva 16. Euroopan rahoitusvakuusväline ERVV, koko 5p x 150 mm, infograafi.

käytetty kuvaroinaksikin määriteltyä 3D-tekniikkaa, se on mielestäni onnistunut tuomaan graafin sanoman esiin selvästi, mielenkiintoisesti ja loogisessa järjestyksessä. Tästä graafista sain myös positiivista palautetta julkaisemisen jälkeen. Myös Kaleva, joka yleensä poistaa kaikki kuvaelementit graafeista, julkaisi graa-

fin tällaisenaan. Toisia vastaavan aihepiirin graa-
feja Kalevassa muokattiin paljonkin.

5.3 Pörssivuoden grafiikkapaketti 2011

Helmikuussa on vuotuisen pörssisivun teon
aika. Sivun materiaalien suunnittelemiseen
ja toteutukseen käytetään aikaa tavallis-
ta enemmän. Pörssivuoden sivuun tehdään
noin kahdeksan tilastograafia, joita yhteistyö-
kumppanilehdet voivat käyttää haluamallaan
tavalla. Juttuun tarjotaan myös pääkuvitusta,
joka yleensä on ollut piirretty tai muilla tek-
niikoilla toteutettu. Kuvituksen suunnittelu
alkaa toimittajan kanssa jo toimeksiannosta.

Toimeksiantovaiheessa toimittajalla on yleensä pohja-ajatus
jutun sisällöstä ja uutiskärjestä. Vuoden 2011 valmistamani ku-
vitus nojasi Nokian markkina-arvosta kertovaan tilastoon (kuva
17). Sen viesti oli, että Nokian markkina-arvon romahti samaan
aikaan, kun Helsingin pörssin 30 suurinta yhtiötä paransivat
arvoaan. Tässäkin on kyse niin sanotusta kuvitusgraafista, jon-
ka tarkoituksena on tuoda ilmiö esiin. Nokian markkina-arvon



Kuva 17. Pörssivuoden 2010 sivun pääkuva, koko 4p x 135 mm, kuvitusgraafi.

laskua on korostettu viivakuvion sijaan pienenevien nuolien
avulla. Lisäksi vuoden 2000 mittayksikön luku on verrattain
isompi kuin vuoden 2010 luku. Vastaavasti Helsingin pörssi-
yhtiöiden vuoden 2000 luku on pienempi kuin vuoden 2010 luku.
Lukujen ja kuvioikonien suhteellista suuruutta en laskenut, jo-
ten Tuften valekerroin on tässä esimerkissä varmasti isompi kuin
yksi.

Sijotin tilaston Nokian ikonin eli markkinoille tulleen älypuhelimien näytölle: puhelimen myynnin alamäki alleiviivasi Nokian alamäkeä. Tilastografikan tutkijoiden mielestä kyse voi olla turhasta grafikan koristelusta, mutta mielestäni kuvituksen kaltaisille graafeille on myös tilausta. Pääkuitusgraafin kokoversioita lähetettiin nelipalstaisen lisäksi myös viisi- ja kuusipalstainen versio. Sivulle taitettuna sen ja kahdeksan muun tilastograafin yhteensopivuutta voi arvioida kuvasta 18.

Sivulla on yksipalstaiset graafit: "Pörssin 2010 TOP 5" ja "Pörssisanastoa". Lisäksi kolmen palstan graafi: "Helsingin pörssin kaikkien yritysten osingot 2000–2011" ja kaksipalstaiset graafit: "30 suurinta pörssiyritystä vuonna 2010", "P/E 2000–2010", "Osinko/ tulos, 2000–2010", "Oman pääoman tuotto, 2000–2010", "Markkina-arvo kuitenkin ei vielä ehtiin nousta lamaa edellävälle tasolle." Nämä kahdeksan graafelementtiä päivitetään vuosittain uusilla luvuilla, kuten tänäkin keväänä vuoden 2011 pörssivuoden osalta. Yhteistyökumppanilehdet valitsevat tarjottujen graafien joukosta ne, jotka haluavat julkaista.

Kuva 18. Pörssivuosi 2010 sivun kokonaisuus, julkaistu 19.2.2011 Karjalaisessa.

TALOUS

PÖRSSIVUOSI 2010

Nokian arvo kuintuu

Kännykkäjätti ei päässyt mukaan suurten pörssiyritysten nousukiitoon viime vuonna.

Markkina-arvot 2000–2010
Helsingin pörssiin 30 suurinta yhtiötä (laman, Nokiaa, pankkijä- ja vakuutusyhtiöitä)

Pörssin 2010 TOP 5

LIKEVAIHTO	NETTOTULOS	OMAN PÄÄMÄN TUOTTO	OMAVARISUUSASTE	NETTOLIIKEVAIHTO
• Keväät	• Parhaat katteet	• Paras tuotto	• Vakavaraisuusaste	• Velaton
• Osuudet	• Parhaat katteet	• Paras tuotto	• Vakavaraisuusaste	• Velaton

Pörssisanastoa

- Nettotulos
- Nettotuloprosentti
- Nettovakaantumisaste (gearing)
- P/E-luku

Osingot uusevat

Arvokas osake

P/E-luku

Osinko/tulos

Oman pääoman tuotto

Markkina-arvo

Helsingin pörssiin kaikkien yritysten osingot 2000–2011

Osingot keväät 2011 miljardia euroa

Nokia	1,48
Telia-Sonera	1,37
Nordea	1,17

Osingot 2010 miljardia euroa

Nokia	1,5
Telia-Sonera	0,9
Fortum	0,9

30 suurinta pörssiyritystä vuonna 2010 (suluissa sija 2009)

1. (1)	Nokia	11,1	(1)	Outokumpu	12,1
2. (3)	Neste OI	10,2	(3)	YTYryhmä	12,2
3. (2)	TeliaSonera	9,1	(2)	Metsä	10,2

P/E 2000–2010

Osinko/ tulos % 2000–2010

Oman pääoman tuotto % 2000–2010

Markkina-arvo miljardia euroa 2000–2010

5.4 Pörssivuoden grafiikkapaketti 2012

Pörssivuoden 2011 kuvituksessa haluttiin tuoda esiin tiettyjen yhtiöiden positiivinen nousu markkinoilla, kun taas samaan aikaan toiset tulivat ryminällä alas. Tällä kertaa tilastoa ei otettu kuvituksen pohjaksi, vaan toimittaja antoi kuvituksen ideointiin nousevien ja laskevien yhtiöiden nimet, joita tilastografiikan kaltaisesti haluttiin asetella kuvitukseksi.



Kuva 19. Pörssivuosi 2011 -sivun kuvitus.

Muutaman päivän hauduttelun jälkeen sain idean lennokeista, jotka lentävät korkeuksiin ja tulevat alas. Taittelin A4-kokoiselle arkille tulostetuista yhtiönimistä lennokit, jotka kuvasin ja käsittelin Adoben Photoshop- ja Illustrator-ohjelmilla pörssisivun kuvitukseksi (kuva 19). Olin tyytyväinen kuvitukseeni, mutta toimittajalle jouduin perustelemaan sitä jonkin aikaa. Keskustelussa toimittajan kanssa pohdittiin myös selittävien tekstien tarvetta kuvituksessa. Kollegoille suunnatun kyselykierroksen jälkeen kuvitus sai hyväksynnän, sillä se ymmärrettiin ilman tekstiäkin hyvin. Kuvituksesta tehtiin kaksi versiota tummalla ja vaalealla taustalla⁵.

Pörssisivun iso materiaalmäärä antaa valinnanvapautta, jota lehdet mielellään käyttävät. Kuvan 21 vertailussa on nähtävissä tiettyjen lehtien grafiikkakäytäntöjen linjaukset. Esimerkiksi Kalevassa ei käytetä grafiikkaa, jossa on kuvaelementtejä. Pörssivuoden kuvitus ei myöskään päätenyt heidän sivuilleen. Kalevassa julkaistu pörssivuoden grafiikka on käsitelty ja muokattu heidän oman visuaalisen ohjeiston mukaisesti, myös sisältöjä on jonkin verran muuteltu. Turun Sanomissa puolestaan käytetään pääkuvissa isoa kuuden palstan kuvakokoa. Pohjalaisessa on käytetty koko lähe-

⁵ Sanomalehtikuvittajan työn problematiikkaa on avannut hyvin Maria Sofia Miettinen (2004) Kuinka kerron kuvalla? -opinnäytetyössään.

tetty graafimateriaali, ja Pohjalaisessa grafiikan ulko-
asua on muokattu grafiikan ulkoasuohjeiston mukai-
seksi ja kuvakokojakin on hieman muokattu.

Keskisuomalaisessa ja Karjalaisessa grafiikan ulkoasu
on yhtenäinen. Molemmassa on myös käytetty kuusi
graafia. Ainoastaan pääkuvavalinta ja taittoratkaisut
erottavat sivut toisistaan: Keskisuomalaisessa sivu on
taitettu seitsemälle palstalle, kun taas Karjalaisessa
kahdeksan palstan tilaan. Karjalaisen sivu on ilma-
vampi pääkuvan vaaleataustaisuuden ja suuremman
palstatilan käytön vuoksi (kuva 20). Keskisuomalaisessa
on päädytty myös erikoiseen taittopalartkaisuun
sijoittamalla yksipalstan ”Kestomenestyjät”-graafi
leipätekstiin alkuun.



Nokia putosi kärkikaartista

Pörssiyrityiden vuosi: Suurimpien arvosta haihtui vuodessa lähes kolmannes.

HELSINKI
Juha Kahlainen
Helsingin pörssin viime vuoden menestyjiä olivat autujen renkaat, konepajamies, lastinkäsitteilylaitteiden erikoisalan, kaulannee lääkevalmistaja Orion, ruosturauta tekevä Koncranes sekä dieselmoottorit ja voimavälineiden valmistaja Wärtsilä. Alennin kärkijohdolla keikkuren Nokian oman pääoman tuotto ja viime vuonna 6,7 prosenttiin. Menneiden vuosien menestyksen ansioista Nokian oman pääoman tuotto laandun vuoden keskivaihe yltää yhä viiden par-

haan joukkoon. Selvityskesä on mukana Helsingin pörssin 30 suurinta yritystä lukuun ottamatta pankkia ja vakutusyhtiötä. Balance Consultingin tietosi-
hanen mukaan Nokian oman pääoman tuotto lasui 2009-2011 oman pääoman tuottoa 14,6 ja Sammon 10,7 miljardia euroa. Koneen kaikki osakkeet oltiin saanut pörssissä 10,2 miljardia euroa. Nokia menetti viime vuonna markkina-arvostaan selvästi entisen. Vuoden 2010 lopussa Nokia maksoi 29,7 miljardia euroa, viime vuoden lopussa enää 14,0 miljardia euroa. Vuoden 2009 lopussa Nokian markkina-arvo oli vielä loppuna 22,9 miljardia euroa. Helsingin pörssiin arvokkain yhtiö on Nordea, jonka hinta oli viime vuoden lopussa 24,2 miljardia euroa. Telia-Soneran 22,4-

kausa, saadaan Koneen liitetuotteen arvoksi 9,4 miljardia euroa. Kone on näin noussut jo Nokia arvokkaimaksi, jo tarkastelemaan liikevoimaa euroa. Elo laski. Vuodesta 2006 konetta johtanut Matti Alahuhta on tehnyt bisnes jälkeä. Hänen alansa Koneen osakkeen hinta on kolminkertainen. Alahuhta toimii aiemmin Nokian varusteluosastojana.

Viime vuotta leimasi Nokian vaikeuksien ohella Elok muuttanut tees- ja messuolosuhteiden heikentyneet kehitys. Sekä Outo-kannun entä Raatinkujan oman pääoman tuotto ja viime vuoden lopussa 10,2 prosenttiin edellisvuoden 11,8 prosentista. Kammatonuu ja näin selvästi jälkeen huippuvuodesta 2005-2008, jolloin oman pääoman tuotto nousi keskimäärin 15-16 prosenttiin huilalle.

Pörssiyrityiden tulokseksi oli Elok mukaan vuonna silti tittäitni mene näin heloksi kuin porskurussien viite vuoden laskusta viisi päitellä. Merkittijä kasvun osuutena on ja näkyvä yhtiö nostamista. Yhteinen pörssi ilme on muut-
taminen kovaa tittämän vuodesta 2005-2008, jolloin oman pääoman tuotto nousi keskimäärin 15-16 prosenttiin huilalle.

Osingot 2011
Osingot 2011
Osingot 2011

Artisanottujen määrä kasvoi selvästi

Juha Kahlainen
Irtisanottujen määrä kasvoi viime vuonna viiden viidenneksen. Suomen ammattiliittojen keskusjärjestö SAK:n keräämien tietojen mukaan vuonna 2011 irtisanottiin yli 16000 työntekijää, vuonna 2010 noin 60 200 työntekijää. Yksittäisten työntekijöiden kohdalla yt-työvoimaa vuonna 2011 oli 8900. Viime vuonna työpäivät menettivät kuitenkin huomattavasti vähemmän ihmisiä kuin 2009, joul-

kin irtisanottiin oli lähes 20 000. Yhteisömuutosten purissa olevien ihmisten määrä laski jonkin verran viime vuonna. Vi neuvottelet keskuksien vuonna 2011 hieman yli 56000 työntekijää, vuonna 2010 noin 60 200 työntekijää. Yksittäisten työntekijöiden kohdalla yt-työvoimaa vuonna 2011 oli 8900. Viime vuonna työpäivät menettivät kuitenkin huomattavasti vähemmän ihmisiä kuin 2009, joul-

Pörssiyrityiden osuus kaikista irtisanomisista oli viime vuonna noin 70 prosenttia. Kolme aikaisempaa vuonna pörssiyritykset olivat irtisanomisista olivat puolet. Eniten työntekijöitä irtisanoitiin vuonna 2011 lopussa Nokian ja UPM:n palveluksessa työskentelevien noin 2 400 ihmistä vähemmän kuin vuoden 2010 lopussa.

Osingot 2011
Osingot 2011
Osingot 2011

Osingot 2011
Osingot 2011
Osingot 2011



Oman pääoman tuotto, %	2006-2011	2011
Kone	19,6	12,1
Orion	36,2	43,3
Koncranes	30,9	16,2
Outotec	27,9	21,8
Nokia	23,7	6,7
Wärtsilä	23,3	18,6
Nokian Renkaat	20,5	29,1
Metsä	19,4	17,2
VIT	18,1	14,5
Elo	18,9	24,3

Liiketoiminta	Nettotulos	Parhaat kateet
Fortum	2,15	2,15
Nokian Renkaat	1,12	1,12
TeliaSonera	1,17	1,17
Elo	1,24	1,24
Outotec	1,27	1,27

Yhtiö	Nettotulos	Parhaat kateet
Fortum	1,15	1,15
Nokia	0,94	0,94
Kone	0,89	0,89
Orion	0,99	0,99
Outotec	1,27	1,27

Yhtiö	Arvo
Nokia	14,0
Fortum	11,4
Metsä	11,5
Orion	10,6
Outokumpu	10,0
Elo	9,4

Yhtiö	Osingot
Nokia	1,05
Fortum	1,15
Metsä	1,15
Orion	1,01
Koncranes	1,00
Outotec	1,27

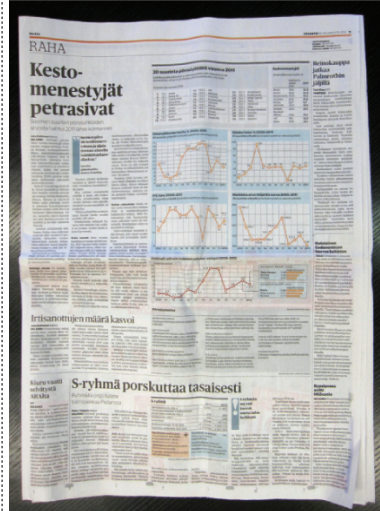
Yhtiö	Osingot
Nokia	1,05
Fortum	1,15
Metsä	1,15
Orion	1,01
Koncranes	1,00
Outotec	1,27

Yhtiö	Osingot
Nokia	1,05
Fortum	1,15
Metsä	1,15
Orion	1,01
Koncranes	1,00
Outotec	1,27

Yhtiö	Osingot
Nokia	1,05
Fortum	1,15
Metsä	1,15
Orion	1,01
Koncranes	1,00
Outotec	1,27

Kuva 20. Vuoden 2011 pörssisivun kokonaisuus, julkaistu Karjalaisessa 21.2.2011.

Viiden lehden vuoden 2011 pörssisivujen taittovalinnat



Turun Sanomat

- kuvitus 6 p tumma
- 6 graafia:
- "Helsingin pörssin kaikkien yritysten osingot 2000–2012"
- "30 suurinta pörssiyritystä vuonna 2011"
- "Kestomenestyjät"
- "Markkina-arvo 2000–2011"
- "Pörssisanasto"
- "Pörssin 2011 TOP 5"

Kaleva

- ilman kuvitusta
- 7 graafia:
- "30 suurinta pörssiyritystä vuonna 2011"
- "Kestomenestyjät"
- "Oman pääoman tuotto 2000–2011"
- "Osinko/ tulos 2011"
- "P/E luku 2000–2011"
- "Markkina-arvo 2000–2011"
- "Helsingin pörssin kaikkien yritysten osingot 2000–2012"
- "Pörssisanasto"

Pohjalainen

- kuvitus 5p tumma
- 9 graafia:
- "30 suurinta pörssiyritystä vuonna 2011"
- "Kestomenestyjät"
- "Helsingin pörssin kaikkien yritysten osingot 2000–2012"
- "Pörssisanasto"
- "Pörssin 2011 TOP 5"
- "Oman pääoman tuotto 2000–2011"
- "Osinko/ tulos 2011"
- "P/E luku 2000–2011"
- "Markkina-arvo 2000–2011"

Keski-Suomalainen

- kuvitus 5p tumma
- 6 graafia:
- "Kestomenestyjät"
- "Helsingin pörssin kaikkien yritysten osingot 2000–2012"
- "Pörssin 2011 TOP 5"
- "Oman pääoman tuotto 2000–2011"
- "Markkina-arvo 2000–2011"
- "Pörssisanasto"

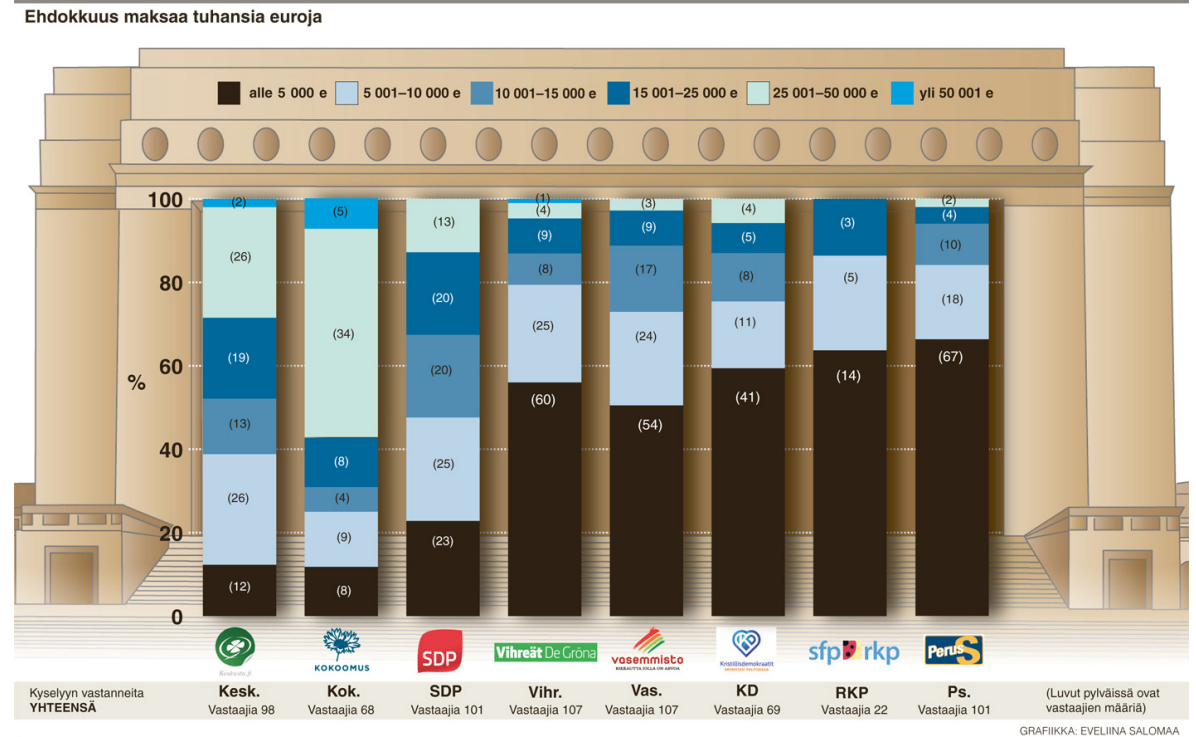
Karjalainen

- kuvitus 6p vaalea
- 6 graafia:
- "Kestomenestyjät"
- "Pörssisanasto"
- "Pörssin 2011 TOP 5"
- "Helsingin pörssin kaikkien yritysten osingot 2000–2012"
- "Oman pääoman tuotto 2000–2011"
- "Markkina-arvo 2000–2011"

Kuva 21. Vuoden 2011 pörssisivun grafiikkavalinnat viidessä eri lehdessä.

5.5 Eduskunta- ja presidentinvaalit

Seuraava esimerkki (kuva 22) käsittelee eduskuntavaalien vaalikustannuksia. Pylväsgrafikka valmistettiin Helsingin toimituksen keräämästä kyselyaineistosta. Vastaajat olivat puolueittain ilmoittaneet, kuinka monta tuhatta euroa heidän ehdokkuutensa maksoi eduskuntavaaleissa. Grafiikkaa lähdettiin tekemään toimittajan visuaalisen idean pohjalta: ideana oli esittää tilasto siten, että se upotettaisiin eduskuntatalon pylväisiin. Graafilla oli tiukka aikataulu, sillä se valmistettiin seuraavan päivän lehteen.






Kuva 22. Puolueiden vaalirahoitus eduskuntavaaleissa, pylväsgrafikka.

Vastauksien perusteella tehdyt pylväät eivät kuitenkaan olleet verrannollista kokonaiskuvaa vastanneiden määrien perusteella. Neuvoteltuani esimieheni kanssa päädyin laskemaan vastauksista myös prosentuaaliset luvut. Graafi on mielestäni kohtalaisen onnistunut, sillä sen sanoma tulee mutkattomasti ilmi: pienimpien puolueiden ehdokkaat ovat maksaneet ehdokkuudestaan

vähiten. Toimittajan toivomuksesta lisätyt vastaajien lukumäärät pylväissä saattavat sotkea lukijaa, mutta niille on annettu selkeä selite graafin alareunassa. Tätä grafiikkaa valmistaessa nousivat ensimmäistä kertaa etätöskentelyn kommunikointiongelmat esiin. Monilta väärinkäsityksiltä ja turhalta työltä oltaisiin välttytty, jos toimittaja tai graafikko olisivat voineet keskustella kasvokkain

Presidentinvaalit 22.1.2012

YLE | Suuri vaalikeskustelu

							
Pekka Haavisto (vihr):	Timo Soini (ps):	Paavo Väyrynen (kesk):	Paavo Lipponen (sd):	Sauli Niinistö (kok):	Sari Essayah (kd):	Eva Biaudet (r):	Paavo Arhinmäki (vas):
<p>+ Rauhallinen esiintymisen ja harkitut kannanotot. Löysi kansainväliset tilanteet ulkopoliitikasta, jolloin presidenttinä puuttuisi hallitusneuvotteluihin.</p> <p>— Varmisteli jo mielipidemittausten lupaamaan kakospaikkaa. Varovaisuus paistoi läpi.</p>	<p>+ Onnistui nostamaan esille arviot puolustusvoimien leikkauksista, jota vastusti. Hiukset laitettu.</p> <p>— Yritti huulenehtoa, joka ei toimi ehdokasjoukossa.</p>	<p>+ Oli jättänyt liiallisen itsekorostuksen kotiin. Rauhallinen ja jäsenneily esiintyminen.</p> <p>— Puuttuisi presidenttinä muita ehdokkaita hanakemmin sisäpoliittisiin asioihin. Jäi altavastaajaksi, kun Niinistö tivasi, missä hän on kannattanut Natoon liittymistä.</p>	<p>+ Hyviä väliheittoja: "Minun aikamani ei olisi ollut epäselvyyttä". "Bushin kanssa valkoisessa talossa" jne. Puolusti tiukasti uutta perustuslakia ja vakuutti antavansa hallitukselle työrauhan.</p> <p>— Jäi kaksinkamppailussa Biaudetin kanssa kuunteluoppilaaksi. Ärsyyntyi jälleen Väyrysen kommentteista.</p>	<p>+ Esiintyi rauhallisesti. Onnistui laittamaan Väyrysen ahtaalle, kun tämä syytti Niinistöä Nato-jäsenyyden tukemisesta.</p> <p>— Passaili monessa asiassa muiden mielipiteitä.</p>	<p>+ Esiintyi selkeästi. Keksi arktisen alueen yhteistyön Venäjän kanssa esimerkiksi öljyonnettomuuksissa.</p> <p>— Jäi taka-alalle.</p>	<p>+ Nappasi lähes kaiken ajan kaksinkamppailussa Lipposelta. Aktiivinen.</p> <p>— Pitkähköjä puheenvuoroja, joista villakoiran ytimen löytäminen oli vaikeaa.</p>	<p>+ Tentin onnistuja. Selkeitä mielipiteitä. Puolusti sananvapautta, uutta perustuslakia ja sai muut ehdokkaat omalle kannalleen esimerkiksi yhteisissä sotaharjoituksissa Venäjän kanssa.</p> <p>— Jäi aika-ajoin sivuun keskustelusta.</p>

KOONNUT: VESA SOMPPI, HEIKKI VENTO, KUVAT: COMPIC, GRAFIikka: EVELIINA SALOMAA

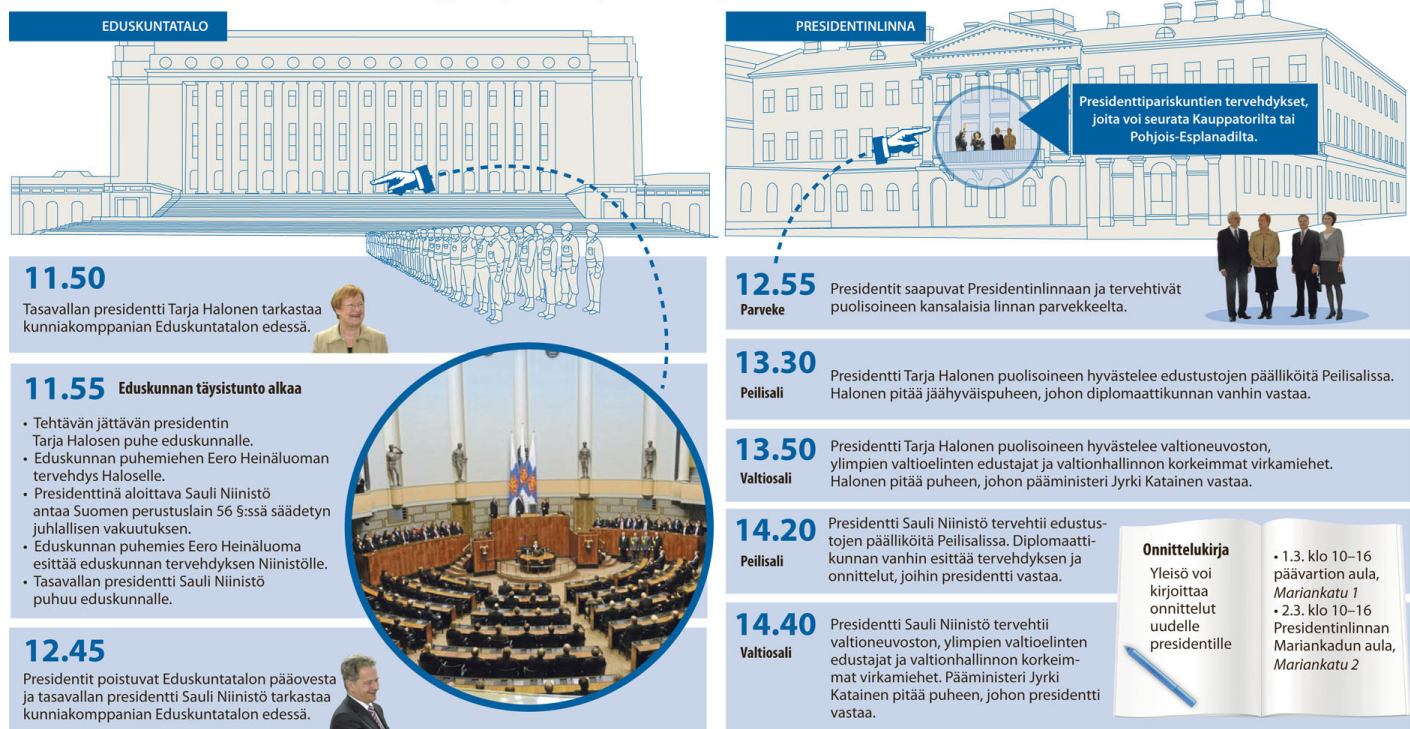
Kuva 23. Presidentinvaalit 2012 ja Ylen suuri vaalikeskusteluarvio, koko 6p x 100 mm, taulukkograafi.

ja piirtää graafin hahmotelman ruutupaperille. Tämä työtapa on lisättävissä myös sähköisesti tapahtuvaan kommunikaatioon.

Helsingin toimituksen graafikon arjessa näkyy vahvasti vaaliaika, tuoreimpana esimerkkinä presidentinvaalit. Ennen vaaleja tehtiin isoja grafiikkapaketteja ehdokkaista, joiden arvomaailmaa, suosiota ja jopa pukeutumistyylejä vertailtiin. Trendinä viime vaaleissa oli myös vertailla ehdokkaiden onnistumista suurissa vaalipaneeleissa. Helsingin toimitus teki myös omansa. Panee-

liarvioihin tein jopa kolme erilaista infograafipohjaa. Viimeisiä vaalipaneeleita varten tein kuvan 23 pohjat etukäteen. Sitä käytettiin eri tv-kanavien vaalipaneeleista eri sävyissä. Paneelin päätyttyä toimittajilta alkoi sähköpostitse tulla tekstiarvioita, jotka sijoitin pohjaan ehdokkaiden kohdalle. Näin graafi saatiin lähtemään mahdollisimman nopeasti eteenpäin. Esimerkiksi Karjalaisessa arviograafi julkaistiin pelkän otsikon ja ingressin alla kakosjutun tilassa. Graafi itsessään välitti kaiken tarvittavan tiedon aiheesta.

Presidentti vaihtuu eduskunnassa, jäähyväiset ja tervehdykset linnassa 1.3.2012



Kuva 24. Presidentin vaihdospäivän tapahtumat, koko 6 palstaa x 160 mm, aikataulugraafi.

Presidentin vaihdoksesta tehtiin aikataulugraafi (kuva 24), jossa presidentin vaihdospäivän tapahtumat laitettiin aikajärjestykseen. Alun perin toimittaja visioi graafista Helsingin karttaa, jossa tapahtumapaikat olisivat olleet 3D-mallinnoksina. Tällöin graafin tekemiseen olisi pitänyt varata pitempi aika ja isompi palstatila. Loppujen lopuksi päädyttiin tekemään viisi- ja kuu-

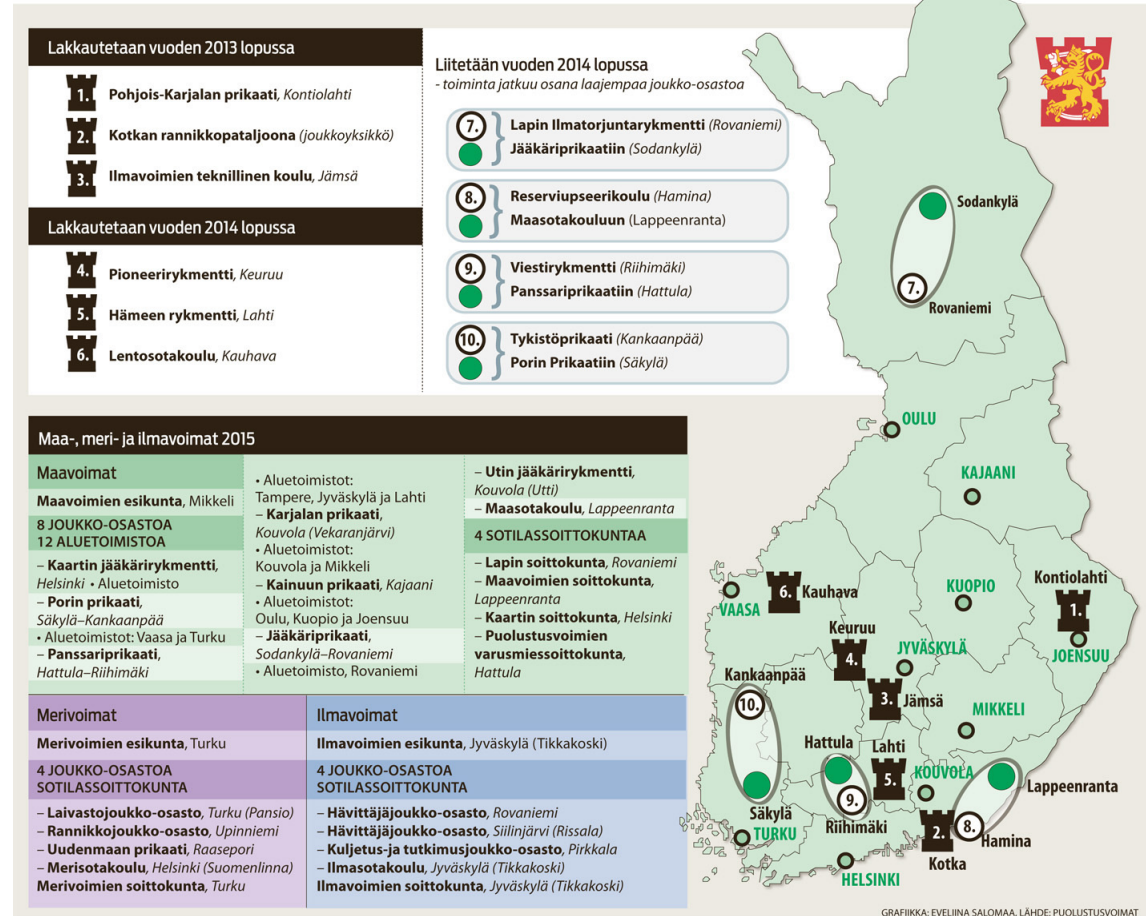
sipalstainen grafiikka, josta päivän tapahtumat käyvät selville. Lisäksi grafiin ujutettiin kuvaelementtejä kuvittamaan tapahtumia ja selventämään, mitä missäkin tapahtuisi. Sanomalehti Kalevalle valmistettiin tästä oma versionsa, jossa kaikki "koriste-elementit" eli kuvat oli riisuttu ja graafista on tehty tietolaatikkomainen versio.

5.6 Varuskuntauudistus

Kevään 2012 suuri uutinen oli varuskuntauudistus. Päätöksen pohjalta syntyi karttagraafi (kuva 25). Neuvoteltuani toimittajan kanssa, päädyin sijoittamaan karttapohjaan vain lakkautettavat varuskunnat. Karttaan merkittiin toisiinsa yhdistettävät varuskunnat. Alas sävytettyihin tietopalkkeihin avattiin millainen Suomen puolustusvoimat olisi vuonna 2015 varuskuntalakkautusten ja -liitosten jälkeen.

Tekemäni graafi ei ole selkein mahdollinen esitys, koska graafin sisäinen jako tekee siitä hieman epäselvän ja sekavan. Graafin sisällä olisi voinut esittää kokonaisuudessaan karttapohjalla, joka olisi paremmin tuonut esiin, miten Suomen puolustus maantieteellisesti muuttuu. Siten lukija olisi voinut verrata lakkautettavien varuskuntien sijaintia säilytettävien varuskuntien sijaintiin.

Kuusi joukko-osastoa lakkautetaan



Kuva 25. Varuskuntauudistus, koko 5 palstaa x 200 mm, karttagraafi.

Myöhemmin tein oman lehden käyttöön uuden graafin samasta aiheesta, johon alueellista näkökulmaa korostettiin enemmän.

6 Palautekyselyn tulokset

Palautekysely (liite 1) toteutettiin huhtikuussa 2012 sähköisesti. Sen linkki lähetettiin saateviesteineen seitsemän sanomalehden grafiikkaosoitteisiin ja talousosastoille sekä niistä vastaaville henkilöille. Kysely suunnattiin taloustoimituksen esimiehille ja ulkoasusta vastaaville henkilöille, Helsingin toimitukselle sekä kaikille niille, jotka työskentelevät grafiikan parissa.

Kyselyyn vastasi 24 henkilöä eri toimituksista (kuva 26). Heistä miehiä oli 66,7 prosenttia ja naisia 33,3 prosenttia. Ikäjakaumaltaan 46–55-vuotiaita oli eniten (33,3 %), seuraavaksi eniten oli 26–35-vuotiaita (25 %) ja 56–65-vuotiaita (25 %). Vastanneista vähiten oli 36–45-vuotiaita (12,5 %) ja 18–25-vuotiaita (4,2 %). Prosentuaalisesti eniten vastanneita tuli Karjalaisesta (33,4 %) ja seuraavaksi eniten Helsingin toimituksesta (20,8 %). Vähiten vastanneita oli Savon Sanomista (4,2 %) sekä Pohjalaisesta (0 %). Pohjalaisen vastausprosentti selittyi sillä, että samat henkilöt toimittavat myös sanomalehti Ilkkaa. Vastanneista toimittajia oli 58,4

prosenttia, graafikoita 20,8 prosenttia ja muita 20,8 prosenttia (uutis-, toimitus- ja ulkoasupäällikkö, graafikko-kuvaaja-taittäjä). Vastaajat olen jaotellut analysointia varten ammattinimikkeen mukaisesti toimittajiin, graafikoihin ja graafikko-taittäjä-kuvaajaan sekä muiden vastauksiin. (Liite 2.)

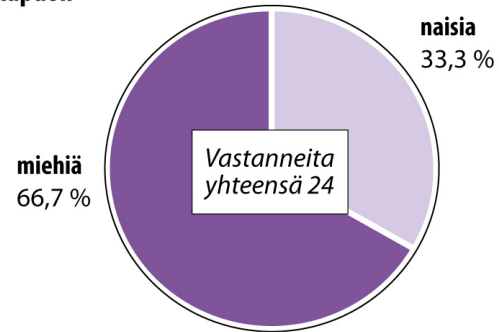
6.1 Uutisgrafiikka ja sen tehtävä

Kyselyn perusteella uutisgrafiikaksi mielletään sanomalehdessä lähes kaikki visuaaliset elementit. Vaikuttaa siltä, että uutisgrafiikan tehtävä on helpompi määrittää kuin kysymys siitä, mitä uutisgrafiikka on (liite 2, 1). Graafikot ja osa toimittajista osaavat määritellä uutisgrafiikaksi perustilastokuviot, taulukot, kartat ja lokaattorit. Sen lisäksi esiintyy kuvauksia, jotka eivät mahdu edellä mainittuihin grafiikkamuotteihin. Yhteen liitetään useampi elementti:

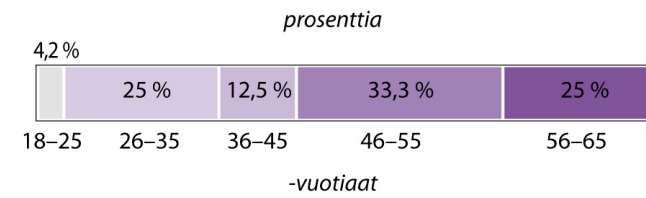
– Kuvista, tekstistä ja taulukoista koottu kokonaisuus. Piirrokset ja kartat, karikatyyrit tai tekniset räjäytyskuvat. Teksti, joka on paloitetu ja sommiteltu luettavampaan muotoon.” (id 39, Helsingin toimituksen toimittaja.)

”Uutisgrafiikka näyttää mistä on kyse, kaikkea ei tarvitse sanoa tekstinä. Graafissa voi myös avata vaikeaselkoista asiaa (tekstipainotteisestikin), jonka selittäminen jutussa olisi mahdotonta. Grafiikalla voi kertoa esim. tapahtumien kulusta niin, että asia hahmottuu monipuolisesti nopeasti. –” (id 52, Turun Sanomien ulkoasupäällikkö.)

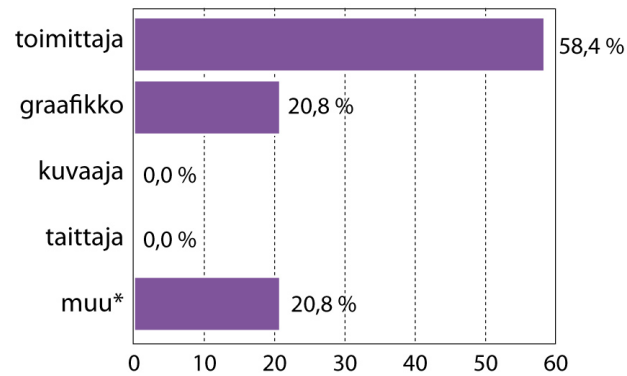
1. Sukupuoli



2. Ikä

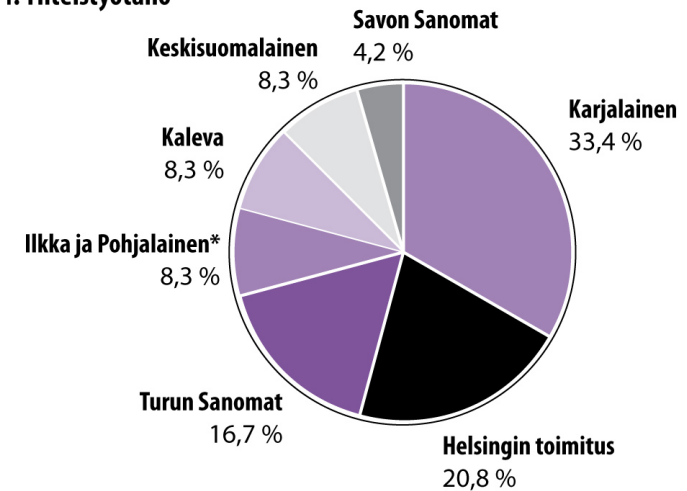


3. Ammattinimike



* uutispäällikkö, graafikko-kuvaaja-taittaja, toimituspäällikkö, ulkoasupäällikkö

4. Yhteistyötaho



* Samat henkilöt toimittavat sekä Ilkkaa että Pohjalaista.

Kuva 26. Palautekyselyyn vastanneiden sukupuoli, ikäjakauma, toimitus ja ammattinimike (liite 2, kuviot 1–4).

Edellä mainitut kuvaukset uutisgraifikasta niputan infograafin määritteen alle. Kaksi graafikkoa mainitsevat infografiikan yhtenä uutisgraifiikan muotona. Toinen heistä kuvailee sitä näin:

”Vektoripiirros esim. onnettomuuden kulusta, muu kuvitusta sisältävä informaatiograffa.” (id 20, Savon Sanomien graafikko-taittäjä-kuvaaja.)

Joissain vastauksissa uutisgraifiikka on määritelty informaation käsitteen kautta:

”Jutun informatiivisuuden painottuva visuaalinen elementti.” (id 35, Karjalaisen toimituspäällikkö.)

”Informatiivista graafista esitystä.” (id 19, Karjalaisen toimittaja.)

Useat toimittajat näkevät uutisgraifiikan osana uutiskokonaisuutta. Uutisgraifiikan tehtävä (liite 2, 2) onkin monien toimittajien mielestä uutisjutun täydentäminen visuaalisesti. Uutisgraifiikalla on monissa vastauksissa kaksijakoinen rooli: toisaalta uutisen yksityiskohtien ja numeraalisten asioiden esittäjänä, ja toisaalta visuaalinen rooli jutun elävöittämisessä ja kuvittamisessa. Useiden toimittajien mielestä uutisgraifiikka lisää lehden luettavuutta ja jutun houkuttelevuutta.

”Grafiikka toimii houkuttimena, joka saa lukijat pysähtymään jutun ääreen. Grafiikka kiteyttää uutisen ydinkohdat, avaa vaikeat asiat tai tarjoaa lisätietoa. Numeeriset asiat on järkevintä esittää graafisessa muodossa.” (id 28, Turun Sanomien toimittaja.)

”Se elävöittää juttua ja kertoo numeraaliset asiat niin, ettei niitä tarvitse upottaa tekstiin. Hyvä grafiikka houkuttelee lukijaa myös tarttumaan juttuun.” (id 46, Kalevan toimittaja.)

”Antaa lisätietoa aiheesta, esimerkiksi sellaista numeraalista tietoa, jota on muutoin vaikea mahduttaa juttuun. Lisäksi uutisgraifiikka kuvittaa jutun.” (id 19, Karjalaisen toimittaja.)

Vastaajat näkevät myös, että hyvä uutisgraifiikka tiivistää jutun asian niin, että lukija ymmärtää sen yhdellä silmäyksellä. Grafiikka helpottaa uutisen havainnointia ja ymmärtämistä.

”Tiivistää asian niin, että lukija ymmärtää ydinkysymykset muutamalla silmäyksellä. Antaa oivalluksen ilon lukijalle. Herättää lukemaan myös jutun.” (id 37, Helsingin toimituksen toimittaja.)

”Grafiikka tukee uutista ja päinvastoin, ne kulkevat tavaltaan kuin käsi kädessä. Grafiikasta lukija myös hahmottaa tekstiä nopeammin jonkun asian.” (id 46, Kalevan toimittaja.)

”Grafiikka tiivistää, selventää, saa kiinnostumaan, nopeuttaa jutun informaation sisäistämistä, auttaa omaksumaan tiedon. Uutisgraifiikkakin voi olla kuvaan tai kuvitukseen verrattava pitkälle visuaalinen elementti, joka tuo tiedon lisäksi myös mielihyvää.” (id 35, Karjalaisen toimituspäällikkö.)

”Pysäyttää lukija jutun äärelle, välittää tietoa nopeasti ja selvittää vaikeita kokonaisuuksia.” (id 52, Turun Sanomien ulkoasupäällikkö.)

Muutamassa toimittajan kommentissa nähdään uutisgraafikan rooli itsenäisenä tai sellaisena, että lehtijutun voi sen jälkeen jättää jopa lukematta. Graafikot itse näkevät uutisgraafikan tehtävän myös visuaalisuuden kautta:

”Grafiikan avulla voidaan tuoda lisätietoa uutiseen, silloin kun ilmiötä on vaikea selittää pelkästään verbaalisesti. Grafiikalla voidaan myös korostaa tai painottaa yksityiskohtia, tai laatia tiivistys siitä, missä uutisessa on kyse. Hyvin tehty graafinen esitys myös kiinnittää lukijan huomion visuaalisuudella.” (id 76, Keskisuomalaisen graafikko.)

”Antaa lisäinformaatiota jutulle ja/tai kertoa (usein kuvallisesti) asioista, jotka olisivat liian vaikeita jutussa selitettäväksi. Antaa myös väriä usein yksipuoliseen tekstimassaan. Lisätä jutun kiinnostavuutta.” (id 63, Karjalaisen graafikko.)

”Se toimii kuvan ja otsikon ohella ”sisäänheittäjänä” juttuun. Viesti selviää nopeammin kuin lukemalla saman asian tekstinä. Kohentaa sivun ulkoasua.” (id 56, Karjalaisen graafikko.)

6.2 Uutisgraafikan sisältö ja ulkoasu

Palautekyselyssä vastaajia pyydettiin arvioimaan Edward Tuften väittämien pohjalta, millaisia Karjalaisen tuottamat uutisgraafikat ovat (kuva 27). Vastaajat olivat eniten samaa mieltä siitä, että Karjalaisen uutisgraafikat: *”Välttää tiedon vääristelyä”* (samaa mieltä 70,8 %), *”Esittää paljon infomaatiota pienessä tilassa.”* (sa-

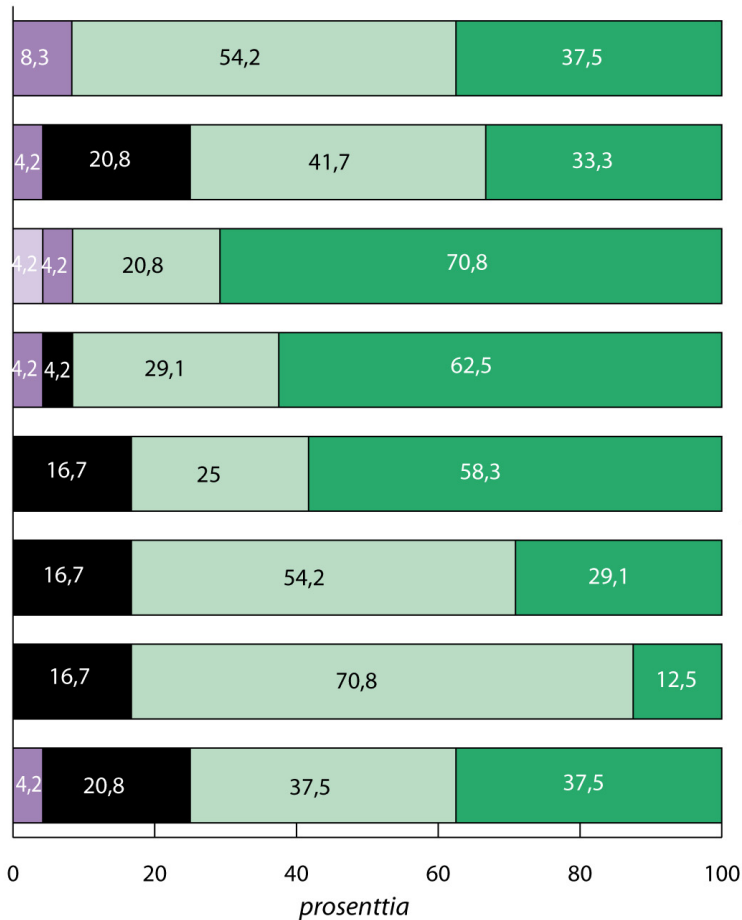
maa mieltä 62,5 %) ja *”Tekee laajasta tietomäärästä yhtenäisen ja johdonmukaisen.”* (samaa mieltä 58,3 %). Eniten erimielisyyttä aiheuttivat väittämät *”Esittelee tiedon selkeästi.”* (jokseenkin eri mieltä 8,3 %) ja *”Välttää tiedon vääristelyä”* (eri mieltä 4,2 % ja jokseenkin eri mieltä 4,2 %). On huomioitava, että väite *”Esittää paljon infomaatiota pienessä tilassa.”* ei ole välttämättä positiivinen huomio sanomalehden uutisgraafiikassa toisin kuin tieteellisessä julkaisussa. Näin kommentoivat muutamat vastaajat:

”Minun mielestä niissä on liikaa tietoa, minkä vuoksi sisälöstä tulisi keskustella toimittajan kanssa vielä enemmän.” (id 27, Karjalaisen uutispäällikkö.)

Samalla pyydettiin arvioimaan väittämän merkitystä vastaajalle itselleen. 91,7 prosenttia vastaajista arvioivat väittämän *”Esittelee tiedon selkeästi”* tärkeimmäksi. Karjalaisen uutisgraafikat onnistuvat tässä siten, että 37,5 prosenttia samaa mieltä, 54,2 prosenttia oli jokseenkin samaa mieltä ja 8,3 prosenttia vastaajista oli jokseenkin eri mieltä asiasta. Grafiikan toiseksi tärkein ominaisuus on palautekyselyyn vastanneista se, että uutisgraafikka *”välttää tiedon vääristelyä”*. 70,8 prosenttia samaa mieltä siitä, että Karjalaisen uutisgraafikat välttävät tiedon vääristelyä, 20,8 prosenttia jokseenkin samaa mieltä, 4,2 prosenttia jokseenkin eri mieltä ja 4,2 prosenttia oli eri mieltä.

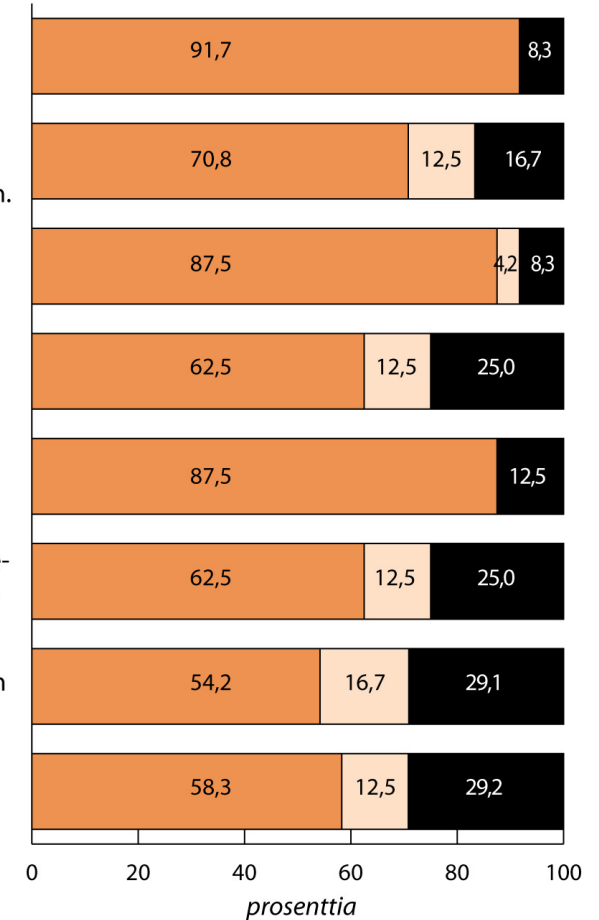
Oma mielipide väittämistä.

eri mieltä jokseenkin eri mieltä en osaa sanoa
jokseenkin samaa mieltä samaa mieltä



Millainen merkitys väittämällä on vastaajalle.

tärkeä merkityksetön en osaa sanoa

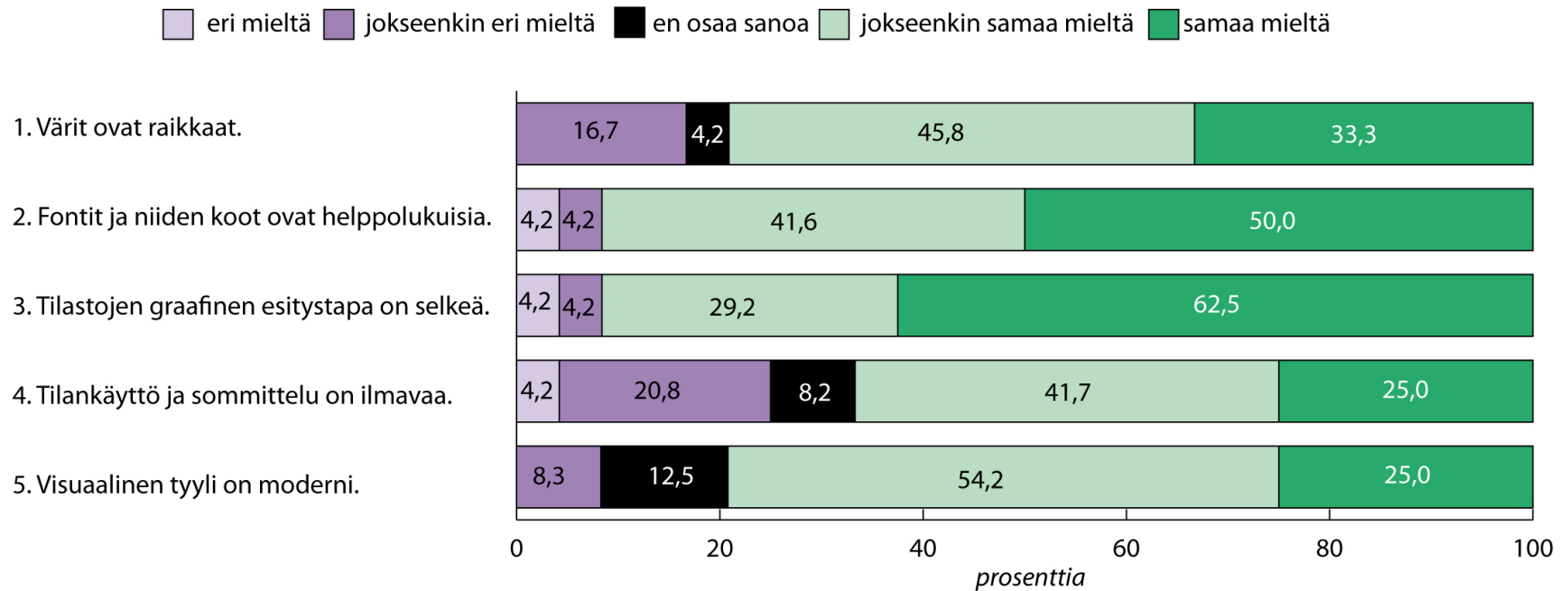


Kuva 27. Arvio Karjalaisen uutisgrafikoista Edward Tuften väittämien mukaan sekä väittämien merkitys vastaajalle (liite 2, kuvio 8).

Erään graafikon mielestä graafin tehtävänä onkin todistaa jutun väittämät faktoiksi. Toinen puolestaan kiittelee grafiikan virheettömyydestä:

”Käytämme paljon Kalevassa grafiikkaanne. Viikoittain valittavissa hyvä määrä graafillisia aiheita. Grafiikkaanne on myös hyvin virheetöntä.” (id 44, Kalevan graafikko.)

87,5 prosenttia vastaajista piti myös tärkeänä väittämää, että uutisgrafiikka *”Tekee laajasta tietomäärästä yhtenäisen ja johdonmukaisen”* – 58,3 prosenttia on samaa mieltä, 25 prosenttia on jokseenkin samaa mieltä ja 16,7 prosenttia ei osaa sanoa. Merkityksettömin (16,7 %) oli puolestaan väite: *”Tuo esille tiedon eri tasot laajasta näkökulmasta pieniin yksityiskohtiin”*.



Kuva 28. Arviot Karjalaisen tuottaman uutisgrafiikan visuaalisesta ilmeestä (liite 2).

Edward Tufteen onnistuneen tilastokuvion kriteerit ovat hyvä periaatteellinen pohja uutisgrafiikan rakentamiselle. Osa kriteereistä on kuitenkin selvästi tarkoitettu raskaan sarjan tilastokuvioiden tekijöille. Sanomalehden uutisgrafiikka on monesti kevyempää ja yksinkertaisempaa sisällöltään kuin tieteellisten julkaisujen tilastografiikka. Myös sanomalehden tiedesivumateriaali popularisoidaan helpommin lukijalle omaksuttavaksi. Kyselyn ”en osaa sanoa” -vastausprosentit kertovat siitä, että väittämien sisältö ei ehkä avautunut vastaajalle, ja siten sen merkitystä oli myös hankalaa arvioida.

Karjalaisen tuottaman uutisgrafiikan visuaalista ilmettä arvioitiin (kuva 28) siten, että 62,5 prosenttia vastaajien mielestä ”Tilastojen graafinen esitystapa on selkeä” ja 50 prosentin mielestä ”Fontit ja niiden koot ovat helppolukuisia”. Vastaajat olivat jokseenkin eri mieltä (20,8 %) ja eri mieltä (4,2 %) eniten väittämästä ”Tilankäyttö ja sommittelu on ilmavaa”. Myös 17,7 prosenttia vastaajista oli jokseenkin eri mieltä siitä, että Karjalaisen uutisgrafiikkavärit ovat raikkaat.

”Kautta linjan toivon aina selkeyttä ja yksinkertaisuutta mm. tekstimassan muotoilussa. Useat taustavärit hankaloittavat lukemista ja hahmottamista. Tämä nyt on sellainen markkysymys, josta voidaan olla montaa eri mieltä. Osa grafiikoista on todella onnistuneita, mutta jos risuja saa tässä yhteydessä antaa, niin mainittakoon joukko-osastografiikka.

ka. Se on silmääni tukkoinen ja ”vanhanaikainen” usein eri värilohkoin ja erikokoisin laatikoin ja ”palstalinjoin”. (id 20, Savon Sanomien graafikko.)

Uutisgrafiikoiden visuaaliseen ilmeeseen vaikuttavat paljon sanomalehden ulkoasusäännöt ja grafiikan visuaalinen ohjeisto. Graafikko tekee esityksen sääntöjä soveltamalla, toimittajan kanssa neuvottelemalla ja visuaalisella sommittelulla, jota kukin voi arvioida oman kontekstinsa kautta.

6.3 Uutisgrafiikan merkitys ja visuaalinen lukutapa

Toimittajat arvostavat graafien merkityksen suureksi sekä ammatillisesti ja lehden lukijoina. Uutisgrafiikka toimii monelle ”sisäänheittäjänä” juttuun ja toimii kiireisen lukijan hahmottamisen ja havainnoinnin apuna. Uutisgrafiikalla oli monille toimitustyötä tekeväälle suuri merkitys:

”Erittäin suuri merkitys. Juttu, grafiikka ja kuva muodostavat visuaalisen ja tiedollisen juttupaketin, joka on tätä päivää, tämän päivän kiireistä lukijaa varten.” (id 46, Kalevan toimittaja.)

Palautekyselyssä nousi esiin, että toimittajat haluaisivat teettää jopa enemmän uutisgrafiikkaa kuin tällä hetkellä pystyvät. Ammatillisesti uutisgrafiikka tuo toimittajien työhön visuaalisen ulottuvuuden.

”Suuri merkitys sekä ammatillisesti että lukijana. Ammatillisesti yritän saada grafiikkaa liki jokaisen jutun yhteyteen. Mielelläni osallistun grafiikan raaka-aineiden (perustiedon, kuvien ja taulukoiden) kokoamiseen, ideointiin ja tuunaamiseen, vaikka graafikko varsinaisen työn tekeekin.” (id 39, Helsingin toimituksen toimittaja.)

Grafiikalla voidaan tuoda myös esiin sisältöä ja ulkoasua suunnittelevien henkilöiden yhteistyötä ja ammattitaitoa. Jos yhteistyö ei toimi, on vaarana, että päädytään huonoon lopputulokseen, tiedon autiomaahan, jossa asiat eivät erotu toisistaan ja olennainen sekoittuu epäolennaiseen (Vapaasalo 2000, 60). Uutisgrafiikka helpottaa uutisen havainnointia ja ymmärtämistä. Hyvä uutisgrafiikka kertoo vastaajien mielestä jutun olennaisimman asian ”yhdeillä silmäyksellä”.

”Tiivistää asian niin, että lukija ymmärtää ydinkysymykset muutamalla silmäyksellä. Antaa oivalluksen ilon lukijalle.” (id 37, Helsingin toimituksen toimittaja.)

Näin tapahtuessa tekijän visuaalinen esittämistapa ja lukijan visuaalinen lukutapa kohtaavat. Molemmilta tilastojen ja kuvioiden koodien merkitysten tuntemista, jotta graafin viesti kulkee tekijältä vastaanottajalle. Palautteen ja lehden tilauksien kautta viesti kulkee jälleen takaisin tekijälle. Grafiikassa käytettävien ikonien ja symbolien tunteminen ei onnistu ellei kuviolukutaitoa ole. Jos uutisgrafiikkaa esitettäisiin henkilölle, joka ei olisi kos-

kaan ennen elämässään nähnyt tilastokuvioita, hän ei myöskään sitä pystyisi merkityksellistämään. Huomattavaa on, että merkitys voi muuttua myös ajassa – uutisgrafiikassa käytetty merkkien kieli voi muuttua ja tarkoittaa myöhemmin jotain aivan muuta. (Kuusela 2000, 20.)

Kuvion ymmärtämistä ”yhdeillä silmäyksellä” voi havainnollistaa myös viisarikellon ja digitaalisen kellon avulla. Viisarikello ilmoittaa ajan symbolisesti viisarien asennolla, sillä viisarien liike symboloi päivänkiertoa. Digitaalikellossa aika ilmoitetaan puolestaan numeroilla. Viisarikellon käyttö on nopeaa ja usein alitajuista – nopea vilkaisu riittää, kun taas digitaalikellon käyttö vaatii enemmän lukijaltaan, koska numerosarjana esitetty aika on liitettävä ajatus-työn kautta päiväkiertoon. (Kuusela 2000, 12–14.)

Uutisgrafiikassa on usein tekstiä, jotka selittävät graafista esitystapaa. Jonkinlaisena kirjoittamattomana tavoitteena on, että kuvio itsessään kertoo ilmiöstä tai asiasta oleellisimman. Tilastografiikan tutkijat kirjoittavat kvantitatiivisen eli määrällisen tiedon näkökulmasta, jonka tavoitteena on numeraalisten tietojen graafinen esittäminen sellaisenaan. Tilastografiikan yhteyteen lisätyt kuvat he ovat

tuominneet kuvioroinaksi, jota ilman kuvion lukeminen onnistuu paremmin. Kuuselan (2000, 16) mukaan kuvia lisätään grafiikkaa usein siksi, että tilastotietoa pidetään tylsänä ja kuvioista halutaan tehdä näyttäviä turhalla koristelulla. Hän mainitsee, että sisällöllisesti tylsä kuvio on myös visualisoituna tylsä, eivätkä kuva-aiheet paranna asiaa vaan huonoimmillaan hämärtävät sanomaa.

Sanomalehdessä kuva-aiheiden lisääminen graafin yhteyteen on kuitenkin varsin yleistä: ei ainoastaan Karjalaisen grafiikkatuotannossa vaan myös esimerkiksi STT:llä. Toisin kuin Kuusela ajattelee, kuva-aiheiden lisääminen kuvioon mielestäni helpottaa grafiikan sanoman ymmärtämistä. Kuvasta heräävät assosiaatiot ja sivumerkitykset käynnistyvät silloin ennen tilastokuvion merkityksellistämistä. Myös toimittajat toivovat kuva-aiheita pieniinkin graafeihin. Toisinaan myös kaksipalstainen grafiikka täytyy yllättäen tehdä viisipalstaiseksi. Tällöin grafiikan koon suurentaminen tapahtuu kuvan tai kuvittamisen avulla. Monissa sanomalehdissä se on hyväksyttyä:

”Viiden palstan graafi voi olla aivan hyvin myös kuvitettu versio kaksipalstaisesta.” (id 30, Ilkan toimittaja.)

Sanomalehti Kalevassa on taas perinteisempi linja, jonka mukaan kuvan ja graafin esitystavat ovat erilliset:

”Suuret koosteet puramme yleensä osiin tai käytämme lähettämäämme 2–3p-versioita. Syy: emme käytä taustakuvallisia graafeja kuin erittäin poikkeuksellisesti. Poistamme myös pelkästään koristefunktion omaavat kuvat tai clipartit graafeista” (id 44 Kalevan graafikko.)

”Suurissa valokuvataustaisissa graafeissa tulee hankaluuksia, sillä yleensä poistamme taustakuvat. Jos suuren graafin varaan on laskettu jo päivällä suunnitellessa, joudutaan hakemaan taitossa aihekuva ja teemme mahdollisesti vain pienen graafin ”info-osasta”. (id 44, Kalevan graafikko.)

Turun Sanomiin puolestaan toivotaan graafeihin lisää kuvaelementtejä. Vaikuttaa siltä, että tilastollisen grafiikan käyttötavat ovat muuttuneet pysyvästi eri sanomalehdissä. Todennäköisesti lehtien ulkoasupäivityksillä on ollut vaikutusta asiaan, sillä lehtiä tehdään ennakoivasti. Sisältö ei aina pysy kokojen perässä ja esimerkiksi uutisgrafiikan tekemisessä se tarkoittaa sitä, että sisällöllisesti kaksipalstaisen grafiikan tulee täyttää myös pääkuvakokoisia, viiden palstan tiloja.

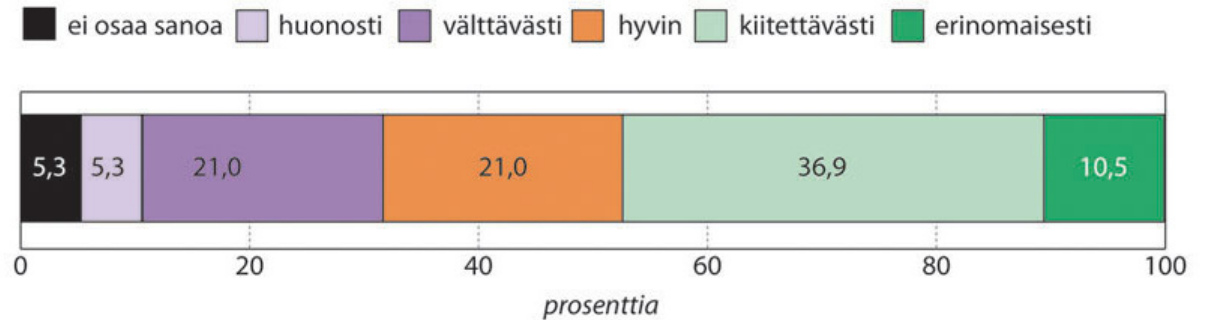
Sanomalehti on murroksessa uusien sähköisten julkaisuvälineiden käytön yleistyessä. Se on asettanut paineita myös printtipuolen lukutapojen uudistamiselle. Sanomalehtien lukututkimuksissa onkin osoitettu, että infografiikka jää yhtenä sisällön esitystapana parhaiten mieleen (Lyhykäinen 2011, 10).

6.4 Grafikkayhteistyö

Väli-Suomen Media, Turun Sanomat ja Kaleva saavat tietoa valmisteilla olevista graafeista Helsingin toimituksen päivittämistä päivälitasta. Jos päivitys jää toimittajalta tekemättä, yhteistyölehdissä ei osata varata lehteen tarvittavaa tilaa. Palautekyselyn (kuva 29) perusteella yli puolet saa tietoa valmisteilla olevasta grafiikasta hyvin (21 %), kiitettävästi (36,9 %) tai erinomaisesti (10,5 %). Kuitenkin yhteensä 31,6 prosenttia on sitä mieltä, että tietoa tulee huonosti (5,3 %) tai välttävästi (26,3 %). Tiedonkulun huonoksi kokevat osa Ilkan, Kalevan, Karjalaisen ja Keski-suomalaisen vastaajista. Erityisesti Ilkassa ja Pohjalaisessa ollaan asiasta harmissaan. Yhteistyön kehittämiseksi ehdotetaan:

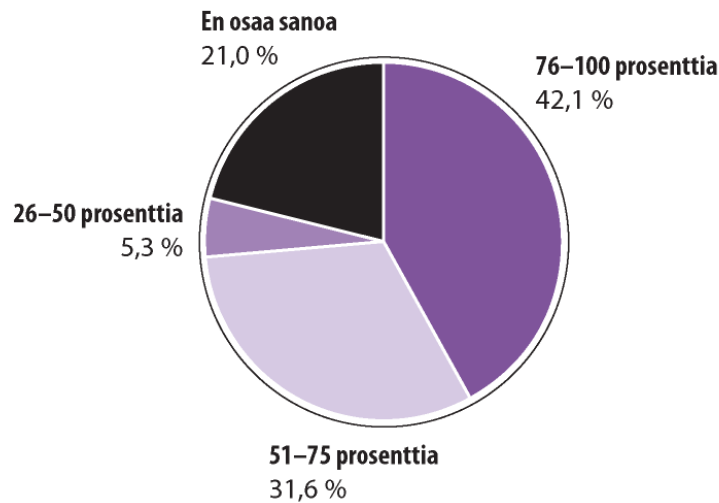
"Hieman parempaa ennakkoinfoa sähköpostilla. Koko on oleellinen tieto. – Yhteistyö on toiminut oikein hyvin, lukuunottamatta tätä koko-asiaa." (id 29, Ilkan toimittaja.)

"Tulevistä grafiikasta, koosta tietoa/listausta myös grafiikkatoimitukselle jotain kautta. Voisiko esim. laittaa iltpäivällä pikalistauksen meilillä grafiikkamme sähköpostiin. Jos 5-6-palstaiseksi luvattu graafi sisältää suuren taustakuvan, olisi hyvä, että siitä olisi aiemmin maininta –." (id 44, Kalevan graafikko.)



Kuva 29. Kyselyyn vastanneet arvioivat kuinka hyvin he saavat tietoa valmisteilla olevasta grafiikasta (liite 2, kuvio 15).

Palautekyselyyn vastanneiden mukaan valmistamastani grafiikasta julkaistaan 42,1 prosentin mielestä noin 75–100 prosenttia (kuva 30). Tätä mieltä olivat vahvimmin Helsingin toimitus, Ilkka/ Pohjalainen ja noin puolet Turun Sanomien ja Karjalaisen toimituksesta vastanneista. 31,6 prosenttia vastanneista arvioi, että julkaisuprosentti on 51–75 prosenttia. Kalevassa oltiin vahvasti tätä mieltä. Hajavastauksia tuli myös Turun Sanomien, Karjalaisen, Helsingin toimituksen ja Keski-suomalaisen vastaajilta. 5,3 prosenttia arvioi julkaisuprosentin jäävän alle 50 prosenttiin, arvio tuli Karjalaisesta. 21 prosenttia vastaajista ei ryhtynyt arvioimaan asiaa ollenkaan.



Kuva 30. Kyselyn vastaajat arvioivat kuinka monta prosenttia Karjalaisen tuottamasta grafiikasta julkaistaan heidän lehdessään (liite 2, kuvio 13.)

Palautekyselyyn vastanneista 36,8 prosenttia on sitä mieltä, että koot soveltuvat hyvin oman toimituksen käyttöön. 31,6 prosentin mielestä kiitettävästi ja 26,8 prosentin mielestä erinomaisesti. Vain 5,3 prosenttia oli sitä mieltä, että moduulikoot sopivat välttävästi käyttöön. Myös isompia grafiikkakokoja toivotaan:

”Nykyään taloustoimituksemme kaipaa 5-palstaisen graafin sijaan usein 6-palstaista, jotta se kävisi pääkuvaksi. Talouden lähtösivun jutut taitetaan seitsemälle palstalle, joten 5p on usein liian pieni.” (id 52, Turun Sanomien ulkoasupäällikkö.)

”Kehittäisen edelleen sivun pääkuvitukseksi soveltuvaa grafiikkaa jopa 7-palstaiseksi. Tähän tarvittaisiin wow-elementtiä eli jotain visuaalista koukkaa, joka erottaisi sivun muista uutissivuista. Tätä graafityyppiä pitäisi kuitenkin käyttää säästeliäästi.” (id 28, Turun Sanomien toimittaja.)

Uutisgrafiikkatuotannossa olen Helsingin toimittajien pyynnöstä tehnyt myös saman grafiikan eri versioita. Versioinnin syinä on suurimpana motiivina ollut yhteistyölehtien palstatilat: toiset tarvitsevat pääkuvakokoista eli viisipalstaista grafiikkaa, toiset taas kaksipalstaista grafiikkaa samasta aiheesta. Moduulikokojen vaihtelut selittyvät sanomalehtien erilaisilla ulkoasusäännöillä. Se aiheuttaa Karjalaisen grafiikkatuotantoon versioinnin tarpeen, vaikka lähtökohtana on aikaisemmin ollut yhden grafiikan tarjoaminen seitsemälle lehdelle. Grafiikat valmistuvat usein tiedotustilaisuuksien takia niin myöhään, että sanomalehtien päivätöissä olevat graafikot eivät enää ole niitä muokkaamassa oman lehden käyttöön. Silloin tällöin myös Kalevalle on tehty oma graafi, josta on poistettu kuvat ja joskus Turkuun tehdään vielä mustavalkoinen versio graafista.

Muita grafiikkatoivomuksia kyselyyn vastanneet esittivät talousaiheista, tapahtumista ja piirretyistä prosessikuvauksista. Palautekyselyn perusteella uutisgrafiikan määrän toivotaan yhä lisääntyvän, tosin toisten vastaajien mielestä grafiikkamäärä on tällä hetkellä

hyvä. Lehdenlukijoina monet toivoisivat lisää hyvää ja isoakin grafiikkaa, jota monet tutkivat ammattinsakin takia tarkasti:

”– Selkeästi esitetyt asiat jäävät parhaimmillaan parhaiten mieleen koko uutisesta. Runsasta uutisgrafiikkaa luen kokonaan vain jo valmiiksi mielenkiintoisista aiheista.” (id 27, Karjalaisen uutispäällikkö.)

Vaikka uudet toimitusjärjestelmät mahdollistavat uutisaineiston lähettämisen sähköisesti niin sanottua ”putkea pitkin”, sähköpostinkaan aika ei ole ilmeisesti ohi. 42,1 prosenttia vastanneista toivoo, että uutisgrafiikka lähetetään edelleen sähköpostilla pdf-tiedostoina. Tiedotusta puolestaan voidaan ehdotuksen mukaan parantaa laittamalla iltapäivällä grafiikkatoimituksiin sähköposti, jossa listataan päivän uutisgrafiikka, graafikoot sekä arvio kuvitusgraafien käytöstä.

7 Lopuksi

Graafisen alan muotoilijat työskentelevät vahvasti informaation muotoilun parissa. Muotoilija siivoaa kaaoksen järjestykseksi ja osoittaa ikkunoiden ja oven paikan. Sanomalehtigraafikkona muotoilija helpottaa lukijaa lehdenlukuprosessissa havainnollistamalla uutista visuaalisin keinoin. Uutisgrafiikkatuotannossa hän on toimittajan aisapari.

Sanomalehtigraafikon on huomioitava työskennellessään myös sanomalehden lukijakunta, lehden aikataulut, painotekniset vaatimukset sekä toimittajan toiveet. Graafikon on osattava katsoa aineistoa journalistisesta näkökulmasta käsin, sillä uutisgrafikan tekeminen vaatii aineiston analysointikykyä eli aiheen syiden ja suhteiden ymmärtämistä sekä asioiden keskinäistä vertailukykyä. Näiden asioiden ristitulessa muotoilijan täytyy osata tehdä kompromisseja visuaaliseen suunnitteluun käytettävän ajan, esittämistavan ja tyylin suhteen. Muotoilijalta edellytetään myös pintaa syvempää ymmärtämystä työssään sanomalehtigraafikkona, sillä onnistuneen uutisgraafin edellytyksenä on myös tiedon vääris-

telyn välttäminen. Grafikan tulee ensisijaisesti houkutella lukijaa ajattelemaan uutisen pääsisältöä esillepanon sijaan. Kun informaation muotoilu on onnistunut uutisgraafikassa, tieto on selkeää ja sen voi ymmärtää ”yhdellä silmäyksellä”, epäonnistunut graafi taas on sekava.

Karjalaisen grafiikkatuotannossa pidettiin tilastojen graafista esitystapaa selkeänä ja fontteja sekä niiden kokoja helppolukuisina, värit saivat hieman arvostelua osakseen. Väriihin, fontteihin ja graafiseen esitystapaan muotoilija voi vaikuttaa vain grafiikkakohtaisilla valinnoillaan, sillä sanomalehtigraafikkoa sitovat lehden ja grafiikan ulkoasusäännöt. Tilankäytön ja sommittelun suhteen muotoilijalla on puolestaan kaikki avaimet käsissään ja siihen tulee jatkossa kiinnittää aikaisempaa enemmän huomiota. Palautekyselyyn vastanneista muutama suosittelikin, että tiedon ja tekstin määrästä tulisi neuvotella toimittajan kanssa jatkossa enemmän. Tekstin muotoiluun tulisi myös kiinnittää huomiota palstalinjojen ja väripohjien käytön osalta.

Graafikon täytyy kehittää myös verbaalista puoltaan, koska monet tehtävänannot annetaan sanallisesti tai puhelimitse ”kentältä”.

Ennakkotehtävänannossa toimittaja kertoo aiheen, josta on grafiikkaa pyytämässä. Sisältö täsmentyy monesti vasta tiedotustilaisuuden jälkeen, jolloin tarkempi grafiikkakoko saadaan päätettyä ja tiedotettua kumppanilehtiin. Sillä aikaa kun toimittaja on tiedotustilaisuudessa tai tekee haastattelua, graafikko voi käydä etsimässä taustamateriaalia aiheen tiimoilta esimerkiksi toimituksen arkistosta. Tässä vaiheessa voidaan tehdä myös graafin hahmotelma, jos graafin sisältö on tarkentunut. Yleensä sisältö tarkentuu vasta iltapäivällä, jonka jälkeen suunnittelu- ja toteutustyö tulee tehdä muutamassa tunnissa.

Kuviotyypin valintaan graafikko ei aina saa vaikuttaa, koska tiedotustilaisuuksien materiaali on usein valmiiksi pureskeltu graafiseksi esityksiksi. On huomioitava, että alkuperäisten lukujen puuttuessa valekerroin kasvaa ja tiedon luotettavuus on syytä tarkistaa. Sanomalehtigraafikkona muotoilija ei voi päästää sisäistä visualistiansa täysin valloilleen, sillä tilastokuviodien esittämisessä pätee tietyt lainalaisuudet ja säännöt visuaalisesta vertailtavuudesta. Turha graafin koristaminen vie huomion uutisen sisällöltä ja esimerkiksi 3D-tekniikan käyttö voi hämärtää sanomaa. Ammatillisesti tämän asian ymmärtäminen helpottaa visualistia, sillä tilastografiikan

päätarkoitus on tuoda tieto selvästi esille. Visualisointi on silloin myös onnistunut, kun tämä päätavoite on saavutettu.

Informaation muotoilussa on viehätöksensä myös muotoilijan näkökulmasta katsottuna. Vapaasalon (2000, 60) mukaan kuvan esittämisen kaksiulotteisuuden rajoitteissa on myös sen mahdollisuudet ovat suuret, jos tekijällä on riittävästi näkemystä:

”Kuva vapautuu paikan ja ajan sidoksista. Luomme analogioita, metaforia ja simulointeja, joita vastaanottaja hahmottaa juuri tuttujen asioiden esityksinä. Kuvassa syy ja seuraus voivat olla vierekkäin, vaikka olisivat todellisuudessa miljoonien vuosien tai kilometrien päässä toisistaan. Abstraktit ja konkreettiset ilmiöt voivat esiintyä yhtä aikaa. Merkittävät asiat voivat olla isoina kuvassa, vaikka todellisuudessa niiden pienuus häiritsisi.” (Vapaasalo 2000, 60.)

Grafiikan tekijän on pidettävä mielessä myös sanomalehden painotekniset asiat, jotka voivat helposti hämärtää graafin merkityksen ymmärtämistä. Esimerkiksi painopellit voivat heilahtaa painossa, jolloin kuvio voi muuttua epäselväksi tai teksti voi muuttua lukukelvottomaksi. Uutisgrafiikan visuaalista viestiä voi ja kannattaa testata työtovereilla ennen julkaisua, varsinkin jos se on tehty tunteuttomammalla kuviotyypillä tai siihen on sisällytetty päällekkäistä tietoa. Grafiikan käyttö lehdissä on myös sidoksissa leh-

tien ennakkosuunnitteluun ja uutispäivään – muutokset päivittäisessä uutisvirrassa ovat varsin tavallisia. Aamun pääuutinen voi vaihtua päivän mittaan toiseksi, ja tärkeimmille uutisille raivataan palstatilaa vähemmän tärkeiden uutisten kustannuksella. Valmis uutisgrafiikka voi jäädä kokonaan julkaisematta tai sen julkaisupäivämäärää voidaan siirtää. Huonoimmassa tapauksessa graafikon tekemästä grafikasta ei olla tietoisia ja se jää julkaisematta.

Graafikon työskentely sanomalehdessä on jatkuvaa aikataulutusta ja deadlineen mukaan elämistä. Aikataulussa pysyminen vaatii graafikolta uutisgraafikan ulkoasusääntöjen tuntemusta ja valmiutta tehdä nopeita päätöksiä graafisen esittämistavan suhteen. Sanomalehtigraafikon työtä ohjaavat myös journalistin säännöt. Journalistin ohjenuorana toimivat säännöt luovat työlle eettisen perustan, jonka mukaan tieto on aina esitettävä totuudenmukaisesti ja tekijänoikeudet tuntien. (Journalistiliitto 2011.)

Kansallisen Mediatutkimuksen (2011) tulokset osoittavat, että painettujen lehtien lukijamäärät ovat pysyneet viime vuosina melko tasaisina nettilehtien lukemisen yleistymisestä huolimatta. Sanomalehtien lukijamäärä laski 2,0 prosenttia viime vuoteen verrattu-

na. Sanomalehtien tulevaisuus näyttää siis tällä hetkellä tasaiselta, mutta haasteelliselta sähköisten lukutapojen yleistyessä uusien medioiden sähköisten julkaisualustojen esimerkiksi tabletin myötä. Infograafikan mahdollisuudet ovat laajat sanomalehdessä. Se monipuolistaa lehden sisältöä, tuo lehteen uusia esittämisen tapoja ja helpottaa lehden lukemista. Perinteinen tapa ajatella uutisgrafiikkaa on antanut tilaa uudennlaisille visuaalisille esittämistavoille ja graafityypeille. Uutisgrafiikkaa tehdään yhä enemmän ja yhä vapaammin lehtien uudistuspaiveissa ja lukijakunnan lukutapojen muuttuessa nopeammiksi.

Uutisgraafikan halutaan kuvittavan juttua, sisältävän pysäyttävän elementin, tiivistävän uutisen pääsisältöjä ja herättävän huomiota. Näistä odotuksista kumpuaa uusia uutisgraafikan tyyppisiä, joita tässäkin tutkimuksessa on esitelty: uutisgraafeja, joilla on tiedon esittelyn lisäksi kuvitusfunktio. Uudet uutisgraafikatyyppit kertovat tilastograafikan ja juttujen osien esittämistapojen hämärtyemisestä. Jutturakenteiden paloittelun myötä uutisgraafiin on laitettu numeraalisen tiedon lisäksi tietolaatikkoon kuuluvaa tekstimassaa sekä kuvaelementtejä. Edellä mainittujen yhdistelmää ja pohdittua kokonaisuutta nimitän sanomalehdessä infograafiksi.

Perinteisimpien lehtien linjauksiin niin sanotun ”kuvaroinan” käyttö ei kuitenkaan sovi. Niissä kuva ja grafiikka nähdään erillisinä esittämistapoina. Toimittajat näkevät uutisgrafiikan osana juttukokonaisuutta. Sen tehtäväksi ajatellaan huomion herättäminen ja uutisjutun täydentäminen visuaalisesti. Graafi voi kuitenkin kertoa uutisjutusta jotain olennaista ja muuten vaikeasti selitettävän tai hahmotettavan asian lukijan hahmottamiskykyä ja sisälukutaitoa arvostaen. Huomioitava on, että uutisgrafiikka voi toimia myös itsenäisenä ilman juttua tai kertoa aivan oman tarinansa jutun kyljessä. Se ei välttämättä tarvitse tekstiä ollenkaan tullakseen ymmärretyksi.

Uutisgrafiikan lähtökohtana pitäisi olla ajateltu sanoma, jossa asia tuodaan esiin visuaalisin keinoin. Hyvä grafiikka esittelee palautekyselyn tulosten mukaan tiedon selkeästi, välttää tiedon vääristelyä, tekee laajasta tietomäärästä yhtenäisen ja johdonmukaisen sekä houkuttelee lukijan ajattelemaan uutisen pääsisältöä esillepanon sijaan. Palautekyselyn perusteella Karjalaisen tuottamat uutisgrafiikat täyttävät nämä vaatimukset. Graafien selkeyteen ja kokonaissommitteluun sekä ilmavuuteen tulisi kuitenkin kiinnittää jatkossa huomiota.

Yhteistyö seitsemän sanomalehden kanssa asettaa uutisgrafiikalle erilaisia paineita ulkoasun, koon ja sisällön suhteen. Toisissa lehdissä graafityyppien käytössä ollaan vapaamielisempiä kuin toisissa. Tässä opinnäytteessä on tullut vahvasti esiin kuvallisen grafiikan käytön eri käytännöt eri lehdissä. Aihekuvat ja kuvitukset mielletään grafiikassa koristeiksi, joilla ei ole tiedollista funktiota. Sanomalehdissä julkaistaan paljon niin sanottuja kuvagraafeja. Kuva-aihe, symboli tai hahmo voivat helpottaa graafin lukijaa, siinä missä graafin otsikkokin. Parhaimmillaan se kiinnittää huomion esitettävään grafiikkaan samalla tavalla kuin tekstinosto eli jutun äläys. Kuva-aiheen käytössä tulee kuitenkin olla tarkkana, ettei se peitä tai vääristä itse graafin sanomaa.

Karjalaisen uutisgrafiikkatuotannossa sanomalehtien moduulikokojen vaihtelut ja saman grafiikan versioinnin tarve pakottavat kuvitusmaisiin ratkaisuihin, kun kaksipalstaisesta graafista on yhtäkkiä saatava viisipalstainen graafi. Palautekyselyn vastauksissa toivottiin tästäkin syystä tiedottamiseen panostamista. Ehdotuksena oli, että iltapäivisin lähetettäisiin grafiikan pikalista, josta tulisi ilmi graafien sisällöt, koot ja niissä käytettävät elementit.

Sanomalehtigraafikko tekee graafista journalismia, joka yhdessä tekstin kanssa tuo uutiseen lisäarvoa ja helpottaa luettavuutta. Onnistuneeseen uutisgraafiikkaan vaaditaan asiantuntemusta esityksen aiheesta, tilastotieteestä ja visuaalisesta esittämisestä (Kuusela 2000, 16). Tilastokuvioita tuottavien koulutus painottuu luovuuteen ja taiteellisuuteen mutta vähemmän tiedon analysointiin. Infografiikan painotus voisi olla graafisen suunnittelijan opinnoissa suurempikin. Graafisen suunnittelijan tulisi hallita tilastotieteen perusteet ja ymmärtää, miten aineistoa analysoidaan ja mitkä perustilastokuviot ja grafiikan muodot sopivat eri asioiden kuvaamiseen.

Sanomalehdet päivittävät säännöllisin väliajoin ulkoasuun ja uudistavat sisältöjään. Uutisgraafikka on sen vuoksi saanut vaihtoehtoisena esittämistapana vankemman jalansijan lehdissä. Toimituksellisen tekstin, kuvien ja tilastografiikan kokonaisuudet edustavat uudenlaista sanomalehden visuaalista jutun esittämistapaa – infografiikkaa. Palautekyselyn tulosten mukaan uutisgrafiikan merkitys on jo nyt suuri ja sen arvioidaan vielä korostuvan tulevaisuudessa. Erään toimittajan mukaan uutisgraafikka on jäänyt sen ansaitsemaa huomiota vaille sanomalehtien murroksessa:

“33 vuotta tätä työtä tehneenä uutisgrafiikan tulo laajamittaisesti lehtiin on paljon isompi asia kuin valokuvien muuttuminen mustavalkoisista värilliseksi. –” (id 60, Karjalaisen toimittaja.)

Tämäkin kommentti kertoo siitä, että infografiikka on ala, jota tulevaisuudessa tutkitaan yhä enemmän. Infografiikan tulevaisuus tabloid-kokoon kutistuvissa sanomalehdissä on mielenkiintoinen. Informaation muotoilijan työt eivät lopu painokoneidenkaan pysähdyttyä, sillä uusia informaatioalan työryhmiä on jo syntynyt myös journalistien kentälle Helsingin Sanomiin. Datajournalistit etsivät isoista tietoaaineistoista uutisia ja tekevät niistä verkossa toimivia visualisointeja (HS 21.5.2012). Sähköiset mediat ja niiden infograafiset mahdollisuudet ovat kiinnostavia seikkoja, jotka olisivat jatkotutkimusten arvoisia asioita.

Lähteet

- Fiske J. 2001. Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen. Tampere: Vastapaino.
- Helsingin Sanomat. 21.5.2012. "HS perustaa datajournalismin ryhmän". Toimittaja Sirpa Räihä.
- Journalistiliitto 2011. Journalistin ohjeet 2011. Hyväksytty JSN:n kannatusyhdistyksen kokouksessa 5.9.2011. <http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistinohjeet/>. 17.5.2012.
- Kansallinen Mediatutkimus 2011. KMT Lukija 2011 lukijamäärät pääkohderyhmissä. http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukija_2011_perustaustat.pdf. 18.5.2012.
- Kuusela V. 2000. Tilastografiikan perusteet. Helsinki: Oy Edita Ab.
- LT-levikit 2011. LT-levikkitilasto 2011. <http://www.levikintarkastus.fi/levikintarkastus/tilastot/Levikkitilasto2011.pdf>. 18.5.2012.
- Lamberg Jasso 2011. Grafiikan tyylikirja. Etelä-Suomen Sanomat, Karjalainen, Keski-suomalainen, Savon Sanomat. Marraskuu 2011.
- Lupton E. & Abbott M. 1999. Design/ Writing/ Research, Writing on Graphic Design. London: Phaidon Press.
- Lyhykäinen S. 2010. Kuuden paikallissanomalehden ulkoasu-uudistus. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu: Muotoilun koulutusohjelma.
- Miettinen M-S. 2004. Kuinka kerron kuvalla? Kuvataiteilija kuvittajana sanomalehdessä. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu: Kuvataiteen ja muotoilun koulutusohjelma.
- Seppänen, J. 2005. Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle. Tampere: Vastapaino.
- Tufte Edward R. 2001. The Visual Display of Quantitative Information, The United States of America: Graphics Press.
- Vapaasalo T. 2000. Tiedon muotoilun eli infodesignin haasteet. Teoksessa Koskinen J. (toim.) 2000, Visuaalinen viestintä – monialainen tulevaisuus. Juva: WSOY, 51–67.

Keväinen tervehdys!

Karjalaisen visuaalinen toimitus tuottaa grafiikkaa Väli-Suomen median sanomalehdille, Turun Sanomille ja Kalevalle. Tällä kyselylomakkeella kerään palautetta uutisgrafiikkatuotannosta, jota olen tehnyt vuodesta 2011 alkaen. Kyselyn tuloksia analysoin Pohjois-Karjalan ammattikorkeakouluun valmistuvassa oppinnäytetyössäni.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 5-10 minuuttia. Vastausaika päättyy 30. huhtikuuta.

Yhteistyöterveisin,

Eveliina Salomaa

graafikko

p. 010 230 8144/ gsm 050 350 0359

evelliina.salomaa@karjalainen.fi

TAUSTATIEDOT

1. Vastaja

- nainen
- mies

2. Ikä

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65

3. Ammattinimike

- toimittaja
- graafikko
- kuvaaja
- taittaja

muu, mikä?



4. Yhteistyötaho

YLEISKYSYMYKSET

Kaikille avoimet kysymykset uutisgrafiikan tehtävästä sanomalehdessä.

5. Mitä uutisgrafiikka mielestäsi on?

6. Mikä grafiikan tehtävä on uutisessa?

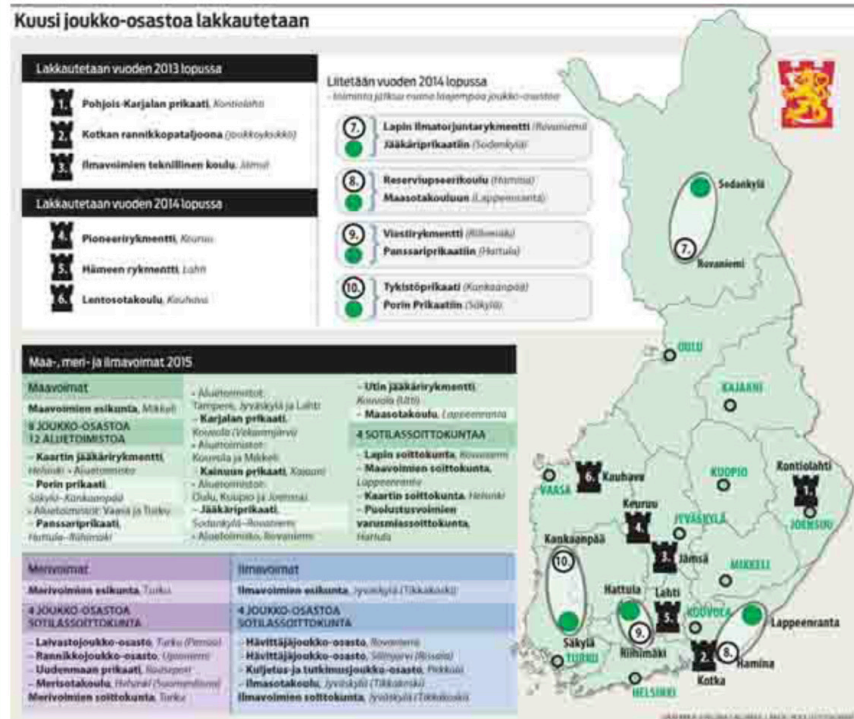
7. Millainen merkitys uutisgrafiikalla on itsellesi ammatillisesti ja lehden lukijana?

Esimerkkejä vuoden 2012 grafiikasta (grafikkatyöliä päivitetty)

1. Arvio vaalipaneelist.



2. Karttagraafi varuskuntaudistuksesta.



LIITE 1, palautekysely

3/4

3. Kronologinen aikagraafi presidentinvaihdoksesta.



4. Peruspiirakka.



9. Millaiseksi arvioisit Karjalaisen tuottaman uutisgrafiikan visuaalista ilmettä? Alla on viisi väittämää. Valitse lähinnä mielipidettäsi oleva vaihtoehto.

	eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	en osaa sanoa	jokseenkin samaa mieltä	samaa mieltä
1. Värit ovat raikkaat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Fontit ja niiden koot ovat helppolukuisia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Tilastojen grafinen esitystapa on selkeä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Tilankäyttö ja sommittelu on ilmevaa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Visuaalinen tyyli on moderni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Muuta palautetta grafiikan ulkonäöstä ja sisällöstä.

GRAFIKKAYHTEISTYÖN PALAUTE

Grafiikkaa vastaanottavien toimitusten palautekysymykset (ei Helsingin toimitus).

11. Onko lehdessänne oma visuaalinen ohjeisto grafiikalle?

- Kyllä
 Ei
 En tiedä

12. Miten grafiikat soveltuvat toimituksenne käyttöön visuaalisesti?

	huonosti	välttävästi	hyvin	kiitettävästi	erinomaisesti
1. Moduulikoot (1p/ 2p x 70 mm, 2p x 140 mm, 3p x 100 mm, 5p x 160 mm)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Typografia (fontteina Myriad, Antenna Cond.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Värit (tausta- ja korostevärit)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Kuvitetut grafiikat (esim. 5-palstainen kuva, johon yhdistetty grafiikkaa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Arvioi kuinka monta prosenttia Karjalaisen tuottamasta grafiikasta julkaistaan lehdessänne?

- 0-25 %
 26-50 %
 51-75 %
 76-100 %
 En osaa sanoa

14. Millaista grafiikkaa toivoisitte uutistoimituksenne käyttöön tulevaisuudessa?

15. Saatteko tietoa valmisteilla olevasta grafiikasta tarpeeksi?

huonosti välttävästi hyvin kiitettävästi erinomaisesti

16. Kuinka grafiikkayhteistyö mielestänne sujuu?

huonosti välttävästi hyvin kiitettävästi erinomaisesti

17. Kehitysedotuksia, toiveita ja muuta palautetta graafikolle.

MUUT TIEDOT

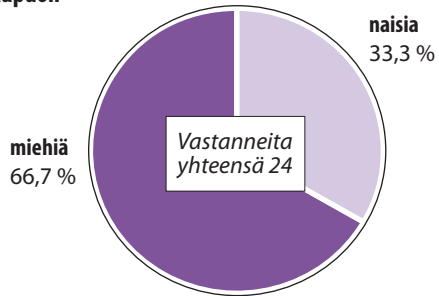
Jos vastaat toimituksenne grafiikasta, päivitä tähän yhteystietonne, kiitos!

18. Yhteistyöhenkilö ja yhteystiedot grafiikka-asioissa (puhelinnumero, sähköpostiosoite sähköpostiosoite).

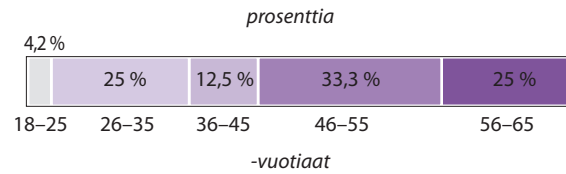
19. Haluamme, että grafiikka lähetetään edelleen sähköpostitse pdf-tiedostona.

- Kyllä
 Ei
 Jotenkin muuten (miten/ millaisena?)

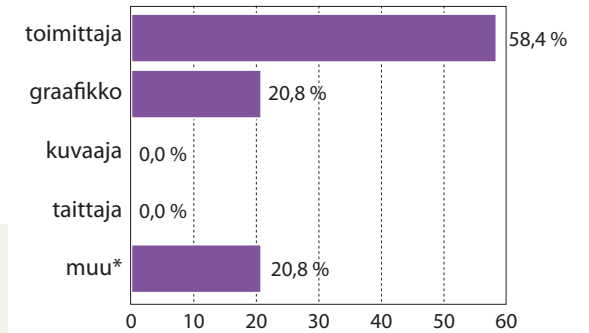
1. Sukupuoli



2. Ikä



3. Ammattinimike



* uutispäällikkö, graafikko-kuvaaja-taittaja, toimituspäällikkö, ulkoasupäällikkö

YLEISKYSYMYKSET UUTISGRAFIIKASTA:

5. Mitä uutisgrafiikka mielestäsi on?

Toimittajien (14) vastaukset:

1. "Informatiivista graafista esitystä." (id 19)
2. "Uutisgrafiikka esittelee visuaalisesti ja ytimekkäästi päivän uutisen ydinkohdat." (id 28)
3. "Tiivistetty, kuvallinen esitys aiheeseen liittyvästä faktoista, yksityiskohdista, syys-seuraus-suhteista tms. Myös sivun komistus." (id 29)
4. "Piiroksia, käyriä, pylviäit kuvan liitettyä tai ilman kuvaa." (id 30)
5. "Tiivistää asian niin, että lukija ymmärtää ydinkysymykset muutamalla silmäyksellä. Antaa oivalluksen ilon lukijalle. Herättää lukemaan myös jutun." (id 37)
6. "Helpompi sanoa ensin, mitä uutisgrafiikka ei ole: - grafiikkaa ei ole palstamuotoon taitettu jutun leipäteksti - grafiikkaa ei ole pelkkä käsittelemätön perinteinen valokuva Uutisgrafiikkaa ovat muun muassa: - tietolaatikat, pylvää, piirakat ja käyrät - kuvista, tekstistä ja taulukoista koottu kokonaisuus - piirroksat ja kartat, karikatyyrit tai tekniset räjäytyskuvat - teksti, joka on paloitetu ja sommiteltu luettavampaan muotoon." (id 39)
7. "Grafiikan tehtävä on selvittää käsiteltävää asiaa ja tuoda siihen lisätietoa." (id 45)
8. "Se elävöittää juttua ja kertoo numeraaliset asiat niin, ettei niitä tarvitse upottaa tekstiin. Hyvä grafiikka houkuttelee lukijaa myös tarttumaan juttuun." (id 46)
9. "Uutisen täydentämistä, pelkistämistä ja lehden luettavuuden parantamista. Graafista journalismia siis." (id 49)
10. "Uutisgrafiikka on uutista selventävää ja tiivistävää aineistoa. Uutisgrafiikka voi olla myös oma itsenäinen lisänsä kirjoitettuun uutiseen." (id 50)
11. "Uutisen kertomista tai täydentämistä visuaalisesti." (id 60)
12. "Se tukee juttua eli juttu ja grafiikka ovat kokonaisuus. Uutisgrafiikka kertoo yhdellä silmäyksellä jutun olennaisimman asian." (id 68)
13. "Se on osa uutiskokonaisuutta. Se lisää jutun houkuttelevuutta." (id 70)
14. "Tiedon selventämistä, pelkistämistä." (id 75)

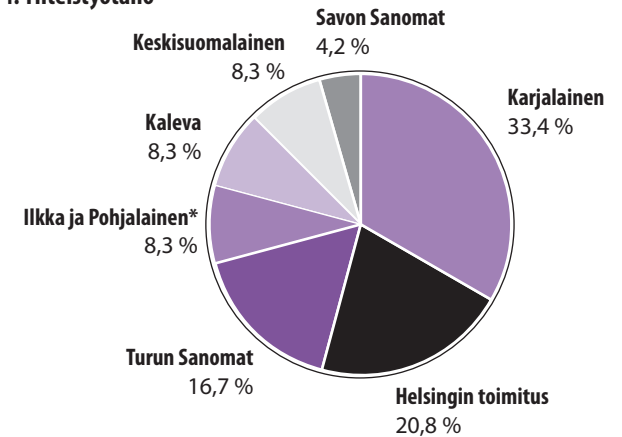
Graafikkojen (5) ja graafikko-kuvaaja-taittajan (1) vastaukset:

15. "Infografiikkaa, karttoja, käppyröitä, taulukoita." (id 44)
16. "Se ilmaisee uutisen tai siihen olennaisesti liittyvän taustatiedon lukijalle helposti omaksuttavassa visuaalisessa muodossa." (id 56)
17. "Asiasisällön tiivistämistä helposti ymmärrettävään muotoon graafisin keinoin." (id 63)
18. "Osa normaalia journalistista materiaalia, joka sekä avaa uutista/juttua että myös tuo siihen jotain lisää." (id 73)
19. "Visuaalista viestintää, jossa tehdään teksti uutinen helpommin ymmärrettäväksi harkituilla, visuaalisilla tehokeinoilla." (id 76)
20. "Numeraalisen tiedon visualisointia selkeään muotoon. -Vektoripiirros esim. onnettomuuden kulusta, muu kuvitusta sisältävä informaatiograffa -Lokaattorit Ensijainen takoiutus välittää tietoa, toissijainen tarkoitus kuvittaa sivua. Nämä kaksi ominaisuutta kuitenkin kulkevat käsi kädessä, eivätkä sulje toisiaan pois. Ongelmallisimpia ovat kartat tai pylvää, joista pitää saada vähällä informaatiolla pääkuva. Huono, mutta käytetty ratkaisu on yhdistää taustakuva esim. pylväsgraffaun." (id 20)

Muiden (4) vastaukset:

21. "Grafiikkaa, joka joko tiivistää uutisen pääkohtia tai kertoo sellaisia uutiseen liittyviä asioita, joita pystyy pelkkää kuvaa tai tekstiä paremmin kuvaamaan monipuolisemman grafiikan avulla." (id 27)
22. "Jutun informatiivisuuteen painottuva visuaalinen elementti." (id 35)
23. "Ajankohtaista ja uutista tukevaa aineistoa, mahdollisesti myös jutun pääkuvitus." (id 47)
24. "Uutisgrafiikka näyttää mistä on kyse, kaikkea ei tarvitse sanoa tekstinä. Graafissa voi myös avata vaikeaselkoista asiaa (tekstipainotteisestikin), jonka selittäminen jutussa olisi mahdotonta. Grafiikalla voi kertoa esim. tapahtumien kulusta niin, että asia hahmottuu monipuolisesti nopeasti. Uutisgrafiikka on muuta kuin pelkkää juttua koristava käppyrä, se kertoo parhaimmillaan paljon ja tehokkaasti." (id 52)

4. Yhteistyötoha



* Samat henkilöt toimittavat sekä Ilkkaa että Pohjalaista.

6. Mikä grafiikan tehtävä on uutisessa?

Toimittajien (14) vastaukset:

1. "Antaa lisätietoa aiheesta, esimerkiksi sellaista numeraalista tietoa, jota on muutoin vaikea mahdollistaa juttuun. Lisäksi uutisgraafiikka kuvittaa jutun." (id 19)
2. "Grafiikka toimii houkuttimena, joka saa lukijat pysähtymään jutun ääreen. Grafiikka kiteyttää uutisen ydinkohdat, avaa vaikeat asiat tai tarjoaa lisätietoa. Numeeriset asiat on järkevintä esittää graafisessa muodossa." (id 28)
3. "Helpottaa ja havainnollistaa asian esittämistä." (id 29)
4. "Täydentää uutistekstiä tai kertoo vertailua tai yksityiskohtia tai muuta, jota uutistekstissä ei ole. Houkuttelee lukemaan jutun." (id 30)
5. "Siinä voidaan kertoa tiivistetyksi tietoa, jota ei enää tarvitse toistaa jutussa. Muun muassa lukuja ja erilaisia detaljeja. Toimii myös jutun kuvituksena ja herättää lukijan kiinnostuksen." (id 37)
6. "Selventää, tiivistää ja/tai yksinkertaistaa kuvallisin keinoin uutista, joka sanallisesti pelkkänä tekstinä kerrottuna veisi paljon tilaa tai olisi lukijalle raskasta, joskus jopa mahdotonta luettavaa. - Hyväntekijä grafiikka houkuttelee lukemaan myös uutiseen liittyvää muuta tekstiä. - Pelkistetyimmillään grafiikkaa voi käyttää niin, että puiseva, vaikeasti hahmotettava teksti paloitellaan ja sommitellaan helpommin luettavaksi." (id 39)
7. "Kiinnittää huomio ja helpottaa lukijaa poimimaan tekstin ohella olennaisia asioita." (id 45)
8. "Grafiikka tukee uutista ja päinvastoin, ne kulkevat tavallaan kuin käsi kädessä. Grafiikasta lukija myös hahmottaa tekstiä nopeammin jonkun asian." (id 46)
9. "Kts edellibeb vastaus." (id 49)
10. "Grafiikan tehtävä on sekä kiinnittää lukijan huomio että selkeästi kertoa mistä aiheesta on kysymys." (id 50)
11. "Helpottaa uutisen havainnointia ja ymmärtämistä. Kirjoittajalle grafiikka on loistava apuväline, koska kaikkea ei tarvitse kertoa jutussa." (id 60)
12. "Antaa nopealle lukijalle tai katsojalle heti olennainen uutinen jutusta eli silmäys riittää ja jutun voi jättää jopa lukematta." (id 68)
13. "Grafiikka havainnollistaa ja korostaa asioita. Hyvä grafiikka helpottaa kirjoittajan työtä." (id 70)
14. "vrt 5." (id 75)

Graafikkojen (5) ja graafikko-kuvaaja-taiteijan (1) vastaukset:

15. "Tuo uutiseen visuaalisessa muodossa tietoa, jota ei kannata eikä voi ilmaista pelkillä sanoilla." (id 44)
16. "Tukee uutisviestiä. Herättää kiinnostuksen uutista kohtaan." (id 56)
17. "Antaa lisäinformaatiota jutulle ja/tai kertoo (usein kuvallisesti) asioista, jotka olisivat liian vaikeita jutussa selitettäväksi. Antaa myös väriä usein yksipuoliseen tekstimassaan. Lisätä jutun kiinnostavuutta." (id 63)
18. "Kuten edellä." (id 73)
19. "Grafiikan avulla voidaan tuoda lisätietoa uutiseen, silloin kun ilmiötä on vaikea selittää pelkästään verbaalisesti. Grafiikalla voidaan myös korostaa tai painottaa yksityiskohtia, tai laatia tiivistys siitä, missä uutisessa on kyse. Hyvin tehty graafinen esitys myös kiinnittää lukijan huomion visuaalisuudella." (id 76)
20. "Tiivistää laajankin tausta-aineisto sellaiseen muotoon, että se on kerta viikaisella ymmärrettävissä. Todistaa jutun väittämät faktaksi." (id 20)

Muiden (4) vastaukset:

21. "Korostaa tärkeimpiä asioita tai selventää käsiteltävää aihetta siten, että se toimii tarvittaessa samalla uutisen ainoana kuvituksena." (id 27)
22. "Grafiikka tiivistää, selventää, saa kiinnostumaan, nopeuttaa jutun informaation sisäistämistä, auttaa omaksumaan tiedon. Uutisgrafiikkakin voi olla kuvaan tai kuvitukseen verrattava pitkälle visuaalinen elementti, joka tuo tiedon lisäksi myös mielihyvää." (id 35)
23. "Yksinkertaistaa ja selventää uutista sekä tuoda esiin myös tausta-aineistao." (id 47)
24. "Pysäyttää lukija jutun äärelle, välittää tietoa nopeasti ja selvittää vaikeita kokonaisuuksia." (id 52)

7. Millainen merkitys uutisgraafiikalla on itsellesi ammatillisesti ja lehden lukijana?

Toimittajien (14) vastaukset:

1. "Hyvin tehty uutisgraafiikka kertoo usein kaiken olennaisen vain hetken vilkaisussa. Pyydän mielelläni graafikkoa tekemään juttuni kuvitukseksi graafin, varsinkin jos juttuuni liittyy paljon numeraalitietoa." (id 19)
2. "Grafiit ovat olennainen osa talousuutisoitua. Arvostan graafeja kovasti myös lukijana." (id 28)
3. "Rakastan pylväitä ja piirakoita, mutta en jaksa kahlata kokosivun grafiikoita." (id 29)
4. "Hyvin tärkeä merkitys kaikin puolin." (id 30)
5. "Katso edeltä." (id 37)
6. "Suuri merkitys sekä ammatillisesti että lukijana. - Ammatillisesti yritän saada grafiikkaa liki jokaisen jutun yhteyteen. - Mielelläni osallistun grafiikan raaka-aineiden (perustiedon, kuvien ja taulukoiden) kokoamiseen, ideointiin ja tuunaamiseen, vaikka graafikko varsinaisen työn tekeekin. - Lukijana toivon lehdistä paljon hyvää grafiikkaa." (id 39)
7. "Grafiikka on tärkeä, sillä se usein antaa tekstiä nopeammin yleiskuvan jo koko uutisesta. Samoin grafiikka voi havainnollistaa paljon enemmän kuin pieneen tilaan taitettu uutisteksti." (id 45)
8. "Erittäin suuri merkitys. Juttu, grafiikka ja kuva muodostavat visuaalisen ja tiedollisen juttupaketin, joka on tätä päivää, tämän päivän kiireistä lukijaa varten." (id 46)
9. "Merkittävä." (id 49)
10. "Itse voisin käyttää enemmänkin grafiikkaa. Hyvän grafiikan suunnittelu ja aineiston kerääminen vie yleensä paljon aikaa. Lehden lukijana: Grafiikalla ei voi huijata lukijaa. Se joko vetää heti puoleensa tai jos näyttää sekavalta tai tylsältä, lukija hyppää seuraaviin juttuihin." (id 50)
11. "33 vuotta tätä työtä tehneenä uutisgrafiikan tulo laajamittaisesti lehtiin on paljon isompi asia kuin valokuvien muuttuminen mustavalkoisista värillisiksi (paitsi Turun Sanomissa, heh!). Lehden lukija saa aiheesta paljon enemmän informaatiota kuin pelkillä jutulla ja kuvalla." (id 60)
12. "Se on hyvin tärkeä, varsinkin talousuutisissa grafiikalla on paljon käyttöä. Grafiikka yhdessä kuvien kanssa elävöittää ja jäsentää sivun ilmettä." (id 68)
13. "Suuri merkitys. Ilman uutisgraafiikkaa juttujen luettavuus olisi huonompi." (id 70)
14. "Helpottaa lukemista, ammatillisesti se on työn toinen visuaalinen ulottuvuus." (id 75)

Graafikkojen (5) ja graafikko-kuvaaja-taiteijan (1) vastaukset:

15. "Teen sitä työkseni eli merkitys tärkeä. Myös lukijana silmä hakeutuu otsikon jälkeen ensimmäisenä graafia tutkimaan." (id 44)
16. "Se toimii kuvan ja otsikon ohella "sisäänheittäjänä" juttuun. Viesti selviää nopeammin kuin lukemalla saman asian tekstinä. Kohentaa sivun ulkoasua." (id 56)
17. "Merkitys on suuri, koska työskentelen grafiikan parissa lähes päivittäin. Jutussa usein ensimmäiseksi huomio kiinnittyy grafiikkaan." (id 63)
18. "Iso merkitys." (id 73)
19. "Koska teen itse grafiikkaa ammatikseni, kiinnitän huomiota graafeihin myös lehteä lukiessani ehkä enemmän kuin keskiverto lukija." (id 76)
20. "-." (id 20)

Muiden (4) vastaukset:

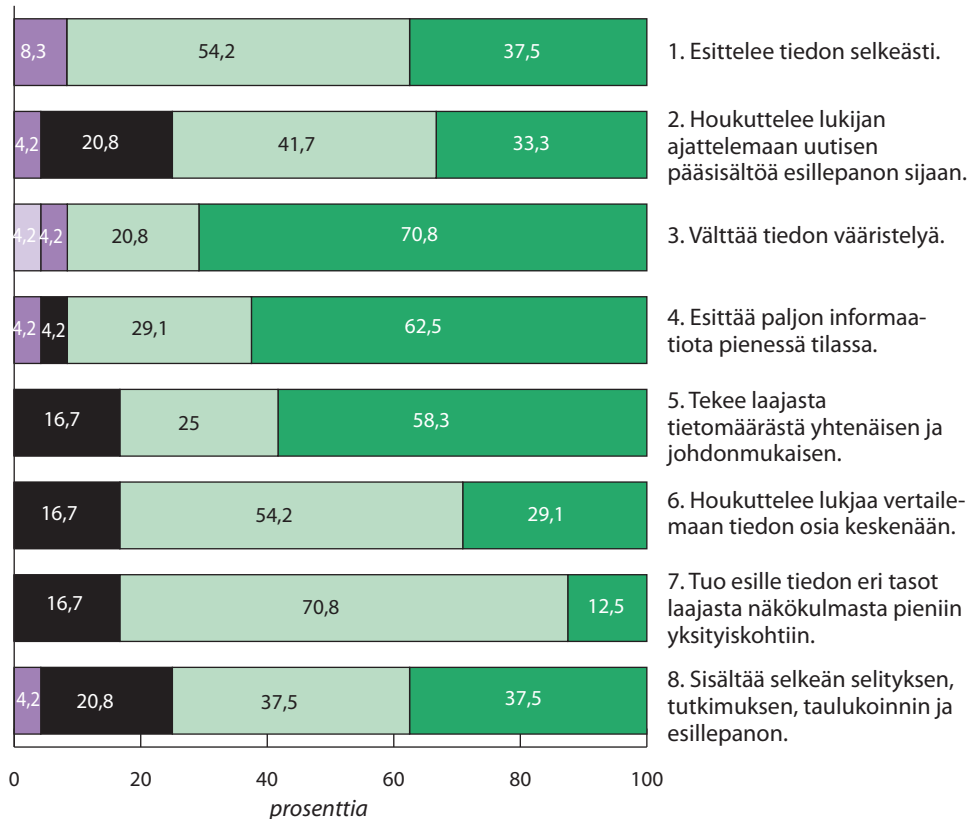
21. "Ammatillisesti: Se on tapa korostaa toimittajan tai muun sisältöä suunnittelevan henkilön ja grafiikon yhteistyötä ja ammattitaitoa. Lukijana: Siinä selkeästi esitetyt asiat jäävät parhaimmillaan parhaiten mieleen koko uutisesta. Runsasta uutisgraafiikkaa luen kokonaan vain jo valmiiksi mielenkiintoisista aiheista." (id 27)
22. "Uutisgraafiikka on keskeinen osa lehden sisältöä. Grafiikan asema tulee edelleen korostumaan tulevaisuudessa." (id 35)
23. "Uutisgraafiikasta voi nähdä nopeasti mistä on kyse tai sitten se voi syventää uutista lisätiedoilla." (id 47)
24. "Soisin, että käytössä olisi yhä enemmän näyttävää grafiikkaa pääkuvituksena." (id 52)

VUODEN 2011 UUTISGRAFIIKKA-PALAUTE :

8. Millaisia Karjalaisen tuottamat uutisgrafiikat ovat?

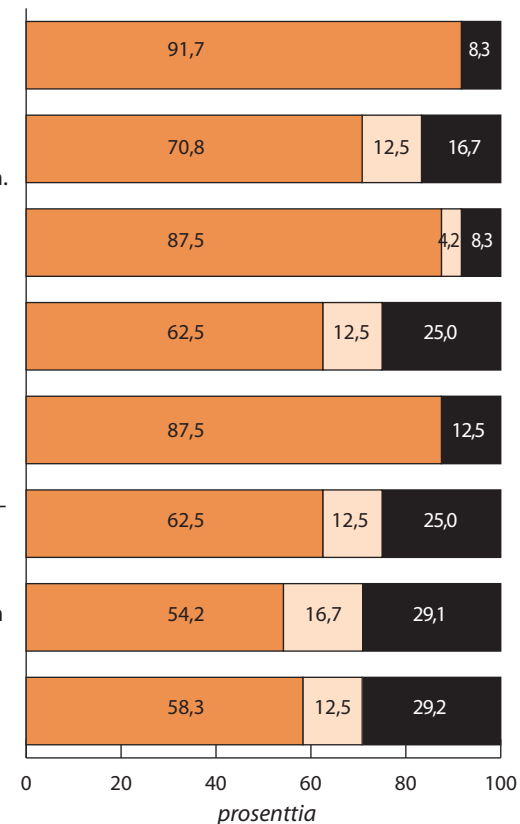
Oma mielipide väittämistä.

eri mieltä jokseenkin eri mieltä en osaa sanoa jokseenkin samaa mieltä samaa mieltä



Millainen merkitys väittämällä on vastaajalle.

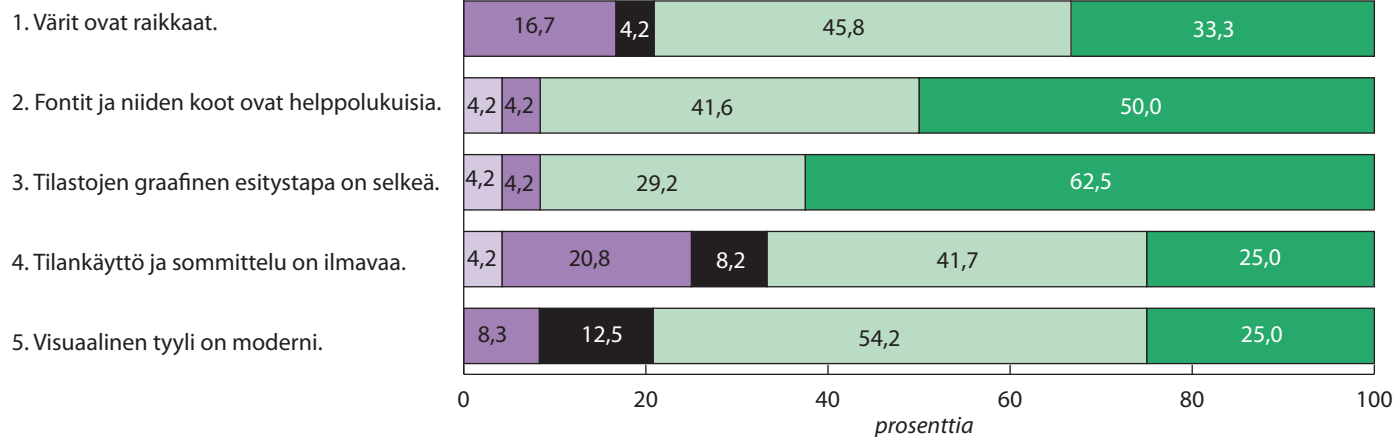
tärkeä merkityksetön en osaa sanoa



VUODEN 2012 UUTISGRAFIIKKA ULKOASUPALAUTE :

9. Millaiseksi arvioisit Karjalaisen tuottaman uutisgrafiikan visuaalista ilmettä?

eri mieltä jokseenkin eri mieltä en osaa sanoa jokseenkin samaa mieltä samaa mieltä



10. Muuta palautetta grafiikan ulkonäöstä ja sisällöstä.

Toimittajien (14) vastaukset:

3. "Meillä Ilkan ja Pohjalaisen taloustoimituksessa ydinkysymys on grafiikan koko. Meillä on mallinnettu taitto. Jos grafiikka on väärän mittaista on suuri riski, että grafiikkaa ei käytetä." (id 29)

5. "Selkeitä ja hyviä" (id 37)

8. "Nämä esimerkit ovat todella hyviä." (id 46)

12. "Presidentti vaihtuu... ja Joukko-osastot -graafit sisältävät liian paljon tekstiä." (id 68)

13. "Yleensä hyvin toimivaa grafiikkaa." (id 70)

Graafikkojen (5) ja graafikko-kuvaaja-taittajan (1) vastaukset:

15. "Käytämme paljon Kalevassa grafiikkaanne. Viikoittain valittavissa hyvä määrä graafillisia aiheita. Grafiikkaanne on myös hyvin virheetöntä. Suurissa valokuvataustaisissa graafeissa tulee hankaluuksia, sillä yleensä poistamme taustakuvat. Jos suuren graafin varaan on laskettu jo päivällä suunnitellessa, joudutaan hakemaan taitossa aihekuva ja teemme mahdollisesti vain pienen graafin "info-osasta". (id 44)

18. "Jatkakaa samaan hyvään malliin!" (id 73)

20. "Kautta linjan toivon aina selkeyttä ja yksinkertaisuutta mm. tekstimassan muotoilussa. Useat taustavärit hankaloittavat lukemista ja hahmottamista. Tämä nyt on sellainen makukysymys, josta voidaan olla montaa eri mieltä. Osa grafiikoista on todella onnistuneita, mutta jos risuja saa tässä yhteydessä antaa, niin mainittakoon joukko-osastografiikka. Se on silmäni tukkoinen ja "vanhanakainen" usein eri värilohkoin ja erikokoisin laatikoin ja "palstalinjoin". (id 20)

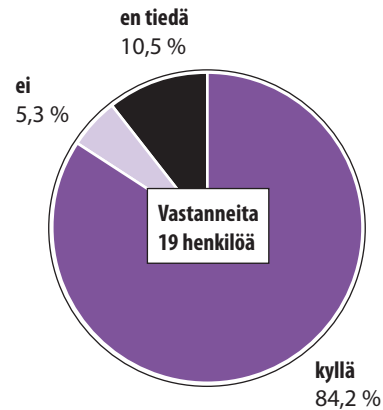
Muiden (4) vastaukset:

21. "Minun mielestä niissä on liikaa tietoa, minkä vuoksi sisällöstä tulisi keskustella toimittajan kanssa vielä enemmän." (id 27)

24. "Tekstiä on esimerkkitapauksissa toisinaan runsaammin. Nykytarjonnasta itselläni ei ole kattavaa kuvaa, sillä olen ollut vanhempainvapaalla. Pari vuotta sitten oli toisinaan niin, että politiikan graafien sisältö oli liian kepeinen. Nykyään taloustoimituksemme kaipaa 5-palstaisen graafin sijaan usein 6-palstaista, jotta se kävisi pääkuvaksi. Talouden lähtösivun jutut taitetaan seitsemälle palstalle, joten 5p on usein liian pieni." (id 52)

GRAFIKKAYHTEISTYÖN PALAUTE :

11. Onko lehdessänne oma visuaalinen ohjeisto grafiikalle?



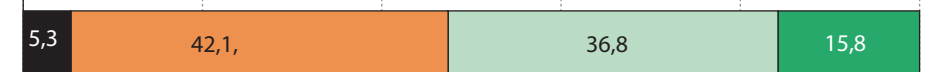
12. Miten grafiikat soveltuvat toimituksenne käyttöön visuaalisesti?

huonosti välttävästi hyvin kiitettävästi erinomaisesti en osaa sanoa

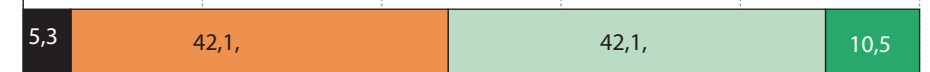
1. Moduulikoot (1p/ 2p x 70 mm, 2p x 140 mm, 3p x 100 mm, 5p x 160 mm)



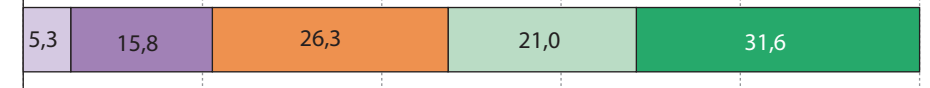
2. Typografia (fontteina Myriad, Antenna Cond.)



3. Värit (tausta- ja korostevärit)



4. Kuvitetut grafiikat (esim. 5-palstainen kuva, johon yhdistetty grafiikkaa)



0 20 40 60 80 100
prosenttia

13. Arvioi kuinka monta prosenttia Karjalaisen tuottamasta grafiikasta julkaistaan lehdessänne?

