



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Noora Holm

Seinäjoen keskustori tapahtuma-alustana

Infograafinen torikartta Seinäjoen keskustorin tapahtuma-alustalle

Opinnäytetyö

Kevät 2021

SeAMK Liiketalous ja kulttuuri

Kulttuurituottaja (AMK)



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Kulttuurituottaja

Suuntautumisvaihtoehto: Visuaalinen tuotanto

Tekijä: Noora Holm

Työn nimi: Seinäjoen keskustori tapahtuma-alustana – Infograafinen torikartta Seinäjoen keskustorin tapahtuma-alustalle

Ohjaaja: Juhani Haarala

Vuosi: 2021

Sivumäärä: 21

Liitteiden lukumäärä: 5

Infografiikan avulla pyritään esittämään tietoa helposti sisäistettävästi ja saavutettavasti. Tavoitteena on helpottaa informaation saatavuutta. Infografiikkaa esiintyy liikennemerkkeistä ja kartoista aina kauppakeskusten infotauluihin. Tämän produktiivisen opinnäytetyön tavoitteena oli luoda Seinäjoen keskustoria käyttäville tahoille infograafinen torikartta tarpeellisine tietoineen.

Opinnäytetyön kirjallisessa osuudessa käydään läpi infografiikan ja palvelumuotoilun perusperiaatteita ja niiden toteuttamista käytännössä. Työssä haastateltiin toimeksiantajan, Into Seinäjoki Oy, edustajaa ja produktiivisen työn kohderyhmiä sekä tutustuttiin kotimaisiin ja kansainvälisiin julkisten tilojen infograafisiin ohjeistoihin ja muihin vastaaviin tuotteisiin. Produktion lopputuotteena syntyi Seinäjoen keskustorin infograafinen torikartta, joka luovutettiin toimeksiantajalle.

Infograafisen torikartan vaikuttavuuden mittaaminen rajattiin pois tästä opinnäytetyöstä. Vaikuttavuuden mittaaminen on vaativa ja pitkäaikainen prosessi, jota ei tämän piirissä olisi ollut mahdollista toteuttaa.

¹ Asiasanat: infografiikka, informaatiografiikka, palvelumuotoilu, kartta

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Cultural Management

Specialisation: Visual Management

Author: Noora Holm

Title of thesis: Seinäjoki Central Square as an event platform – Preparation of an infographic map for Seinäjoki Central Square

Supervisor: Juhani Haarala

Year: 2021

Number of pages: 21

Number of appendices: 5

The aim of infographics is to present information in a comprehensible and easily available form. The objective is to facilitate the availability of information. Infographics are present everywhere, from traffic signs and maps to shopping center information boards. The aim of the present thesis, implemented as a production, was to create an infographic map for Seinäjoki Central Square as an event platform.

The textual part of thesis focuses on the basic principles of infographics and service design, and how they can be utilized in practice. A representative of the commissioner, Into Seinäjoki Oy, and members of the target audience of the final product were interviewed. National and international sources related to the similar usage of infographics were used as a basis for benchmarking.

The final product of the thesis is the infographic map for Seinäjoki Central Square as an event platform. The measurement of the effectivity of the map was left out of the thesis due to the length of the measuring process, the implementation of which the schedule of the thesis project would not have allowed.

¹ Keywords: infographic, service design, map

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo	5
Käytetyt termit ja lyhenteet	6
1 JOHDANTO	7
2 TYÖN TEORIATAUSTA	8
2.1 Infografiikka	8
2.2 Palvelumuotoilu	10
2.3 Benchmarking	10
3 TOIMEKSIANTO	11
4 TYÖN SUUNNITTELU	12
5 TYÖN TOTEUTUS	14
5.1 Karttapohjan luominen	14
5.2 Infograafiset elementit	14
5.3 Värit	16
6 TULOKSET	17
7 POHDINTA	18
LÄHTEET	19
LIITTEET	21

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Horsma, sähkö- ja vesiliitännät, lastenleikkipaikka, puut ja pensaat	14
Kuva 2. Myyntialue.....	15
Kuva 3. Pyörätelineet, parkkipaikat ja jätepiste	16

Käytetyt termit ja lyhenteet

Infografiikka	Infografiikka tarkoittaa kuvallista viestintää, jonka tarkoituksena on välittää kuvallisessa muodossa tietoa herättäen mielenkiinnon sekä auttaa sisäistämään informaation helpommin.
Palvelumuotoilu	Palvelumuotoilu eli Service Design tarkoittaa palveluiden innovointia, suunnittelua ja kehittämistä hyödyntäen muotoilussa kehitettyjä menetelmiä.
Benchmarking	Benchmarking tarkoittaa havainnointia ja ideoiden muistiin laittamista sekä niiden vertaamista omaan toimintaan.

1 JOHDANTO

Informaatiografiikkaa on joka paikassa. Sitä esiintyy liikennemerkeistä ja kartoista aina kauppakeskusten infotauluihin ja erilaisiin diagrammeihin sekä kaavioihin. Informaatiografiikan avulla autetaan sisäistämään annettua tietoa nopeammin ja helpommin kuin lukemalla pitkiä tekstejä samasta asiasta, minkä voi kertoa yhdellä kuvalla. (Heller & Anderson 2016.)

Tämä opinnäytetyö käsittelee Seinäjoen keskustorille toteutettua infograafista torikarttaa. Työn teoriataustana on käytetty informaatiografiikan ja palvelumuotoilun eri lähteitä sekä kansainvälisesti toteutettuja infografiikan töitä. Tässä työssä tarkastellaan Seinäjoen keskustorin tapahtuma-alueen torikartan suunnittelua ja toteuttamista.

Infograafisella torikartalla pyritään kehittämään keskustoria tapahtuma-alustana helposti lähestyttävämmäksi, innostamaan eri tahoja hyödyntämään keskustoria uudenaikaisena tapahtuma-alustana sekä kehittämään Seinäjoen keskustorin imagoa paikallisesti että valtakunnallisesti. Ensisijaisia tavoitteita pyritään saavuttamaan infograafisella torikartan avulla. Kartasta potentiaalinen torin hyödyntäjä löytää ensisilmäyksellä tapahtuma-alustasta tarvitsemansa informaatiot. Lopputulos mahdollistaa keskustorin uudenaikaisen hyödyntämisen muokattavissa olevana ja joustavana tapahtuma-alustana.

Seinäjoen keskustorin infograafisen torikartan suunnittelu ja toteuttaminen on aiheena mielenkiintoinen ja ajankohtainen. Työn aihe on erityisen kiinnostava kahdesta näkökulmasta. Toisaalta kaupunkiviihtyvyyden kehittäminen osana kaupungin kehittämistä ja sen toteuttaminen graafista alaa hyödyntämällä informaation visualisoinnissa.

Opinnäytetyö on tehty yhteistyössä Into Seinäjoki Oy:n kanssa, joka toimii Seinäjoen kaupungin kehittämissyhtiönä. Into Seinäjoki on toiminut viiden vuoden ajan Seinäjoen kaupunkikehittäjänä.

2 TYÖN TEORIATAUSTA

2.1 Infografiikka

Infografiikka on aihetta tai ilmiötä kuvaava graafinen esitys, jonka tarkoituksena on auttaa sisäistämään informaatiota, jota on vaikeaa selittää sanoin. Infografiikka on lyhenne yhdyssanoista informaatiografiikka eli tietografiikka. Infografiikassa kuva kiinnittää huomion ja tekee informaatiosta kiinnostavampaa ja helpommin lähestyttävää. Hyvän infografiikan sanoma avautuu katsojalle silmänräpäyksessä.

Infografiikka havainnollistaa sekä jäsentää tietoa ja nojaa visuaaliseen muistiin. Sen avulla voidaan tiivistää monimutkaisia asioita havainnolliseen ja helposti ymmärrettävään muotoon. Infografiikka on helpompi painaa mieleen kuin pelkkä teksti ja se voi toimia myös keskustelun herättäjänä ja ideoiden antajana. Yleinen harhaluulo on, että infografiikka korvaa tekstin kokonaan, mutta näin ei ole vaan siinä teksti ja kuvitus tukevat toisiaan täydentävässä symbioosissa. (Alhava 2019.)

Infografiikan keinoin voidaan tiivistää suuria tietomääriä pieneen tilaan ja esittää monimutkaiset asiat yksinkertaisesti ja ymmärrettävästi. Parhaimmillaan visualisoitu tieto on elämys, joka muistetaan ja jonka ääreen palataan. Kirjoitti Ilkka Olander (2014) blogissaan.

Infografiikka-käsitteen alle voidaan lukea esimerkiksi opasteiden kuvasymbolit, kuvalliset käyttöohjeet, tekniset piirustukset, diagrammit ja aikajajat. Kartat olivat ensimmäiset esimerkit infografiikasta ja ne toimivat niin hyvin, että saman informaation sanallistaminen tai esittäminen nykyään muuten tuntuu melko mahdottomalta.

Infografiikka on vuosien saatossa monimutkaistunut siinä määrin, että on syntynyt erikseen tarve selkografiikalle, visuaalisen viestinnän vastineelle selkokielestä. Tämä kehitys ei ole ihme, sillä kaikki infografiikan nimellä kulkevat visualisoinnit eivät välttämättä ole selkeitä, saati informatiivisia.

Infografiikka on suosiossa ja siihen on useita syitä: maailma on täynnä vaikeaselkoisuutta ja monimutkaisuutta, sekä isoja kokonaisuuksia voi olla hankala ymmärtää.

Toimiva ja hyvä infografiikka syntyy kahdesta elementistä: hyvästä sisällöstä ja tarkoituksen mukaisesta kuvituksesta. Tiedon visualisoinnista on hyvä esimerkki Lauri Vanhalan (2017) Helsingiläisen parhaat asuinpaikat -sovellus. Usein infografiikat ovat tekijäorganisaation mukaisesti brändättyjä ja tunnistettavia, jolloin niiden liittäminen tai kopioiminen on hankalampaa kuin teksti-informaation.

Tero Heittolan (2017) mukaan ”viestinnän näkökulmasta hyvä infografiikka tai kuva ohjaa ajatusta – se toimii kartan tavoin ja johdattaa katsojaa kohti määränpäättä. Tekstiä toki tarvitaan tukemaan kuvaa, sillä kuvallista informaatiota prosessoidaan usein vain pintapuolisesti.”

Infografiikan puolesta puhuu myös se, että 60 % ihmisistä sisäistää visuaalisen informaation tehokkaammin kuin kirjallisen. Siksi infografiikka tukee erinomaisesti oppimista ja mikä tärkeintä – ajattelua. Siten se on viestinnällisestä näkökulmasta tehokas vaihtoehto. Toteaa Tero Heittola. (2017.)

Jotta grafiikan sisältöä yksityiskohtineen olisi helppo ymmärtää tulisi infografiikassa olla selkeä rakenne. On myös hyvä varmistaa infografiikan helppolukuisuus ja valita siihen esitystapa ja symboleita, jotka ovat jo katsojalle ennestään tuttuja.

Informaatiomuotoilu.fi-blogissa Juuso Koponen (2012) jakaa infografiikan kolmeen eri kategoriaan, jotka ovat tietoa välittävä grafiikka, eksploratiivinen grafiikka ja infografiikkamainen kuvitus. Tämä kolmijako ei kuitenkaan ole ehdoton, vaan usein grafiikat sisältävät tunnusmerkkejä kaikista kategorioista. Tietoa välittävä grafiikka pyrkii havainnollistamaan jotain, jonka grafiikan tekijä tai tilaaja tietää ja haluaa sen viestiä muille. Tieteentekijät käyttävät myös eksploratiivista grafiikkaa, jonka tarkoitus on helpottaa uusien piirteiden löytämistä tietoaaineistoista. Kolmas kategoria on infografiikkamainen kuvitus, joka on luonteeltaan lukijaa houkutteleva höystegrafiikka. Tämä ei pyri havainnollistamaan tai tekemään näkyväksi datan ominaisuuksia vaan luomaan mielikuvia ja mielenkiintoa aihetta kohtaan.

2.2 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu on palveluiden ja liiketoiminnan ihmislähtöistä kehittämistä, johon käyttäjä otetaan aktiivisesti mukaan. Tavoitteena palvelumuotoilulla on, että luodaan helppokäyttöisiä ja relevantteja palveluita, tiloja ja prosesseja.

Palvelumuotoilu on sateenkaarikäsite, johon yhdistyy elementtejä muotoilusta, käytettävyyssuunnittelusta, myynnistä ja markkinoinnista, määrittelee Lamian Head of Design Saana Turunen. (2018.)

Palvelumuotoilussa asiakasnäkökulma asetetaan kehittämisen keskiöön. Toisesta näkökulmasta palvelumuotoilu on myös lähestymistapa, joka auttaa muuttamaan toiminnallaan asiakaskeskeisemmäksi. (Manneri, [viitattu 8.4.2021]). Palvelumuotoilulla lähdetään etsimään asiakkaan näkökulmasta ratkaisuja ongelmiin ja tunnistetaan samalla mitä asioita asiakas ratkaisuihin arvostaa. Palvelumuotoilu on tuonut muotoiluun osallistavat menetelmät ja hyödyntää myös markkinointia sekä ketterää kehitystä.

2.3 Benchmarking

Benchmarking eli vertaisarviointi, esikuva-arviointi tai vertaisanalyysi tarkoittaa oman toiminnan vertailemistä toisten toimintaan, usein parhaaseen vastaavanlaiseen käytäntöön. Tämä termi tarkoittaa havainnointia ja hyvien ideoiden muistiin laittamista sekä niiden vertailemistä omaan toimintaan. Tämä on menetelmä, jossa opitaan hyviltä esikuvilta niiden käytännöistä. Tavoitteena on tulla tietoisemmaksi oman toiminnan heikkouksista niitä parantaen. (Oppariapu, [viitattu 28.1.2021]).

Benchmarking on käytännönläheinen oppimisprosessi, joka tapahtuu ymmärtämällä, vertailemalla ja tunnistamalla prosesseja menestyksien takana. Käsitteen alle voidaan sisällyttää paljon erilaisia asioita – vain mielikuvitus on rajana soveltamisessa.

Benchmarking on menetelmä, jonka tarkoituksena on tähdätä tiedon keruuseen, vertailuun sekä oman toiminnan parantamiseen. On tärkeä ymmärtää, että jokaisella on vahvuutensa ja heikkoutensa sekä jokainen voi oppia toisiltaan.

3 TOIMEKSIANTO

Työn toimeksiantaja on Into Seinäjoki Oy. Into Seinäjoki Oy on Seinäjoen kaupungin kehitysyritys. Yhtiö vastaa Seinäjoen kaupungin kehittämisestä sekä tukee alueella toimivien ja aloittavien sekä alueella siirtyvien yritysten toimintaa. Yleisten tilojen kuten keskustorin kehittäminen kuuluu Into Seinäjoen tehtäviin.

Sain toimeksiannon Into Seinäjoelta marraskuussa 2019. Alkuperäinen toimeksianto oli yksiselitteinen: tilaaja tarvitsi markkinointihenkisen graafisen tuotteen, josta Seinäjoen keskustoria hyödyntävä torimyyjät ja tapahtumajärjestäjät saisivat kaiken oleellisen tiedon keskustorin infrasta.

Toimeksiannon tarkempana tavoitteena oli kehittää keskustoria tapahtuma-alustana helposti lähestyttävämmäksi, innostaa käyttäjiä käyttämään toria vaihtoehtoisena tapahtuma-alustana sekä nostattamaan sekä vahvistamaan keskustorin imagoa paikallisesti että valtakunnallisesti. Toisena tavoitteena on helpottaa keskustorin käyttöä helppokäyttöisen infograafisen torikartan avulla, josta potentiaalinen käyttäjä löytää tarvitsemansa tiedon ensisilmäyksellä sekä helpottamaan tulevaisuuden torin käyttöä.

Toimeksiannon luonteen ja sisällön johdosta oli luontevaa lähteä lähestymään työtä infografiikan näkökulmasta. Työn lopputuloksen tuli olla kartta, johon on yhdistetty mahdollisimman oleellista informaatiota. Lisäksi lopputuloksen pitäisi olla markkinoinnissakin käyttökelpoinen ja tyylikäs graafinen kokonaisuus.

4 TYÖN SUUNNITTELU

Suunnittelu lähti käyntiin benchmarkingilla. Tutkin kotimaisia sekä kansainvälisiä infografiikan töitä ja miten niitä oli hyödynnetty erilaisissa kaupunkikohteissa. Tutkin myös miten erilaisia karttoja oli toteutettu. Tarkastelin myös Seinäjoen kaupungin omia karttoja saadakseni selville miten vastaavanlaisia karttoja tai ohjeistuksia on aiemmin toteutettu. Suoraan työni verrattaviin tuotteisiin en juurikaan törmännyt, mikä johtunee siitä, että vastaavanlaisen, enemmän käyttöohjemaisten opaskartat eivät ole julkisessa levityksessä.

Valtaosa kaupunkien infograafisista kartoista vaikutti olevan hyvinkin leikkisiä, eikä välttämättä aina mittakaavassa. Tällaisesta hyviä esimerkkejä olivat muun muassa Austinin ja Cambridgen kaupunkikartat. (Liite 1 ; liite 2.) Näiden mallien kautta sain ajatuksen toteuttaa Seinäjoen keskustorin infograafisen torikartan leikkisänä, mutta kuitenkin todentuntuisena.

Useissa kartoissa oli onnistuttu saamaan lisää elävyyttä ja aitoutta asettamalla kartalla olevat elementit tai koko kartta perspektiiviin. Harkitsin pitkään tätäkin vaihtoehtoa, mutta käytännössä muun muassa Veronan kartassa toteutettu suoraan ylhäältäpäin kuvattu 2D-näkymä vaikutti kaikista informatiivisimmalta. (Liite 3.) Lopulta tuo yksinkertaisin ja informatiivisin tyyli, joka salli kuitenkin leikkisyyden toimi pohjana minunkin toteuttamalle kartalle.

Varsinaisen infograafisten karttojen lisäksi törmäsin myös erilaisiin arkkitehtitoimistojen ja vastaavien materiaaleihin, joista sain ajatuksen yksinkertaisempaan ja informatiivisempaan ilmaisuun. Esimerkiksi Kobe Cityn keskustan kartta, joka oli toteutettu lintuperspektiivistä oli minun mielestäni oikein hyvä ja toimi inspiraationa omalle kartalle. (Liite 4.) Kartta oli mielenkiintoinen, kun jokainen osa olisi tehty erikseen ja liitetty yhteen. Lopulta lintuperspektiivistä kuvattu kaupunkialue oli pohjana omalle suunnitelmalleni. Sain siitä hyvän lähtökohdan lähteä toteuttamaan infograafista torikarttaa. Alue itsessään oli hyvin samantyylinen kuin Seinäjoen keskustorin alue, joten pääsin hyvin sisälle ilmaisumuodon mahdollisuuksiin myös oman karttani laatimisen kannalta.

Suunnittelun tavoitteena oli selkeys, leikkisyys sekä selkeästi luettava informatiivinen kokonaisuus. Ennen työn aloittamista opiskelin paljon infografiikkaa ja sen peruseriaatteita ja mietin miten saisin kaiken toimeksiannossa määritellyn informaation helposti luettavaksi ja sisäistettäväksi.

Tämän opinnäytetyön palvelumuotoilullinen osuus jäi varsin pieneksi. Ennen produktiivisen työn aloittamista kävimme toimeksiantajan kanssa läpi infograafisen torikartan eri tarkoitukset, kohderyhmät ja heidän tarpeensa. Tavallaan siis tuote tai palvelu oli jo muotoiltu.

Työn suunnitteluvaiheessa tarkastelin ja varmistin ennalta tehtyjä linjauksia muun muassa keskustelemalla tapahtumia järjestäneiden kulttuurituottajien kanssa. Selvitin millaista informaatiota he tarvitsevat ja kaipaavat kartalta. Keskusteluiden jälkeen kävin läpi tarvittavat tiedot toimeksiantajan kanssa todeten, että ennalta tehty määrittely oli hyvä ja piti sisällään kohderyhmille oleelliset tiedot.

En varsinaisesti luonut uutta palvelua, mutta minun tuli ottaa kuitenkin huomioon laaja käyttäjäkunta sekä heille mahdollisesti tarpeellinen tieto. Työn yhteydessä ei kerätty käyttäjäkokemuksia tai muuta vastaavaa tietoa palvelun kehittämisen tueksi.

Toimeksiantajan määrittelemä ensisijainen kohderyhmä oli torimyyjät, mutta myös muiden mahdollisten torin käyttäjien tarpeita oli huomioitava. Muihin torin käyttäjiin lukeutuivat ensisijaisesti erilaisten tapahtumien järjestäjät.

Muun määrittelyn lisäksi sain työni pohjaksi teknisen piirustuksen keskustorista. Sen pohjalta ja benchmarking-vaiheessa läpikäymiäni malleja hyödyntäen lähdin suunnittelemaan kuvakulmaa ja asettelua, jonka pohjalta tein luonnoksia. Pohjakartan luonnoksen jälkeen varmistin toimeksiantajalta kartassa tarvittavat elementit, kuten vesipisteet sekä sähköliitännät. Suunnitteluvaiheen päätteeksi minulla oli tiedossa kaikki lopulliselta työltä vaadittavat asiat.

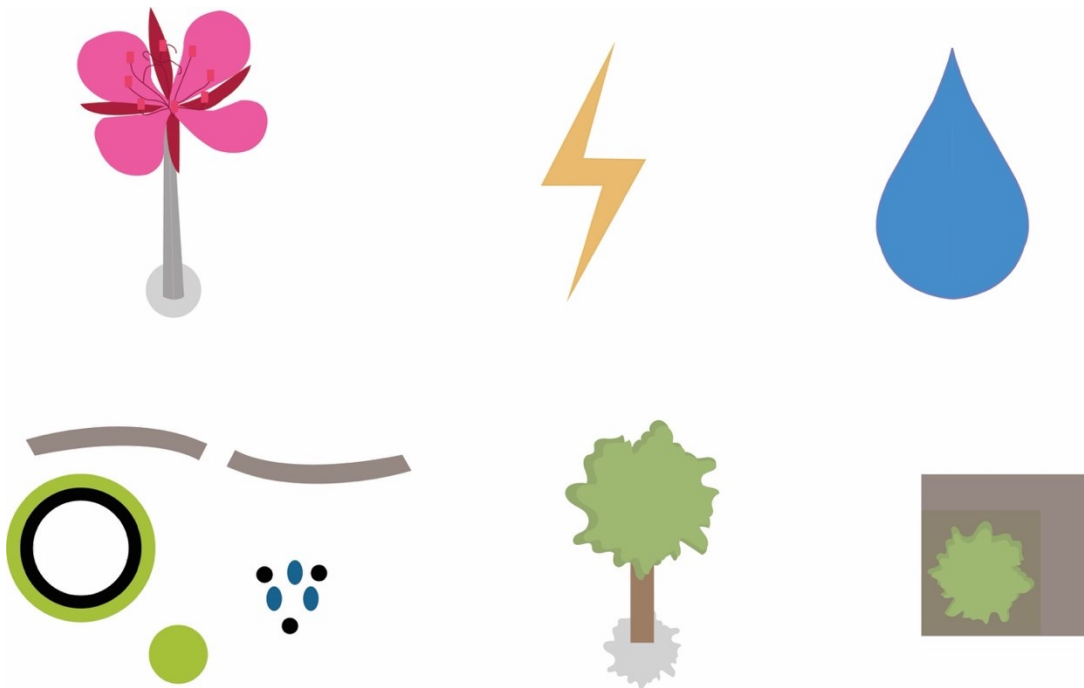
5 TYÖN TOTEUTUS

5.1 Karttapohjan luominen

Suunnitteluvaiheessa tekemäni luonnoksen pohjalta lähdin piirtämään ympäröiviä rakennuksia ja muita kiinteitä rakennelmia sekä katuja. Ensimmäisessä versiossa elementit olivat kolmiulotteisia, millä karttaa pyrittiin saamaan visuaalisesti houkuttelevammaksi. Pian kuitenkin toimeksiantajan kanssa keskusteltuani ja luonnoksia läpi käydessä päädyttiin siihen, että informaatio on visuaalisuutta tärkeämpää. Tämän johdosta päädyin kuvaamaan Seinäjoen keskustorin infograafisen torikartan suoraan ylhäältä päin kaksiulotteisena.

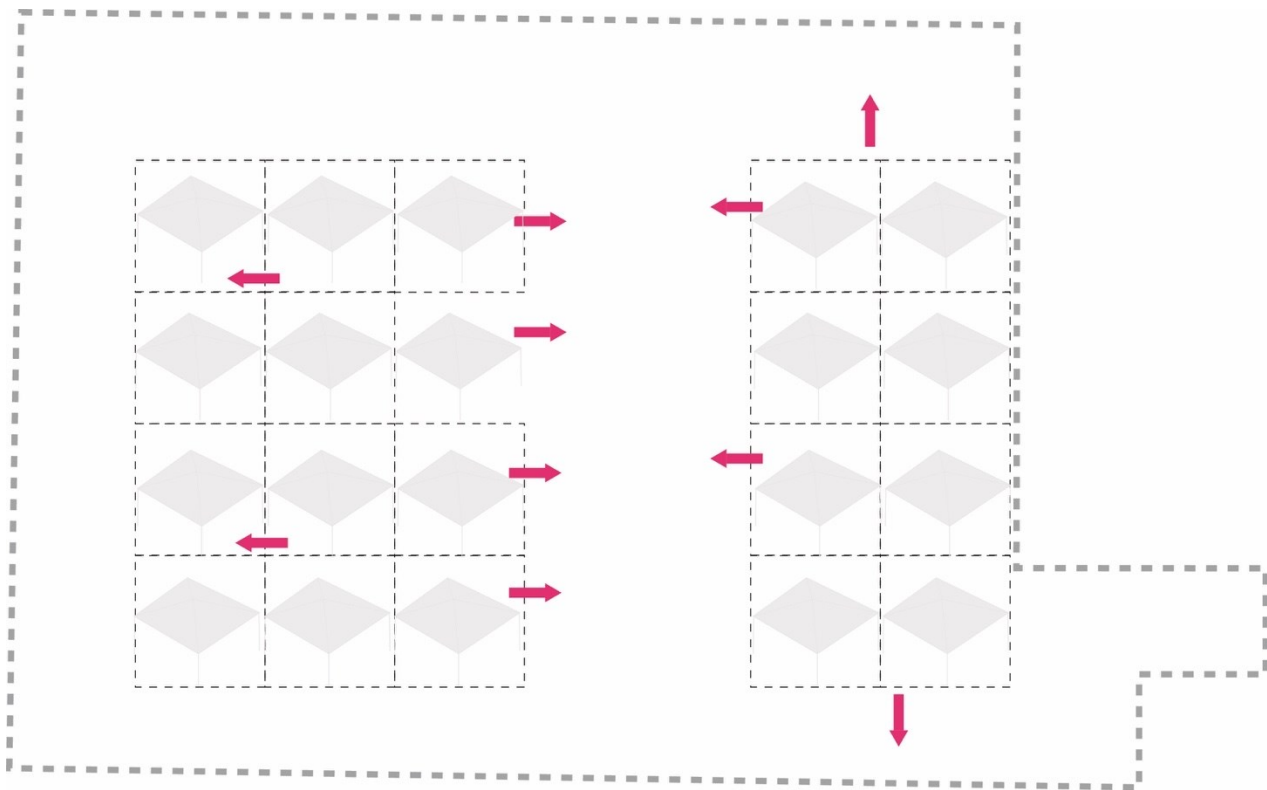
5.2 Infograafiset elementit

Infograafisten elementtien visualisointi alkoi suunnitteluvaiheessa määriteltyjen elementtien kuvaamisella. Visualisoinnissa päädyin kuvaamaan elementit lintuperspektiivistä. (Kuva 1.)



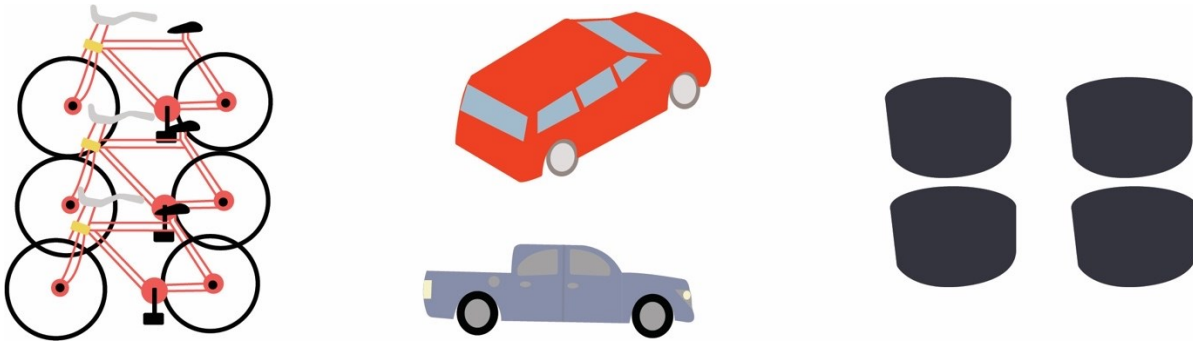
Kuva 1. Horsma, sähkö- ja vesiliitännät, lastenleikkipaikka, puut ja pensaat

Seuraavaksi keskityin kartan yhteen oleellisemmista kohdista eli myyntialueen kuvaamiseen. Tutkin aluksi mahdollisuuksia esittää myyntialueen ja kojut muiden graafisten elementtien tapaan kolmiulotteisena, mutta pian oli selvää, että jälkeen oli palattava kaksiulotteiseen esitysmuotoon, jotta informatiivisuus ei kärsisi visuaalisuuden kustannuksella. Lopullisessa kartasta myyntialue ja myyntipaikat rajattiin mittakaavan mukaisesti katkoviivalla. (Kuva 2.) Näin muun muassa vesi- ja sähköpisteiden sijoittuminen myyntipaikkojen suhteen selviää mahdollisimman tarkasti.



Kuva 2. Myyntialue

Työn edetessä selvisi, että kartasta tulisi selvittää myös pyörätelineiden, parkkipaikkojen sekä jätepisteiden sijainnit. Toteutin näidenkin elementtien kuvaamisen samaa kolmiulotteista esittämistapaa hyödyntäen. (Kuva 3.)



Kuva 3. Pyörätelineet, parkkipaikat ja jäteposte

5.3 Värit

Lähtökohtaisena ideana oli toteuttaa kartta hillityillä väreillä informatiivisuuden ehdoilla. Ainoa värejä koskeva ohjeistus toimeksiantajalta oli Into Seinäjoen pinkin värin käyttö. Lopulta päädyin käyttämään Into Seinäjoen pinkkiä vain teksteissä.

Yksittäisten graafisten elementtien kohdalla pyrin pitäytymään elementtien luonnollisissa väreissä. Esimerkiksi puut, jäteposte sekä keskustorin maamerkki Horsma on kuvattu tällä tavoin.

Varmistaakseni elementtien sekä sähkö- ja vesipisteiden ja myyntialueen erottuvuuden pitäydyin karttapohjan osalta hyvinkin hillityissä väreissä ainoastaan rakennukset ja tiet taustan vaaleasta erottaen.

6 TULOKSET

Seinäjoen keskustorilla ei aiemmin ollut infograafista tai muutenkaan kovin informatiivista karttaa tai muuta ohjeistoa sen käyttäjille, joten toimeksiannon mukainen infograafinen kartta helpottaa taatusti toimeksiannossa annettujen tavoitteiden saavuttamista. Jatkossa tapahtumajärjestäjille ja muilla toria hyödyntävillä tahoilla on käytössä helposti lähestyttävä ja suunnittelun aloittamisen kynnystä madaltava ohjeisto.

Tässä opinnäytetyössä infograafinen torikartta on toteutettu toimeksiantajan määrityksiä ja loppukäyttäjää huomioiden sekä infografiikan peruseriaatteita hyödyntäen tavoitteena mahdollisimman toimiva tuote. Työ valmistui elokuussa 2020 ja toimeksiantaja vastaanotti ja hyväksyi työn syyskuussa 2020. Infograafisen torikartan varsinaista vaikuttavuutta on mahdotonta arvioida ennen kuin se on otettu käyttöön.

7 POHDINTA

Hyvin toteutettu infografiikka ohjaa lukijansa ajatusta ja välittää tietoa pelkkää tekstiä tai kuvaa paremmin. Mahdollisimman onnistunut ja käyttäjänsä palvelevaa infografiikka tulee olla rakenteeltaan ja sisällöltään hyvin määritelty ja suunniteltu. Tämän opinnäytetyön produktiivisessa osassa laadittu infograafinen torikartta onnistui mielestäni hyvin edellä mainittujen taustatietojen määrittelyn ansiosta. Työtä oli helppo lähteä tekemään, kun kartan loppukäyttäjät sekä heidän tarvitsemansa informaatio oli tarkasti tiedossa.

Produktiivisen työn toteuttamisvaiheen loppupuolella havaitsin toimeksiantajan ja minun välisen vuorovaikutuksen merkityksen. Työstin produktiivista työtä hyvin pitkään aloitusvaiheen määrittelyiden pohjalta. Työn laajuutta ja haluttua lopputulosta olisi ollut helpompi hallita olemalla enemmän yhteydessä toimeksiantajan kanssa. Yhteistyö ja vuorovaikutus olisivat saattaneet myös mahdollistaa palvelumuotoilulle isomman roolin produktiivisen työn toteuttamisessa.

LÄHTEET

- Alhava. S. 16.9.2019. Infografiikka herättää tiedon henkiin. [Verkkoartikkeli]. Avidly. [Viitattu 8.4.2021]. Saatavana: <https://www.avidlyagency.com/fi/insights-inspiration/blog/infografiikka-herattaa-tiedon-henkiin>
- Fulmore. 19.1.2012. Kilpailijat – osa 2: Mitä on benchmarking?. [Verkojulkaisu]. Fulmore Next Gent Oy. [Viitattu 8.4.2021]. Saatavana: <https://fulmore.fi/uncategorized/kilpailijat-osa-2-mita-on-benchmarking/?cookie-state-change=1612184887579>
- Heittola. T. 2.6.2017. Infografiikka viestinnässä – visualisoi monimutkaiset kokonaisuudet. [Blogiteksti]. Recommended. [Viitattu 8.4.2021]. Saatavana: <https://www.reco.fi/infografiikka-viestinnassa-visualisoi-monimutkaiset-kokonaisuudet/>
- Infografiikalla saat viestisi perille. Ei päiväystä. [Verkojulkaisu]. Sopiva Design. [Viitattu 8.4.2021]. Saatavana: <https://www.sopivadesign.fi/infografiikka.html>
- Koponen. J. 24.6.2012. Pitääkö visualisoinnin olla kaunista?. [Blogiteksti]. Informaatiomuotoilu.fi. [Viitattu 8.4.2021]. Saatavana: <http://informaatiomuotoilu.fi/2012/06/pitaako-visualisoinnin-olla-kaunis/>
- Kosonen. I. Ei päiväystä. Viisi syytä miksi benchmarkkaus on niin hyödyllistä. [Blogikirjoitus]. Inka Kosonen Creative [Viitattu 8.4.2021]. Saatavana: <http://inkakosonen.com/2019/05/13/viisi-syyta-miksi-benchmarkkaus-on-niin-hyodyllista/>
- Laaksonen. N. 4.5.2019. Benchmarking oppimisprosessina. [Verkojulkaisu]. Proakatemia, essee pankki [Viitattu 28.12.2020]. Saatavana: <https://esseepankki.proakatemia.fi/benchmarking-oppimisprosessina/>
- Manneri. V. Ei päiväystä. Mitä on palvelumuotoilu?. [Verkojulkaisu]. Hellon. [Viitattu 8.4.2021]. Saatavana: <https://blog.hellon.com/mita-on-palvelumuotoilu>
- Olander. I. Ei päiväystä. Infografiikka on kaunista tietoa. [Blogiteksti]. Someteks. [Viitattu 1.2.2021]. Saatavana: <https://sometek.fi/infografiikka-on-kaunista-tietoa/>
- Oppariapu. Ei päiväystä. Benchmarking (vertaisarviointi). [Verkojulkaisu]. [Viitattu 28.1.2021]. Saatavana: <https://oppiapu.wordpress.com/benchmarking-vertaisarviointi/>
- Turunen. S. 22.3.2018. Mitä on palvelumuotoilu?. [Blogikirjoitus]. Lamia [Viitattu 28.1.2021]. Saatavana: <https://lamia.fi/blog/mita-on-palvelumuotoilu>
- Tuulaniemi. J. 2011. Palvelumuotoilu. Alma Media Oyj.

Törrönen. V. 19.2.2019. Mitä on palvelumuotoilu? Mitkä ovat sen keskeisimmät elementit? . [Blogikirjoitus].Kreapal Desing Oy. [Viitattu 8.4.2021]. Saatavana: <https://www.kreapal.fi/blogi/mita-on-palvelumuotoilu/>

Salminen. J. 29.1.2020. Mitä on hyvä infografiikka?. [Blogiteksti]. Strateginen Muotoilutoimisto Polku Oy. [Viitattu 8.4.2021]. Saatavana: <https://www.muotoilutoimistopolku.fi/post/mit%C3%A4-on-hyv%C3%A4-infografiikka>

Sillanpää. S. 2015. Infografiikka ja datan visualisointi, opas journalistiopiskelijoille. [Verkkojulkaisu].Medialiiteri. [Viitattu 8.4.2021]. Saatavana: http://medialiiteri.fi/data/documents/Infografiikka_ja_datan_visualisointi_opas_Sillanpaa.pdf

Vanhala. L. 2.2.2017. Helsingiläisen parhaat asuinpaikat. [Verkkojulkaisu]. Saatavana: <http://helsinki.wanhala.net/>

LIITTEET

Liite 1. Austinin kaupunkikartta

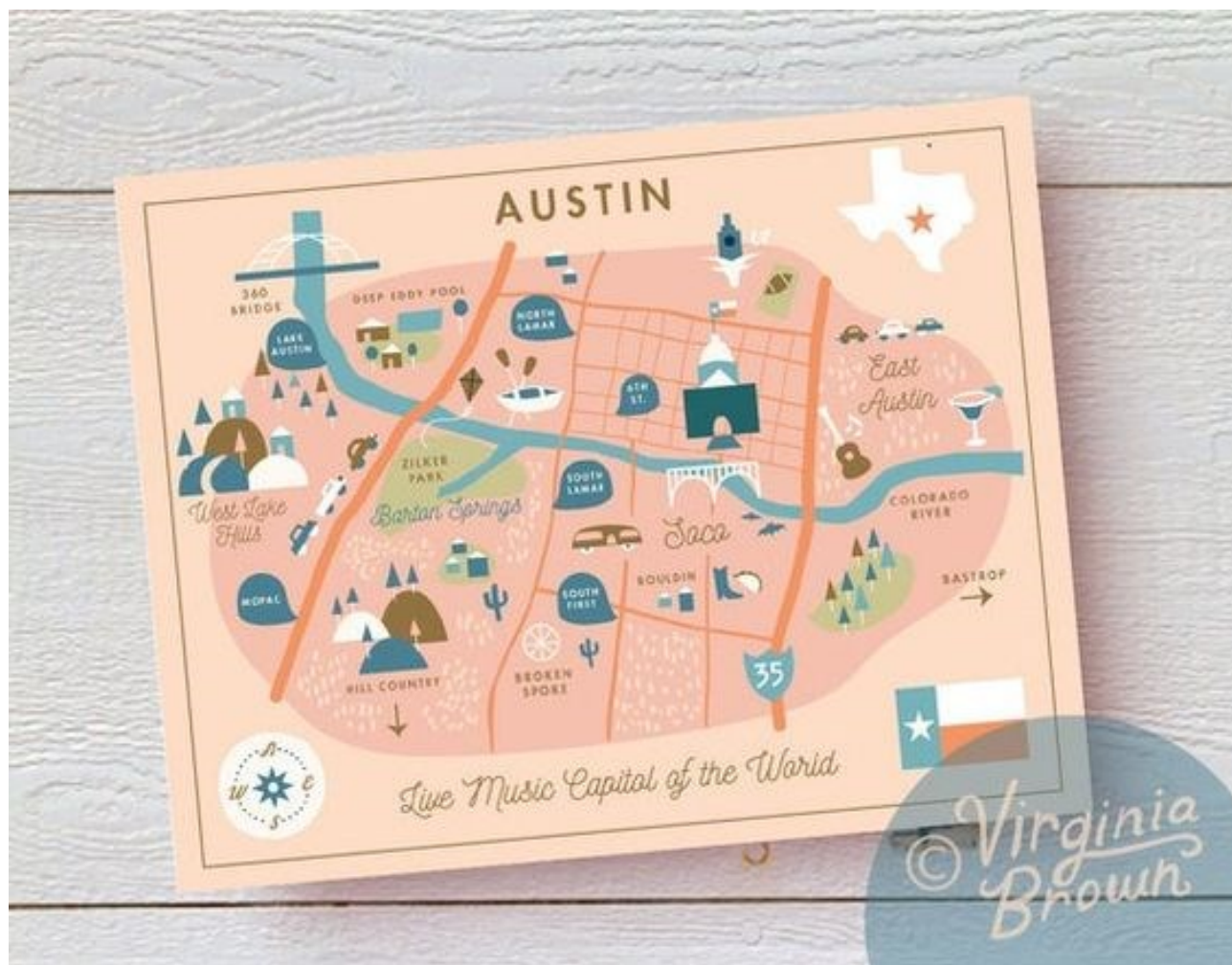
Liite 2. Cambridgen kaupunkikartta

Liite 3. Veronan kartta

Liite 4. Koben Cityn keskustan kartta

Liite 5. Seinäjoen keskustorin infograafinen torikartta

Liite 1. Austinin kaupunkikartta



Liite 2. Cambridgen kaupunkikartta



Liite 3. Veronan kartta



Liite 4. Koben Cityn keskustan kartta



Liite 5. Seinäjoen keskustorin infograafinen torikartta

