

Typografian rooli kaupallisen aikakauslehden kontekstissa

– Vertailu painettujen ja sähköisten julkaisujen ilmeestä

Lapin yliopisto
Taiteiden tiedekunta
Graafinen suunnittelu
Syksy 2014
Maarit Hara

Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta

Työn nimi: Typografian rooli kaupallisen aikakauslehden kontekstissa – Vertailu painettujen ja sähköisten julkaisujen ilmeestä

Tekijä: Maarit Hara

Koulutusohjelma/oppiaine: Graafinen suunnittelu

Työn laji: Pro gradu -tutkielma

Sivumäärä: 72 s. + kuvaliite 22 s.

Vuosi: syksy 2014

Tiivistelmä:

Tutkimus tarkastelee typografian toimintaa kaupallisten aikakauslehtien identiteetin muodostumisessa. Lehtialaa koskettava digitaalisuuden murros on tuonut mukanaan uusia julkaisualustoja ja sovelluksia, jotka väistämättä vaikuttavat myös lehtien typografiseen ilmeeseen. Vertailemalla kolmen eri lajityypin aikakauslehteä sekä painettuina että digitaalisina julkaisuina kartoitan käytettyjen typografisten keinojen muuttumista siirryttäessä yhdestä julkaisumuodosta toiseen.

Valittuja aikakauslehtiä tarkastelen sosiosemiotittisen teorian näkökulmasta, jossa kirjaintyyppien ja typografisten valintojen visuaalisen ulkoasun nähdään muokkaavan ja tuovan lisämerkityksiä tekstien kirjaimelliseen sisältöön. Multimodaalisuuteen liittyvää käsitteistöä hyödyntäen etsin erilaisia tapoja, joilla aikakauslehdet luovat kuvaa identiteetistään ja esittelemistään aiheista typografian avulla. Kartoitan sekä käytettyjen kirjaintyyppien herättämiä konnotaatioita että niitä reunustavien taitollisten ratkaisujen vaikutuksia lukemisprosessiin ja sisällön tulkintaan.

Vertailun tulokset osoittavat julkaisujen käyttävän samoja kirjaintyyppisiä julkaisumuodosta riippumatta, mikä vahvistaa niiden johdonmukaista visuaalista identiteettiä. Lehdet poikkesivat kuitenkin toisistaan taitollisten ratkaisujen osalta. Yhden julkaisun taitollinen ilme yksinkertaistui digitaalisessa versiossa siten, että sen lehtimäinen vaihtelevuus ja kontrastit vaihtuivat melko lineaariseen lukukokemukseen. Muissa tarkastelluissa lehdissä taitoratkaisut säilyivät monipuolisina, ja tekstien rooli sai uudenlaisia ulottuvuuksia erityisesti kineettisen typografian käytöstä. Toisessa julkaisussa kuvamateriaali pääsi kuitenkin selkeään päärooliin, ja typografian visuaaliseksi tehtäväksi jäi täydentää sen tuottamia mielikuvia. Kolmannessa lehdessä typografiaa käytettiin sen sijaan monipuolisesti tarinankerronnan välineenä, jolloin kirjainmuodot alkoivat saada kuvallisia ulottuvuuksia. Tarkasteltu aineisto tarjoaa pienimuotoisen läpileikkauksen digitaalisen lehtitypografian kehityssuunnista, jossa kineettinen typografia käyttää jopa pelillisyyteen rinnastettavissa olevia toimintatapoja.

Avainsanat: typografia, kirjasintyyli, aikakauslehdet, multimodaalisuus, sosiosemiotiikka

Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi.

Sisällysluettelo

1. Johdanto	2
1.1 Tutkimuskysymys.....	3
1.2 Tutkimuksen rakenne.....	3
2. Typografia ilmaisun välineenä	4
2.1 Typografian tehtävistä.....	4
2.2 Luettavuus vs. ilmaisullisuus.....	5
2.3 Aikaisempi tutkimus typografian konnotaatioista.....	7
2.4 Sosiosemioottinen multimodaalisuuden teoria.....	9
2.4.1 Moodin ja median käsitteistä.....	10
2.4.2 Semioottiset resurssit.....	12
2.4.3 Multimodaalisuuden malli.....	12
2.4.4 Multimodaalinen sommittelu: keskeisyys ja kehystäminen.....	14
2.5 Typografian merkityksen muodostus mediana ja moodina.....	15
2.6 Semioottisen muutoksen kuvaus.....	17
3. Kaupallisten aikakauslehtien typografia	18
3.1 Aikakauslehden typografian ominaispiirteet.....	18
3.2 Aikakauslehden identiteetin muodostuminen.....	21
3.3 Typografian osa-alueet aikakauslehdissä.....	22
3.3.1 Sivutaitto eli layout.....	22
3.3.2 Palstajärjestelmät.....	24
3.3.3 Lehden logotyyppi.....	24
3.3.4 Kirjaintyyppien valinta ja yhdistely.....	25
3.3.5 Lehden nopeat tekstit: otsikot, ingressit ja nostot.....	26
4. Aikakauslehdet digitaalisina julkaisuina	27
4.1 Painetun ja digitaalisen median eroista.....	27
4.2 Kineettisen typografian rooli.....	31
4.3 Lukemistapojen muutos.....	33
5. Aineiston valinnasta ja tarkastelusta	35
5.1 Aineiston valinta.....	35
5.2 Valittujen aikakauslehtien esittely.....	36
5.2.1 Maantiepyöräilystä tyylikkäästi: Cyclist.....	36
5.2.2 Hauskempaa ruoanlaittoa: Jamie Magazine.....	37
5.2.3 Teknologiapainotteinen lifestyle: Wired UK edition.....	38
5.3 Typografian kielioppi lehden identiteetin jäsentäjänä.....	38
6. Typografisen ilmeen vertailu painetuissa ja sähköisissä julkaisuissa	41
6.1 Cyclist.....	41
6.2 Jamie Magazine.....	47
6.3 Wired UK edition.....	52
7. Johtopäätökset ja pohdinta	58
8. Yhteenveto	66

Lähdeluettelo
Kuvaliite

1. Johdanto

Typografialla on erityinen rooli graafisessa suunnittelussa siinä mielessä, että siinä yhdistyvät luonnollisen kielen esitystapa sekä kirjainmerkkien visuaalinen ulkoasu. Historiallisesti tarkastellen typografian tärkeimpänä määreenä on pitkään pidetty vain kirjainmerkkien helppoa tunnistettavuutta ja niiden taidokkaan muotoilun mahdollistamaa hyvää luettavuutta. Julkaisuteknologian kehittymisen myötä ja typografian vaikutusalueen laajentuessa perinteisistä painotuotteista erilaisiin sähköisiin medioihin on typografiaa alettu tarkastella yhä enemmän itsenäisenä ilmaisumuotona. Nykyään vallitseva käsitys semioottisessa tutkimuksessa onkin, että typografialla on mahdollista tuottaa merkityksiä, jotka eivät ole johdettavissa tekstin varsinaisesta sisällöstä. Monet kirjaintyypit onnistuvatkin puhuttelemaan kirjaimellisen sisällön lisäksi yhtä lailla visuaalisella vaikutelmallaan, esimerkiksi osana mainoksia, lehtiä ja elokuvien alkutekstejä.

Typografian välittämät vaikutelmat toimivat monesti lukijan tiedostamatta, ohjaten vain hienovaraisesti tekstin sisältöön kohdistuvia odotuksia, mutta graafisen suunnittelijan roolissa olen luonnollisesti tottunut tietoisesti pohtimaan käytettyjen kirjaintyyppien ja typografian vaikutusta tavoiteltuun viestintään ja visuaaliseen ilmeeseen. Kirjaintyyppien ja lyhyiden typografisten sommitelmien herättämiä konnotaatioita on tutkittu jonkin verran etenkin sosiosemioottisessa suuntauksessa. Tämän lähestymistavan innoittamana ja lehtitaittojen parissa työskennelleenä päädyinkin valitsemaan tutkimukseeni näkökulman siihen, kuinka typografisia keinoja käytetään lehden identiteetin muodostamiseen ja luomaan siitä tietynlaisia mielikuvia. Typografiaa voidaankin kutsua hyvin keskeiseksi elementiksi aikakauslehtien ulkoasussa, mutta sen merkityksestä lehtien visuaaliselle kokonaisuudelle ei ole tehty kattavaa tieteellistä tutkimusta (Brusila 1997, 59).

Lisäksi tämänhetkisen lehtitypografian tarkastelun tekee kiinnostavaksi uusien päätelaitteiden ja sovellusten ilmestyminen markkinoille vasta muutama vuosi sitten. Yhä useampi lehtikustantaja on alkanut painetun lehden lisäksi hyödyntää mobiileja päätelaitteita sisältöjensä julkaisukanavina. Sähköinen julkaisuformaatti mahdollistaa tietysti uudenlaisten keinojen, kuten kineettisen typografian käytön ilmeen elävöittämisessä, mikä poikkeaa radikaalisti paperilehden sisältämistä mahdollisuuksista. Samalla joudutaan kuitenkin pohtimaan, miten ratkaistaan samojen sisältöjen muotoilu ja toteutus kahteen käyttöliittymältään varsin erilaiseen mediaan. Käynnissä oleva digitaalisuuden murros onkin siis otollinen saumakohta tarkastella lehtien typografisessa ilmaisussa todennäköisesti ilmenevää muutosta.

Tutkimuksessani tarkastelemani kohteet valitsen kaupallisten aikakauslehtien joukosta, sillä näiden kustantajilta löytyy yleensä enemmän resursseja suunnattavaksi julkaisun visuaaliseen ja typografiseen ilmeeseen kuin esimerkiksi järjestölehtien toimituksissa. Kaupallisten aikakauslehtien toimintatapaan kuuluukin myydä julkaisua nimenomaan visuaalisen ulkoasun avulla, jolloin myös typografisella ilmaisulla rakennetaan muista lehdistä erottuvaa ja samalla tunnistettavaa identiteettiä.

1.1 Tutkimuskysymys

Tarkoitukseni on siis tarkastella typografian toimintaa kaupallisissa aikakauslehdissä. Vaikka lehdet ovatkin yleensä visuaalisesti muotoiltujen tekstien ja kuvien muodostamia kokonaisuuksia, rajaan tässä tutkimuksessa tarkastelun kohteeksi kuitenkin pelkästään aikakauslehtien typografiaan liittyvät visuaaliset valinnat ja järjestykset. Tarkastelemalla aineistoksi valitsemiani kolmea eri lajityyppiä edustavaa lehteä painetussa ja sähköisessä mediassa etsin vastauksia kysymyksiin, **miten typografisia keinoja käytetään erottuvan ja tunnistettavan visuaalisen identiteetin rakentamiseen kaupallisissa aikakauslehdissä, ja miten nämä keinot eroavat painetuissa ja digitaalisissa julkaisuissa.** Tällä tavalla pyrin selvittämään, miten uuteen ja formaatiltaan erilaiseen mediaan siirtyminen on vaikuttamassa typografian käyttötapoihin ja sen ilmaisullisiin mahdollisuuksiin.

1.2 Tutkimuksen rakenne

Ensimmäiseksi käyn läpi typografian semioottista luonnetta taustakirjallisuuden valossa ja kartoitan lyhyesti, miten typografian konnotaatioita on aiemmin tutkittu. Esittelen myös tarkemmin viitekehukseksi valitsemaani multimodaalista teoriaa typografian toiminnasta, jonka avulla tulen tulkitsemaan tutkimusaineistoa. Tämän jälkeen luvussa kolme kartoitan edelleen taustoittavalta kannalta aikakauslehtien typografian toimintaa ja lainalaisuuksia. Käyn läpi myös lehden identiteetin rakentumiseen vaikuttavat keskeisimmät typografian elementit. Lisäksi luvussa neljä pohdin painetun ja digitaalisen julkaisukanavan eroja sisällön typografisen muotoilun kannalta. Oman tarkastelunsa saa myös digitaalisen murroksen vaikutus lukijoiden tapoihin hahmottaa lukemaansa.

Luvussa viisi siirryn teorian ja käytäntöjen taustoituksen jälkeen tutkimukseen valitsemieni lehtien lyhyeen esittelyyn. Näiden sisältämän aineiston hahmottamisen apuna käytän Hartmut Stöcklin hahmottelemaa neliportaista jaottelua typografisen ilmaisun ulottuvuuksista, jonka ideana on edetä pienemmistä merkityksen yksiköistä kohti laajempia kokonaisuuksia. Tältä pohjalta tekemääni vertailua painettujen ja sähköisten lehtien välillä käyn läpi luvussa kuusi. Viimeiseksi luvussa seitsemän kerään yhteen löytämäni tulokset ja siirryn tekemään niiden pohjalta johtopäätöksiä typografian tehtävien muuttumisesta. Lopuksi pohdin vielä muutoksen aiheuttamia vaikutuksia aikakauslehteen luettavana ja katseltavana mediana.

2. Typografia ilmaisun välineenä

2.1 Typografian tehtävistä

Typografian käsitteellä viitataan yleisesti kirjaintyyppien valintaan ja niistä muodostuvien tekstikappaleiden sommitteluun ja hierarkioiden luomiseen tiettyjen lukemista edesauttavien periaatteiden mukaisesti. Typografian tehtävä on siis muuntaa verbaaliset viestit silmillä havaittavaan visuaaliseen muotoon. Perinteisen käsityksen mukaan typografia on liitetty nimenomaan kirjapainotaitoon käsityöammattina tai painetun tekstin ulkomuotoon. (Baines & Haslam 2005, 6–10.) Tätä katsantokantaa on kuitenkin jouduttu harkitsemaan uudelleen teknologisen kehityksen myötä, joka on tuonut digitaaliset sovellukset ja niiden tekstile ja typografialle asettamat vaatimukset osaksi typografista muotoilua. Liikkuva, kuvallisuutta lähenevä ja kolmiulotteinen typografia ovat uusia typografian alueita, jotka vaativat myös uudenlaista tulkintaa. (Brusila 2002, 84.) Teknologisen kehityksen mahdollistamat uudet ilmaisukeinot ovat laajentaneet typografisen muotoilun aluetta pelkästä asiantuntijoiden hallitsemasta erikoisalasta myös harrastelijoita kiinnostavaksi kokeelliseksi leikkikentäksi.

Typografian keskeinen rooli graafisessa muotoilussa syntyy nimenomaan sen kiinteästä yhteydestä tärkeimpään keinoomme kommunikoida eli luonnolliseen kieleen. Sen osuuden merkittävyys on siis rinnastettavissa informaation muotoiluun ja visuaalisten brändien rakentamiseen. Sen tehtävänä on tuoda halutut viestit näkyväksi, mutta monesti jäädä myös kommunikointivälineenä läpinäkyväksi, melkein kuin näkymättömäksi. Typografia on kirjoitetun kielen elinehto, mutta samalla se tuo kieleen aina jotain lisää eli visuaalisuutta, ulkonäköä. Typografisilla valinnoilla voidaan kommentoida, säestää tai kritisoida välitettävää verbaalista viestiä, toisin sanoen ohjata ja helpottaa lukemisen prosessia. Graafinen muotoilija osallistuu typografisen ilmaisun kautta siihen prosessiin, jossa muodostuu tekstin tulkinnallinen merkitys. Toisaalta myös sosiaalinen ulottuvuus on osa typografian toimintaa, jolla voidaan tuottaa eroavaisuuksia erilaisten vastaanottajien välille. Typografialla voidaan luoda erilaisia puhuttelutapoja, jotka sulkevat osan lukijoista ulkopuolelle ja valitsevat toiset kohdennetuksi yleisökseen. (mt. 83–84.)

Semioottisesta näkökulmasta tarkastellen typografian käyttämällä elementeillä on erilaisia tasoja, jotka välittävät itsenäisesti merkityksiä. Näistä ensimmäinen on luonnollisesti kirjainmerkkien käyttö kielen koodaamiseen eli merkityksien välittämistä yhdestä järjestelmästä toiseen. Toisekseen perustehtävän lisäksi typografiset merkit toimivat graafisten ja visuaalisten yksityiskohtiensa kautta hienovaraisten miellelyhtymien eli konnotaatioiden herättäjinä. Kirjaintyyppit voivat näin siis vaikuttaa dokumentin luonteeseen, sisältää tunnearvoja tai kertoa tekstin kohdeyleisöstä. Lisäksi typografisten piirteiden hierarkisoiva luonne helpottaa tekstien informaatiorakenteen hahmottamista. Kolmannella tasolla typografia voi saada kuvallisia ominaisuuksia, jolloin esimerkiksi kirjainmuodot ottavat hahmonsia joltain esineeltä, tai teksti asetellaan kuvallisuutta imitoiviin muotoihin. Myös kirjainmuotoiluun valitut materiaalit ja tekniikat, joiden alkuperä erityisesti korostuu osana viestiä, voivat välittää lisämer-

kityksiä, ja olla osa kuvallisuutta lähenevää kommunikaatiota. Typografian kommunikoivuus toimii joustavasti näiden kolmen tason välillä: viestintäkontekstissa niitä voidaan vuorotella tai käyttää yhtäaikaisesti. Ne vastaavat toiminnaltaan myös Peircen jaottelua symboleihin, indekseihin ja ikoneihin. Tällä perusteella voidaan sanoa, että tekstien lukeminen on etupäässä symbolisten merkkien tulkintaa, jotka voivat kuitenkin saada sekä indeksisiä että ikonisia ominaisuuksia. (Stöckl 2005, 206.)

2.2 Luettavuus vs. ilmaisevuus

Perinteiseen ajattelutapaan typografiasta on usein liittynyt käsitys luettavuudesta sen tärkeimpänä elementtinä. Riitta Brusilan esittämässä luettavuuden määrittelyssä toisistaan on erotettu ns. *visuaalinen luettavuus* (legibility) ja *sisällöllinen luettavuus* (readability). Näistä ensimmäiseen vaikuttavat nimenomaan kirjaintyyppin olemus ja sen merkkien osien suhteet toisiinsa. Sisällöllinen luettavuus puolestaan liittyy typografian yleisemmälle tasolle, jossa toimivat käytettyä kirjaintyyppiä reunustavat valinnat tekstin ja tekstikappaleiden asettelusta. (Brusila 2002, 90.) Ensimmäistä voidaan Itkosen mukaan nimittää myös *helppolukuisuudeksi*, koska se on sidoksissa nimenomaan kirjaintyyppin selkeyden arviointiin lukemisen kannalta. Tämä koostuu esimerkiksi merkkien erottumisesta toisistaan eli siitä, että jokainen merkki on helposti ja nopeasti tunnistettavissa. (Itkonen 2007, 70.)

Tekstin luettavuuden arvostus on kuitenkin vaihdellut aikojen kuluessa, ja typografialla on monia muitakin tehtäviä, kuten tekstin jäsentäminen ja kulttuurisen kontekstin luominen. (Brusila 2002, 90.) Esimerkiksi arvostetussa, ensimmäisen kerran 1980-luvulla julkaisussa typografian oppaassa *The Thames and Hudson Manual of Typography* kirjainsommitelua ja kalligrafiaa luonnehditaan ilmaisutavoiltaan abstrakteiksi. Lisäksi kirjassa todetaan kirjainmuodoilla voitavan ilmaista tunnetta tai tunnelmaa hyvin rajallisesti niin, että se esiintyisi sopusoinnussa verbaalisen viestin kanssa. (McLean 1980, 54–56.)

Aikojen ja ajattelutapojen muutos on kuitenkin nähtävissä jo 1990-luvulla Brody Neuenschwanderin kokoomateoksessa uuden ilmaisullisen typografian esimerkeistä. Neuenschwander julistaa typografian täydellisesti kehittyneeksi ilmaisukanavaksi erilaisille tunnelmille ja tyyleille, minkä johdosta sillä on olennainen rooli nykypäivän graafisessa suunnittelussa. Niissä konteksteissa, joissa luettavuus ei ole tekstin keskeisin kriteeri, kirjainmuodoilla voidaan luoda dramaattisia ja visuaalisesti kiinnostavia sommitelmia. Kokeileva typografia pystyy välittämään voimakkaita tunteita, assosiaatioita ja alitajuisia vaikutteita, joihin tavanomaiset ja vain optimaaliseen luettavuuteen tähtäävät tekstityypit eivät taivu. (Neuenschwander 1993, 13.)

On siis nähtävissä, että typografian suunnitteluun ja toteutukseen vaikuttaneet tekniset edistysaskeleet ovat samalla olleet mahdollistamassa uuden ilmaisutavan syntymisen perinteisen luettavuutta ja selkeyttä painottavan typografisen suuntauksen rinnalle. Van Leeuwenin mukaan erilaisten sähköisten päätelaitteitten tuomat haasteet typografialle sekä perinteisten

painettujen tuotteiden lisääntynyt visuaalisuus ovat muuttaneet merkittäväällä tavalla typografian roolia ja tehneet siitä täysivaltaisen kommunikaatiovälineen (van Leeuwen 2006, 141–142). Typografisen ilmaisun välineet ovat kuitenkin vasta hiljattain tulleet myös tavallisten, typografiaan perehtymättömien ihmisten ulottuville. Tästä johtunee, että typografian rooli kommunikaatioprosessissa on tunnustettu melko myöhään. (van Leeuwen 2005b, 138–139.)

Brusilan mukaan typografia tasapainoilee tekstin ja kuvan väliin piirretyllä viivalla, ja tyylitellyillä valinnoilla sitä voidaan viedä vielä enemmän kohti kuvallisuutta. Tällöin sen luettavuuden rajoja myös koetellaan, samoin kuin lukijan kärsivällisyyttä ja tulkintakykyä. Typografian tehtävän venyttäminen ääri rajoille voi saada lukijan menettämään mielenkiintonsa, mutta katsojalle on silti tarjolla rooli. (Brusila 2002, 91.) Typografian osana on siis hakea paikkaansa hyvän luettavuuden ja kuvallisen ilmaisevuuden välimaastossa. Jyrkkä siirtyminen kohti toista ääripäätä edellyttää samalla jossain määrin luopumista toisen ulottuvuuden tarjoamista eduista. Brusila näkee tässä myös vertauskuvan tekstin ja kuvan välisestä arvovaltataistosta, jossa tekstiä on perinteisesti arvostettu älyllisesti enemmän kuin kuvaa. Typografian kuvallisten piirteiden lisääntyminen voidaankin nähdä yhtenä esimerkkinä kulttuurimme korostuneesta kuvallistumisesta. (mt. 91.) Stöckl puolestaan tuo esiin, että lukemisprosessissa tekstin konnotatiivisten ja kuvallisten ominaisuuksien havaitseminen voidaan nähdä ensisijaisena toimintona, koska graafisten ja kuvallisten hahmojen tunnistaminen on lukijalle kognitiivisesti nopeampi toiminto kuin symbolisten merkkien tulkitseminen kirjaimiksi ja sanoiksi (Stöckl 2005, 206).

Samoin Neuenschwanderin mielestä kirjainmuodot eivät voi koskaan esiintyä puhtaan neutraaleina elementteinä. Emotionaalinen ja assosioitu informaatio on osa niiden sisintä olemusta ja välittyy lukijalle ennen niiden kirjaimellista sisältöä. Siksi graafiselle muotoilijalle on olennaista tuntee hyvin näiden merkityksien välittymisen prosessi ja tiedostaa, millaisia assosiaatioita muotoilulla halutaan välittää ja mille kohderyhmälle. (Neuenschwander 1993, 29–31.)

Perustellusti voidaan siis sanoa typografialla olevan verbaalisen viestin välittämisen lisäksi ilmaisullinen ulottuvuus, jonka toimintaa viestintäkontekstissa ei ole vielä kovinkaan kattavasti analysoitu. Brumbergerin mukaan me käytämme eräänlaista intuitiivista kognitiota muotoillessamme, havaitessamme ja tulkitessamme tekstejä, eli havainnoiva ajattelumme on siis suurelta osin tiedostamatonta toimintaa. Ymmärtääksemme paremmin visuaalisen kielen roolia meidän on kuitenkin siirryttävä lähemmäs tietoista kognitiota pystyäksemme analysoimaan typografian visuaalisten komponenttien suhteita toisiinsa sekä verbaaliseen tekstiin. (Brumberger 2003, 207.) Seuraavassa siirryn esittelemään, millaista tutkimusta typografian konnotaatioita välittävistä puolesta on aiemmin tehty.

2.3 Aikaisempi tutkimus typografian konnotaatioista

Typografian parissa työskenteleville ammattilaisille on tuttua, että heidän käyttämässään kirjaintyypeissä eli fonteissa on hyvin usein myös ilmaisullinen, ekspressiivinen puoli, joka toimii rinnakkain verbaalisen viestin välittämisen kanssa. Luettavuus ja sitä muokkaavat monet tekijät ovat kuitenkin olleet tutkimusten tarkastelun kohteena useammin kuin typografisen vaikuttavuuden muut osa-alueet. Monesti typografian suunnittelijatkaan eivät ole syvällisemmin kiinnostuneita työkalunsa semioottisista prosesseista, jos perinteisillä opetelluilla käytännöillä saadaan kuitenkin aikaan halutunlaisia lopputuloksia. Tekstien visuaalista retoriikkaa tutkinut Brumberger lainaa typografi Colin Wheildonia todetessaan typografian sääntöjen olevan alkuperältään muinaisia sekä vailla käytännöstä nousevaa tukea. Hänen mukaansa ne ovat muodostuneet intuitiivisesti työskentelyn kautta ja siirtyneet eteenpäin alan perimätietona, mutta niiltä puuttuu silti tukeva teoreettinen perusta. Lisäksi graafisen suunnittelun sääntöjä ja käytäntöjä tukeva teoria ja tutkimus ovat määrältään suppeita ja useamman tieteenalan alle hajaantunutta (ks. Brumberger 2003, 206–207), mikä ei tee tiedon löytämistä varsinaisesti helpompaa asiasta kiinnostuneille.

Jonkin verran on löydettävissä tutkimusta, jossa on haluttu kartoittaa empiirisesti tekstityyppien välittämää visuaalista vaikutusta. Usein näissä on ollut lähtöajatuksena, että kirjaintyyppien fyysiset piirteet, muodot ja leikkaus muodostavat eräänlaisen 'persoonan', joka osaltaan viestii lukijalle tietynlaista vaikutelmaa. Varhaisimpia esimerkkejä tästä tutkimusotteesta on löydettävissä jo 1920-luvulta, jolloin pyrittiin kartoittamaan valittuihin kirjaintyypeihin liitettyjä tunnelmia luokittelemalla niille annettuja kuvailevia luonnehdintoja. (mt. 208.) Tämän jälkeen 1960-luvulla kiinnostuttiin vertailemaan alan ammattilaisten ja typografaan perehtymättömien ihmisten havainnoinnin eroja kirjaintyyppien persoonallisuudesta. Uuden tutkimusotteen taustalla olivat C. E. Osgoodin luomat semanttisen differentiaalisen asteikon, joilla pyrittiin mittaamaan kirjaintyyppien välittämää emotionaalista konnotaatiota eli niiden tunnelman välittämisen kapasiteettia. Koehenkilöitä pyydettiin arvioimaan valittujen kirjaintyyppien luonnetta numeroskaalan ja valmiina annettujen toisilleen vastakkaisen adjektiiviparien avulla (esim. vahva–heikko, maskuliininen–feminiininen, nopea–hidas). Brintonin tutkimus osoitti, että ammattilaiset ja tavalliset henkilöt olivat yleensä yksimielisiä arvioissaan kirjaintyyppien luonteesta, mutta ammattilaiset tyypillisesti liittivät niihin useampia ominaisuuksia. Tannenbaumin, Jacobsonin ja Norrisin tutkimuksessa puolestaan käytettiin kolmea typografisen asiantuntemuksen suhteen toisistaan eroavaa ryhmää, joissa tulokset olivat samansuuntaisia kuin aiemmin Brintonin saamat. Riippumatta asiantuntemuksen tasosta koehenkilöiden arviot kirjaintyyppeihin liitetystä luonnehdinnoista osoittivat keskenään melko korkeaa yhdenmukaisuutta. (mt. 209–210.)

Hieman tuoreempaa semanttista differentiaalia hyödyntävää typografian tutkimusta edustavat Bartramin ja Rowen 1980-luvulla tekemät selvitykset typografian *semanttisista ominaispiirteistä* (semantic quality). Rowe käytti myös termiä kirjaintyyppien *konnotatiiviset ulottuvuudet*. Näidenkin tutkimusten taustalla oli oletamus fonttien semanttisista ominai-

suuksista, jotka muokkaavat tekstin sisältämää verbaalista viestiä, ja tarjoavat näin tulkinnan mahdollistavan kontekstin. Rowe määritteli tutkimuksen perusteella viisi kategoriaa kirjaintyyppien semanttisille ominaisuuksille, joita olivat kyvykkyys (heikko/vahva), arvostus (puhdas/likainen), tyylikkyys, omaperäisyys ja vanhahtavuus. Näitä luokkia yhdistelemällä tutkimuksessa käytetyille kirjaintyypeille pystyttiin kokoamaan konnotatiivinen luonnehdinta eli eräänlainen profiili. Bartramin tutkimus seurasi vastaavaa kaavaa, mutta hänen käyttämänsä kategoriat poikkesivat jonkin verran Rowen käyttämistä. (mt. 208.) Myös Walkerin, Smithin ja Livingstonen 1986 tekemän tutkimuksen lähtöhypoteesi oli, että kirjaintyyppiin kuuluvat semanttiset ominaisuudet voisivat värittää myös niiden välittämää verbaalista viestiä. Oletuksen mukaisesti he havainnoivat koehenkilöiden liittävän testattuihin kirjaintyyppihin aina tietyn aihepiirin konnotaatioita huolimatta siitä, oliko kirjaintyyppin käyttö konnotaatioon selkeästi liittyvässä yhteydessä vai ei. Vaikka edellä kuvatut typografisia konnotaatioita kartoittaneet tutkimustulokset eivät suoraan tarjoakaan ohjeistusta kirjaintyyppien valintaan käytännössä, ne kuitenkin tukevat ennako-oletusta siitä, että lukijat kiinnittävät huomiota käytettyihin kirjaintyyppihin ja tekevät niistä jäsentyneitä tulkintoja. (ks. Waller 1991, 344.)

Nämä semanttista differentiaalia hyödyntäneet tutkimukset ovat tuottaneet melko erilaisia luonnehdintoja ja profileja testatuista kirjaintyypeistä ja syynä tähän ovat luultavasti olleet vaihtelevat metodologiset otteet sekä koehenkilöitten toisistaan poikkeavat sosiaaliset, kulttuuriset ja koulutukselliset taustat. Suuri merkitys on myös sillä, että kirjaintyyppien arvostus ja käyttötavat ovat vaihdelleet merkittävästi vuosikymmenten saatossa. (Brumberger 2003, 209.) Tiettyinä ajankohtana saadut tulokset eivät vertaudu suoraan siihen, mitä assosiaatioita samat kirjaintyyppit herättävät ihmisissä esimerkiksi viidenkymmenen vuoden kuluttua.

Aiemmasta tutkimuksesta on todettava, että tutkimusotteet ovat tarkastelleet kirjaintyyppijä vain lyhyiden tekstinäytteiden kautta ja irrotettuna normaalista typografian käyttökontekstista eli pidemmistä tekstimassoista ja hierarkkisista kokonaisuuksista. Myös Brumberger huomauttaa tästä puutteesta, ja on omassa tutkimusotteessaan halunnut tarkentaa, toimiiko kirjaintyyppin persoonallisuuden hahmotus ja vaikutus myös osana pitempiä tekstikappaleita. Hänen saamiensa tulosten perusteella voi sanoa, että nykyäänkin ihmiset liittävät johdonmukaisesti tiettyjä piirteitä tiettyihin kirjaintyyppihin, mikä näkyi testissä käytettyjen kirjaintyyppien jakaantumisenä kolmeen selkeään tyyppiryhmään. Myös varsinaisten tekstikappaleiden testauksessa tietyt ominaisuudet assosioitiin tiettyihin kirjaintyyppihin liittyviksi. Näin ollen Brumberger toteaa kirjaintyyppin valinnalla olevan retorisia vaikutuksia esitettävään tekstiin. (mt. 209–221.)

Viime vuosina typografian herättämiä konnotaatioita on oltu kiinnostuneita tutki-
maan myös markkinoinnin ja kuluttajapsykologian näkökulmasta. Esimerkiksi Doylen ja Bottomleyn (2004; 2009) tutkimuksissa kirjaintyyppien konnotaatioiden vaikutusta on tarkasteltu suhteessa tuotelojien arviointiin ja niiden luomiin brändiodotuksiin. Samoin Childers ja Jass (2002) ovat puolestaan kartoittaneet kirjaintyyppien luomia semanttisia assosiaatioita markkinoinnin kontekstissa ja brändien muistettavuuden lisääjänä.

2.4 Sosiosemioottinen multimodaalisuuden teoria

Oman tutkimukseni taustalle typografian semioottisen prosessin tarkasteluun olen valinnut alun perin lingvistiikasta lähtöisin olevan sosiosemioottisen viitekehyksen ja siinä tarkemmin Gunther Kressin ja Theo van Leeuwenin sen piirissä soveltaman multimodaalisuuden teorian. Seuraavassa esittelen teoreettisen viitekehykseni taustaa ja periaatteita.

Multimodaalisen tutkimuksen juuret ovat suurelta osin M. A. K. Hallidayn 1990-luvulla kehittämässä systeemis-funktionaalisessa kieliopissa, joka tarkastelee kieltä sosiaalisessa ja kulttuurisessa kontekstissa hyödynnettävänä semioottisena systeeminä. Kyseisessä teoriassa kommunikaation nähdään koostuvan semioottisista struktuureista, joiden muotoutumiseen tapahtumakontekstilla on erityisen suuri merkitys. Näitä struktuureita hahmotetaan kolmen eri ulottuvuuden eli metafunktioiden kautta, jotka tulevat esiin kaikessa puhutussa ja kirjoitetussa viestinnässä. Yhdessä ne vaikuttavat merkityksen muodostumiseen viestintätilanteessa. Metafunktiot ovat 1) *ideationaalinen*, 2) *interpersoonainen* ja 3) *tekstuaalinen*. Ideationaalisella metafunktiolla tarkoitetaan, millainen kuva maailmasta välittyy viestissä ja miten se koetaan. Interpersoonaisella taas viitataan viestin lähettäjän ja vastaanottajan rooleihin ja heidän keskinäiseen vuorovaikutukseensa sekä heidän asennoitumiseensa siihen, mitä ilmaistaan. Tekstuaalinen metafunktio tarkoittaa sitä, miten jäsenämme tekstin rakentumisen loogiseksi ja toimivaksi kokonaisuudeksi. (Kaltenbacher 2004, 192–193.)

Kress ja van Leeuwen olivat ensimmäisiä, jotka alkoivat soveltaa aiemmin vain luonnollisen kieleen analysointiin käytettyä tutkimusotetta myös visuaalisen aineiston tarkasteluun (1996). He muokkasivat Hallidayn luoman teorian pohjalta sosiosemioottisen viitekehyksen, jonka avulla voitiin hahmottaa, jäsentää ja analysoida kuvallisen aineiston *semioottisia resursseja*, eli niiden sisältämiä mahdollisuuksia muodostaa merkitystä, merkityspotentiaaleja. Kress ja van Leeuwen sovelsivat lähestymistapaansa 2000-luvulla useiden erilaisten semioottisten *moodien* tutkimukseen. Teorian kehittyessä suurempi painoarvo alettiin antaa kommunikaation kontekstille ja viestijän roolille viestiä ja merkitystä muotoilevina tekijöinä, eikä niinkään tiukalle kieliopille, jonka sääntöjen mukaan kommunikaation tulisi rakentua. Sosiosemioottisessa multimodaalin tutkimuksessa keskeisin mielenkiinnon kohde on siis eri moodien tarjoamien resurssien käyttö tietyssä yhteisöllisessä tai sosiaalisessa kontekstissa, toisin sanoen merkityksen muodostaminen sosiaalisena prosessina. (Jewitt 2009, 28–31.) Palaan semioottisten resurssien ja moodin määrittelyihin vielä seuraavissa alaluvuissa.

Vaikka multimodaalisuuden tutkimus on verrattain nuori tieteenhaara, on multimodaalisuus itsessään luontainen ominaisuus kaikenlaisille kommunikaation muodoille, niin teksteille kuin taideteoksillekin (Kaltenbacher 2004, 190). Stöcklin määritelmän mukaan viestinnän yhteydessä multimodaalisuudella tarkoitetaan kommunikatiivisia tuotteita ja prosesseja, jotka yhdistävät erilaisia merkitsemisjärjestelmiä eli moodeja, ja joiden tuotanto ja vastaanotto edellyttävät niihin osallistuvien viestijöiden tulkitsevan samanaikaisesti ja kokonaisuutena erilaisia merkityksen ilmentymiä. Tästä näkökulmasta voidaan sanoa monomodaalisen viestinnän olevan pikemminkin poikkeus säännöstä, sillä melkein kaikessa viestinnä-

nässä yhdistyvät erilaisten moodien samanaikainen toiminta. Yksittäisiä moodeja ja niiden toimintaa on tutkittu sosiaalisemioottisessa suuntauksessa kattavasti, mutta Stöcklin mielestä niiden keskinäinen vuorovaikutus teksteissä ja diskursseissa kaipaisi vielä lisäkartoitusta. (Stöckl 2004, 9–10.)

Sosiosemiotiikan ja multimodaalisen analyysin suhteen on kuitenkin muistettava, etteivät ne ole täysin itsenäisesti toimiva tieteenala, vaan multimodaalisuus on lukuisiin semioottisesti tulkittaviin konteksteihin sovellettavissa oleva työkalu. Se tarvitsee aina tuekseen myös käsiteltävän erityisalan konsepteja ja metodeja toimiakseen teoreettisena viitekehysenä. Multimodaalinen analyysi ei tarjoa valmiita ratkaisuja tutkimuskysymyksiin, vaan se on ennemminkin kysymyksenasettelun tapa suhteessa kulloinkin tutkittavaan ilmiöön. (van Leeuwen 2005a, 1.) Omaan tutkimukseeni liittyviä aikakauslehtien typografisia piirteitä ja lainalaisuuksia tulen esittelemään luvussa kolme.

2.4.1 Moodin ja median käsitteistä

Kressia lainaten moodi on ”sosiaalisesti muotoutunut ja kulttuurisesti määräytynyt merkityksen muodostamisen resurssi” (Kress 2009, 54). Viestinnän ja taiteen piirissä esiintyviksi moodeiksi voidaan nimetä siis esimerkiksi kirjoitus, kuvat, taittorakenne, musiikki, eleet, puhe, liikkuva kuva ja elokuvien äänimaailma.

Moodin olemusta voidaan hahmottaa kahden eri ulottuvuuden kannalta. Sosiaalista puolta painottaen voidaan sanoa moodien olevan tietyn yhteisön muodostamia määritelmiä ilmaisun tavoista, joita se toteuttaa yhteisten käytäntöjensä kautta. Näin ollen voidaan todeta, että jos on olemassa yhteisö, joka käyttää säännöllisesti ja johdonmukaisesti kirjaintyyppien, taiton ja värien tarjoamia semioottisia resursseja merkityksenmuodostukseen, silloin nämä välineet toimivat tälle yhteisölle moodeina. Toisaalta teoreettiselta puolelta käsin moodin määrittelylle on myös muodollisia vaatimuksia. Tällä viitataan viestinnällisissä resursseissa esiintyviin kolmeen metafunktoon: ideationaaliseen, interpersoonalliseen ja tekstuaaliseen. Jos tarkasteltavassa resurssissa esiintyvät kaikki nämä toiminnot, sitä voidaan muodollisestikin kutsua moodiksi. (mt. 59.)

Sosiosemiotiikan kehyksessä moodi on siis jonkinlainen merkkijärjestelmä, jonka tarjoamista semioottisista resursseista viestijät voivat valita haluamansa merkit käyttöönsä. Muotoilemalla näitä resursseja ja valikoimalla sopivia moodeja ja niiden yhdistelmiä tuotetaan tiettyyn viestintätilanteeseen sopivia artikulaatioita. (Kress & van Leeuwen 2001, 21–22.) Moodiin sisältyy myös olettaamus kieliopista, joka kertoo kuinka sen sisältämiä merkkejä voidaan yhdistellä uusien merkityksien muodostamiseksi. Moodi ei ole kuitenkaan sama asia kuin media, vaikka nämä sekoitetaankin toisinaan, sillä moodi voi toteutua erilaisten medioiden kautta. Esimerkiksi puhe ja kirjoitus ovat mediallyisiä vaihtoehtoja kielen moodin toteutumiselle. Näin ollen moodien luokittelu niiden havaintokanavan mukaan, eli esimerkiksi kuulo-, näkö- ja tuntoaistiin pohjaaviksi, ei juurikaan avaa niiden toimintaa analyttiselta puolelta. (Stöckl 2004, 11.)

Media puolestaan määritellään semioottisten tuotteiden ja tapahtumien materiaaliseksi resurssiksi. Tämä sisältää sekä median muodostavan materiaalin että työkalut, joilla sitä muokataan. Perinteisesti mediana mielletty väline voi kulttuuristen muutosten myötä muuttua moodiksi, kun sen sisältämien resurssien merkityksen muodostuminen muuttuu luonteeltaan abstraktimmaksi ja sen lainalaisuuksista pystytään muodostamaan eräänlainen kielioppi. (Kress & van Leeuwen 2001, 22.) Näin on käynyt esimerkiksi typografian kohdalla ja esitteen tätä muutosta tarkemmin luvussa 2.5.

Rakenteellisesti moodi muodostuu sen havaittavasta materiaalisesta olemuksesta sekä siihen kohdistuneesta kulttuurisesta vaikutuksesta, eli sosiaalisessa kontekstissa muodostuneista käytännöistä. Sosiaalinen vaikutus ja moodin materiaalisen puolen tarjoamat *affordanssit* tuottavat yhdessä kulttuuriseen kontekstiin valikoituneita semioottisia resursseja. (Kress 2009, 55.) Affordanssin käsite on lainattu alun perin psykologian puolelta, jossa James Gibson on käyttänyt sitä viittaamaan tarkastelijan havainnoimista kohteen ominaisuuksista nouseviin toiminnan mahdollisuuksiin. Kohteilla on objektiivisia affordansseja, mutta koska havaitseminen on aina valikoivaa, näkevät eri katsojat samassa kohteessa myös erilaisia toiminnan mahdollisuuksia. Havainnoidut merkitykset ovat siis sekä subjektiivisia että objektiivisia. Merkityspotentiaalini erottaa affordanssista sen keskittyminen jo käytössä oleviin merkityksen merkityksen määrittämisen tapoihin, kun taas affordanssi korostaa vielä piilossa olevia, mutta mahdollisia merkityksenantoja. (van Leeuwen 2005a, 4–5.)

Erilaiset moodit eroavat toiminnaltaan etupäässä siinä, ovatko ne ajallisesti eteneviä vai spatiaalisesti hahmottuvia. Kirjaimin kirjoitettu teksti moodina on siinä suhteessa erityistä paus, että sen esitystapa on spatiaalinen, mutta samalla se ikään kuin jäljittelee puheen ajallista etenemistä lineaarisella muodolla. Spatiaalinen esitysmuoto tukee kuitenkin ajatusta kirjoitetun tekstin toimimisesta kuvan lailla. Näitä erottaa se, että kuvan tulkinnan etenemisen järjestystä ohjaa katsojan oma havainnointi (ts. mikä herättää ensimmäisenä huomiota), kun taas tekstiä seurattaessa lukijan on edettävä lineaarisesti sen sanelemassa järjestyksessä. Kirjoitus ei siis pääasiallisesti järjesty tilan sanelemalla logiikalla toisin kuin kuva. Puhuttua ja kirjoitettua kieltä yhdistävät sanaston ja syntaksin käyttäminen, mutta niillä on erilaiset merkityspotentiaalini muodostamistavat käyttämiensä viestintäkanavien kautta. Sosiosemiotikan näkökulmasta puheen ja kirjoituksen erottavat tekijät voivatkin olla tärkeämpiä kuin niiden yhteneväisyydet, sillä tämä osoittaa niiden toimivan erilaisia affordansseja tarjoavina moodeina. (Kress 2009, 56.)

Semioottisten moodien roolit eivät ole myöskään kiveen hakattuja, vaan ne voivat saada erilaisia rooleja osana multimodaalista viestintää. Ne voivat vahvistaa toisiaan eli välittää samaa merkitystä eri tavoin, ne voivat täydentää toistensa viestiä tai ne voivat olla hierarkkisesti järjestäytyneitä. (Kress & van Leeuwen 2001, 20.)

2.4.2 Semioottiset resurssit

Semioottisen resurssin käsite on peräisin Hallidayn luonnehdinnasta, jonka mukaan luonnollisen kielen kielioppi on säännösten sijaan *merkitysten muodostamisen resurssi*. Van Leeuwen (2005a) on laajentanut käsitteen koskemaan muitakin semioottisia moodeja kuin puhuttua kieltä. Semioottiset resurssit ovat siis toimintaa tai tuotteita, joiden avulla voidaan kommunikoida. Resurssit ilmenevät hyvin erilaisissa muodoissa: fyysisesti tuotettuina kasvoniilmeinä ja eleinä, mutta myös teknologian mahdollistamina musteen jälkinä paperilla tai kolmiulotteisina esineinä, joilla on massa, tekstuuri ja väritys. Perinteisesti näitä on kutsuttu de Saussuren määrittelyn mukaan merkitsijän ja merkityksen muodostamiksi merkeiksi. Kuitenkin sosiosemiotiikan piirissä suositaan resurssin käsitettä, koska merkkeihin liitetyt merkityksenannot nähdään jossain määrin ennalta annettuina. Resurssin olemus taas muodostuu vain suhteessa käyttökontekstiin, eli sen merkityksen muodostuminen on riippuvainen muista ympäröivistä elementeistä ja tapahtumatilanteesta. Sosiosemiotiikan mukaan resurssien ilmaisumahdollisuuksista puhutaan *semioottisina merkityspotentiaaleina*, jotka voivat olla toteutuneita olemassa olevien käytänteiden kautta tai joista voi tulla uusia käytänteitä resurssin käyttäjien kokeilun kautta. Sosiaalinen konteksti, jossa resurssien hyödyntäminen tapahtuu, voi antaa ilmaisulle yrityksen ja erehdyksen kautta muodostuvat säännöt, tai vaihtoehtoisesti resurssin käyttö voi olla suhteellisen vapaata. (mt. 3–4.)

Semioottinen resurssi voidaan hahmottaa joko ilmaisuvälineenä eli mediana tai moodina. Typografia on perinteisen käsityksen mukaan mielletty mediaksi eli kokoelmaksi erilaisia kirjaintyypejä, joita voidaan ryhmitellä historiallisen esiintyvyyden tai niiden ilmentämien vaikutteiden pohjalta. (van Leeuwen 2006, 145.) Kuitenkin on mahdollista tarkastella typografiaa myös moodina. Silloin sen semioottisina resursseina toimivat kirjainmuotojen lisäksi esimerkiksi värit, tekstuuri, kolmiulotteisuus ja jopa liike. Näiden kautta typografia tuottaa uusia merkityksiä ja on siis selvästi multimodaalista. Typografian semiotiikan ei tulisi siis esiintyä irrallisena erityisalueena, vaan tarkastella kaikkia erilaisia semioottisia resursseja, joita sen piirissä esiintyy. (van Leeuwen 2005b, 141.)

Semioottisen resurssin merkityspotentiaalın tutkimuksessa tarkastellaan, kuinka resurssia on käytetty, käytetään ja voidaan käyttää viestimiseen eli listataan sen toteutuneita käyttötapoja ja mikä tärkeintä, ehkä jopa ennustetaan mahdollisia tulevia merkityskäytänteitä. Kartoitusta resursseista ei voi koskaan olla kattava selvitys resurssin sisältämisestä kaikista mahdollisuuksista, koska se on sidottu tiettyyn sosiaaliseen ja teoreettiseen kontekstiin. (van Leeuwen 2005a, 5.)

2.4.3 Multimodaalisuuden malli

Kress ja van Leeuwen ovat hahmotelleet multimodaalisen merkityksen tarkempaa muodostumista neliosaisen luokittelun avulla, jossa multimodaalisuuden toimintapiirejä ovat *diskurssi* (discourse), *muotoilu* (design), *tuotanto* (production) ja *jakelu* (distribution). Nämä eivät ole hierarkkisessa suhteessa toisiinsa, vaan niiden voidaan nähdä toimivan yhtäaikaises-

ti toisiinsa lomittuen. (Kress & van Leeuwen 2001.) Seuraavassa esittelen jaottelun osioita tarkemmin.

Diskurssit ovat järjestäytyntä tietoa todellisuudesta tai jostain sen osa-alueesta, joka on muodostunut tietystä sosiaalisessa kontekstissa siihen osallistuvien toimijoiden aikaansaannoksena. Tietoihin kuuluvat käsitykset todellisuuden muodostavista tekijöistä (vastaten kysymyksiin kuka tekee, mitä, missä ja milloin) sekä niihin liittyvät arvotukset, tarkoitusperät ja tulkinnat. Diskurssit voivat olla aihepiiriltään hyvin laajoja tai rajatun suppeita ja ne voivat realisoitua erilaisissa tapahtumakonteksteissa ja medioissa. Toisin sanoen ne eivät ole sidoksissa tiettyyn genreen tai moodiin. Tarjolla on usein vaihtoehtoisia diskursseja liittyen kuhunkin todellisuuden osa-alueeseen, ja viestintätilanteen osapuolet valitsevat näistä näistä tilanteeseen ja kontekstiin sopivimman vaihtoehdon. (mt. 4–5, 20–21.)

Muotoilu on puolivälissä sisältöä ja ilmaisua. Se hyödyntää ja yhdistelee semioottisten resurssien tarjoamaa valikoimaa ja luo konsepteja semioottisille tuotteille ja tapahtumille. Muotoilu on keino realisoida valittuja diskursseja tietystä viestintätilanteesta, mutta se on myös mahdollisuus muovata sosiaalisesti järjestynyttä tietämystä, tuoda siihen jotakin uutta. Muotoilu on kuitenkin eri asia kuin semioottisen välineen materiaallinen tuotanto tai artikulaatio. Sen käyttämät resurssit ovat siis vielä abstraktilla tasolla ja niiden on mahdollista realisoitua erilaisissa moodeissa ja medioissa. (mt. 5–6, 21.)

Tuotannolla tarkoitetaan semioottisen ilmaisun saamaa varsinaista materiaalista artikulaatiota. Siihen liittyvät valitun median vaatimat fyysiset taidot, viestintävälineen varsinainen toteuttaminen ja materiaalin työstäminen. Tuotanto ei muodosta viestille vain sen havaittavan ulkomuodon, vaan myös lisää siihen merkityksiä oman fyysisen artikulaatioprosessinsa ja käytettyjen materiaalien kautta. (mt. 6–7, 21.)

Muotoilua ja tuotantoa, eli moodia ja mediaa on toisinaan hankala erottaa toisistaan käytännön tasolla – varsinkin kun nykyajassa viestin muotoilija on monesti myös materiaallisen lopputuotteen tekijä (mt. 7). Käsitteiden tasolla erottelu kuitenkin auttaa hahmottamaan multimodaalisten tekstien merkityksen muodostumista.

Jakelun osuutta ei yleisesti ole pidetty semioottisena eli merkitystä lisäävänä elementtinä, minkä Kressin ja van Leeuwenin jaottelu pyrkii haastamaan. Sillä viitataan semioottisten tuotteiden ja tapahtumien tekniseen uudelleenkodeaukseen, eli viestin jakelun mahdollistavaan muotoon saattamiseen. Vaikkei niiden alkuperäinen tarkoitus olekaan ollut muokata viestin merkitystä, myös näillä keinoilla on yhä enemmän omaa semioottista potentiaalia. Digitaalisen median aikakautena tuotannon ja jakelun osa-alueet toimivat yhä enemmän liittämättä ja yhtäaikaaisesti. (mt. 7–8, 21.)

Multimodaalisen viestinnän tutkimus painottaa viestintäprosessin tarkastelussa viestin lähettäjän artikuloinnin ohella yhtä paljon myös vastaanottajan tulkintaa. Tästä näkökulmasta viestintä on prosessi, jossa semioottinen tuote tai tapahtuma sekä tuotetaan että tulkitaan. (mt. 8.)

Viestintää tulkitakseen on olennaista ymmärtää, miten edellä kuvailut neljä merkityksen muodostuksen kerrostumaa vaikuttavat semioottisessa prosessissa ja viestin välittymisessä. Diskurssilla ja muotoilulla on vaikutusta tulkinnan muodostukseen, mutta tulkinta voi muodostaa niistä erilaisen käsityksen kuin viestin alullepanija on tarkoittanut. Tähän voivat vaikuttaa erilaiset diskurssikäsitteet ja kulttuuriset sekä sosiaaliset eroavaisuudet. Tarkoitettun ja tulkittun merkityksen vastaavuus riippuu siis suurelta kontekstista. (mt. 8.)

2.4.4 Multimodaalinen sommittelu: keskeisyys ja kehystäminen

Sosiosemiotiikan yleisenä tavoitteena on ollut hahmotella yhteinen teoreettinen viitekehys, jonka avulla olisi mahdollista tulkita kaikenlaisia semioottisia moodeja viestinnän ilmaismuodosta tai taiteenalasta riippumatta. Päämäärä on nähty mielekkääksi juuri sen takia, että samoja merkityksiä ilmaistaan usein erilaisten semioottisten moodien kautta. (Kress & van Leeuwen 2001, 1–2.)

Kress ja van Leeuwen ovat esitelleet multimodaalista sommittelua jäsentäviksi pääperiaatteiksi *keskeisyyden* ja *kehystämisen* käsitteet, joita voidaan soveltaa kaikenlaisiin visuaalisen sommittelun kokonaisuuksiin, ei vain puhtaasti kuvista koostuvaan aineistoon. (Kress & van Leeuwen 1996, 183–185.) Näin ollen ne soveltuvat erinomaisesti esimerkiksi aikakauslehtien aukeamien tarkasteluun.

Spatiaalisesti järjestetyssä sommitelmassa sen elementtien keskinäisen huomioarvon määrittäminen perustuu visuaalisiin vihjeisiin. Katsoja kiinnittää intuitiivisesti huomionsa ensimmäisenä niihin sommitelman osiin, joilla on suurin visuaalinen painoarvo. Näille elementeille muodostuu myös suurempi keskeisyyden arvo. Keskeisyys ei ole määreenä objektiivisesti mitattavissa, vaan se on aina visuaalisen vuorovaikutuksen tulos kaikkien kokonaisuuden elementtien suhteista toisiinsa. Visuaalisessa sommitelmassa keskeisyyden luomiseen vaikuttavat esimerkiksi elementtien koko ja sijoittelu, värikontrastit, sävykontrastit ja perspektiivin käyttö. Yhdessä nämä muodostavat keskeisyyden hierarkian, jossa jokainen elementti saa oman huomioarvonsa suhteessa sommitelman muihin osiin. (mt. 212–213.) Käytännössä on kyse siitä, mitkä visuaaliset piirteet ohjaavat katsojaa tai lukijaa kiinnittämään huomionsa tiettyihin elementteihin tiettyssä järjestyksessä.

Kehystäminen liittyy vahvasti sommitelmien visuaaliseen aseteltuun. Sillä viitataan sekä elementtien erottamiseen toisistaan että niiden yhdistämiseen jonkin visuaalisen väliin. Esimerkiksi viivan käyttäminen elementtien välillä luo niihin erillisyyttä, kun taas viivan pois jättäminen tuo elementtien välille yhtenäisyyttä eli ne mielletään helpommin osaksi samaa kokonaisuutta. Kehystäminen toimii myös asteittain eli sen luomat yhteneväisyydet ja raja-aidat voivat olla heikkoja tai voimakkaita. (mt. 214–218.) Kehystämisen tehtävää toteuttavat visuaalisten muotojen lisäksi myös elementtien järjestäminen suhteessa toisiinsa ja aikakauslehdissä esimerkiksi voimakkaasti palastellut tekstikappaleet ja niiden vaihteleva sijoittelu aukeamalla.

2.5 Typografian merkityksen muodostus mediana ja moodina

Kuten edellä olen todennut, typografiaa voidaan tarkastella lähtökohtaisesti joko mediana tai moodina eli semioottisten resurssien joukkona. Kun typografista järjestelmää tarkastellaan mediana, sen merkityksen muodostaminen tapahtuu melko epäsystemaattisesti joko *konnotaation* tai *kokemuksellisen metaforan* kautta (van Leeuwen 2006, 145).

Tässä yhteydessä käytetty konnotaation käsite perustuu pitkälti Roland Barthesin kirjoituksiin kuvien konnotatiivisesta luonteesta. Konnotaatiot muodostuvat merkin tuomisesta johonkin uuteen kontekstiin, jossa uudet assosiaatiot laajentavat sen merkitystä. Tällainen konteksti voi olla esimerkiksi historiallinen ajankohta, kulttuurinen alue tai sosiaalinen ihmisryhmä. Alkuperäisestä yhteydestä irrotettu ja uuteen kontekstiin istutettu merkki kantaa täten mukanaan alkuperäänsä liitettyä konnotaatiota. Konnotaatiot ovat kuitenkin laajoja merkityspotentialiltaan, ja niiden rajaaminen riippuu aina siitä spesifistä kontekstista, johon merkki tuodaan. Merkkien ymmärtäminen edellyttää aina ymmärrystä myös niitä ympäröivästä kulttuurista, niin merkkien tekijältä kuin niiden tulkitsijaltakin. (van Leeuwen 2005a, 37–42; 2005b, 139.)

Toinen merkityksen muodostuksen suora mekanismi on kokemuksellinen metafora eli kirjainmuotojen sisältämä metaforinen potentiaali. Tällä viitataan kykyymme laajentaa empiiristä kokemustamme maailmasta tulkitaksemme merkkeihin ladattua merkityspotentiaalia. Metaforat on totuttu liittämään vain luonnollisen kieleemme toimintaan, mutta niiden toimintaperiaate soveltuu lukuisiin muihinkin moodeihin. Niiden ymmärtäminen perustuu suoriin, konkreettisiin kokemuksiimme ympäröivästä todellisuudesta. Tämä on merkittävää semioottisen uudistumisen kannalta, koska uudet ideat ja käytännöt voivat perustua fyysisten tai kulttuuristen kokemustemme tarjoamiin affordansseihin. (van Leeuwen 2005a, 29–36; 2006, 145–146.)

Van Leeuwen on tarkastellut typografisia merkityksiä myös moodin näkökulmasta ja luonnostellut sille omaa kielioppia. Tämän mukaan kirjainhahmojen sisältämiä muotoja tarkastellaan ikään kuin pienimpinä merkityksen muodostuksen yksikköinä, samaan tapaan kuin puhuttua kieltä tarkasteleva fonetiikka tarkastelee foneemeja. Tällöin kirjainten muodot rakentavat merkityspotentiaalien yhdistelmiä, joiden tulkitaan saavan viestintäkontekstissa tietynlaisia merkityksiä. Van Leeuwen kutsuu tätä typografian *semiotisoinniksi*, eli merkityksen antamiseksi lukijoiden yhteisen kokemuksen perusteella sille, millä ei ennen ollut semioottista merkitystä. Aiemmin esittelemäni konnotaation periaate sen sijaan perustuu jaettuun kulttuuriseen tietoon ja arvoihin. Van Leeuwen jaottelee kirjaintyyppien semioottista merkitystä tuottavat ominaispiirteet seitsemään luokkaan, jotka ovat kirjainleikkauksen vahvuus (weight), kirjainleikkauksen leveys (expansion), kaltevuus (slope), kaarevuus (curvature), kirjainten välinen liittyvyys (connectivity), suuntautuminen (orientation) ja säännöllisyys (regularity). Näiden lisäksi van Leeuwen nimeää myös ei-tunnusomaisten piirteitten luokan (non-distinctive features), joihin sisältyvät esimerkiksi kalligrafisiin kirjasimiin liitetyt koristeelliset kiemurat. Näiden merkityspotentiaali muodostuu yleensä edellisten seitsemän

kategorian toiminnan pohjalta. Van Leeuwenin kategorisoinnissa on oleellista, että typografia moodina toimii pikemminkin paralleelisesti kuin lineaarisesti, eli edellä esitellyt kategoriat toimivat samanaikaisesti ja suhteessa toisiinsa tekstiä luettaessa. (van Leeuwen 2006, 147–152.)

Typografian toimintaa suhteessa tekstiin voidaan arvioida metafunktioiden toiminnan perusteella, joiden tarkoitus on luoda teksteihin koheesiota eli lukijan ymmärrystä helpottavia rakenteita. Stöcklin mukaan typografian tehtävä onkin muodostaa eräänlainen rinnakkainen harmonia tekstirakenteen ja lingvistisen viestin kanssa, vaikkakin toisinaan kontrasteja hyödyntäen. Typografian on siis mahdollista toimia samanaikaisesti kolmella tasolla. 1) Ideationaalisella tasolla eli viitata, kommentoida ja vahvistaa tekstin verbaalista viestiä, ja kuvallinen typografia voi ilmaista itsessään fyysisiä kohteita. 2) Interpersonaalisisella tasolla eli ilmaista viestin lähettäjän ja vastaanottajan suhdetta, ja vastata näiden esteettisiä arvostuksia. 3) Tekstuaalisella tasolla eli ryhmitellä visuaalisesti ja tuoda esiin verbaalisen viestin rakennetta. Lisäksi Stöckl listaa vielä kaksi Jakobsonin teorialta lainattua tapaa, joilla typografia voi toimia: 4) viestille valittu media tai tuotantotapa voidaan nostaa merkittäväksi sen materiaalisuuden korostamisella ja 5) typografian toimiminen moodina korostuu, kun sen tuotanto ja tulkinta ovat erityisesti riippuvaisia kulttuurisista sekä muotiin, trendeihin tai johonkin erityisalaan liittyvistä visuaalisista konnotaatioista. (Stöckl 2005, 212.)

Van Leeuwen painottaa tekstuaalisesta ulottuvuudesta myös sen mahdollisuuksia korostaa tai häivyttää valittuja asioita. Aikakauslehtien genreen liittyen hän toteaa tekstien koheesion muodostuvan usein taitollisten ratkaisujen, typografian ja värien kautta entisten lingvististen keinojen sijasta. Lingvistiselle rakenteen muodostamiselle voidaan osoittaa jopa suoria vastineita visuaalisessa ilmaisussa. Tätä voidaan kutsua uudenlaiseksi kirjoitukseksi, jonka parempaan ymmärtämiseen tulisi pyrkiä kehittämällä teoriataustaa edelleen. (van Leeuwen 2006, 139–143.)

Typografian roolista moodina ja sen hierarkkisesta rakentumisesta semioottisena resurssina ei olla kuitenkaan aivan yksimielisiä sosiosemiotiikan piirissä. Van Leeuwenin mukaan typografian piirteet ovat läpikotaisin multimodaalisia, ja siinä esiintyvät moodit ovat osa visuaalista kieltä, joka tulee yhtä lailla esiin esimerkiksi valokuvissa, arkkitehtuurissa ja sisustuksessa. Sen sijaan Kaltenbacherin mielestä toiset esitetyistä moodeista ovat keskeisempiä tai olennaisempia kuin toiset, minkä seurauksena semioottiset resurssit tulisi jaotella tarkempaan hierarkiaan. (Kaltenbacher 2004, 194–195.) Stöckl puolestaan ehdottaa rakennetta, jossa kieli nähdään *ydinmoodina*, jonka yksi variantti kirjoitus on. Typografia määriteltäisiin tällöin *ohesimoodiksi*, jolla on lukuisia *alamoodeja* (esimerkiksi väri) ja näillä puolestaan erilaisia piirteitä (esimerkiksi saturaatio ja valööri). (Stöckl 2004, 11–15.) Kaltenbacher huomauttaa myös, että tiettyjen moodien esiintyminen eri tasojen alamoodeina riippuen tarkasteltavasta mediasta on ongelmallista. Joissain tapauksissa moodilla voi olla keskeisempi rooli, kuten värillä abstraktissa maalauksessa, kun taas typografian alamoodeina värin rooli ei ehkä olekaan niin merkittävä. Moodien keskeisyys siis vaihtelee riippuen käyttökontekstista, mut-

ta ajan ja käytäntöjen muuttuessa moodien merkitys voi myös muuttua tai kadota kokonaan. (Kaltenbacher 2004, 195.)

2.6 Semioottisen muutoksen kuvaus

Kuten tämän luvun alussa totesin, typografialla on vuosisatojen ajan ollut oma tarkasti määritelty toiminta-alueensa, jonka yksityiskohtaiseen perimätietoon olivat perehtyneet vain kokeneet käsityöläiset. Kuitenkin teknologinen kehitys ja sitä seuranneet uudet työvälineet muuttivat peruuttamattomasti typografian ilmaisunmahdollisuuksia ja loivat siinä sivussa myös aivan uusia semioottisen merkityksen tapoja. Tämän vuoksi typografisen ilmaisun tarkastelu on hedelmällinen alusta myös semioottisen muutoksen havainnoinnille. Merkitysjärjestelmät ovat hyvin harvoin staattisia, muuttumattomia kokonaisuuksia, vaikka lingvistiikka monesti haluaakin esittää tutkimuskohteensa siten. Nykyajan typografiassa, joka on hypännyt painetulta sivulta hyperavaruuteen ja etsii jatkuvasti uusia ilmenemismuotoja, näemme selvästi, kuinka erilaiset vanhat ja uudet typografian toimintatavat vaikuttavat toisiinsa ja muodostavat ilmaisutapojen hybridejä.

Van Leeuwenin mukaan typografiassa jo tapahtuneessa ja parhaillaankin tapahtuvassa semioottisessa muutoksessa on kolme keskeistä näkökulmaa. Ensinnäkin ovat muutoksen takana vaikuttavat sosiaaliset syyt. Typografia perustui pitkään hyvin hiottuihin traditioihin ja se toteutti pääasiassa hyvän luettavuuden periaatteita tärkeimpänä ohjenuoranaan. Näiden periaatteiden vallitessa typografialla ei koettu olevan semioottista merkitystä. Teknologinen kehitys mahdollisti monipuolistuvan ja rikastuvan typografisen ilmaisun, joka on alkanut täyttää täysivaltaisen semioottisen moodin tunnusmerkit ja vaatii uudenlaista tulkintaa. Toisekseen on yhteisössä esiintyvä muutosvastarinta. Semioottinen muutos saa usein aikaan vastustusta, koska sosiaaliset konventiot ja erilaiset käytännöt ovat muotoutuneet tukemaan tietynlaisia toiminnan rakenteita. Typografian muuttuminen uudelleenlaiseksi ilmaisuvälineeksi soti perinteisen typografisen selkeyden ohjesääntöä vastaan ja uhkasi typografisen kokemuksen ja ammattitaidon arvostusta. Kolmanneksi tulevat vielä semioottisen innovaation periaatteet, konnotaatio ja kokemuksellinen metafora. Edellä kuvaillut muutokset ovat asettaneet uusia vaatimuksia typografian merkitykselle. Sillä halutaan esimerkiksi viestiä tuotteitten tai yritysten identiteettejä. Lisäksi typografia on ollut muovaamassa uutta kuvallisuuden ja kirjainmuotojen välistä suhdetta, joka liittyy sähköisen viestinnän aikakauteemme. Nykyinen typografia viestintämuotona liittyy yhtäältä kiinteämmin kirjoitukseen kuin aiemmat kuvaruutua hyödyntävät mediat, televisio ja elokuvat, mutta toisaalta on myös paljon kuvallisempi kuin muut sivuiksi asettuvaa muotoilua käyttävät mediat, kuten kirjat. (van Leeuwen 2005a, 26–29.)

Oman aikamme semioottisesta muutoksesta viestivät myös multimodaalisten tekstien tuottajien roolien muuttuminen. Aiemmin multimodaalisiin teksteihin liittyvät työroolit olivat tarkasti erillisiä, esimerkiksi elokuvan tuotantoprosessissa tai lehden toimituksessa, ja työpanokset yhdistyivät vasta editointivaiheessa järjestäytyneeksi kokonaisuudeksi. Teknolo-

gisen kehityksen myötä myös tuotannoissa esiintyvät roolit ovat alkaneet sulautua toisiinsa, jolloin yhden henkilön on periaatteessa mahdollista kontrolloida useita valintoja erilaisten moodien sisällöstä ja niiden suhteiden välisestä järjestyksestä osana representaatiota. (Kress & van Leeuwen 2001, 1–2.)

Voidaan jopa sanoa, että nykyajassa typografian yksi tehtävä on uudistaa ja muotoilla kulttuurisia konventioita ja mediakäytäntöjä, jotka ovat syntyneet suunnittelijoiden ja lukijoiden välillä aikojen kuluessa. Uudet ilmaisutavat luodaan ja tulkitaan vasten käytännön kommunikaatioakteissa muodostunutta taustaa. (Stöckl 2005, 213.)

3. Kaupallisten aikakauslehtien typografia

3.1 Aikakauslehden typografian ominaispiirteet

Aikakauslehtien joukkoon kuuluu monenlaisia julkaisuja. Niiden lajityypit määrittyvät pitkälti sen mukaan, millaisille lukijaryhmille ne on suunnattu. On naistenlehtiä, harrastelehtiä, ruokalehtiä ja lehtiä lähes kaikista aiheista maan ja taivaan välillä. Rantanen on erotellut aikakauslehdille kolme pääkategoriaa, jotka eroavat toisistaan valitsemansa kohderyhmän ja kaupallisuuden suhteen: asiakaslehdet, yhteisölehdet, ja yleisölehdet. Asiakaslehdet ovat yrityksien sidosryhmilleen ja asiakkailleen suuntaamia ei-kaupallisia julkaisuja, jotka journalistisessa muodossa käsittelevät yritykselle keskeisiä asioita. Yhteisölehtiin taas kuuluvat järjestöjen ja ammattiryhmien lehdet, henkilöstölehdet sekä erilaiset aatteelliset lehdet. Näiden tavoitteena ei ole voiton tavoittelu itsessään, vaan niillä tuetaan yhteisön toimintaa sekä tavoitteita ja niiden sisältö on yleensä asioihin, ei elämyksiin keskittyvää. Yleisölehdet ovat puolestaan kaupallisia aikakauslehtiä, joita tilataan tai ostetaan irtonumeroina. Näiden lehtien valikoima on suuri, ja niiden aiheet vaihtelevat hyvinkin laajasti. (Rantanen 2007, 26–31.) Omassa tutkimuksessani tarkastelen typografian toimintaa nimenomaan kaupallisten aikakauslehtien kontekstissa, koska näissä painottuu vahvimmin elämyksien ja vaikutelmien luominen visuaalisen ilmeen ja typografian avulla.

Aikakauslehdillä on sekä kuvallinen että verbaalinen tapa puhua lukijoilleen. Tämä kaksijakoinen rakenne muodostaa monimutkaisen viestien ja merkitysten verkoston. Lehti käyttää viestinnän mahdollisuuksiaan tehokkaasti vain, jos nämä molemmat huomioidaan yhtä lailla ja samanaikaisesti sen suunnitteluprosessissa. Menestyvää lehteä ei myöskään voida valmistaa sarjatuotantona, jossa samaa kaavaa toistettaisiin aina uudelleen. Lehteä tulisikin tuotteen sijaan ajatella pikemminkin teoksena, jonka tekeminen edellyttää jatkuvaa uudistamista ilmaisutapojen ja sisällön suhteen. Visuaalisen ulkoasun on kuitenkin perustuttava verbaaliseen sisältöön ja sen tulee ensisijaisesti edistää lehteen sisältyvien tarinoiden vaivatonta välittymistä lukijoille. (mt. 10–12.) Muutoin tuloksena on vain tyhjää koristeellisuutta, joka ei palvele lehden viestinnällisiä päämääriä.

Lehtien suhteen ensisijainen tunnistaminen tapahtuu yleisen visuaalisen havainnoinnin kautta eikä niinkään varsinaisia kirjaimia lukien. Tämä tulee esiin esimerkiksi tarkastelemalla sumennettua kuvaa sanomalehden sivusta, jossa mikään yksittäinen elementti ei ole tarkkarajaisesti hahmotettavissa. Vaikkemme pystyisi erottamaan näkymästä yhtäkään tunnistettavaa kirjainta, tunnistamme kuitenkin sanomalehden palstoitukselle ominaisen typografisen systeemin, joka on tullut meille tutuksi tuhansien toistojen kautta. Pystymme varsin nopeasti kertomaan jopa sen, minkä tyyppisestä sisällöstä on kyse, artikkelitekstistä vai kenties luokitelluista ilmoituksista. Tunnistamme, mihin otsikot on sijoitettu ja mitä muita typografisia elementtejä sivulta löytyy. (Moser 2003, 40.) Olemme siis lehtiä lukemalla oppineet tunnistamaan visuaalisesti, minkälaisia typografisia hierarkioita omassa kulttuurissamme ilmestyvät lehdet hyödyntävät. Omitut käytännöt ovat luoneet kokemustaan, jonka varassa uudentyyppisestikin aineistosta tehdyt havainnot myöhemmin tulkitaan.

Typografian rooli aikakauslehdessä on keskeinen, koska se auttaa verbaalisen sisällön ymmärtämistä. Lehtiä selatessa tekstiä ei pääse pakoon juuri yhdelläkään aukeamalla, ja mitä vähemmän lehdessä on kuvia, sen tärkeämmäksi nousee tekstin visuaalinen ulkoasu. Typografia luo sisällölle yhtenäisyyttä ja rakennetta. Typografisten muotojen kautta aukeaa mahdollisuus vaikuttaa lukijan tunteisiin. (Rantanen 2007, 105–106.) Tämä liittyy juuri typografian konnotatiivisiin piirteisiin.

Huovilan mukaan julkaisun visuaalinen tunnistettavuus koostuu typografian avulla luodusta yhtenäisyydestä lehden eri osien ja niiden sisältämien elementtien välillä. Aikakauslehden typografiaan kuuluvia osia ovat julkaisun nimiö eli logo, valitut kirjaintyypit, otsikoissa ja leipäteksteissä käytetyt tyylit, sivukoko, osioiden tunnukset ja erilaiset opasteet. Huovila listaa typografisiin ohjeisiin sisältyviksi myös linjojen, kehysten, värien ja tehosteiden käytön. (Huovila 2006, 85.)

Rantasen mukaan aikakauslehden visuaalisuudelle voidaan erottaa kolme erilaista tehtävää: 1) se markkinoi lehteä potentiaalisille lukijoille eli houkuttaa ostamaan, 2) se opastaa lukijaa suunnistamaan sisällölle määritellyssä rakenteessa ja 3) se edesauttaa tekstin ymmärtämistä (Rantanen 2007, 33). Myymisen funktioon sisältyvät lehdelle tavoitellun identiteetin eli sille ominaisen persoonallisen ilmaisun luominen sekä erottautumisen omassa lajityypissä muista kilpailevista lehdistä. Identiteetin luomiseen syvennyn vielä tarkemmin seuraavassa alaluvussa 3.2. Myös Meseguer näkee typografian olevan yksi tärkeimmistä erottautumisen elementeistä, koska se linkittää yhteen kaikki muut visuaalisuuden osat otsikoiden, kappaleiden ja palstoituksen avulla. Yhdessä nämä kaikki määrittävät lehden tyyliä. (Meseguer 2010, 2–3.)

Tyylin muodostamisen lisäksi lehden typografia siis järjestää informaatiota ja opastaa lukijaa löytämään haluamansa jo alustavan silmäilyn perusteella. Hyvän ja toimivan typografian tunnistaa sen muodostamasta selkeästä hierarkiasta. (Rantanen 2007, 109.) Tunnettu graafinen suunnittelija Neville Brody on jopa verrannut lehden typografista suunnittelua kaupunkiarkkitehtuurin järjestämiseen. Hän rinnastaa kaupungin pohjakaavan lehden ra-

kenteeseen, jossa lukijaa autetaan eteenpäin erilaisten opasteiden ja vaihtelevan struktuurin kautta. Esimerkiksi avointa, tyhjää tilaa käytetään signaloimaan jonkin uuden kokonaisuuden alkua eli sisäänkäyntiä. Verrannollisesti ilmaistuna: suuren ja näyttävän rakennuksen sisäänkäyntiä ei koskaan sijoitettaisi huomaamattomasti pienen kujan varrelle, josta kukaan ei sitä löytäisi. (ks. Moser 2003, 12.)

Nykyään aikakauslehtien toimituksellinen sisältö joutuu myös eräällä tavalla kilpailemaan huomiosta sisältämänsä ilmoitusaineiston kanssa. Lehdissä esiintyvät mainokset ovat visuaalisesti näyttävämpiä kuin koskaan ennen, ja niiden tarkoitus on napata lukijan huomio. Hyvin suunniteltu ja toteutettu typografia avittaa myös tämän suhteen: toimituksellisen aineiston läpi kulkeva visuaalinen punainen lanka kertoo lukijalle selkeästi, mikä on journalismia ja mikä markkinointia. (Mendo 2010, 6.) Näiden kahden rajaa hämärtävät aikakauslehdissä yleistyvät advertoriaalit, joissa mainostajat ja lehden toimitus yhteistyössä luovat materiaalia, jonka on tarkoitus ulkoasuun myöten muistuttaa lehden toimituksellista aineistoa. Vaikka advertoriaalit merkitäänkin tekstin keinoin ilmoituksiksi, on niiden tarkoitus jäljitellä visuaalisesti ja typografisesti tavallisia artikkeleita, jolloin lukija saattaa erehtyä ainakin aluksi tekstin sisällöstä ja tarkoituksesta.

Myös Kunz painottaa typografian tehtävää lukijan apuna. Hänen mielestään väite, että visuaalisesti vaativa typografia houkuttelisi lukijaa ratkaisemaan sen takana piilevän viestin, ei pidä paikkaansa. Monimutkaisuus on hänen mielestään este, ei kutsu peremmälle. Typografian tarkoitus on mahdollistaa lukeminen ja ymmärtäminen, eikä esteettinen funktio saisi hämärtää tekstin sisältöä. Hän myöntää kuitenkin, että silmää miellyttävä graafinen muotoilu on aina tehokkaampaa kuin sellainen, joka ei miellytä. Miellyttävyyden käsite on itsessään mielipiteitä jakava, sillä suunnittelijoilla ja lukijoilla on toisinaan erilaisia esteettisiä arvostuksia. Toimivan typografian taustalla tulisi joka tapauksessa olla tietoa viestinnän teorioista sekä typografisista periaatteista ja ymmärrys valitusta kohderyhmästä sekä viestinnän tavoitteista. (Kunz 2002, 8–9.)

Lehtitypografian historiasta voidaan kuitenkin nostaa esimerkkejä, joissa luettavuuden rajojen rikkominen on tuottanut vaikuttavaa ilmaisua. Aiemmin mainitsemani Brody muotoili 1980-luvulla *The Face* -lehden aluksi tekstimuotoisia palstatunnuksia yhä abstraktimpaan suuntaan, jossa kirjainten muodot olivat lopulta enää viitteellisesti yhdistettävissä alkuperäisiin teksteihin. Kun muutos tapahtui asteittain numero numerolta, oli lopullinen tyylitelty typografia kuitenkin muodoltaan ymmärrettävä lehteä seuraaville lukijoille. Tässä yhteydessä toteutui typografian sosiaalinen aspekti, eli ekspressiivinen ilmaisu toimi yleisöä valikoivana tekijänä.

Toisaalta Unger huomauttaa, että typografian rooli vaihtelee erilaisissa yhteyksissä riippuen siitä, muotoillaanko luettavaksi pitkää vai lyhyttä tekstiä. Kokeellisuus ja leikittely toimivat luontevasti logoissa ja lyhyissä tekstipyrähdyksissä. Näin ollen erityyppisissä teksteissä toimivatkin erilaiset typografiset konventiot. Aikakauslehdissä lyhyiden ja pitkien tekstien maailmat usein kohtaavat sekä limittyvät toisiinsa ja muodostavat yhdessä toimivan kokonai-

suuden. Lisäksi lukijat soveltavat eri pituisiin teksteihin joustavasti erilaisia lukemisen tapoja. (Unger 2007, 40.) Lukijoiden mieltymys tietyyntyyppisiin fonttivalintoihin tietyssä käyttöyhteydessä ei riipu vain kirjaintyyppien yksilöllisistä piirteistä ja niiden luettavuudesta, vaan on suurimmalta osin kiinni tottumuksesta ja tavoista, jotka muuttuvat hitaasti.

3.2 Aikakauslehden identiteetin muodostuminen

Puhuttaessa aikakauslehden identiteetistä on hyödyllistä ensin tarkastella, millaisten keinojen kautta se pyrkii vaikuttamaan lukijaan. Sovellan tähän Rantasen Aristoteleeltä lainaamaa retoriikan kolmijakoa vaikuttavan puheen taustatekijöistä. Aikakauslehden asettamissa puitteissa voidaan sanoa, että viestiäkseen tehokkaasti lukijoilleen, lehdellä on oltava uskottava persoonallisuus (ethos). Tämän lisäksi sen tulee vedota lukijan järkeen (logos) sekä tunteisiin (pathos). Järkipuoleen vaikuttavana toimivat verbaliset viestit eli tekstin välittämät ajatukset, ja tunteisiin vetoavat visuaaliset muotoilut ja kuvallinen materiaali. Uskottava persoona muodostuu järkeen ja tunteisiin vetoamisen tarkoituksenmukaisesta ja suunnitellusta yhteistoiminnasta. (Rantanen 2007, 18–19.)

Lehden persoona voidaan vielä jaotella keholliseen ja sielulliseen puoleen. Kehoon kuuluvat visuaalisesti hahmottuvat osat, logo, typografia, värit, kuvat ja taitto. Sielu puolestaan tulee näkyviin aiheissa, näkökulmassa, asenteissa ja arvoissa, eli lukemalla paljastuvissa asioissa. Näiden kahden puolen tulisi olla keskenään harmoniassa. (mt. 47–48.) Typografinen muotoilu sijoittuu siis lehden identiteetin muodostamisen ytimeen. Kirjaintyyppien valinta muodostaakin julkaisun sisällölle sen äänen, joka yleisön muodostamien assosiaatioiden kautta puhuttelee sitä erityisellä tavalla (Samara 2005, 30). Lehden typografiaa suunniteltaessa on siis yhtä lailla punnittava välitettävän tekstin merkitystä kuin myös sitä, mitä yleisö siltä odottaa.

Visuaalisen ulkoasun tehtävä on auttaa sisällön ymmärtämisessä ja sen johdonmukaisella toteuttamisella lehti tulee myös tunnistettavaksi lukijalleen. Johdonmukainen ja hierarkiaa rakentava typografia muodostaa numerosta toiseen toistuessaan mielikuvan lehdestä. Tunnistettavuuden lisäksi lukija odottaa julkaisulta lisäksi vaihtelua ja yllätyksellisyyttä. Lehden tulisikin muodostaa dramaturginen kokonaisuus, jossa huippukohdat erottuvat lukijalle visuaalisten opasteiden kautta. (Rantanen 2007, 20–21.) Esimerkiksi hyvin suunnitellut ja yhteen toimivat palstatunnukset toimivat juuri näin.

Hyvä lehtitypografia vahvistaa käsitystä, että tekstikin voi toimia erityisen painoarvon omaavana 'kuvana'. Kun aikakauslehden persoonallisuus muodostuu taitavasti käytetystä typografiasta, sen identiteetillä on mahdollisuus kasvaa ja vahvistua. Typografia muodostaa ikään kuin lehden yritysilmmeen. (Mendo 2010, 6.) Monesti aikakauslehden kirjaintyyppien valinta ei kuitenkaan tapahdu pelkästään niiden henkimien mielikuvien perusteella, vaan niiden tehtävä on luoda erottautumista suhteessa muihin lehtiin. (Unger 2007, 143.)

Ensivaikutelma aikakauslehdestä muodostuu aina ensin kannen välityksellä, jossa yhdistyy logon, kuvan ja typografian muodostama lehdelle leimallinen kokonaisuus. Niiden vä-

littämän vaikutelman on oltava johdonmukainen ja selkeä, jotta lehdestä muodostuisi myyntilanteessa mieleenpainuva ja tunnistettava hahmo. Lehden persoona kiteytyy selkeimmin sille suunniteltuun logotyyppiin. Moni lehdenkansi voisikin jäädä tunnistamatta, jos niiden nimiöt peitettäisiin lehtihyllyssä. (Moser 2003, 40.) Kokeellisissa ja marginaalisemmissä julkaisuissa myös logolla voidaan hakea erottautumista. Tällöin jopa logon ilme saattaa vaihdella numerosta toiseen, tai sen sijainti onkin jokin muu kuin konventionaalinen etukannen yläreuna.

Kaupallisen menestymisen kannalta keskeistä on lehden erottautuminen muista kilpailijoista. Samantyyppiset sisällölliset ja visuaaliset ratkaisut tekevät julkaisuista toistensa kaltaisia, mihin lukijat kyllästyvät nopeasti. Suunnittelijan tehtävä on tasapainoilla omaperäisyyden ja konventionaalisuuden välillä löytääkseen juuri sopivan visuaalisen tyylin ilmentämään tietyn lehden persoonallisuutta, joka ei kuitenkaan saisi olla liian erikoinen lukijoille. Monesti on kysymys useista pienistä yksityiskohdista, jotka yhdessä muodostavat juuri sopivasti ja houkuttelevasti erilaisen ulkoasun. Lehden visuaalisen kehon kaikkien elementtien tulisi kuitenkin olla linjassa keskenään eli välittää samaa kuvaa persoonasta ja täydentää sitä omalta osaltaan. (Rantanen 2007, 55–56.)

Lehden visuaalinen tyyli määrittyy osaksi lehden lajityypistä lähtien. Lajityyppien sisällä on yleensä vakiintuneita visuaalisia tyylikäytäntöjä, mutta toisaalta lehden identiteetin on oltava myös riittävän omaperäinen ja yksilöllinen pystyäkseen erottumaan muista saman genren kilpailijoista. (mt. 24.) Yleensä lehden tyyli on sen tapa erottautua muista saman lajityypin sisällä toimivista lehdistä (mt. 57). Tämä tulee esiin yhdessä valitsemani tutkimusesimerkissä, jossa urheilu- ja pyöräilylehtien genreen sijoittuva julkaisu on tietoisesti valinnut erilaisen visuaalisen ja typografisen lähestymistavan aiheeseensa kuin useimmat muut lajityypinsä edustajista.

Voimakas persoonallisuus tarkoittaa siis huomatuksi tulemistakin lajityypin muiden edustajien rinnalla. Tämä ei välttämättä tarkoita, että on huudettava kovempaa kuin kaikki muut herättääkseen huomiota. Konteksti on keskeinen tekijä siinä, kuinka visuaalisuuden teho määrittyy. Jos yleinen äänimaisema on äänekkäs, voi sille vastakkainen toimintatapa, hiljainen ja hienostunut viestiminen, olla kaikista tehokkain erottautumisen keino. (mt. 49; Neuenchwander 1993, 75.)

3.3 Typografian osa-alueet aikakauslehdissä

3.3.1 Sivutaitto eli layout

Taitto eli layout viittaa lehden kaikkien elementtien asetteluun sivuille sellaisessa järjestyksessä, joka edesauttaa lukijaa sisällön hahmottamisessa. Typografian tehtävä on siis tarjota taitolle työkaluja, joiden avulla julkaisu saatetaan lopulta yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. (Huovila 2006, 85.) Taitolla viitataan yleensä muidenkin elementtien kuin typografian järjestämiseen

osana lehden sivuja, mutta omassa tutkimuksessani pyrin tarkastelemaan sitä sen typografiseen puoleen keskittyen.

Sivun taiton tai ulkoasun tutkimukselle ei ole muodostunut laajaa teoreettista pohjaa. Taitto ei ole lineaarinen kokonaisuus, joten sitä on hankala määritellä, ja kirjallisuustieteellisessä sekä lingvistiksessä tutkimuksessa se jätetään usein huomiotta. Wallerin mukaan taiton roolia suhteessa tekstin toimintaan on toisinaan aliarvioitu, mutta sen merkitystä tulisi korostaa lukemista ja kirjoittamista tukevana rakenteena. Tekstien kuluttajina olemme tottuneet kohtaamaan tekstit yleensä osina tiettyä dokumenttia. Teknologisen kehityksen myötä tekstejä kuitenkin luetaan usein fragmentteina erilaisilta päätelaitteilta ja pelkona on ollut jopa taitetun ja jäsenellyn tekstikokonaisuuden häviäminen. (Waller 2012, 236–237.)

Yksi tapa tarkastella taittoratkaisuja on genren näkökulma. Taiton ulkoasu tarjoaa yleensä visuaalisia vihjeitä siitä millaisesta dokumenttityypistä on kyse, ja minkä tyyppisen lukutavan soveltaminen toimii parhaiten sen kanssa. Esimerkiksi aikakauslehden houkutteleviksi suunnitellut aukeamat ja suuret otsikot on etupäässä tarkoitettu silmäiltäviksi, eikä niihin tarvitse välttämättä syventyä sen enempää. Taiton sisältämiä vihjeitä kutsutaan *affordanssisäännöiksi* (rules of affordance), jotka kertovat lukijalle, miten tekstin kanssa tulee toimia ja mitkä ovat sen käyttömahdollisuudet. (mt. 242.)

Myös aiemmassa luvussa esittelemäni kehystämisen ja keskeisyyden käsitteet soveltuvat taitollisen aineiston analysointiin. Taiton rakentuminen tapahtuu kehystämisen ehdoilla siinä suhteessa, että kaikki aukeman elementit esiintyvät suhteessa toisiinsa, eivät yksittäisinä paloina. Elementtien erottaminen tai toisiinsa yhdistäminen kertoo lukijalle niiden välisen suhteen laadusta. Kontekstista ja aiheesta riippuen elementtien erottamisen ja yhdistämisen voidaan tulkita tarkoittavan erilaisia asioita. Typografisten elementtien lisäksi tyhjän tilan käyttö on yksi kehystämässä käytetyistä keinoista. Sen käyttö rytmittää ja jäsentää aukeamia sekä ohjaa näin lukijan katsetta (Rantanen 2007, 169–170). Toisaalta ylenmääräinen tyhjä tila taitossa ei aina palvele parhaalla mahdollisella tavalla käyttäjää. Tiiviisti annosteltu ja jäsennetty taitto voi auttaa paremmin hahmottamaan kokonaisuuksia ja yhteyksiä sivun elementtien välillä. Taiton suunnittelijan tehtävä onkin auttaa lukijaa suuntaamaan huomionsa tehokkaasti kulloinkin tarvittavan informaation poimimiseksi. (Lupton 2004, 75.)

Keskeisyyden idean kautta voidaan tarkastella aukeaman elementtien keskinäistä huomioarvoa eli, mitkä asiat nousevat ensimmäisenä esiin ja mitä osioita havaitaan vasta näiden jälkeen. Tässäkin tapauksessa on kyse elementtien välisestä vuorovaikutuksesta, ja niiden havaittu merkitys syntyy suhteessa muihin kokonaisuuden osiin. Käytännössä taitto toimii usein erilaisten kontrastien kautta. Rantasen mukaan kontrasteilla arvioidaan typografisia elementtejä ja luodaan samalla lukijaa kiinnostavia jännitteitä niiden välille. Kontrastia voidaan luoda esimerkiksi koon, tyylin, vahvuuden, välistyksen, värin, valöörin ja muotojen avulla. (Rantanen 2007, 110.)

3.3.2 Palstajärjestelmät

Palstojen käyttö ja niiden asettelu on erityisen tärkeää aikakauslehden sivujen rakenteelle. Sivulla käytettyjen palstojen määrä riippuu monista seikoista. Leipätekstin kirjaintyyppin valinta, tekstin koko sekä välistys ja rivivälit vaikuttavat siihen, miltä tekstikappaleet näyttävät ja minkä levyisiin palstoihin ne sopivat luettavuuttakin silmällä pitäen. Myös paperilaadun ja painojäljen valinta tulisi ottaa huomioon lopputuloksen luettavuutta ajatellen. Tekstin sisältö vaikuttaa osaltaan sopivan palstajaottelun valintaan: pitkien sanojen tai kokonaisuuksien sovittaminen liian kapeisiin palstoihin tuo helposti häiritsevää rikkonaisuutta rivien luonnolliseen soljumiseen. (Moser 2003, 18.)

Monesti aikakauslehden palstajärjestelmä on melko kiinteä tarjoten muutamia vaihtoehtoja palstoitukseen, jotka sopivat erilaisten sisältöjen esittämiseen. Toimivaan palstajärjestelmään kuuluu myös sen kyky joustaa ja varioida palstojen käyttöä tarkoituksenmukaisesti ja tuoda samalla vaihtelua ja väriä typografiseen ilmaisuun. Tällöin myös sivujen marginaalit voivat elää sisällön vaihtelujen mukaan. Tarkoituksellisesti epäsäännöllisiksi muotoiltujen tekstipalstojen tuominen osaksi lehden typografiaa on myös tehostettu keino ilmaista tekstiin liittyviä tunnelmia ja konnotaatioita. (mt. 18.) Tällä keinolla lukija tulee ehkä tietoisemmaksi tekstin muotoilulla haetusta vaikuttamisesta kuin konventionaalisemmilla tavoilla toteutusta tekstin palstoituksesta. Riskinä on tosin myös lukijan turhautuminen tai ärsyyntyminen, jos luettavuutta häiritään liiaksi näillä keinoilla.

3.3.3 Lehden logotyyppi

Aikakauslehden logotyyppi eli tuttavallisemmin logo on lehden nimi typografiseen asuun muotoiltuna ja symboloi kaikkea sitä, mitä lehti edustaa. Logon merkitys lehdelle on sama kuin mille tahansa tuotteelle tai yritykselle, eli se tiivistää siihen liitetyn brändin. Ensimmäisellä kerralla logon sisältämä sana luetaan, mutta nopeasti se muodostuu lukijan mielessä kuvaksi, johon kiteytyvät kaikki lehteen liitetyt mielikuvat. Uudessa lehdessä sanakuvaan liittyy myös nimen verbaalinen merkitys, joka antaa mielikuvaa lehden mahdollisesta sisällöstä. Tämän takia logon visuaalisella ilmeellä on keskeinen rooli lehden tunnistettavuudelle. Sillä tulisi olla jonkinlainen visuaalinen yhteys myös lehden sisällä esiintyville pienemmille elementeille, kuten osastojen ja palstojen logoille, mikä tuo yhtenäisyyttä ilmeeseen. Parhaimmassa tapauksessa logolla on selkeästi tunnistettava yhteys lehden muuhun typografiaan, joka toimii julkaisun visuaalisena selkärankana. (Rantanen 2007, 70 ja 98–99; Samara 2005, 30.)

Aikakauslehden nimiöstä puhuttaessa viitataan etukannen yläreunasta erotettuun alueeseen, johon logo perinteisesti sijoittuu. Alun perin nimiö on selkeästi erotettu muusta kannesta esimerkiksi erivärisen taustan avulla, jotta se nousisi mahdollisimman hyvin esiin lehtihyllyssä. Tämä on myös sanellut sen konventionaalisen sijoittelun kannen yläreunaan, usein vielä vasemmalle. Vaikka lehtien kansissa on nähtävissä yhä enemmän irtiottoja näistä säännöistä, on logon asemaa kannen keskipisteenä yleensä korostettu sen erottumisella muista kanteen nostetuista teksteistä. Tätä on toteutettu esimerkiksi erityisesti logoa varten

suunnitellulla tekstityypillä tai käsin muotoilluilla kirjaimilla. Keinoina nämä korostavat tietysti erityisesti lehden yksilöllisyyttä. Toisaalta klassisuutta tavoittelevat logoratkaisut viestivät itsessään enemmän aikaa kestäviä valintoja, mutta voivat toisaalta jäädä valjun persoonattomiksi. Logolle valitun visuaalisen ulkoasun yhdistyminen nimen verbaaliseen merkitykseen kertovat parhaassa tapauksessa myös lehdelle yleisesti valitusta tyyllilajista. (Moser 2003, 92.)

Jos lehden aihepiiri on johonkin muuhun kuin kuvallisuuteen keskittynyt, on logolla ja typografialla tällöin sitäkin suurempi merkitys lehden ilmeelle (Rantanen 2007, 100). Tämä tulee ilmi esimerkiksi niissä harvinaisissa tapauksissa, joissa kansiratkaisu on rakennettu täysin tekstin ja sitä muotoilevan typografian varaan.

3.3.4 Kirjaintyyppien valinta ja yhdistely

Julkaisuissa luodaan yleensä typografinen kokonaisuus, joka on yhdistelmä useammasta kuin yhdestä kirjainperheestä. Tämä tuo ilmeelle typografista vaihtelevuutta ja väriä. Liian monen kirjaintyyppin yhdistely vaikuttaa kuitenkin nopeasti sekavalta, kun katsoja hämmentyy liian monista samanaikaisista visuaalisista viesteistä. Toisaalta jo kahden toisiaan sopivasti täydentävän kirjainperheen käyttö voi tuoda tarpeellisen määrän vaihtelua kokonaisuuteen. Näiden välillä on kuitenkin oltava tarpeeksi tyyllillistä kontrastia, jotta kummankin yksilölliset piirteet nousevat riittävästi esille. (Samara 2005, 31.)

Kirjaintyyppien ja -perheiden yhdistelmien käyttäminen julkaisussa voi toimia muodostamalla yhdistäviä teemoja, ilmentämällä kulttuurista kirjoa sekä erottelemalla eri tehtävän omaavia osioita toisistaan (mt. 30). Tekstityyppien valitseminen ja käyttö julkaisussa muodostavat lehden identiteetin. Lehden tunnistettavuus taas perustuu valitun tyylin säilymiseen eri numeroissa. Typografiset ratkaisut eivät saa kuitenkaan perustua pelkän tyylin toteuttamiseen – niiden on vastattava myös lehden ja lukijoiden tarpeeseen. (Rantanen 2007, 108.)

Kirjaintyyppien valinnassa yksi peruskysymyksistä on, käytetäänkö lehdessä enemmän antiikvaa eli päätteellistä vai groteskia eli päätteetöntä kirjaintyyppiä. Yleensä julkaisussa esiintyy molempia kirjaintyyppiä, koska niiden erilaiset luonteet tuovat typografiaan tavoiteltua kontrastia. Kyse onkin enemmän näiden kahden välisestä suhteesta: millaista kirjaintyyppiä käytetään mihinkin tarkoitukseen ja minkälaisessa kontekstissa.

Visuaalisen luettavuuden suhteen antiikvaa on pidetty perinteisesti parempana kuin groteskia, erityisesti pitkien tekstien kohdalla. Tämä pitää paikkansa varsinkin painettua tekstiä luettaessa. Antiikvan päätteille on listattu kolme lukemista avittavaa tehtävää: 1) ne pitävät kirjaimet sopivan etäisyyden päässä toisistaan, 2) toisaalta ne liittävät kirjaimia visuaalisesti yhteen, jolloin lukemista helpottavat sanakuvat pääsevät muodostumaan ja 3) päätteet auttavat erottamaan yksittäiset kirjaimet paremmin. Viimeinen pätee etenkin yläpäätteisiin, joihin kiinnitämme eniten huomiota sanojen tunnistuksessa. (McLean 1980, 42–43.)

Sähköiseltä näytöltä luettavaan tekstiin suositellaan usein käytettäväksi groteskia kirjaintyyppiä. Tähän perusteina ovat olleet ainakin aiemmin paperia alhaisempi näyttötarkkuus, jolloin päätteet tупpaavat sumentumaan tekstissä ja hankaloittamaan lukemista. Li-

säksi groteski toimii antiikvaa paremmin silloin kun käytetty tekstikoko on hyvin pientä. Tähän vaikuttaa kirjainten suhteellisesti suurempi x-korkeus eli kirjainmuotojen keskirungon koko sekä kirjaimien yksinkertaisempi muoto. Antiikvan muodostama konnotaatio on usein kirjallinen, mikä voi olla silmäiltäväksi luodussa sähköisessä tekstissä häiritsevää. Toisaalta nykyään näytöt ja tulostimet ovat laadultaan sen verran korkeatasoisia, että antiikvatyyppien käyttö ei ole enää kynnyksysymys digitaalisissakaan julkaisuissa. Antiikvoista löytyy tätä nykyä myös erityisesti digitaaliseen käyttöön sovellettuja versioita. (Korpela 2010, 81–82.)

Kunzin mielestä luettavuus on kuitenkin vähemmän riippuvainen kirjainpäätteistä kuin muista samassa kontekstissa vaikuttavista typografisista ratkaisuista. Esimerkiksi tekstin koosta, vahvuudesta, kallistuskulmasta. Lisäksi rivin pituudesta ja rivivälistä, käytetystä paperista, painojäljestä sekä valaistuksesta. Loppujen lopuksi kaikkein tärkeintä on tekstin yleinen hierarkia ja informaation selkeä strukturointi. (Kunz 2002, 22.)

3.3.5 Lehden nopeat tekstit: otsikot, ingressit ja nostot

Rantanen on jaotellut aikakauslehdessä esiintyvät tekstit 'nopeisiin' ja 'hitaisiin'. Jaottelulla viitataan siihen, kuinka nopeasti tekstit hahmottuvat lukijalle sisältöä selatessa. Nopeiksi ja näin ollen merkitykseltään korostuneiksi teksteiksi muodostuvat tämän perusteella eritasoiset otsikot, ingressit ja nostot. Ne samanaikaisesti houkuttelevat lukijaa tutustumaan myös pitempiin eli hitaampiin teksteihin. Ne jäsentävät kokonaisuutta ja auttavat sen hahmottamisessa sekä kertovat omalta osaltaan lehteen sisältyvää tarinaa. (Rantanen 2007, 113.)

Otsikot ovat nopeista teksteistä painoarvoltaan suurimpia. Suurimpien artikkelien otsikoissa sisällön, muodon ja asettelun pitää aueta lukijalle yhdellä vilkaisulla ja sen on oltava linjassa koko artikkelin tyylin kanssa. Isojen artikkelien avausaukeamat mahdollistavat yleensä otsikoiden vapaamman muotoilun kuin pienemmät vakiopalstat. Viimeksi mainittujen typografia vaatii puolestaan selkeyttä ja yksinkertaisuutta, minkä tulisi toteutua johdonmukaisesti läpi lehden tämän tyyppisissä osioissa. Eri osioiden typografinen yhtenäisyys auttaa myös toimituksellisen aineiston erottumisessa mainoksista, joissa typografinen kirjo on paljon laajempi. (mt. 114–115.)

Ingressi on yleensä otsikon yhteyteen sijoittuva alkukappale, joka johdattelee lukijan sisään artikkelin maailmaan. Otsikon tavoin sen tehtävä on myydä juttua sekä täydentää tai selventää otsikon ja kuvan yhdessä muodostamaa viestiä. Vaikka se on otsikkoa jonkin verran pidempi, sen on tarkoitus olla helposti luettava. Ingressin muotoilun ja rivityksen on tuettava tätä ominaisuutta, jotta se todella toimisi jutun sisäänheittäjänä. Sen kirjaintyyppin valinnassa hyödynnetään yleensä lehdelle valikoitunutta vakiokirjaimistoa. Ingressin kohdalla voidaan luoda muotosukulaisuutta joko otsikkoon tai leipätekstiin, tai vaihtoehtoisesti sen tyyli voi vaihdella lehden eri osioissa, jos esimerkiksi antikvan ja groteskin käyttöä vaihdellaan juttutyyppien mukaan. (mt. 120–121.) Yhdysvaltalaisissa aikakauslehdissä ingressin näkee myös toisinaan kulkevan katkeamatta leipätekstin ensimmäiseen kappaleeseen, jolloin niiden raja on ilmaistu esimerkiksi jollain visuaalisella symbolilla.

Nosto tai äläys on puolestaan poiminta leipätekstin virrasta, joka muotoillaan visuaalisesti nousemaan esiin muun tekstin massasta. Sen käytöllä saadaan vaihtelevuutta tekstin muodostamaan pintaan, jos sopivaa kuvamateriaalia ei ole tarjolla, tai sitä ei tyyllillisistä syistä haluta käyttää. Nosto tarjoaa visuaalisen ärsykkeen, johon vaeltavan silmän on helppo tarttua. Lisäksi noston sisältö tarjoaa uutta tarttumapintaa tekstin sisältöönkin. Nostojen typografinen muotoilu voi noudattaa lehden yleistä linjaa, tai pitkissä artikkeleissa ulkomuoto voi tukea juttuun valittua erityistä ilmettä. Myös erilaisten linjojen, kehysten tai väripohjien käyttäminen korostavat nostojen huomioarvoa. (mt. 122–123.)

4. Aikakauslehdet digitaalisina julkaisuina

4.1. Painetun ja digitaalisen median eroista

Kuten olen aiemmin todennut, muutokset medioissa ja julkaisuvälineissä ovat viime vuosina vaikuttaneet aikakauslehtien visuaalisuuteen ja siihen, miten niitä luetaan. Lehdet ovat jo pitkään tarjonneet sisältöjään painetun lehden lisäksi myös erilaisten sähköisten päätelaitteiden kautta. Lähes kaikilla lehdillä on tätä nykyä ainakin jonkinlaiset paperista julkaisua täydentävät verkkosivut, jossa osa maksulliseen lehteen sisältyvästä aineistosta saattaa olla luettavissa ilmaiseksi. Jotkin julkaisut tarjoavat painetusta lehdestä verkon kautta ostettavaa ja ladattavaa näköisversiota, jossa taiton ulkoasu on identtinen printtiversiolla. Nämä eroavat loppujen lopuksi hyvin vähän siitä, jos julkaisu olisi tarjolla pdf-muodossa. Vain sisällön selailu ja liikkuminen osioiden välillä on helpompaa erillisen käyttöliittymän ansiosta. Tällä hetkellä kehittynein versio digijulkaisuista on kuitenkin tablettitietokoneille ladattavina applikaatioina saatavat aikakauslehdet. Näissä applikaatio itsessään sisältää mahdollisuuden ostaa tarjolla olevia numeroita sekä kirjaston, johon ladatut lehdet tallentuvat. Tässä muodossa ilmestyvät lehdet on taittovaiheessa erityisesti suunniteltu niiden käyttämisen digitaalisen median vaatimukset huomioon ottaen ja sen tarjoamia uusia mahdollisuuksia hyödyntäen.

Kehittyvät ja muuttuvat mediat asettavat siis suunnittelijoille uudenlaisia haasteita. Kuitenkin Kunzin mukaan suunnittelijoiden jo hallitsemat taidot, kuten informaation järjestäminen ja muotoileminen sekä verbaalisen ja visuaalisen välisen tasapainon säilyttäminen, ovat edelleen keskeisiä uusienkin viestintävälineiden parissa työskennellessä. Uusia tapoja ja työvälineitä on toki opeteltava, mutta se ei tarkoita vanhojen oppien romukoppaan heittämistä. (Kunz 2002, 10–11.)

Myös Foges näkee, että jo painettuina ilmestyvien lehtien digitaaliset versiot joutuvat aluksi noudattamaan samoja lainalaisuuksia kuin printtijulkaisutkin. Hän puhuu etupäässä julkaisujen verkkosivuista, koska kirjan kirjoittamisen aikaan vuonna 1999 tablettitietokoneet olivat vasta utopistinen haave. Kuitenkin hänen ajatuksensa ovat sovellettavissa myös di-

gitaalisten julkaisujen seuraavaan vaiheeseen. Vaikka ollaan siirrytty tekemään sisältöjä uusille alustoille, vanhan median säännöt ovat seuranneet mukana. Näin on myös lehtien näköisversioiden suhteen. Puhtaasti digitaalisista lähtökohdista ponnistavat julkaisut ovat vapaampia kokeilemaan uuden median tarjoamia mahdollisuuksia ja muokkaamaan sitä, miltä uuden sukupolven lehtien pitäisi näyttää. Monia printtijulkaisuissa hyviksi havaittuja periaatteita ei kannata kuitenkaan heittää hukkaan digitaalisessa ympäristössä. Nämä pätevät nimenomaan havaintoihin siitä, miten ja mitä ihmiset lukevat, ja kuinka lukijan katsetta ohjataan tehokkaasti. Näihin asioihin vaikuttavat seikat on sopeutettava myös digitaalisen ympäristön muotoiluun. (Foges 1999, 144–145.)

Waller puolestaan on vertaillut, kuinka painetun ja hierarkkisesti jäsenneen lehtijutun hahmottaminen väistämättä muuttuu, kun se tuodaan verkkoympäristöön, jonka ilmaisua ei ole vielä kehitetty ilmaisemaan monipuolisesti jäsenneettyjä kokonaisuuksia. Tarkastelun kohteena on ollut *The Guardian* -sanomalehden juttuaukeama sekä sama juttu kyseisen lehden verkkosivuilla. Paperiversio ohjaa lukijaansa lukuisin visuaalisin apukeinoin, jotka tuovat selkeän järjestyksen itse pääjuttuun sekä siihen liitettyyn oheismateriaaliin. Visuaaliset jäsentäjät tarjoavat elementtien välille koheesiota, joka auttaa lukijaa hahmottamaan kunkin elementin itsenäistä merkitystä sekä niiden välisiä suhteita. Verkossa sama juttu on kuitenkin riisuttu kokonaisuutta jäsentävästä rakenteestaan, ja kainalojutut sekä havainnollistavat diagrammit ovat harmillisesti eksyneet jonnekin verkkolehden syövereihin. Edeltävien havaintojen perusteella julkaisun verkkoversiossa lukija joutuu altistetuksi lineaarisemmalle kokemukselle kuin painetun lehden kanssa. Yleisemmällä tasolla on myös havainnointu sähköisten lukulaitteiden houkuttelevan nimenomaan pitkien, fiktionaalisten tekstien lukijoita, joita määrittelee juuri vahva lineaarisuus. Sen sijaan erilaista lukutapaa vaativat, esimerkiksi opiskeluun käytettävät tekstit eivät ole saavuttaneet suosiota digitaalisina versioina, koska opiskeluun liittyvät toiminnot kuten omien merkintöjen tekeminen, aiemmin luettuun kohtaan palaaminen tai sivujen nopea selaaminen eivät onnistu niin näppärästi kuin oikeassa kirjassa. Waller huomauttaa, että taitollisen ulkoasun yksinkertaistumista on tapahtunut aiemminkin historiassa, mm. siirryttäessä keskiaikaisista käsikirjoituksista kirjapainotaidon saavutuksiin. Kuitenkin teknologian lopulta mahdollistaessa kuvan ja tekstin vaivattoman yhdistämisen painotuotteissa näiden liitto koki uuden nousun. Samaan tapaan Waller toivoo tekstin uuden lineaaristumisen sähköisissä laitteissa olevan vain ohimenevä vaihe, jonka tuleva kehitys korjaa jälleen lukijoiden eduksi. (Waller 2012, 237–239.)

Digitaaliset aikakauslehdet ovat kuitenkin viime vuosina kasvattaneet tasaisesti suosiotaan sekä lukijoiden että lehtijulkaisijoiden keskuudessa. Vuorovaikutteinen sisältö houkuttelee yleisöä ja suhteellisen matalat tuotannon ja jakelun kustannukset ovat selkeä etu lehtikustantajille. (Santos Silva 2011, 301.) Mukana on luultavasti myös uutuudenviehätystä, joka innostaa kokeilemaan vielä melko uuden median tarjoamia sisältöjä. Vasta pitemmällä aikavälillä voitaneen arvioida, kuinka käytännöllisiksi ja vetovoimaisiksi lukijat kokevat digitaalisten julkaisujen käyttämisen.

Vaikka lähes jokaisella painetulla aikakauslehdellä on nykyään jonkinlainen verkkonäkyvyys, se ei silti vielä tarkoita, että lehteä voisi kutsua digitaaliseksi. Digitaalisen aikakauslehden määritelmänä voidaan pitää lehden sisällön jakelua sähköisten kanavien kautta joko originaalina tai printtilehden näköisversiona. Santos Silvan tiukemman määrittelyn mukaan näköisversioita ei tulisi oikeastaan kutsua lainkaan digitaalisiksi julkaisuiksi, vaikka käytäntö on hyvin yleinen. Digitaalisen aikakauslehden tulisi määritelmällisesti olla vuorovaikutteinen ja luotu sähköisen alustan ehdoilla, oli tämä sitten tietokone, tabletti, älypuhelin tai jokin muu vastaava laite. Santos Silva eritteleekin kuusi keskeistä piirrettä, jotka rajaavat digitaalisen aikakauslehden olemuksen: 1) Julkaisulla on oltava alku, keskikohta ja loppu, eli selkeä rakenne, 2) sen sisältö on valikoitunutta sekä tarkoituksenmukaisesti muokattua, 3) sen visuaalinen linjaus on houkuttelevampi kuin sanomalehdillä, 4) sillä on säännöllinen julkaisuajataulu, 5) sen numeroiden sisältöä ei muuteta julkaisuajankohdan jälkeen ja 6) sen julkaisutoiminta on ajallisesti jatkuvaa. (mt. 302.)

Näköislehtiä ja vuorovaikutteisia digitaalisia aikakauslehtiä voidaan erottaa toisistaan myös Gordonin listaamien kolmen pääpiirteen avulla: 1) Vuorovaikutteinen julkaisu on suunniteltu sähköiselle päätelaitteelle tai kuvaruudulle ja se sisältää jotain medialleen ominaista 'ekstraa', kuten animaatiota tai videota. 2) Vuorovaikutteinen julkaisu mahdollistaa helpon vuorovaikutuksen lukijan ja lehden välillä. Se sallii lukijan kommentoida, jakaa sisältöä, osallistua kyselyihin ja ladata sisältöjä. 3) Vuorovaikutteinen julkaisu sisältää mainoksia, joiden sisältö on lukijalle vuorovaikutuksellista.

Näiden lisäksi vuorovaikutteinen digitaalinen aikakauslehti voi olla joko kytköksissä samannimiseen printtilehteen, jolloin sama sisältö muotoillaan eri tavoin kahteen erilaiseen mediaan, tai lehti voi olla pelkästään digitaalisena julkaisuna ilmestyvä. Jakelutapa erottelee digitaalisesti julkaistavat aikakauslehdet myös sen mukaan, ovatko ne luettavissa internet-selaimessa vaiko ladattavissa päätelaittekohtaisen sovelluskaupan kautta (esimerkiksi iPad-, Android- tai iPhone-sovellukset). (ks. Santos Silva 2011, 302.)

Ensimmäiset aikakauslehtien tarjoamat digitaaliset sisällöt olivat juuri näköisversioita pdf-formaatissa 2000-luvun alkupuolella. Vuodesta 2008 lähtien lehtiä alettiin jaella virtuaalisten verkkokauppojen välityksellä. Nykyään suurin digitaalisten lehtien jakelija on Zinio, jolla tällä hetkellä on myynnissä yli 5 500 lehtinimekettä useilta eri kustantajilta. Erilaisten mobiilipäätelaitteiden saapuminen markkinoille on myös vauhdittanut digitaalisten julkaisujen määrän ja laadun kasvua. Erityisesti Applen vuonna 2010 julkaisema iPad oli piristysruiske alalle, sillä sen onnistui yhdistää intuitiivinen käyttöliittymä tietokoneen toimivuuteen tavalla, joka puhutteli jo aiemmin iPhoneen käyttöliittymään tottuneita kuluttajia. Verrattuna muihin sähköisiin lukulaitteisiin iPadilla oli puolellaan suurempi värillinen kosketusnäyttö sekä melkein rajaton määrä muita toiminnallisia mahdollisuuksia tekstien lukemisen lisäksi. Ensimmäiset iPadissa versionsa julkaisseet lehdet olivat amerikkalaiset *Time* ja *Wired* heti vuonna 2010. (mt. 303.)

Digitaalisella medially on siis tarjottavana uusia mahdollisuuksia aikakauslehtien toimintaan. Niiden vahvuuksiin kuuluu, että ne pystyvät houkuttelemaan lukijoita uusilla vuorovaikutteisilla tarinankerronnan keinoilla. Santos Silva puhuu lukukokemuksen rikastamisesta erilaisilla toimintaa tarjoavilla keinoilla, joiden kautta lukija voi konkreettisesti osallistua lukukokemukseen omalla toiminnallaan. Yhtenä esimerkkinä mainitaan sivujen kääntäminen animaatiotoiminnan säästyksellä. (mt. 304.) Toisaalta oman kokemukseni pohjalta arvioisin, että suunnittelijan on tarkasti arvioitava saavutetaanko kuvatus kaltaisilla keinoilla enemmän ihastusta vai ärsyyntymistä lukijan puolelta. Mainittu sivunkääntöefekti pohjautuu logiikaltaan painettuun mediaan, eikä sillä ole varsinaista käytännön funktiota digitaalisen maailman puolella.

Digitaalisilla lehdillä on myös helpompi saavuttaa laajempia yleisöjä. Tilajaat saavat tuotteen käsiinsä nopeasti, ja heitä voidaan houkuttaa ilmaisilla näytenumeroilla, jotka tarjoavat maistiaisen siitä, mitä julkaisu pystyy tarjoamaan. Lisäksi sisällön selaaminen, tiedon etsiminen ja tallentaminen ovat helpompaa kuin printtilehdissä. (mt. 305.)

Sekä lukijat että julkaisuala odottavat paljon digitaalisten aikakauslehtien tulevaisuudelta. Kuitenkin kustantajien olisi jatkossa pystyttävä kehittämään ansaintalogiikkaa, jotta digitaalisten julkaisujen kulut pystyttäisiin kattamaan kannattavasti. Tämä on ehtona myös sille, että digitaalisuuden tarjoamia kerrontatapoja pystyttäisiin aidosti hyödyntämään, eikä tuloksena olisi vain printtilehtien näköisversioita. Santos Silva näkee, että digitaalisilla julkaisuilla kuitenkin on selkeitä etuja suhteessa perinteisiin lehtiin. (mt. 310.)

Aikakauslehdissä visuaalisen ulkoasun on tarkoitus herättää lukijassa huomiota. Lehdet haluavat herättää tunteita ja saada lukijat nauttimaan olostaan. Siksi digitaalisen julkaisun kokemuksessa on tärkeää, että sen käytettävyyys toimii yhtä nautittavasti kuin lehden visuaalisuuskin, ja näiden kahden suunnittelun onkin kuljettava rinnakkain. Suunniteltaessa lehteä päätelaitteelle on lukijan käyttäytymistä ja kokemusta pohdittava aivan eri tavalla kuin printtilehteä tehtäessä. (mt. 303.)

Yksi digitaalisiin julkaisuihin liittyvä ongelma onkin lukijan eksyminen navigoitaessa uudenaikaisessa käyttöliittymässä. Painetun lehden suhteen fyysinen tuntuma kertoo helposti, missä kohtaa julkaisua ollaan ja alkupään sisällysluetteloon on helppo palata koska tahansa. Saattaa kuulostaa karkealta yksinkertaistukselta, mutta käyttöliittymän tutuus ja helppous on lukijoille tärkeä syy, miksi lehti mediana houkuttelee (Foges 1999, 146). Digitaalisen julkaisun ääriviivat eivät kuitenkaan ole niin helpot hahmottaa. Linkit lehden ulkopuolelle ja interaktiiviset mainosisällöt voivat hämärtää käsitystä siitä, millaisen sisällön kanssa ollaan kulloinkin tekemisissä tai mikä osio lehdestä on käsillä.

Painetussa aikakauslehdessä perusyksikkö on lähes aina aukeama. Lehden sisältö suunnitellaankin aina tämän kahden sivun muodostaman kokonaisuuden pohjalta. (Rantanen 2007, 17.) Aidossa digitaalisessa julkaisussa jo lähtötilanne on kuitenkin erilainen, sillä sen perusyksikkö on päätelaitteen tarjoama ruudun koko, ikään kuin yksi sivu. Tämä sivu eroaa kuitenkin painetusta mediasta siinä mielessä, että sen rajat ovat muuttuvat. Toisinaan sivu

saattaa jatkua yhdestä reunastaan pitkälle alaspäin kun sisältöä selataan eteenpäin tai sitten sivun elementit saattavat kätkeä sisäänsä lisäinformaatiota, joka tulee näkyviin vain lukijan interaktiivisen toiminnan kautta. Etenemisen logiikka digitaalisessa lehdessä on ensin opeteltava uudelleen, kun sisältö ei kuljekaakaan vain lineaarisesti vasemmalta oikealle. Päästäkseen artikkeleiden sisään onkin liikutettava sivua pystysuunnassa, ja vasta seuraavaan juttukokonaisuu-teen siirryttäessä etenemissuunta on jälleen oikealle. Digitaalisen lehden hyperlinkit mahdollistavat aineiston kytkemisen toisiinsa tavalla, jota ei ole mahdollista toteuttaa painet- tuna. Sisällysluettelon toiminta saa aivan uuden merkityksen, kun otsikoita napauttamalla pääsee suoraan käsiksi kyseiseen artikkeliin. Nämä kaikki piirteet edellyttävät suunnittelijalta todellista paneutumista lukijan opastukseen. Jos kaikkea kiinnostavaa klikkaamalla pääsee minne tahansa, on oltava myös selkeää, miten pääsee takaisin sinne mistä aloittikin.

Siitä lähtien kun digitaalisia julkaisuja on alettu tehdä, on samalla povattu printtime- dian kuihtuvan pois ennemmin tai myöhemmin. Foges kuitenkin pitää epätodennäköisenä, että digitaalisten julkaisujen lisääntyvä määrä nousisi varsinaisesti uhkaamaan printtilehtien olemassa oloa. Painettu julkaisu on käyttöliittymältään kätevä suhteessa siihen, että aikakaus- lehti on monesti kertakäyttötuote, jonka elinkaari ei ole kovin pitkä. Painotuotteen etu on, että se tarjoaa aistimuksellisen kokemuksen, johon kuuluu paljon muutakin kuin vain visu- aalista havainnointia. Kosketus- ja hajuaistin viestimät sensoriset kokemukset muodostavat myös lehden lukemiskokemuksen. Toisaalta digitaalisen median olemus tarjoaa toisenlaisia nautinnonlähteitä, jotka eivät ole printille mahdollisia, kuten jatkuvasti päivittyvä sisältö, liikkuvan kuvan ja äänen yhdistäminen tekstiin ja dialogisen lukijasuhteen mahdollistami- nen. (Foges 1999, 152.)

Foges ennustaa, että median aktiivinen siirtyminen verkkoon voi lopulta nostaa pai- netun median eräänlaiseksi käsityön lajiksi, joka tätä kautta voisi saada enemmän arvostusta harvinaisuutensa vuoksi. Tällöin painetun lehden fyysisyys voisi lisätä sen kiinnostavuutta, samaan tapaan kuin mikä tahansa käsin muotoiltu design-esine. (mt. 153.) Tämä on jossain määrin nähtävissä esimerkiksi muodin tai lifestylen erikoislehdissä, jotka paksuudeltaan ja kuvalliselta olemukseltaan muistuttavat enemmän selailtavia kahvipöytäkirjoja kuin kerta- käyttöisiä journalismin tuotteita.

4.2 Kineettisen typografian rooli

Suurin eroavuus painetun ja digitaalisen typografian välillä on digitaalisten medioiden mah- dollisuus hyödyntää liikkuvaa eli kineettistä typografiaa. Vaikka liikkuvaa tekstiä on nähty jo pitkään esimerkiksi elokuvien alkuteksteissä osana muuta visuaalista kokonaisuutta, on kineettisestä typografiasta kiinnostuttu laajemmin vasta digitaalisten medioitten yhteydessä. Hillnerin mukaan kineettistä typografiaa on etupäässä tutkittu sen tuotannon näkökulmasta tai tietojenkäsittelytieteen parissa. Vaikeampaa on kuitenkin löytää tutkimusta, joka keskit- tyisi liikkuvaan tekstiin sen havainnoinnin näkökulmasta, eli millä tavoin ja missä määrin lii-

ke edistää tai hankaloittaa sen välittämän informaation perille menoa. Ilman tätä on hankala arvioida, miten kineettinen typografia hyödyttää viestintäprosessin kulkua saati sitten muodostaa uusia malleja tämän tyyppisen kommunikaation toiminnasta. (Hillner 2005, 166.)

Kineettinen typografia on olemukseltaan kirjaimien ja niistä muodostuvien tekstien liikkumista. Liike puolestaan määritellään erilaisten objektien sijainnin muutokseksi suhteessa toisiinsa jossain ennaltamääräytyssä järjestelmässä. Luonnollisessa maailmassa liike on alun perin signaloinut vaaraa havainnon tekijälle, eli esimerkiksi saalistavaa petoeläintä. Nykyaikaisessa länsimaisessa yhteiskunnassa tämä ei tietenkään enää ole liikkeen ensisijainen merkitys. Pikemminkin eniten liikettä aiheuttavat tekijät olemme me itse liikkuessamme ympäristössämme, olipa kyseessä sitten fyysinen tai virtuaalitodellisuus. (mt. 166–167.)

Osana edellä kuvattua kulttuurin muutosta myös tiedotusvälineiden ja informaation merkitys elämässämme on tullut yhä hallitsevammaksi. Kuvien ja tekstien yhdistelmät ovat suuren osan ajasta huomiomme keskipisteinä. Tällaisessa informaatioympäristössä liikkeen tiedollinen merkitys ei olekaan enää aiheuttaa ahdistusta, vaan siitä on tullut houkuttelun ja mielenkiinnon herättämisen väline. Kineettisen informaation olemusta luonnehtii se, että emme yleisönä voi vaikuttaa sen etenemiseen, ja tämä voi olla syy, miksi koemme sen niin kiehtovaksi. Hallinnan puute vastaanotettaessa tällaista informaatiota tarjoaa katsojalle mahdollisuuden yllätyksen kokemiseen. Hillner myös väittää, että viime kädessä tätä kokemusta etsitään kaikista viihteen muodoista: elokuvista, peleistä, musiikista ja aikakauslehdistä. Haluamme informaatiota, mutta samalla etsimme tapoja tulla stimuloituiksi tunnetasolla. Etsimme mahdollisuuksia innostua näkemästämme ja kokemastamme. (mt. 167.)

Toisekseen Hillner väittää, että kineettinen typografia onnistuu hidastamaan kommunikaatioprosessia, koska vaatii oman aikansa, että lukija ehtii lukea liikkuvan tekstin. Tämä mahdollistaa ihmisten rentoutumisen ja keskittymisen siihen, mitä silmien edessä tapahtuu. Kineettisen typografian laatua voitaneekin arvioida sen mukaan, kuinka nautittavaksi viive on tehty ennen lukemisen mahdollistamista. (mt. 167.)

Kineettisen typografian suhteen lukuprosessissa on älyllisen omaksumisen lisäksi kyse myös emotionaalisten vaikutteiden toiminnasta. Lukijaa lukuhetkellä hallitseva emotionaalinen tila yhdessä näköärsykkeiden tuottamien *affektien* eli tunnekokemusten kanssa ohjaa hänen tarkkaavaisuuttaan tietynlaisten asioiden havainnointiin. Tällöin näkökentässä esiintyvä liike toimii huomion herättäjänä ja valmistelee katsojaa sitä seuraavien havaintojen reflektointiin. (mt. 167–168.)

Informaation yltätarjonnan vallitessa vaikuttaa siltä, että monille ihmisille lukeminen näyttäytyy liian vaivalloisena tekemisenä, jotta se koettaisiin nautittavaksi. Ihmiset haluavat pikemminkin tulla houkutellessa lukemaan, ja kineettisellä typografialla on siihen paremmat mahdollisuudet kuin painetulla tekstillä. (mt. 168.)

Hillner näkee ongelmana sen, että kineettisestäkin typografiasta puhutaan yhä printti-ilmaisun käsitteistön kautta, eli tekstin koosta, leikkauksista ja välistyksestä. Sopivampia määreitä sen suhteen olisivat ehkä perspektiivi, valon käyttö ja muuttuvat muodot. Hyödyn-

tääksemme liikkeen tuomia uusia mahdollisuuksia meidän pitäisi myös uudistaa sen määrittelyssä käytetyt käsitteet. (mt. 168.) Ehkä liikettä yhtenä typografian ulottuvuutena pitäisi alkaa tarkastella omana moodinaan.

Tehokkaaseen kommunikointiin kuuluu ihmisten aistillisen informaation tarpeen huomiointi älyllisesti käsiteltävän sisällön ohella. Kineettinen typografia mahdollistaa tehokkaasti tasapainoilun näiden kahden aspektin välillä ja on siksi ainutlaatuinen tapaus merkityspotentialiltaan. (mt. 170.)

4.3 Lukemistapojen muutos

Edellä kuvaillut teknologiset ja kulttuuriset muutokset ovat muuttaneet niin lukijan roolia kuin lukemisen kontekstia ja käyttöympäristöjä. Vaikka digitaaliselta näytöltä lukemista pidetään itsessään hankalampana kuin paperilta, Luptonin mielestä suurin vaikuttaja digitaalisten aineistojen käyttäjien kärsimättömyyteen ovat lukemiskulttuurien erot. Verkkoa käytettäessä lukijan odotukset ja tavat muodostuvat erilaisiksi kuin painettuun kirjaan syvennyttäessä. Lukemistapojen muutos digitaalisissa medioissa vaikuttaa osaltaan myös painettujen tuotteiden suunnitteluun, miten niiden tekstejä on tarkoitus lähestyä ja lukea. Painetun tekstin rooli keskittyneen lukemisen kohteena tulee kuitenkin säilymään pitkissä teksteissä tulevaisuudessakin. (Lupton 2004, 74.)

Myös Woolman toteaa, että ihmisten lukemiskonventiot muuttuvat ja lukemisen tavat kehittyvät hitaasti, vaikka päätelaitteiden tekniikka ja julkaisujen jakelu on muuttunut nopeasti. Tilausta löytyy sekä pitkille asiateksteille että lyhyille viihteen sävyttämille infopaloille. Useimmat ihmiset arvostavat kuitenkin erilaisia tekstejä ja ilmaisua erilaisissa konteksteissa. (Woolman 2005, 7.) Samaten Waller ennustaa lehtigenrejen pysyvän pitkään kutakuinkin ennallaan, koska lukijoiden odotukset vaihtuvat paljon teknologiaa hitaammin. Hän luonnehtii lukijoita konservatiivisiksi siinä mielessä, että he haluavat nähdä mahdollisimman vähän vaivaa saadakseen lukemastaan irti sen, mihin ovat tottuneet. Genrejen ja niiden toimintamallien pysyvyys mahdollistaa tämän. Kehitys digitaalisten päätelaitteiden julkaisuissa tulee tapahtumaan kokeellisten käyttöliittymien ja laitteiden kautta, ja viime kädessä lukijoiden reaktiot ratkaisevat, millaiset ratkaisut menestyvät. Waller toteaa nykyisten tuotteiden käytännössä jäljittelevän pitkälti perinteistä painettua sivumallia eikä niinkään interaktiivista ja sosiaalista vuorovaikutusta sisältäviä nettisivuja. (Waller 2012, 251–252.) Omaan analyysiini valitsemassani aineistossa on kuitenkin nähtävissä selkeää kehitystä tällä rintamalla, sillä interaktiivisuutta ja lukijan aktivointiin tähtääviä piirteitä on kyllä ilmestynyt jo vuonna 2014 ilmestyviin digitaalisiin julkaisuihin.

Lukemisen taitojen voidaan nähdä yhä enemmän eriytyvän erilaisia tavoitteita asettaviin toimintoihin. Waller asettaa vastakkain lineaarisen ja strategisen lukemisprosessin, jotka palvelevat eri tarkoituksia. Hän esittelee myös A. Pughin jaottelun viidestä lukemisen strategiasta: 1) lineaarinen lukeminen, etenee suoraviivaisesti alusta loppuun, sopii romaa-

neihin, 2) responsiivinen lukeminen, aktiivinen vuorovaikutus tekstin kanssa, 3) silmäily, nopea hahmottaminen tekstin rakenteesta tai sisällöstä, 4) etsivä lukeminen, jolla haetaan vastausta tiettyyn kysymykseen ja 5) skannaus, tietyn ilmaisun tai sanan etsiminen. Näistä erityisesti lineaarinen, silmäilevä ja skannaava lukutapa sopivat sähköisiin lukulaitteisiin. Strategisen lukemisen prosessi ei rajoitu kuitenkaan vain opiskeluun liitettyyn lukemiseen, vaan dokumenttilukutaidoksi nimitettävään toimintaan, joka puolestaan on osa funktionaalisen lukutaidon käsitettä. Tämä tarkoittaa taitoa sovittava oikeantyyppinen lukutapa kuhunkin tilanteeseen. Lukutavat ovat vahvasti sidoksissa siihen, kuinka hyvin tarkasteltava teksti mahdollistaa ja rohkaisee sopivan lukutekniikan valintaan – toisin sanoen ottaa huomioon kohdelukijansa. Typografia ja siihen sisältyvät elementit ovat välineitä, joilla voidaan rikkoa kielelle ominainen lineaarisuus ja täten tehdä tekstin sisältämästä informaatiosta helpommin lähestyttävää. Tämä toteutuu jo perinteisissä painetuissakin medioissa, ei pelkästään digitaalisen maailman hyperlinkitetyissä teksteissä. (mt. 244–246.)

Lukemistavoissa tapahtuneista muutoksista ei voida puhua ottamatta huomioon kuvan ja tekstin toimintaa suhteessa toisiinsa. Tietoa arvostavassa kulttuurissamme tekstin on monesti nähty ylittävän kuvan tarjoamat viestinnän mahdollisuudet. Toisaalta taas nykyään kuvallisuuden merkitys on korostunut huomattavasti koko länsimaisessa kulttuurissa. Kuvallisuus läpäisee niin tiedotusvälineet, sosiaalisen median kuin ihmisten yksityiselämänsäkin, sillä sen kautta on nopeaa ja helppoa välittää vaikutelmia ja tunnelmia, erityisesti henkilökohtaiseen elämänalueeseen liittyen.

Kuvallisuuden merkityksen nousun kulttuurissamme voidaan sanoa juontavan alkuaan 1920–1930-luvuille, jolloin kuvareportaasit muodostuivat ensin aikakauslehtien ja myöhemmin muidenkin painettujen medioiden käyttämäksi kerrontatyyliksi. Tekstin ja kuvajournalismin yhdistämisestä syntynyt tarinankerronnan tapa on säilynyt voimissaan myös siirryttäessä liikkuvan kuvan ja digitaalisen median aikaan. (Vanhanen 2002, 17–19.) Crown mukaan television saapuminen kotitalouksiin oli osaltaan merkittävä askel kuvallisuuden roolin kehittämisessä osana massamedioita. Tämä tarjosi yleisölle kokonaisvaltaisempia aistikkokemuksia, mikä läheni toimintatavaltaan ihmisten luonnollisen ympäristön havainnointia. Sitten 2000-luvun taitteen molemmin puolin tapahtuneet teknologiset edistysaskeleet ovat tuoneet uusia mahdollisuuksia näyttöruuduille sovitettaviin medioihin ja sovelluksiin, mikä on osaltaan vauhdittanut kuvallisuuden voittokulkua kaikissa kommunikaation muodoissa. Toisinaan kuvallisuus on nähty jopa kilpailevana voimana tekstipainotteisen kulttuurin jakamalle informaatiolle. Kirjoitetulla tekstillä on luonnollisesti omat ylittämättömät vahvuutensa asiapitoisten ja tarkkojen viestien muotoilussa, ja sen katoamisesta tai korvaamisesta täysin uudella järjestelmällä tuskin on pelkoa. Kuitenkin on tarpeen huomioida yhä suuremmassa määrin kuvallisuuden painottuminen kulttuurissamme ja sen vaikutus ihmisten tapaan lukea ja tulkita mediatuotteita ja sen tuottamia viestejä. (Crow 2006, 18–19.)

Yksi esimerkki kuvallisuuden noususta oli typografian murros 1980-luvulla, jolloin graafiseen suunnitteluun alalle tuli uutta teknologiaa ja kokonaisvastuu siirtyi suunnittelijalle

tietokoneen ääressä. Uudet tekniikat mahdollistivat kokeellisen typografian synnyn. Brittiläisissä lifestyle-lehdissä kuten *The Face* ja *i-D* alkoi näkyä uudenlaisen typografian vaikutus. Suunnittelijat eivät olleet niinkään kiinnostuneita aukeamiensa luettavuudesta kuin niiden visuaalisesta kiinnostavuudesta. Typografia oli väline itseilmaisuuksiin ja uusien ilmeiden kokeiluun. (mt. 106.) 1990-luvun alkupuolella typografian ilmaisullisuus vietiin vieläkin pidemmälle yhdysvaltalaisessa *Ray Gun* musiikkilehdessä. Sen käyttämä ekspressiivinen typografia henkilöityi voimakkaasti lehden alkuperäisen taiteellisen johtajan David Carsonin kädenjälkeen, jolle oli leimallista kaikkien konventionaalisten typografisten sääntöjen hylkääminen. Lehden logo muutti muotoaan lähes joka numerossa, leipätekstit kulkivat epäsäännöllisen muotoisissa palstoissa tai kerrostettuina, ja yleinen ilme oli tietoisesti rikkinäinen sekä tekstien visuaalisuutta korostava. (Heller 2003, 218.) Kaikissa näissä lehdissä uusi visuaalinen kieli oli tapa puhutella valikoitua yleisöä ja kutsua heidät osaksi samanmielisten ryhmää.

Yleisen kuvallisuuden kokeman nosteen myötä myös kuvallisia piirteitä saava typografia on tullut viime vuosikymmeninä vahvasti osaksi mediamaisemaamme. Lisäksi resurssit sen käytön kokeiluun ovat tulleet lähes jokaisen halukkaan ulottuville. Voidaan siis päätellä, että nykyään ihmiset mediaympäristönsä vaikutuksesta myös herkemmin reagoivat typografiaan liitettyihin visuaalisiin konnotaatioihin, vaikkei niiden vaikutusta osattaisikaan spontaanisti muotoilla verbaaliseen muotoon. Visuaalisten viitteiden ymmärtämisestä on tullut tärkeä osa arkipäivän lukutaitoa.

Myös Van Leeuwenin määrittelyssä rajanveto typografian ja visuaalisen viestinnän välillä ei ole niin jyrkkä kuin se toisinaan menneisyydessä on ollut, vaan niiden toiminta linkittyy yhteen monella tapaa. Erityisesti tämä pätee sähköisen median sovelluksiin. Van Leeuwenin mukaan typografia ei liity vain kirjainmuotoiluun, vaan se on vahvasti sidoksissa muihin semioottisiin merkitysmahdollisuuksiin kuten väriin, tekstuuriin, kineettisyyteen ja kolmiulotteisuuteen. (van Leeuwen 2006, 144–145.) Tämän odotan näkyvän myös tarkastelemisani digitaalisissa aikakauslehdissä.

5. Aineiston valinnasta ja tarkastelusta

5.1 Aineiston valinta

Tutkimuksen aineistoa valitessani olen halunnut tuoda mukaan esimerkkejä aikakauslehtien eri lajityypeistä, jotta tarkastelussa tulisi esiin mahdollisimman erilaisia typografisia keinoja, joita lehdissä käytetään erottuvan ja tunnistettavan identiteetin rakentamiseen. Valintani olen käytännössä tehnyt tarkasteluhetkellä Helsingissä sijainneitten hyvin varusteltujen lehtipisteitten tarjonnan perusteella. Tästä lehtivalikoimasta olen pyrkinyt poimimaan yksilöitä, jotka ovat typografialtaan jollain tavoin erottuneet omaan silmääni aikakauslehtien tarjoamasta massasta sekä oman lajityyppinsä muista edustajista. Lehtihyllyllä syntyneen ja silmäilyllä

vahvistuneen vaikutelman lisäksi valintakriteeriksi muodostui se rajaava ehto, että valituilla lehdillä tuli olla painetun version lisäksi sen journalistista sisältöä vastaava digitaalinen julkaisu, jonka taitto on tehty nimenomaan digitaalisen julkaisun ehdoilla ja tablettialustalle suunnattuna. Käytännön syistä valittujen julkaisujen on tullut olla luettavissa nimenomaan iPadilla, joka ei kuitenkaan kustantajien suosimana julkaisualustana juurikaan rajannut tarjolla olevaa lehtivalikoimaa. Tarkasteltavat digitaaliset versiot hankittiin siis näiden lehtien tarjoamien iPad-sovellusten kautta, ja niitä on tarkasteltu kyseisessä päätelaitteessa. Tutkimuskohteiden valinta edellä kuvatuilla kriteereillä mahdollisti tarkimmin vertailun siitä, millä tavoin perinteinen painettu ja digitaalinen aikakauslehtitypografian ilmaisu poikkeavat toisistaan. Näkökulman valinnasta johtuen vain näköisjulkaisuja tai journalistisia sisältöjä verkkosivuillaan tarjoavat aikakauslehdet rajautuivat tutkimukseni ulkopuolelle.

Aikakauslehden typografinen ilme on kaikkienensa melko suuri kokonaisuus. Hahmottaakseni kattavasti kunkin valitsemani lehden typografisen järjestelmän ja niiden eroavaisuudet kahdessa eri mediassa, rajasin typografisesti kiinnostavien lehtien määrän lopulta kolmeen. Valitsemani aikakauslehdet ovat *Wired UK*, *Cyclist* ja *Jamie Magazine*. Ne edustavat erilaisia aikakauslehden lajityyppejä: ensimmäinen on lifestyle-lehti, jossa painottuvat kuitenkin teknologiset aihevalinnat, toinen keskittyy maantiepyöräilyyn eli sen kategoria on urheilulehtiin sisältyvät pyöräilylehdet ja kolmas kuuluu ruoanlaittoon keskittyviin julkaisuihin. Kustakin lehdestä tarkastelin sekä kolmea painettua että kolmea digitaalista, ajallisesti lähemmäs ilmestynyttä numeroa, joiden perusteella olen kartoittanut jokaiselle lehdelle ominaista typografista ilmettä ja sen rakennuspalikoita. Tarkastelemalla osittain päällekkäin samaa numeroa lehdestä sekä painettuna että digitaalisena versiona pystyn myös vertailemaan, miten sama sisältö toteutetaan mitoiltaan ja toiminnaltaan erilaisissa medioissa ja onko näiden typografisessa ilmeessä nähtävissä vaikutuksia toisiinsa.

Parhailaan aikakauslehtien kentällä on käynnissä digitaalisuuden murros. Uudet päätelaitteet ja digitaaliset sovellukset ovat tuoneet lehtialalle uusia keinoja tavoittaa yleisönsä, mutta myös tarpeen kehittää sisältöjään uusiin medioihin sopiviksi. Valitsemalla tarkastelemani lehdet lyhyen ajanjakson sisältä pyrin tekemään pienimuotoisen läpileikkauksen typografian ilmaisukeinoista aikakauslehtien kontekstissa ja siitä, miten digitaalisten alustojen käyttäminen on tähän mennessä ehtinyt siihen vaikuttaa. Seuraavassa esittelen lyhyesti tarkempaan analyysiin valitsemani lehdet.

5.2 Valittujen aikakauslehtien esittely

5.2.1 Maantiepyöräilystä tyylikkäästi: *Cyclist*

Cyclist saapui markkinoille Iso-Britanniassa 2012 osana pyöräilylehtien genreä, jossa kilpailuvia nimikkeitä riittää jo ennestäänkin. Sen aihe on kuitenkin rajattu yksinomaan maantiepyöräilyyn, mikä tekee sen aihealueesta hyvin spesifin. Valitsemallaan journalistisella näkö-

kulmalla sekä yksinkertaisella ja tyylikkäällä visuaalisella ilmeellään se pyrkii hyödyntämään tyyllilajia, jota muissa pyöräilylehdissä harvemmin näkee. (Dennis Publishing 2014.) Lehti ilmestyy kerran kuussa ja sen artikkelit esittelevät maailman parhaimpia pyöräilyreittejä, kertovat alan kilpailuista ja tarjoavat henkilökuvia alan tunnetuimmista kilpailijoista. Lisäksi harrastajille tarjotaan vinkkejä omaan harjoitteluun ja tietoa parhaista varusteista ja pyöristä. (Cyclistin verkkosivut 2014.) Tämä kaikki paketoidaan vaikuttavien valokuvien, selkeän visuaalisuuden ja tyylikkäiden yksityiskohtien läpitunkemaksi kokonaisuudeksi, jonka on samaan aikaan tarkoitus sekä viihdyttää että tarjota hyödyllistä tietoa.

Cyclistin ulkoasulla ja asiantuntevilla artikkeleilla pyritään välittämään laadun vaikutelmaa, jolla houkutellaan korkeamman ansiotason omaavia alan harrastajia ja seuraajia. Sen kohderyhmää ovatkin 30–50-vuotiaat pyöräilyä harrastavat lukijat, joilla on varallisuutta ja vapaa-aikaa käytettäväksi huippuluokan pyöräilyvarusteisiin sekä harjoitteluun ja jopa kilpailemiseen. (Dennis Publishing 2014.) Päinvastoin kuin useat urheilulehdet, Cyclist on suunnattu enemmän urheilua harrastaville lukijoille kuin sitä vain urheilullisena viihteenä seuraaville. Lehden lokalisoitu versio ilmestyy myös Australiassa hyödyntäen samaa ilmettä ja sisältöjä.

Valitsemani numerot ovat painettujen lehtien osalta 24/2014, 25/2014 ja 26/2014. Digitaalisessa muodossa tarkastelun kohteena ovat numerot 24/2014, 27/2014 ja 28/2014.

5.2.2 Hauskempaa ruoanlaittoa: Jamie Magazine

Jamie Magazine on osa tunnetun brittiläisen kokin Jamie Oliverin ympärille kasvanutta mediakeskittymää, joka ruokalehden julkaisun lisäksi tekee televisio-ohjelmia, kustantaa painettuja keittokirjoja sekä reseptisovelluksia mobiililaitteisiin ja tuottaa sisältöjä useisiin sosiaalisen median kanaviin. Lehti on ilmestynyt vuodesta 2008 lähtien, ja sen ilmestymistahti on kymmenen kertaa vuodessa. Tarkastelemani lehti on brittiläisille markkinoille suunnattu, mutta lehdestä on olemassa lokalisoituja versioita kahdeksassa eri maassa. Iso-Britannian version levikki on 53 000. Lukijakunta jakautuu melko tasapuolisesti miehiin ja naisiin. (Jamie Oliver Group Media Kit 2014.)

Teemansa mukaisesti Jamie keskittyy suurelta osin uusien reseptien ja ruokalajien esittelyyn, mutta mukaan on sovitettu myös lifestyle-tyyppiseksi luokiteltavaa aineistoa koskien ruokamatkailua, ruoan parissa työskenteleviä henkilöitä ja Jamie Oliverin aloittamia yhteisöllisiä kampanjoita. (Jamie Magazinen verkkosivut 2014.) Visuaalisesta ilmeestä on tehty värikäs ja herkullinen kuten genreen kuuluukin, ja sen iloittelevan sekä rennon ilmeen on tarkoitus houkutella kokemattomampaakin kotikokkaajaa tarttumaan lehteen.

Tarkastelen sekä painetusta että digitaalisesta versiosta numeroita 50/2014, 51/2014 ja 52/2014. Lehden 50. juhlanumeron yhteydessä ulkoasua on viilattu hieman uudenaikaiseksi, joten ei ollut tarkoituksenmukaista verrata numeroita toisiinsa ennen ja jälkeen tämän muutoksen.

5.2.3 Teknologiapainotteinen lifestyle: Wired UK edition

Wired UK on brittiläinen kuukausittain ilmestyvä aikakauslehti, jota julkaisee amerikkalainen Condé Nast Publications -lehtitalo. Lehden keskeinen aihepiiri käsittelee tieteen ja teknologian vaikutuksia arkielämään, mutta sen artikkelien aiheet vaihtelevat designista arkkitehtuuriin, kulttuuriin, talouteen, politiikkaan ja filosofiaan. (Wikipedia – Wired UK 2014.) Aihepiirien laajuuden ja niiden viihteellisen käsittelytavan vuoksi Wired UK:ta voi kutsua pikemminkin lifestyle-lehdeksi, jolla on vahva teknologinen painotus.

Vuonna 2009 perustettu julkaisu on luotu alkuperäisen yhdysvaltalaisen Wired-lehden konseptin pohjalta, jolla on lokalisoituja versioita myös muissa maissa. Sukunäköisyydestä huolimatta Wired UK:lla on oma toimituskuntansa ja luova osastonsa. Wired UK käyttää samaa logoa kuin emolehtensä ja se seuraa tietystä mielessä lehtiperheen yhteisiä visuaalisia linjoja, jotka heijastavat aiheiden käsittelyyn valittua tyyliä. (Meseguer 2010, 176–177.) Lehden luomisen lähtökohtana on ollut alkuperäisen julkaisun sivukoko ja ainakin jossain määrin myös typografinen ohjeisto, sillä samoja kirjaintyyppejä esiintyy molemmissa julkaisuissa. Vuosien myötä Wired UK on kuitenkin määrätietoisesti hakenut omaa visuaalista ilmettään, viimeisimpänä kesällä 2014 tapahtunut pienimuotoinen taittopohjan uudistus, jossa käyttöön otettiin myös aivan uusia kirjaintyyppejä.

Wired UK luonnehtii itseään uusien ideoiden, innovaatioiden ja ihmisten esittelijänä, joka välittää lukijoille tuoretta ja ajatuksia herättävää kuvaa siitä, millaiseksi huomisen maailma on muodostumassa teknologian näkökulmasta. Lehti onkin lyhyen uransa aikana ehtinyt kerätä jo useita julkaisualan palkintoja. Lehden lukijoista yli kolme neljänestä on miespuolisia. Keski-ikäinen lukija on hyvin toimeentuleva ja iältään keskimäärin 38-vuotias. Vuoden 2014 alkupuoliskolla painetun lehden ja digitaalisen version yhdistetty levikki oli n. 58 000. (Wired UK Media Kit 2014.)

Analyyssissä tarkasteleman lehdet ovat painetussa versiossa 8/2014, 9/2014 ja 10/2014. Digitaalisessa versiossa puolestaan 8/2014, 10/2014 ja 11/2014.

5.3 Typografian kielioppi lehden identiteetin jäsentäjänä

Valitsemani aineiston jaotteluun hyödynnän Stöcklin hahmotelmaa eräänlaisesta typografian kieliopista ja sen eri tasoista. Jotta typografian merkkijärjestelmän voidaan sanoa toimivan tietyn kieliopin mukaan, on siltä löydyttävä omat niin semantiikkaa, syntaksia kuin pragmatiikkaa järjestävät perussääntönsä. Semantiikalla viitataan niihin lukuisiin konnotatiivisiin merkityksiin, joita kirjainmerkkien kuvalliset ominaisuudet ja muotojen yksityiskohdat pysyvät välittämään lukijalle. Syntaksi puolestaan käsittelee typografisten elementtien yhdistämistä ja järjestämistä tietyn annetun tilan tai dokumentin puitteissa. Tähän tasoon liittyvät usein ne konventiot, joilla typografinen ilmaisu pyrkii liittämään esittämänsä tekstin tiettyyn genreen tai tekstityyppiin. Pragmatiikalla taas tarkoitetaan typografisten elementtien suunnitelmallista käyttöä haluttujen vaikutusten aikaansaamiseksi. (Stöckl 2005, 208.)

Typografian kielioppia ei voida kuitenkaan suoraan rinnastaa esimerkiksi kielen toimintaa säätelevään kielioppiin. Syynä tähän on, että sen sisältämät elementit ovat toisinaan hankalasti erotettavissa toisistaan, koska ne toimivat usein toisiinsa vaikuttaen ja yhteenliittyneinä. Typografian välittämät merkitykset ovat myös vahvasti kontekstisidonnaisia. Lisäksi luonnolliseen kieleen verrattuna typografian merkkijärjestelmässä esiintyy enemmän *polyseemisiä* ja *homonymisiä* yksiköitä. Ensimmäinen näistä tarkoittaa monimerkityksellisyyttä ja toisella viitataan yhden ja saman merkityksen välittämiseen erilaisten typografisten keinojen kautta. Näiden seikkojen vuoksi Stöckl sanookin typografiaan sisältyvän vain heikon kieliopin, joka ei ole jäsennettävissä niin suoraviivaisesti kuin jossain muussa merkitysjärjestelmässä. (em. 209.)

Stöckl onkin muodostanut analyysitarkoituksiin soveltuvan, suuntaa-antavan jaottelun typografiassa esiintyvistä resursseista, joka mahdollistaa valitsemiini aikakauslehtien typografian tarkastelun edellisessä luvussa esitellyistä elementeistä käsin. Mallissa typografian toiminnan ulottuvuudet on jaettu neljään portaittaiseen luokkaan, edeten pienemmistä suurempiin elementteihin. Jokainen luokista koostuu eri tasoista typografisista elementeistä, jotka puolestaan saavat konkreettisen muotonsa tehtyjen typografisten valintojen kautta (Taulukko 1). Ensimmäinen luokka on mikrotypografian alue, joka koskee yksittäisiä kirjainmerkkejä sekä kirjaintyyppejä. Tähän ulottuvuuteen kuuluvia elementtejä ovat käytetyt kirjaintyypit sekä kirjainten koko, tyyli ja värit. Seuraava porras on mesotypografian taso, jossa kirjainmerkit muodostavat rivejä ja tekstikokonaisuuksia. Vaikuttavia elementtejä tällä tasolla ovat merkki- ja sanavälitys, rivivälit, rivien tasaus ja asettelu sekä kirjaintyyppien yhdistely. Tästä edetään makrotypografiaan, joka käsittelee isomman kokonaisuuden tai dokumentin typografista struktuuria, johon vaikuttavat palstoitus, anfangit, typografiset kontrastit, typografinen hierarkia ja tekstin ja kuvan yhdistäminen. Viimeiseksi tulee vielä paratypografian taso, joka keskittyy median materiaalien ominaisuuksien vaikutukseen ja typografian herättämien materiaalien konnotaatioiden toimintaan. Jaottelua hyödynnettäessä on pidettävä mielessä, että rajanveto ulottuvuuksien välillä ei ole aina yksinkertaista, koska ne ovat kuitenkin toisistaan riippuvaisia ja päällekkäisyyttä esiintyy jonkin verran elementtien välillä. (em. 209–210.)

Omassa analyysissäni keskityn soveltamaan edellä kuvattua mallista lähinnä kolmea ensimmäistä tasoa eli mikro-, meso- ja makrotypografian ulottuvuuksia, jotka parhaiten soveltuvat aikakauslehden käyttämien elementtien ja typografisen rakenteen hahmottamiseen. Oletan, että paratypografista ilmaisua käyttäviä esimerkkejä ei mitenkään säännönmukaisesti esiinny aineistossani. Paratypografinen ulottuvuus tosin koskee myös lehdelle valitun painomateriaalin vaikutusta ilmaisuun, mutta tähän en tule erityisesti syventymään painettua ja digitaalista mediaa vertailllessani. Lehden kontekstissa otsikkotekstit ovat toinen esimerkki, jossa paratypografisin keinoin toisinaan luodaan lisämerkityksiä korostamalla kirjainmerkien valmistuksen tai muotoilun konkreettista tapaa, mutta monesti nämä ovat poikkeuksellisia erityistapauksia, eivät osa toistuvaa typografista ilmettä.

Esitellyn jaottelun pohjalta jäsenyvää aineistoa hahmotan ja tulkitseen aiemmissa luvuissa esittelemäni sosiosemiotittisen viitekehyksen pohjalta.

Taulukko 1 (Stöckl 2005, 210).

Typografisen ilmaisun ulottuvuudet	Typografiset elementit	Konkreettiset ominaisuudet
Mikrotypografia: Kirjaintyyppien ja yksittäisten merkkien muotojen taso	<ul style="list-style-type: none"> • kirjaintyyppi • kirjainten koko • kirjainten tyyli • kirjainten väritys 	<ul style="list-style-type: none"> • esim. Garamond, Verdana • pistekoko • "vanhanaikainen", "iloinen" • musta vs. negateksti, vihreä jne.
Mesotypografia: Merkkien muodostamien rivien ja tekstikokonaisuuksien taso	<ul style="list-style-type: none"> • merkkien välistys • sanavälistys • rivivälistys • tekstin määrä sivulla • tekstin tasaus • rivien asettelu/ suunta • kirjaintyyppien yhdistely 	<ul style="list-style-type: none"> • normaali, harvennettu, tiivistetty • kapea, leveä jne. • kaksinkertainen riviväli, yksinkertainen riviväli • sivun merkkimäärä • vasen, oikea, keskitetty • vaaka, pysty, diagonaalinen • kirjasintyytit, käsinmuotoiltu teksti
Makrotypografia: Dokumentin typografisen struktuurin taso	<ul style="list-style-type: none"> • sisennykset ja kappaleet • anfangit • typografiset korostukset • hierarkian välineet • tekstin ja kuvan yhdistäminen 	<ul style="list-style-type: none"> • tekstikappaleiden koko ja niiden välinen etäisyys • koristeellinen, värillinen • alleviivaukset, kursiivi jne. • otsikkohierarkia, numeroinnit, taulukot, kaaviot, luettelot, alaviitteet jne. • kuvan ja kuvatekstin suhde, kuvalliset kirjaimet, "typo-kuvallisuus"
Paratypografia: Typografian materiaalisuuden taso	<ul style="list-style-type: none"> • median materiaallinen laatu (esim. paperin) • merkkien konkreettisen tekemisen käytännöt 	<ul style="list-style-type: none"> • paksuus, pintastruktuuri, formaatti • käsin tekeminen, muovaaminen jne.

6. Typografisen ilmeen vertailu painetuissa ja sähköisissä julkaisuissa

Tässä luvussa käyn ensin läpi kunkin lehden kohdalla painetussa versiossa toteutunutta typografista ilmettä ja sitä, millaisia keinoja niiden rakentamisessa on käytetty. Sen jälkeen etenen tarkastelemaan, miten digitaalisten versioiden typografinen toteutus poikkeaa lehtien painetuista julkaisuista.

6.1 Cyclist

Cyclist-lehden painetun lehden typografinen ilme perustuu yksinkertaiseen ja selkeään fonttivalikoimaan, joka koostuu pääasiassa kahdesta toisilleen muotosukuisesta kirjainperheestä. Ensimmäinen näistä on muodoltaan antiikva ja näin ollen selkeästi pitempään leipätekstikäyttöön tarkoitettu **Acta**. Toinen puolestaan on pääteetön groteski **Acto**. Nimet paljastavat, että kummankin kirjaintyyppin takana on sama suunnittelija, joka on muotoillut kirjainperheet vuonna 2010 toimimaan toisiinsa yhdistettävänä kokonaisuuksina. Ne on luotu erityisesti lehtikäyttöä ajatellen ja niiden muotokieli on omalle ajalleen tyyppillisesti moderni kadottamatta kuitenkaan luettavuuttaan. Molemmista kirjaintyypeistä on lehdessä käytössä eri vahvuisia leikkauksia, jolloin näinkin rajatulla kirjasinvalikoimalla saadaan luotua aikakauslehden vaatimaa vaihtelevaa ja kontrasteja sisältävää typografista ilmaisu.

Typografisen ilmeen linjakkuus toteutuu lehden logoa myöten, joka hyödyntää lehdessä käytettyyn antiikvaan pohjautuvaa **Acta Poster** kirjaintyyppiä (Kuva 1). Kyseisessä leikkauksessa on kasvatettu kirjainten paksujen ja ohuiden linjojen kontrasti äärimmilleen, jolloin teksti saa isossa koossa paljon huomioarvoa, mutta säilyttää samalla hienostuneisuutensa kapeiden päätteiden ja viimeistelyjen yksityiskohtien kautta. Lehden logo esiintyy kannessa aina mustana valkoisen nimiöalueen tiukasti rajaamassa suorakaiteessa, mikä korostaa kirjainten vahvan muotokielen jyrkkyyttä. Kansikuva on yleensä maisemallinen otos maantiepyöräilijöistä jonkin lehdessä käsitellyn pyöräreitin varrelta. Kannen kuvissa ei pyritä niinkään perinteiseen näyttävyyteen kuin maantiepyöräilijän haavemaiseman kuvaamiseen, pyöräilyyn keskellä muuten autioita maisemia (Kuva 2a ja 2b). Kansien visuaalisen linjan yksinkertaisuus antaa myös paljon huomioarvoa logolle ja kannen muille otsikkoteksteille. Koristeellisemmän logon vastapainoksi kannen nostot on toteutettu groteskilla, jossa leikkauksien vahvuudella ja koolla luodaan selkeä hierarkia juttujen rooleista lehdessä. Nostoja ei ole kovin paljon, ja niistä suurimman huomioarvon saa yksi lehden monisivuisista pääjutuista. Tunnistettava logo ja kansitekstien tyyli sitovat kannen kokonaisuuden yhteen tälle lehdelle tyyppillisellä tavalla, joka herättää huomiota oman genrensä edustajien joukossa.

Logolle valittu visuaalinen muotokieli sekä kannen yleinen ilme poikkeavat varsin paljon siitä, miltä kilpaurheilulajiin keskittyvät erikoislehdet usein näyttävät. Useimmiten pyöräilylehdissä visuaalinen ulkoasu ilmentää teeman mukaisesti vauhtia ja virtaviivaisuutta, jotka ovat lajiin yleisesti liittyviä konnotaatioita. Logossa tämä voi näkyä esimerkiksi sulavan

ja pyöreälinjaisen groteskin tai oikealle nojaavan versaanin kursiivin hyödyntämisenä (Kuva 3a ja 3b). Cyclist on tietoisesti valinnut genressään poikkeavan tyyllilajin samantyyppisen sisällön esittämiseen, ja tämä näkyy erityisesti typografisessa ilmeessä. Fyysisen ponnistelun aihepiiriin on jo logon typografiassa lisätty metaforinen yhteys tyylikkyyteen ja toisaalta myös pyöräilyn henkiseen ulottuvuuteen ikään kuin meditaationa.

Lehden sisällössä hallitun ja tyylikkään kokonaisuuden rakentaminen ilmenee typografian väriskaalassa niin, että värien käyttö on melko niukkaa ja harkittua. Useimpien isojenkin otsikkojen väritys on musta tai värikuvien päälle sijoituessaan teksti esiintyy negatiivisena eli valkoisena. Useamman aukeaman artikkeleissa on yleensä valittu vain yksi korostusväri, jolla tuodaan kontrastia esimerkiksi värittämällä ingressi, anfangit, nostot, kuvatekstit tai kainalojutut. Juttuun liittyvästä valokuvamateriaalista riippuu, kuinka moneen typografiseen elementtiin väritystä sovelletaan. Esimerkiksi mustavalkoisen kuvituksen yhteydessä väriä käytetään luonnollisesti voimakkaammin. Lehden vakio-osioista sisällysluettelo ja pääkirjoitus ovat kohtia, joissa tekstiä käytetään säännöllisesti värillisenä. Ensimmäisessä värillä poimitaan esiin sivunumeroita tiiviiksi tehdystä taitosta, ja toisessa otsikko, anfangi ja sivunosto värittyvät samaan tyyliin kuin pitkissä artikkeleissa, värin vaihtuessa numerosta toiseen.

Cyclistin leipäteksteinä käytetään sekä päätteetöntä Actoa että päätteellistä Actaa. Niiden roolit ovat jakautuneet selkeästi niin, että groteski on käytössä lehden alkupään lyhyemmissä jutuissa ja muuallakin palastellussa sisällössä. Esimerkiksi lyhyet henkilöhaastattelut ja pyöriä sekä pyöräilyvarusteita esittelevät pikkujutut käyttävät tätä kirjasintyyppiä. Lisäksi pitkien artikkeleiden kainalojutut on ladottu samalla päätteettömällä kirjasimella. Actosta on valittu keskivahva leikkaus, vaikka kevyempiäkin versioita löytyisi. Tämä tekeekin tekstipalstoista sävyltään melko tummia ja tekstistä hieman raskaan oloista. Antiikvasta valittu leikkaus on puolestaan kevyempi ja ilmavampi, joka antaa tilaa sen kauniisti muotoilluille päätteille. Välittyvä vaikutelma on huomattavasti kirjallisempi kuin groteskissa, jopa hieman koristeellinen. Vahvan groteskin ja hienovaraisen antiikvan yhdistelmästä muodostuu kiinnostava kontrasti, varsinkin kun niiden sävyero on niin tietoisesti jyrkkä. Tällä tavoin yhteen tuotuna groteski ja antiikva näyttävät yhdistävän lehden olemuksessa esiintyvät teemat, vaativan urheilun teknisine apuvälineineen ja toisaalta herkemmän, jopa filosofisen pohdiskelun pyöräilyn luonteesta.

Brusilan mukaan groteskit kirjaintyyppit havaitaan usein konnotaatioiltaan maskuliinisempinä kun taas keveät antiikvat nähdään feminiinisempinä. Samoin massaltaan suuremmat kirjausleikkaukset mielletään vahvoiksi ja hennot, ohuet versiot kevyiksi ja naisellisiksi. Groteski käytettynä hyvin ohuena ei siis toisaalta mielly kovin voimakkaana ja miehisenä. (Brusila 1997, 58–59.) Näiden ulottuvuuksien vaihtelu ja niillä pelaaminen näkyy selkeästi niin lehden leipäteksteissä kuin otsikoissakin.

Lehden alkuosan lyhyempien juttujen pääotsikoissa toistuu leipätekstin groteski, mutta lihavamman leikkauksella. Näissä otsikoiden koko on myös maltillinen, korkeintaan sivun levyinen muutaman sanan pituudessa, mikä on suorassa suhteessa juttujen pituuteen. Otsi-

koinnilla ei tempuilla, vaan se on hyvin tarkoituksenmukaista. Pitemmissä jutuissa otsikoinnin tyyli puolestaan vaihtelee hieman sen mukaan, minkä tyyppisistä artikkeleista on kyse. Kuuluisia pyöräilyreittejä tai paikallisia kilpailuja esittelevät matkajutut, jotka hyödyntävät runsasta maisemakuvitusta, käyttävät usein joko leipätekstin antiikvasta paksumpaa leikkausta tai lehden logossakin käytettyä koristeellisempaa ja suuria kontrasteja sisältävää Acta Posteria. Näyttävyyttä haetaan näissä lähinnä verbaalisella leikittelyllä suhteessa kuva-aukeaman sisältöön, otsikon suurella koolla ja vapaammalla sijoittelulla (Kuva 4). Harjoitteluvinkkeihin ja teknisiin neuvoihin keskittyvät jutut sen sijaan käyttävät pääteettömiä otsikoita, mutta niissäkin on visuaalisempi ote kuin lyhyiden juttujen pienemmissä otsikoissa. Näissä näyttävyyttä tuodaan esimerkiksi yhdistämällä äärimmäisen paksua tekstiä hyvin kapealinjaiseen versioon (Kuva 5). Varsinaista typografista leikittelyä erikoisilla kirjaintyypeillä Cyclistin taivossa ei harrasteta, vaan myös otsikot ovat linjassa valitun tyylikoodiston kanssa.

Väliotsikot on eroteltu muusta tekstistä hyvin minimaalisesti. Näissä toistuu kulloinkin leipätekstissä käytetty antiikva tai groteski hieman muuta tekstiä hieman paksummalla leikkauksella ja mustalla värillä. Niiden tekstiä rytmittävä vaikutus on hienovarainen.

Anfangit ovat käytössä leipätekstien alussa läpi koko lehden. Alkuosan pienissä artikkeleissa ja loppupään pyöräarvosteluissa on käytetty Acta Posterin koristeellisin leikkauksin varioituja alkukirjaimia sijoitettuna värillisiin neliöihin. Tämä tuo kiinnostavia yksityiskohtia typografialtaan muuten yksinkertaisiin aukeamiin. Myös pitkissä jutuissa leipäteksti aloitetaan yleensä värikkäillä anfangeilla, joilla on enemmän kokoakin. Niissä esiintyy kontrastisen Acta Posterin lisäksi myös paksua ja selkeää groteskia.

Ingresseillä on lehdessä melko pieni rooli. Useimmiten niissä käytetään samaa antiikvaa kuin leipäteksteissä hieman paksummalla ja isommalla leikkauksella. Joskus harvoin groteskiotsikon pariin on voitu valita myös ingressi samalla kirjaintyyppillä. Niiden koko ja pituus on kuitenkin varsin maltillinen, ja suhteessa isompiin otsikoihin niiden huomioarvo ei ole kovin suuri. Useimmiten ingressin väritys on sama kuin edeltävässä otsikossa, jos sitä ei ole erikseen korostettu muuallakin samassa jutussa käytetyllä huomiovärillä.

Nostoilla on sen sijaan suurempi visuaalinen rooli aukeamien elävöittäjänä. Pyöräilyreittejä esittelevissä pitkissä artikkeleissa käytössä on koristeellisin versio lehdessä käytössä olevista fonteista, Acta Poster, jonka väritys on musta (Kuva 6a). Sillä on kuvallisia elementtejä lisäävä rooli artikkeleille, etenkin kun noston huomioarvoa on korostettu värillisten viivojen avulla. Muissa pitkissä artikkeleissa nostojen teksti itsessään on tehty värilliseksi (Kuva 6b). Alun lyhyissä jutuissa ja teknisiin vinkkeihin keskittyvissä artikkeleissa nostot ovat kuitenkin monesti groteskia pääotsikoitten tapaan. Pitemmissä tällaisissa jutuissa korostuskeinona ovat tekstin taustalle sijoittuvat rivittäiset laatikot tai tekstin kirkas väritys (Kuva 7a ja 7b).

Lehdessä käytetyt palstatunnukset ovat kooltaan pieniä, sivun yläulkonurkkaan sijoitettavia tekstillä höystettyjä vinjettejä, jotka heijastavat pienoiskoossa samoja tyylivalintoja kuin osioiden muustakin typografiasta tehdyt havainnot. 'Lead Out' -vinjetti yhdessä pyöränrenkaan jälkiä visualisoivan merkin kanssa signaloi alkuosan lyhyempiä juttuja, ja vinjetin

alle sijoittuva teksti kertoo jutun tarkemman aihealueen (Kuva 8). Näissä molemmissa toistuu teknisempi ja modernimpi päätteetön kirjaintyyppi. Pitkissä artikkeleissa on muutamaa erilaista juttutyyppiä, joilla on hieman erilaisia vinjettimalleja. Näissä kaikissa kuitenkin vinjettitekstit ovat antiikvalla viitaten lukujuttujen luonteeseen ja tekstit on sijoitettu värillisten suorakaiteitten sisään. Lehden loppupuolella on vielä uusien pyörämallien arvosteluun keskittyvä osio, jonka vinjetissä yhdistyvät groteskilla ladottu pyörämerkki ja antiikvalla lukeva osion nimi 'Bikes'. Lisäksi sekä otsikossa että vinjetissä käytetty monivärinen viiva ja eri pyörien kohdalla käytetyt korostusvärit kertovat lukijalle, missä kohdassa osiota ollaan (Kuva 9a ja 9b).

Läpi koko lehden palstoissa on käytetty melko leveää oikeaa liehua ilman tavutusta. Tämä tekee kappaleiden sävystä tasaisen eikä sanaväleihin synny suuria häiritseviä rakoja. Toisaalta liehun oikea reuna aaltoilee melko paljon, kun tavutus ei ole käytössä. Tämä on tyyppillinen typografinen valinta englanninkielisissä aikakauslehdissä. Lehdessä käytetäänkin paljon ohuita pystysuoria linjoja palstojen väleissä, jotka tuovat taitolle jäseneltyä jämykkyyttä ja linjakkuutta, joka muuten jäisi elävän liehureunan kanssa saavuttamatta. Toisinaan myös väripohjien käytöllä luodaan samanlaisia linjauksia palstojen välille. Rajattua kirjaintyyppien valikoimaa säestää siis hyvin hallittu ja lokeroiva tilankäyttö.

Käytetty palstajärjestelmä on joustava, mikä on tarpeen aina silloin kun lehdessä on montaa erityyppistä sisältöä. Pitkien ja toisaalta sirpaleisten tekstien taittamiseen tarvitaan erilaisia ja vaihtelevia palstoja. Mitä enemmän sisältö on palasteltu, kuten lehden alkuosassa, sitä tärkeämpää on pystyä vaihtelemaan erilevyisten palstojen välillä tarpeen mukaan. Tällaisessa sisällössä kuvaelementit yleensä asettavat rajat sille, miten tekstit tullaan sommittelemaan. Pitkissä artikkeleissa käytetään vaihtelevasti kolmea kapeampaa tai kahta leveämpää palstaa.

Tekstipalstojen ohessa käytetään monesti yhtä ylimääräistä kelluvaa kapeaa palstaa, jonka avulla sivurakenteesta saadaan vähemmän symmetrinen ja näin ollen kiinnostavampi (Kuva 8). Kelluvan palstan idea on, että se on yleensä varsinaisia tekstipalstoja kapeampi ja sen paikkaa voidaan vaihtaa sivulla tarpeen mukaan. Sen avulla on myös kätevää sovittaa mahtumaan sivulle esimerkiksi kuvatekstejä palstojen väliin ja tuoda tehokkaasti ilmavuutta taittoon tuhlaamatta silti liikaa palstatilaa. Lehden aukeamat ovat kuitenkin rakenteeltaan melko tiiviitä, vaikkei varsinaisesti ahdettua vaikutelmaa synnykään. Ylä- ja ulkoreunan leveämmillä marginaaleilla tuodaan jonkin verran ilmaa tekstintäyteisimmille sivuille, mutta tämä ei kuitenkaan toteudu kaikilla aukeamilla. Teksteiltä vapaaksi jäävä tila täytetään monesti suurilla kuvilla.

Pyöräilylehdessä kuvamateriaalilla on suuri merkitys, sillä harrastajia luonnollisesti kiinnostavat kuvat uusista varusteista ja pyörämalleista, puhumattakaan hienojen reittien maisemista. Lehden linjakkaan typografian tehtävä on kuitenkin luoda yhtenäisyyttä moninaiseen sisältöön. Lajityypilleen epätyypillisen niukalla kirjasinvalikoimalla Cyclist on onnistunut luomaan kiinnostavan typografisen kokonaisuuden.

Lehden digitaalisen version typografia on hyvin tunnistettavissa saman visuaalisen ilmeen yhteyteen sijoittuvaksi kuin painettu lehti. Sama groteski ja antiikva useampine leikkauksineen löytyvät digitaalisen sovelluksen sisällöstä ja niiden jaottelu lyhyempien ja pitempien leipätekstien latomiseen pätee sielläkin. Groteskia tekstiä pidetäänkin ruudulla luettavampana silloin, kun käytetty tekstikoko on hyvin pientä. Samojen kirjaintyyppien käyttö mediasta riippumatta kertoo tietysti siitä, että päätelaitteiden resoluutio pystyy nykyään erottelemaan tarpeeksi tarkasti myös antiikvan hiuksenhienoja kirjainpäätteitä. Toisaalta nykyään antiikvatyyppienkin suunnittelussa otetaan huomioon digitaalisten käyttöympäristöjen vaatimukset kirjaintyyppin luettavuudelle (Korpela 2010, 82). Näin ollen ei ole tarpeen korvata visuaaliseen ilmeeseen kiinteästi kuuluvaa fonttia jollain päätteettömällä, yksinomaan sähköiseen ympäristöön luodulla kirjaintyyppillä, vaan yhdenmukainen ilme on mahdollista toteuttaa mediasta riippumatta.

Cyclistin digitaalisen version kansi poikkeaa painetusta siinä, että kuvan päälle sijoitetut nostot on jätetty kokonaan pois. Kannen ilme koostuu siis yksistään kansikuvan sekä sen päälle hitaasti animoituna ilmestyvän nimiön valkoisen suorakaiteen ja vahvan mustan logon yhdistelmästä (Kuva 10a ja 10b). Vaikutelma on voimakkaampi ja kirjankansimaisempi kuin paperilehden suhteen. Lisäksi ensin vain kuvan täyttämä ruutu ja logon ilmestyminen vasta hetken jälkeen saa lukijan tarkastelemaan etusivua kiinteämmin ja hieman odottaen, ilmestysisikö tekstejä vielä mahdollisesti lisää. Animoinnilla on pyritty keskittämään lukijan huomio käsillä olevaan lehteen.

Kuitenkin lehden sisäsivuille edetessä käy selväksi, että Cyclist on menettänyt jotain taitollisesta olemuksestaan digitaaliseen versioon siirryttäessä. Artikkelien avausnäkyvä on jokaisen jutun kohdalla pääpiirteissään samanlainen. Näkyviin ilmestyy koko ruudun kuva, jonka päällä on osittain läpinäkyvällä valkoisella suorakaiteella musta pääotsikko lyhyen ingressin kera. Kaksoisnapautuksella otsikkoelementin saa katoamaan, jolloin voi keskittyä tarkastelemaan pelkkää kuvaa. Samalla tavalla sen saa myös palaamaan näkyviin. Jos koko lehden selaa nopeasti läpi etenemättä varsinaisiin tekstiosioihin, jää sisällöstä varsin tasapaksu kuva, koska erilaiset juttutyyppit eivät asettelultaan juuri erotu toisistaan. Otsikkotyypeillä on eroteltu juttutyyppejä samaan tapaan kuin painetussa lehdessä eli groteskiotsikot viittaavat sekä teknisiin artikkeleihin että alkupään lyhyisiin paloihin yhdistettynä aiemmin mainittuun pyöränjälkeä jäljittelevään vinjettikuvaan (Kuva 11a). Antiikvaotsikot merkitsevät pidempiä artikkeleita pyöräilyreiteistä tai henkilökuvista (Kuva 11b). Jälkimmäisissä on kuitenkin luovuttu varsinaisista vinjettielementeistä, joiden sijaan ruudun yläreunaan sijoittuva harmaa suikale sisältää pienellä valkoisella tekstillä osaston nimen ja tarkemman juttuaiheen. Nämä ovat kuitenkin visuaalisesti niin huomaamattomia, että niitä tuskin kovin moni muis-
taa lukea.

Painetun lehden vaihteleva palstajärjestelmä on myös vaihtunut yhteen leveään, vasemmalle tasattuun tekstipalstaan, jota toisinaan rytmittävät tekstivirran katkaisevat kuvat, osittain sen alueelle työntyvät tekstinostot ja infolaatikot, joissa pienempi groteskiteksti on

jaettu kahteen kapeampaan palstaan (Kuva 12a). Monesti digitaalisia lehtiä on mahdollista lukea vain tabletin pystysuorassa asennossa, joka on intuitiivisesti saman suuntainen kuin paperilehden sivuformaatti. Cyclistin sovellusta on kuitenkin mahdollista kääntää myös vaakasuuntaiseen asentoon, mikä muokkaa sisällön automaattisesti vaakamuotoon. Tällöin ainut tekstipalsta muuttuu leveämmäksi, samoin kuvat (Kuva 12b). Tekstirivit vain muodostuvat niin pitkiksi ja liehureuna leveäksi, ettei lukeminen ole enää kovin miellyttävää tai sujuvaa. Käyttöliittymässä on myös annettu mahdollisuus lukijoille suurentaa halutessaan käytettyjä pistekokoja liu'utettavalla asteikolla. Kokomuutos vaikuttaa samalla skaalalla kaikkiin teksteihin, mikä saa esimerkiksi anfangit ja otsikot liikkumaan sattumanvaraisesti ja ikävästi paikoiltaan, eikä tällöin voidakaan enää puhua varsinaisesti suunnitellusta typografisesta kokonaisuudesta.

Ainoastaan tablettiversion sisällysluettelosivulla on käytetty kolmpalstaista jaottelua, joka täyttää ruudun reunasta reunaan (Kuva 13). Yläreunan täyttävä vahva versaaliotsikko on voimakas vastapaino muun osuuden jakamalle kuvien ja niitä määrittävien kuvatekstien ruudukolle, josta on suorat linkit kuhunkin juttuun. Periaatteessa on mahdollista selata artikkeleita tätä kautta yksi kerrallaan, ja palata aina takaisin kulkematta lineaarisesti koko lehden sisällön läpi.

Painettuun versioon verrattuna yksinkertaistettu taittopohja muistuttaakin enemmän verkkosivun toimintaa, jossa tekstin lopullinen asettelu ei ole koskaan täysin visuaalisen ilmeen suunnittelijan käsissä, vaan lopullinen tulos on riippuvainen loppukäyttäjän ruudun koosta ja hänen henkilökohtaisista asetuksistaan. Lukukokemus muistuttaa verkkosivua siinäkin mielessä, että jokainen yksittäinen artikkeli erottuu omaksi kokonaisuudekseen, jolla on oma avausnäkönsä. Juttujen välille ei siis muodostu niin selkeää hierarkiaa kuin silloin, kun useampi pieni juttu taitetaan samalle aukeamalle tai jos yksi teksti esiintyy toisen kainalojuttuna. Esittämällä artikkelit irrallisina yksikköinä lehtimäisyyden virtaava kokemus jää helposti muodostumatta. Lehden läpi silmäily ei olekaan niin sujuvaa, kun tekstisisällön nähdäkseen on edettävä myös pystysuunnassa, eikä vain avausnäkyä oikealta vasemmalle pyyhkäisten.

Vaikka käytetyt tekstityypit ovat samat lehden painetussa ja digitaalisessa versiossa, eroaa niillä luotu vaikutelma kuitenkin toisistaan. Otsikoissa käytetty tyyli on kovin yksitoikkoista jutusta toiseen, lukuunottamatta vaihtelua groteskin ja antiikvan välillä. Usein otsikkojen kirjainleikkauksien vahvuuksilla ei ole luotu suurempaa kontrastia muuhun leipätekstiin tai ingressiin. Painetun lehden artikkelien avausaukeamat tarjoavat parhaimmillaan typografista leikittelyä tekstien sijoittelulla ja kirjaintyyppien kontrasteilla, mutta tablettiversiosta nämä puuttuvat täysin. Persoonallisuus on valitettavasti hukkunut jonnekin matkan varrelle.

Koska yksipalstainen leipäteksti muodostaa taittoon pitkiä tekstimassoja, on sitä kuitenkin elävöitetty jonkin verran värinkäytön kautta. Joka artikkelille on painetun lehden tapaan valittu yksi tehosteväri, jonka saavat jutun anfangi, väliotsikot ja nostotekstit. Painetussa lehdessä väliotsikot eivät saa koskaan väritystä, mutta koska taitollisella sijoittelulla ei

tässä tablettiversiossa voidaan luoda jutulle visuaalista rakennetta, on sitä tehty edes värinkäytön kautta. Tämä nostaa esiin harvoja visuaalisempia typografian elementtejä taitosta. Logosta tutun Acta Posterin ja typografisten kontrastien käyttö jää tablettiversiossa niin vähälle, ettei vahvaa sidettä sisällön ja logon muotokielelle oikein löydy.

6.2 Jamie Magazine

Jamien painetun version typografia on runsasta ja vaihtelevaa. Neutraalina perustana toimivat toki leipätekstit antiikva **Fedra serif B** ja groteskina **Soho Gothic**. Ruokalehden sisältö poikkeaa muista aikakauslehdistä siten, että vain pieni osa sisällöstä on pitkiä, tekstipitoisia artikkeleita. Suurimman osan lehdestä vievät luonnollisesti reseptit, joita ei ole tarkoitukseen lukea samalla intensiteetillä kuin artikkeleita, vaan kevyesti läpi silmäillen. Tarkempaan lukemiseen edetään vasta sitten, kun on valittu tietty resepti, jota luetaan sanasta sanaan ruoanlaittoilanteen ohessa. Tällaiseen käyttöön selkeä päätteetön kirjaintyyppi onkin sopiva valinta. Kahden peruskirjasintyyppin lisäksi lehdessä on käytössä suuri joukko erilaisia slab serif, stencil- ja käsinkirjoitusta jäljitteleviä fontteja. Tässä lehdessä typografinen ilme muodostuu kirjasintyyppien vaihtelusta ja tekstin ilmaisevuuden kirjosta.

Lehden logo on muuhun sisältöön verrattuna yllättävänkin perinteistä antiikvaa. Siinä käytetty kirjaintyyppi on **Caslon Graphique**. Kontrastia ja ilmettä kirjaintyyppistä kuitenkin löytyy, sillä kirjainmuodoissa on vahvaa vaihtelua paksujen ja ohuiden linjojen välillä (Kuva 14). Kirjainten pyöreillä muodoilla viitataan luonnollisuuteen ja pehmeisiin arvoihin, mutta paksunnokset antavat logolle silti tukevan ja luotettavan olemuksen. Lehden nimi viestii, että oman mediakeskittymän luoneen Jamie Oliverin persoona on tärkeä osa julkaisun olemusta. Versaalin alkukirjaimen puuttuminen etunimeen perustuvasta logosta alleviivaa julkaisuun ja henkilöbrandiin liittyvää rentouden ja välittömyyden vaikutelmaa. Lehden kannessa logo sijoittuu kansikuvan päälle ja sen väritys vaihtelee numerosta toiseen taustan väriykestä riippuen (Kuva 15). Toisinaan logon painoteknisellä käsittelyllä, esimerkiksi foliopinatuksella tai preeglauksella annetaan kannelle lisänäyttävyyttä.

Kannessa suurimman huomion saa ruokalehdelle tyypilliseen tapaan herkullinen annoskuva tai toisinaan jopa julkkiskokki itse tarjottavineen. Kuvaa säestää ainakin yksi isompi värillinen otsikkonosto, jonka typografia vaihtelee, mutta se on muotoiltu hyvin usein käsinkirjoitetun oloiseksi. 50:ssä juhlanumerossa kantta koristaa suuri kalligrafisesti muotoiltu erikoisteksti, jonka lisäksi ei ole muita nostoja (Kuva 16). Käsintekstausta muistuttavien elementtien hyödyntäminen jatkuu myös muussa typografiassa läpi koko lehden. Isomman noston lisäksi on pari pienempää groteski- ja antiikvanostoa, joiden väritys on joko musta tai valkoinen. Näiden lisäksi kannen alareunaan on tehty rivi kuvallisia nostoja lehden sisällöstä, joissa pienin, värikorostetuin tekstein viitataan sisällön resepteihin. Kannen vaikutelma kaikine teksteineenkin on hyvin kuvapainotteinen ja värikäs.

Värien käytöllä on myös suuri rooli Jamien typografiassa ja sitä voisi luonnehtia toiminnaltaan metaforiseksi. Kirkkailla ja pastellisilla väreillä luodaan iloista ja juhlavaakin ilmettä. Koska lehdessä on käytössä runsaslukuinen joukko erilaisia kirjasintyyppisiä, niiden hierarkian muodostuminen saa apua siitä, miten värit säestää niiden toimintaa. Sisäisivuilla isot otsikot ovat usein mustia tai valkoisia tekstejä, koska niitä yleensä säestää samalla sivulla tai aukeamalla oleva värikylläinen kuva. Kuitenkin väliotsikot, nostot ja muut pikkutekstit on säännöllisesti toteutettu vaihtuvien värein, niin että esimerkiksi läpi tietyn teemareseptiosion värit on sama näissä elementeissä. Käytetty värimaailma on siis laaja, mutta myös johdonmukaisesti ja hierarkisesti toimiva. Väriä käytetään typografiassa myös signaloimaan osioita. Esimerkiksi lehden alkuosan vakiopalstoilla käytetään kirkkaita ja huomiota herättäviä keltaista magentaa ja syaania korostamaan typografian osia (Kuva 17a, 17b ja 19). Myös lehden lopussa sijaitseva opastusosio, nimeltään 'The Guide', käyttää samaa keltaista nostotekstien taustalla ja magentaa väliotsikoissa ja aineslistoissa. Suuria väripohjia lehdessä käytetään harvoin eli tekstit sijoittuvat lähes aina valkoiselle sivupohjalle, jos niitä ei ole sijoitettu valokuvan päällä. Tämä antaa tervetullutta ilmavuutta vastapainoksi kuvien värikkyydelle.

Edellä mainitsemani päätteetön Soho Gothic on Jamiessa eniten leipätekstinä käytetty, juurikin sen vuoksi, että suurin osa lehden teksteistä on reseptejä tai muuten lyhyeksi palasteltuja tekstejä. Kuitenkin toisinaan myös lyhyemmissä, aukeaman tai sivun jutuissa on saatettu käyttää antiikvaa leipätekstinä luomaan vaihtelua. Kiinnostavasti leipätekstin tapaan on käytetty siellä täällä groteskin sijaan myös slab seriffin tai egyptiennen tyyppistä kirjasinta, **American Typewriteria**, joka kiinnittää erityisesti huomiota pitemmissä tekstikappaleissa käytettynä (Kuva 18). Tässä kirjasintyyppissä linjat ovat kauttaaltaan yhtä paksuja, samoin kuin siihen kuuluvat päätteet. Valitun fontin koukeroiset muodot ja paksuuskontrastin puuttuminen tekevät sen luettavuudesta toimivaa vain hieman suuremmassa koossa käytettynä. Kuitenkin esimerkiksi pääkirjoitussivulla sitä on käytetty aina toisessa kahdesta vakiopääkirjoituksesta, ensimmäisen ollessa antiikvaa. Tämä luo tietysti kontrastia ja erottaa toisistaan muuten tasavahvat tekstipalstat (Kuva 19).

American Typewriteria on käytössä melko paljon myös joissakin isommissa ja pienemmissä juttuotsikoissa, joissa se toimiikin pitkiä tekstejä paremmin. Kirjasintyyppin nimikin kertoo, että sen muotokieli viittaa tyyliltään vanhan kirjoituskoneen jälkeen, mikä sisältää ajatuksen käsin tuotetusta persoonallisemmasta jäljestä, toisin kuin tietokoneelta tulostettu teksti. Tämä on tietenkin varsin sopiva konnotaatio kotona valmistetun ruoan aihepiiriin liittyen. Tämän mielle yhtymän lisäksi kirjaintyyppi onnistuu pyöreäähkössä koukeroisuudessaan olemaan muodoltaan leikkisä, kepeä ja feminiininen. Toinen yksilöllisyyttä ja käsin tekemistä henkivä otsikoiden ja nostojen kirjaintyyppi on **Markerfield Regular**, joka muistuttaa hyvin paljon käsin tussilla tekstattua tai jopa maalattuja kirjaimia (Kuva 20). Sen tyyli on vauhdikas ja konstailematon, mikä heijastelee esiteltyjen ruokien ja reseptien filosofiaa. Lehden loppuun sijoitetussa opastusosiossa otsikkofonttina on käytetty kapeampaa ja kevyempää egyptiennä nimeltään **Swifty**, joka markkeeraa osion erottumista sisällössä yhdessä muiden toistuvien

typografisten elementtien kanssa. Swifty sopii muodoiltaan vain suuremmissa tekstikoissa käytettäväksi ja omaa sukulaisnäköä American Typewriterin kanssa. Persoonallisten otsikko-fonttien rinnalla käytetään myös hyvin kapeaa versiota groteskista kirjaintyyppistä. Se esiintyy sekä itsenäisesti että yhdistettynä näihin ilmaisullisempiin fontteihin. Sitä löytyy myös lehden alkupäästä sisällysluettelon otsikoinnista sekä lehdentekoon osallistuneiden henkilöiden esittelysivulta.

Väliotsikoita lehdessä käytetään eniten reseptien nimien kohdalla, kun useampi samaa teemaa edustava resepti on koottu yhteen isommaksi kokonaisuudeksi. Näissä on käytössä hyvin koristeellinen **URW Wood Type**, jonka vahvimmat konnotaatiot osoittavat villin lännen saluunakylttien suuntaan (Kuva 20). Koska väliotsikot ovat kooltaan kohtuullisen pieniä, ja ne ovat Jamiessa aina värillisiä elementtejä, tämä miellelyhtymä ei nouse kuitenkaan liian hallitsevaksi, vaan fontin koristeellisuus toimii kuin piristävänä mausteena groteskien tekstipalstojen keskellä. Pienessä koossa käytettynä sen muodot alkavatkin näyttää enemmän eksoottisilta kuin mihinkään tiettyyn aikaan tai paikkaan liittyviltä.

Lehden pitempien juttujen ingressit käyttävät säännönmukaisesti koristeetonta groteskia Soho Gothica. Niiden pituus on lyhyt, vain pari kolme riviä isomman otsikon yhteydessä, jolla on ladattu paljon enemmän huomioarvoa. Toisinaan joissakin lyhyemmissä jutuissa saatetaan käyttää egyptienne-otsikon yhteydessä saman kirjasintyyppin ingressiäkin. Ilmeeltään nostot eivät ole varsinaisia katseenvangitsijoita, ja niiden väritysikin pysyy kautta linjan mustana.

Lehden nostot on toteutettu usein American Typewriterilla tai käsintekstausta muistuttavalla tekstityypillä. Varsinkin näistä ensimmäisen huomioarvoa korostetaan yleensä tekeillä tekstistä värikästä tai sijoittamalla sen taustalle värikkäät rivittäiset suorakaiteet.

Palstojen määrä sivulla vaihtelee paljon varsinkin lehden etuosassa, jossa on monentyyppistä palasteltua materiaalia. Enimmillään käytössä on jopa neljä tai viisi tasalevyistä tai vaihtelevaa palstaa. Näistä yksi on yleensä kuitenkin kelluva palsta, joka on osittain tyhjä tai sisältää pieniä kuvia tai kuvatekstejä. Varsinaisissa artikkeleissa tekstipalstoja on vain kaksi, mikä jättää paljon ilmavuutta reunoille sekä mahdollisuuksia kuvien vapaampaan sijoitteluun. Resepteihin keskittyvät jutut käyttävät säännönmukaisesti kolmea tasaleveää palstaa, jotka mahdolltavat paljon tekstiä sivua kohden. Reseptien kohdalla kokonaisia sivuja voi esiintyä tekstin täyttämisenä ilman kuvia, mitä ei muissa osioissa juurikaan tapahdu. Näitä tasapainottavat yleensä rinnalla esiintyvät koko sivun kuvat.

Läpi lehden palstat käyttävät oikean reunan liehua. Lehdessä ei myöskään käytetä suoraa pystysuoria linjoja elementtien erottamiseen. Tämä tuo sisältöön käsintehtyä tunnelmaa, jossa elementtien ei tarvitse linjautua viivottimella vedetyn ruudukon mukaan. Vaikutelmaa vahvistavat sivujen leveät marginaalit, jotka antavat aukeamille mukavasti tilaa hengittää, eivätkä runsas ja värikäs kuvitus ja koristeellinen typografia saa aukeamia liian tukkoon.

Lehden taitossa hyödynnetään myös jossain määrin kuvallista, käsintehtyä typografiaa, joka tukee lehden visuaalista ilmettä, ja antaa sille sen tavoittelemaa autenttisuuden tuntua.

Typografia itsessäänkin voi toimia kuvallisista aineksista rakennettuna elementtinä (Kuva 21), tai osassa piirroskuvitusta voi olla uniikkeja käsin tehtyjä tekstejä.

Ruokalehdessä valokuvilla luodaan suurin osa houkuttelevuudesta, jolla lukija saadaan tarttumaan tarjottuun lehteen. Jamiessa persoonallisesta typografiasta on kuitenkin tehty lehdelle kiinnostava lisäulottuvuus, joka heijastaa ruoanlaiton takana olevan filosofian arvoja eli maanläheisyyttä, aitoutta, leikkisyyttä. Typografia onnistuu lisäämään taittoon myös rennolla otteella toteutettua juhlavuutta, jota hyvältä ruoalta parhaimmillaan voi odottaa.

Lehden digitaalinen versio noudattelee pitkälti samaa linjaa typografiassa kuin painet-tukin. Käytössä ovat kaikki samat kirjaintyypit mukaan lukien käsinkirjoitettua tekstausta jäljittelevät otsikot. Pitkien leipätekstien antiikvasta on otettu käyttöön hieman paksumpi leikkaus kuin painetussa lehdessä, ilmeisesti jotta päätteet erottuisivat hieman paremmin käytetyssä pienessä pistekoossa. Neutraalin groteskin tekstin osuus jää lehdessä kuitenkin pienemmäksi, koska reseptiosioiden tekstit on sijoitettu niin, että ne tulee erikseen napaut-taa näkyviin ruokakuviin sijoitetuista linkeistä. Tätä lukijan ei luultavasti tule joka kuvan kohdalla tehtyä. Pienemmissä otsikoissa ja nostoissa on taas paljon American Typewriter kir-jaintyyppiä, joka antaa ohuilla linjoillaan julkaisulle keveyttä sekä leikkimielistä vaikutelmaa.

Painetusta lehdestä tuttua visuaalista vaikutelmaa tukee myös digiversiossa käytetty tait-topohja, jonka rakenne varsinkin vakiosivuilla on tehty hyvin samaan muotoon. Pitempien juttujen kohdalla ilmeikäs otsikkotypografia on säilytetty samanlaisena molemmissa medioissa. Jotta samanlaisen taittopohjan käyttäminen onnistuisi sivukokoa pienemmällä tablettiruudul-la, on joissakin kohdin pidemmille teksteille tehty ns. jatkuvia tekstilaatikoita, joissa osa teks-tistä jää aluksi näkymättömiin ja liukuu esiin vasta pyyhkäistäessä ruutua tämän tekstin päältä (Kuva 22). Kyseistä keinoa on käytetty niissä kohdin, joissa tekstin pituus on käytettävään tilaan nähden hieman liian pitkä, ja osion pituutta ei olla haluttu tämän takia kasvattaa useam-man ruudunkorkeuden mittaiseksi. Näin on menetelty esimerkiksi pääkirjoitusivun kohdalla.

Tablettiversion vakiosivuilla, joissa sisältö on koostettu pienistä osasista, käytössä on siis kolme tai jopa neljäkin palstaa. Näiden leveydet vaihtelevat tarpeen mukaan ja sommitelmien vaikutelma on rento. Kautta koko lehden käytössä ovat vasemmalla tasatut tekstipalstat. Pit-kissä artikkeleissa tekstipalstoja on yksi leveämpi tai kaksi kapeampaa palstaa, jotka kuitenkin jättävät tarpeeksi tyhjää marginaalia sivuille. Tämä tuo ilmavuutta tekstipainotteisillekin si-vuille ja estää ruutunäkymää tuntumasta ahtaalta. Kaikkein eniten digitaalisessa lehdessä tilaa saavat kuitenkin hyvin kuvapainotteiset, teemoittain jaotellut reseptikokonaisuudet. Näissä on useimmiten samanlainen koko ruudun kuvallinen avaus kuin tekstillisissä artikkeleissa-kin, mutta niiden sisältö jatkuu koko ruudun täyttävillä ruokakuvilla, joita säestää vain vinjettimäinen reseptin nimi vasemmassa yläkulmassa sekä alareunan ympyränmuotoinen tekstisymboli, josta saa napautettua näkyviin sivun ympäri pyöräyttävän animaation kaut-ta esiin ilmestyvän reseptitekstin (Kuva 23a ja 23b). Sisältö on siis mahdollista käydä läpi kuvakirjamaisesti lukematta juuri yhtäkään reseptiä, seuraten vain värikylläisiä kuvia sekä kuvatekstimäisesti toimivia otsikoita ja nostoja.

Koska kuvallisuus nousee Jamien digitaalisessa versiossa vielä suurempaan rooliin kuin painetussa, ovat myös tekstit kuvallisina esityksinä enemmän huomion kohteena kuin neutraalit leipätekstit. Kuvien rinnalla esiintyvät nostot ovat käytettävän kirjainvalikoiman erikoisempia tyyppejä, joita korostetaan vielä värityksellä tai joissain kohdin jopa oikeasti käsinkirjoitetulla tekstillä (Kuva 24). Näiden merkitys tuntuu korostuvan suhteessa painettuun lehteen, koska leipätekstin määrä tuntuu paljon vähäisemmältä. Kuvallisuuden ensisijaisuus näkyy esimerkiksi lehden loppuun sijoitetussa linkitetystä reseptiluettelossa, jossa neliömäisistä pikkukuvista koostuvasta ruudukosta voi nopeasti silmäilemällä etsiä kaipaamaansa ruokalajia (Kuva 25). Kuvien alle on toki sijoitettu pienet nimeävät tekstit, mutta kuva kertoo reseptin sisällön paljon nopeammin kuin sitä täydentävä kuvateksti.

Kuvallisten elementtien korostamisen lisäksi lehden digitaalinen sovellus käyttää elementtien liikettä ja animointia voimakkaana efektinä kiinnittämään lukijan huomion. Ensimmäinen esimerkki tästä saadaan kannen avausnäkyvässä, jossa aina jokin elementti tuodaan paikalleen animoituna. Kansikuva ja logo ovat valmiiksi paikoillaan, mutta vaihdellen voivat ilmestyä näkyviin tai liukua paikalleen kuvallisuutta tavoittelevat tekstit, tai jotkin muut kuvalliset elementit. Usein alareunassa esiintyvät pienet kuvanostot liukuvat myös paikalleen. Toisinaan logon värityksen aaltoilulla luodaan mielikuvaa kiiltävästä materiaalista, josta valon liikkuminen heijastuu. Paperilehdessä tätä efektiä vastaisi esimerkiksi foliopainatus.

Sekä kuvallisten että tekstillisten elementtien hienovarainen ilmaantuminen paikoilleen taittoon on efekti, joka jatkuu läpi alkupään vakiosivujen kaikkien tekstien kohdalla. Kun päästään varsinaisiin pitempiin juttuihin, otsikkotekstitkin heräävät eloon. Ne saattavat ilmestyä kuin näkymättömän käden kirjoittamana, pudota ruudun yläreunasta kirjain kerrallaan tai liukua reunasta valmiiksi ryhmiteltyinä kokonaisuuksina paikoilleen (Kuva 26a ja 26b). Otsikon kirjaimet voivat jopa vaihtaa keskenään paikkaa muodostaen uusia sanoja ja hakeutua lopuksi kuitenkin takaisin alkuperäiseen asetelmaansa. Hienovaraisempaa kineettisyyttä edustavat puolestaan juttujen avausnäkyvät, joissa ensin näkyviin tulee koko ruudun täyttävä kuva. Hetken päästä tämä vaihtuu häiveen kautta toiseen kuvaan. Tämän päälle ilmestyy näkyviin vielä otsikkoteksti ingresseineen (Kuva 27a, 27b ja 27c). Näissä toteutetaan usein suoraan painetussa lehdessä esiintyvää rakennetta, eli avausaukeamalle on ollut sijoitettuna kaksi sivun kuvaa, joista toisen päällä on sekä otsikko että ingressi. Animoinnin avulla näiden esiintyminen ruudulla voidaan esittää dramaturgisesti samalla tavoin, kuin lukija ne havainnoisi ne painetussa mediassa, mutta voimakkaamman elämyksen kautta. Toteuttamalla paperisen version taitto tähän tapaan, koko aukeaman kuvan sijasta, saadan helpommin eri medioihin toteutetuista julkaisuista samannäköiset.

Mielenkiintoista on, kuinka kineettisen typografian käyttö ja liikkuvaa kuvaa jäljittelevät animoinnit vaikuttavat lukijan odotuksiin sisällölle ja käyttäytymiseen sen kanssa. Lehden selailun tahdistusta muodostuu rauhallisempaa, kun lukija odottaa kuhunkiin ruutunäkymään saapuessa jonkin tekstielementin kenties liikkuvan. Vaikka jokin teksti saapuukin paikalleen, lukija ei voi olla täysin varma, milloin näkyvä on saavuttanut lopullisen muotonsa. Toisaalta

on myös tarkkailtava vihjeitä siitä, onko jonnekin kätketty lisämateriaalia, jonka saa näkyviin tiettyjä symboleja napauttamalla. Toiminnoilla ja niiden sijoittelulla on tietenkin oma logiikkansa, joka muodostuu tutuksi vasta useampia numeroita lukemalla. Ensi alkuun lukijana tuntee kuitenkin olevansa ikään kuin pelaamassa vierasta peliä, jonka etenemislogiikasta ei voi olla täysin varma. Tämä on tietyllä tavalla varsin jännittävää ja varmasti yksi osatekijä siinä, miksi digitaalisen julkaisun uutuudenviehätys on niin suuri.

6.3 Wired UK edition

Yleinen vaikutelma Wired UK -lehden typografiasta on hyvin hallittu ja hierarkisesti jäsennellyt, mutta toisaalta myös runsaasti kokeellisia elementtejä sisältävä. Kesällä 2014 toteutetussa hienovaraisessa ilmeen uudistuksessa lehden kansi ja logo ovat pysyneet tutussa konseptissaan, mutta palstoitus, osioiden sijoittelu ja typografia ovat kokeneet muutoksia (Wired redesigns 2014). Lehti on jaoteltu hyvin selkeästi sisällöltään poikkeaviin osioihin, jotka ovat Start, Gear, Play, How to, Ideas Bank ja Features. Jokaisella näistä on hieman toisistaan poikkeava typografinen järjestelmä, mutta erot niiden välillä eivät ole varsinaisesti silmiinpistäviä, vaan erottuvat vasta tarkemmalla katsomisella. Näiden vakio-osastojen lisäksi lehdessä on useimmiten johonkin teemaan liittyvä raporttiosio, joka pohjautuu lehden kustantajan säännöllisesti järjestämiin seminaareihin. Näissä tilaisuuksissa pidetyistä puheista muokataan lyhyet tekstit ja haastattelut lehteen, ja niiden ulkoasu noudattelee lehden yleistä kokoomasisällöissä käytettyä typografista linjaa. Ilmeuudistuksen yhteydessä pitkien artikkelien osio eli Features on siirretty aivan lehden loppuun, mikä tuntuu perinteiseen lehden rakenteeseen tottuneesta lukijasta ainakin ensi alkuun erikoiselta ratkaisulta. Sivun tai aukeaman mittaisia juttuja lehdestä löytyy muistakin osioista, mutta yleisvaikutelma on suurimmaksi osaksi hyvin pieniksi paloiksi pilkottu sisältö.

Kaikkien osioiden läpi kulkevat kuitenkin samanlaisina toistuvat leipätekstit. Antiikkivana on käytetty **Exchange** kirjaintyyppiä, joka on suunniteltu lehtikäyttöä varten. Sen päätteet on muotoiltu persoonallisesti, joka antaa sille uniikin ilmeen häiritsemättä kuitenkaan sen luettavuutta. Myös neutraali ja muodoiltaan pyöreän geometrinen groteski kulkee läpi lehden lyhyemmissä leipäteksteissä. Monet lehdessä käytetyistä kirjaintyypeistä on teetetty tilaustyönä, jolloin niiden nimeä on hankalampi saada selville – näin on esimerkiksi tämän perusgroteskin kohdalla.

Lehden logo on hyvin tunnistettava muodoltaan, jossa versaalikirjaimista muodostuvan nimen joka toinen kirjain on sijoitettu neliön sisään negatiivisena tekstinä (Kuva 28). Pääteettömät kirjaimet W, R ja D muodostuvat näin läpinäkyviksi aukoiksi, joista kannen taustakuva paistaa läpi. Niiden väliin jäävät tasapäätteiset I ja E ovat puolestaan samanvärisiä kuin ympäröivät neliöt. Visuaalinen vaikutelma on kuin kirjainpalikoista muodostuva jono, jonka hahmottaa ja tunnistaa jo pelkistä neliöiden ääriviivoista. Logo on lehdelle myös leikitelyväline, sillä uudenlainen versio siitä sijoittuu joka lehdessä toimituskunnan esittelysivun

ylälaitaan. Pelkistetyssä tekstimuodossa esitetty pitkä henkilölista vaatii sivulle jotain värikästä, joten logosta muotoillaan aina uusi versio uudella tavalla (Kuva 29a ja 29b). Kirjainten ja neliöiden linjat pysyvät aina samoina, mutta toteutustapa voi olla melkein mitä tahansa, kuten muodostelmaan järjestettyjä esineitä, lintuperspektiivistä kuvattuja huonekaluja tai elektronisia osasia. Muokattu logo heijastaa kokeellisuutta, joka esiintyy lehden typografiassa sekä juttuihin valituissa näkökulmissa.

Kannen muulla typografialla ei ole yhdenmukaisesti numerosta toiseen toistuvaa linjaa, vaan sen teema nousee yleensä lehden pääjutusta. Tämän perusteella valikoituu myös siihen käytettävä typografia. Esimerkiksi muodin ja tekniikan yhteenliittymistä käsittelevässä 9/2014 numerossa kansinostoihin on käytetty **Bodoni**- tai **Didot**-tyyppistä uusantiikvaa versaalilla, mikä herättää miellelyhtymiä muodista kirjoittaviin lehtiin (Kuva 30). Kyseisessä kirjaintyyppissä ohuiden ja paksujen viivojen välillä on jyrkkä kontrasti ja päätteet ovat vaakasuoria ja ohuita luoden vaikutelman hyvin pystysuorista, arvokkaista kirjaimista (Itkonen 2007, 37). Tämän lehden yhteydessä kyseisiä kirjaintyyppisiä on kuitenkin totuttu näkemään harvoin. Toisaalta kannen alaosan kapea ja leikkaukseltaan vahva versaalit groteski on lehden ilmeelle tunnusomainen muun sisällön kautta ja liittyy näin vieraamman tekstityypin osaksi kokonaisuutta. Lokakuun numerossa kanteen on taas nostettu innovatiivisia muotoilutuotteita luova Ron Arad. Tässä kannessa nostot on sijoitettu post-it tyylisten lappujen sisälle, kuin jäljitellen yleisesti tunnettua muistilapuilla toteutettavaa ideointitekniikkaa (Kuva 31). Kansitypografian visuaalisella vaikutelmalla luodaan siis odotuksia lehden sisällön suhteen.

Lehden typografian väritys on Features-osiota lukuunottamatta hyvin monokromaattista. Muissa osioissa värikästä kuva-aineistoa ja mainoksia on paljon, joten tekstin ei kannata kilpailla niiden kanssa värityksellä. Mustat tai valkoiset, leikkauksiltaan usein paksut otsikotyyppit ovat jämäkkiä, erottuvia elementtejä ja maamerkkejä muuten varsin polveilevassa sisällössä. Pitkien artikkeleiden kohdalla taas otsikot voivat olla hyvinkin kuvallisia ja kokonaisen aukeaman vieviä. Näissä myös typografian väritys on vaihtelevaa.

Otsikkojen kirjaintyyppit ovat läpi lehden groteskeja, vaikka toisissa osioissa niiden tyyppi vaihtelee. 'How to' -osio sisältää leikkimielisiä ohjeita omiin tekniikka- tai kehitysprojekteihin, ja se on muodoltaan kaikkein pienimmäksi palasteltua sisältöä. Otsikkona toimii sama perusgroteski paksulla leikkauksella, jota käytetään lyhyenä leipätekstinä tässä ja muissakin osioissa. 'Start', 'Gear' ja 'Ideas Bank' hyödyntävät otsikoissa **Beckett Rounded** kirjaintyyppiä, joka on tilauksesta muokattu kaupallisesti tarjolla olevasta versiosta tämän lehden käyttöön sopivaksi, vähemmän terävälinjaiseksi versioksi. Sille on kuitenkin tyyppillistä tietynasteinen kulmikkuus, mikä varsinkin paksuuden leikkauksen yhteydessä antaa miellelyhtymiä tekniikkaan ja siihen liitettyyn visuaalisuuteen. Tämä kirjaintyyppi on myös syyskuun kannen alareunassa käytetty Wired UK:n omaa ilmettä viestivä otsikko sekä lehden vakio-osioissa käytetty nostofontti. (Kuva 30, 37 ja 38). Sen kapea muoto tekee siitä erityisen toimivan kapeiden palstojen otsikoksi, ja silti siinä on tarpeeksi kiinnostavia yksityiskohtia toimiakseen myös suuremmissa pistekoissa. 'Play'-osioon on haettu pyöreämpi ja leveämpi, muodoiltaan leikkisä

groteski, joka sekin esiintyy melko paksuna leikkauksena. Kaikkien otsikkogroteskien ilmeet ovat piirteiltään tuoreita ja enemmänkin persoonallisia kuin neutraaleja.

Lehden osioiden alkua merkitsevät niiden alkuun sijoittuvat lähes koko sivun levyiset typografiset tunnuksset, jotka muodostuvat kolmiulotteisiksi käsitellyistä kirjaimista (Kuva 32). Näissä tavoitteena on ollut luoda mahdollisimman kuvalliset tunnuksset, jotka kuitenkin ovat luettavissa teksteinä (Wired redesigns 2014). Useimmissa osioissa tunnus asettuu samalle sivulle osion avaavan ensimmäisen jutun kanssa. Features-osiossa tunnukselelle on kuitenkin varattu erillinen sivu, jonka alla on kuluvan kuukauden numerosta luotu kuvittava typografia, jonka toteuttamistavat vaihtelevat konkreettisesta esineistä piirroskuvitukseen (Kuva 33).

Osiotunnusten lisäksi sisällön hahmottamisessa auttavat sivujen yläreunassa esiintyvät matalan suorakaiteen muotoisin viivoin rajatut kapiteeleilla eli pienemmillä suuraakkosilla kirjoitetut tunnistetekstit, jotka kertovat sivunumeron, osion nimen, tarkemman alaotsakkeen ja mahdollisesti toimittajan. Tämä muistuttaa muodoltaan verkkosivuilla käytettävää murupolkua, joka kertoo monimutkaisessa sivurakenteessa lukijan sijainnin kullakin hetkellä, jolloin navigointi sivustolla on selkeämpää. Tunnistetekstien muodostaminen tällä tavoin viittaa julkaisun vahvaan siteeseen digitaaliseen maailmaan, joka antaa vaikutteita myös painetun lehden visuaaliseen ilmeeseen.

Ingressit eivät lyhyempien juttujen osuuksissa saa kovin suurta huomioarvoa, sillä niiden pistekoko ei yleensä ole paljon groteskia leipätekstiä suurempaa. Ingressissä käytetyt tekstityypit vaihtelevat osioittain, koska käytetyt otsikkotyypitkin ovat erilaisia. Esimerkiksi Play-osion paksun ja pyöreälinjaisen otsikkotyypin yhteydessä ingressi on monesti ohutta versaalia perusgroteskilla, koska yhdessä ne muodostavat mukavan kontrastisen parin. Toisaalta pieniksi palastelluissa jutuissa ingressin käytölle ei monesti ole tarvetta jutun sisällösä. Sen sijaan enemmän käytetään leipätekstin ensimmäisen rivin lihavoitinta ja kapiteelien käyttöä, mikä lyhyissä teksteissä toimiikin tehokkaasti jutun sisäänheittäjänä. Nostot ovat toinen typografinen elementti, joka esiintyy lähinnä pitkien artikkeleiden yhteydessä, eikä niissäkään aivan joka jutussa (Kuva 34). Yleisempiä ovat voimakkaasti koolla ja värillä esiin nostetut anfangit tai kappaleiden aloitukset, toisaalta myös hyvin lyhyet kainojutut tai infopalat (Kuva 35 ja 36). Korostetun suuria mustia anfangeja käytetään myös lyhyempien juttujen yhteydessä, jolloin niillä on otsikon tapaan merkittävä visuaalisuutta rytmittävä tehtävä useiden pienempien tekstipalasten rinnalla.

Käytettyjen palstojen määrässä ja leveyksissä on todella paljon vaihtelua lehden sisällä. Lukujutuissa käytetään yleensä yhtä kahta tai kolmea tekstipalstaa per sivu riippuen siitä, kuinka paljon tilaa kuville ja ilmavuudelle halutaan antaa. Palastellun aineiston yhteydessä pienet tekstit voidaan olla jaoteltu jopa viiteen hyvin kapeaan palstaan, ja näiden sivuillekin jää vielä tilaa. Tällöin yhdelle riville mahtuu korkeintaan pari kolme sanaa pienellä pistekoollla, ja kappaleet toimivatkin ikään kuin kuvateksteinä näyttävillä kuville. Tämä toteutuu eritoten Gear-osiossa, jossa onkin tarkoitus esitellä etupäässä kuvallisesti uusimpia teknisiä laitteita. Sivujen marginaalit on jätetty hyvin kapeiksi, mikä vahvistaa vaikutelmaa tehokkaasta

tilankäytöstä kapeiden tekstipalstojen ohessa. Tosin tekstipalstojen väliin sijoittuvat kelluvat tyhjät palstat onnistuvat pelastamaan useimmat tekstipainotteiset sivut ylenmääräiseltä ah-taudelta. Tekstipalstoissa käytetty molempien reunojen tasaus ja lisäksi pystysuorat hiuslinjat niiden välissä tekevät sivuista erityisen ryhdikkäitä ja järjestelmällisiä.

Lehden alkuun ennen varsinaisia osioita sijoittuvat sisällysluettelo, lukijoiden palaute-sivu, numeron tekoon osallistuneiden tekijöiden esittelyt sekä pääkirjoitus. Nämä neljä vaki-osivua noudattavat keskenään samantyylistä taittopohjaa, jossa sivut jakautuvat vaihtelevan kokoisiksi ruudukoiksi hiusviivojen rajaamina (Kuva 37 ja 38). Typografian ulkoasulla ei pyritä kikkailemaan vaan lyhyiden tekstikappaleiden vaihteleva sijoittelu ja mustat, paksut versaaliotsikot tuovat itsessään kiinnostavuutta ilmeeseen, jota pienet värikuvat täydentävät.

Lehden pitkistä artikkeleista löytyy kiinnostavan monimuotoista typografista ilmaisua, joiden suunnitteluun ja toteutukseen on paneuduttu yhtä pieteetillä kuin näyttävien kuvi-tuksienkin luomiseen. Yleensä jutun avausaukeama on varattu pelkästään avauskuvitukselle ja otsikolle, jolloin on mahdollista jopa yhdistää nämä kaksi saumattomaksi kokonaisuudeksi (Kuva 39 ja 40), tai jopa antaa typografialle päärooli osana infograafista kokonaisuutta (Kuva 41). Otsikoitten lisäksi korostettu rooli on juttujen anfangella, joita voidaan käyttää useam-man sentin korkuisina värikkäinä visuaalisina elementteinä erityisesti silloin, jos jutussa ei käytetä paljoa kuvitusta. Lehden pitkissä jutuissa typografialla onkin selkeä dramaturginen tehtävä, joka vahvistaa kirjoitetun tekstin sisältämää visuaalista maailmaa samalla tavoin kuin kuvitus.

Wired UK:n identiteetti ei ole siis yksilöitävissä pelkästään tiettyjen sen persoonalli-suutta luonnehtivien kirjaintyyppien muodostamaksi kokonaisuudeksi, vaikka siinä onkin käytetty mittatilaustyönä teetettyjä, varsin uniikkeja fontteja. Tunnistettava linja syntyy en-nemminkin erilaisten kokeellisten elementtien jatkuvasti uudistuvasta virrasta, jossa typogra-fista ilmaisua käytetään tarinan kuljettamisen välineenä.

Kuten kahdessa muussakin tarkastellussa lehdessä, myös Wired UK:ssa toteutetaan samaa typografista ilmettä molemmissa tarkastelluissa medioissa. Leipätekstien antiikva ja groteski toimivat kauniisti myös tabletin ruudulla, ja molemmista reunoistaan tasatut teksti-palstat toimivat ehkä jopa paremmin digitaalisella alustalla. Pitkien leipätekstien palstat ovat tabletilla leveämpiä ja rivit pidempiä, jolloin tekstipinnan yleisilme muodostuu tasaisemmaksi, eikä sanaväleihin synny niin helposti ikäviä rakoja. Käytettäessä useita kapeiksi jaoteltuja ja rinnakkaisia palstoja leipätekstissä käytetään groteskia, joka toimii luettavuuden suhteen hyvin ruudulla pienessäkin pistekoossa. Tämäkin on yhtenäinen käytäntö paperilehden kanssa. Otsikkotypografian logiikka toimii osastojen suhteen samoin kuin painetussa lehdessä, eli otsikon kirjaintyyppin käytöstä ja sen suhteesta muihin teksti- ja kuvaelementteihin on tunnistettavissa, mistä osiosta kulloinkin on kyse. Opastavana elementtinä toimivat myös jo painetun lehden kohdalla esitellyt yläreunan tekstilaatikot, joiden sisältö kertoo osion nimen ja käsillä olevan artikkelin aihealueen. Lisäelementtinä näissä toimii kineettisyys eli opasteen tekstit ilmestyvät näkyviin portaittain.

Digitaalisessa versiossa palstajärjestelmän perusasetelma on jakaa ruutunäkymä vasemman laidan leveään sisältöpalstaan, jossa juoksevat enimmäkseen juttutekstit, mutta myös pienempää kuvamateriaalia voi sijoittua tälle alueelle (Kuva 42). Oikeaan reunaan puolestaan jää pystysuoralla hiuslinjalla erotettu kapea, kelluvan palstan tyyppinen alue, johon voidaan sijoittaa pieniä kuvia, kuvatekstejä tai lyhyitä huomautuksia, mutta enimmäkseen se pysyy tyhjänä luoden leveämmän marginaalin ja ilmavuuden tunnun ruudulle. Tästä kaavasta poikkeavat usein artikkelien avausnäkyvät, joissa voidaan käyttää koko ruudun täyttävää tai kapeiden marginaalien sisään rajattua suurta kuvaa (Kuva 43). Tällöin normaali palstajärjestelmä on kuitenkin käytössä siirryttäessä artikkelin varsinaiseen sisältöön. Toinen visuaalista ilmettä varioiva ratkaisu on kapean tekstipalstan tuominen koko ruudun täyttävän kuvan päälle pyyhkäisyllä, kun lukija odottaa siirtyvänsä tavanomaiseen tapaan seuraavaan ruutunäkymään jutun sisällä (Kuva 44). Osioissa, joissa on pieneksi palasteltua sisältöä, kuten 'How to', vasemman laidan leveään tekstipalstaan tehdään lisäksi oikeaa reunaa kapeampi sisennys myös vasemmalta hiusviivan avulla (Kuva 45). Sisennyksen kohdalle sijoittuvat lyhyet tekstiosuudet on toteutettu groteskilla ja niissä voi olla myös pieniä kuvia. Toisinaan leveä sisältöpalsta voi olla jaettu kahtia tai jopa kolmeen palstaan, jos sisältö on mielekkäämpää esittää pieninä tekstikappaleina.

Lehden vaihteleva palstojen käyttö on onnistunut säilyttämään lehtimäisen vaikutelman tablettitaitossakin, sillä rakenne mukautuu helposti modularityyppiseen ajatteluun, jolla on helpompi sovittaa erityyppisiä aineistoja samalle sivulle tai samaan ruutunäkymään. Lehden alun vakio-osiot eli sisällys, lukijapalaute, tekijöiden esittely ja pääkirjoitus ovat visuaaliselta asettelultaan huomattavan samankaltaiset molemmissa medioissa, ja niiden rakenne perustuukin pysty- ja vaakaviivojen luomaan struktuurin, ruudukkoon, jonka sisältöön on helpompi luoda typografisia kontrasteja vaihtelemalla eri kirjaintyyppisiä ja leikkauksia (Kuva 46a ja 46b). Onkin pohdittava, kuinka paljon eri medioiden taitolle asettamat reunaehdot vaikuttavat toisiinsa, kun julkaisuprosessi on nykyään usein lähtökohtaisesti monimediainen kokonaisuus.

Digitaalisen julkaisun etuna on, että se antaa uusia mahdollisuuksia luoda näyttäviä typografisia ratkaisuja. Wired UK:ssa tämä näkyy siinä, että mielenkiintoiset tekstiratkaisut saavat helpommin tilaa, kun lehden julkaisutilan piteneminen ei kasvata julkaisukustannuksia. Lisäksi typografian huomioarviota pystytään nostamaan kineettisyyden keinoin. Ensimmäisenä tämä tulee näkyviin kansinäkyvässä, jossa esiintyy kineettisen typografian lisäksi myös liikkuvaa kuvaa. Esimerkiksi elokuun numerossa pääjuttuna oli uudessa *Dawn of the Planet of the Apes* elokuvassa käytetty teknologia, jossa yhdistetään näyttelijöistä kuvattua filmimateriaalia tietokoneella tuotettuihin apinahmoihin. Staattisen kansikuvan sijaan avausnäkyvän aloittaa videon, jossa kyseisen elokuvan päähenkilö esiintyy vihamielisen näköisen apinan hahmossa. Kuva liikkuu ensin lähemmäs hahmoa ja tarkentaa lopulta lähikuvan tämän kasvoista punavalkoisessa sotamaalauksessa. Samaa aikaan kameran liikkua lähemmäs kasvoja alkaa ruudulle ilmestyä myös tekstejä. Ensimmäinen lukija näkee lehden logon

valkoisella, joka täydentyy punaisella versaalilla kirjoitetulla pääotsikkotekstillä. Tämän jälkeen alkavat yksitellen ilmestyä paikoilleen myös muut nostotekstit, järjestyksessä isommasta pienempään. Kun video lopulta pysähtyy lähikuvaan kasvoista, joka on sama kuva kuin painetun lehden kannessa, ovat kaikki muutkin elementitkin paikoillaan, valmiina luettaviksi (Kuva 47a, 47b ja 47c). Kineettisistä teksteistä on tehty osa liikkuvaa kuvaa, tässä tapauksessa kuin pienoiselokuva, samaan tapaan kuin elokuvien alkuteksteissä.

Myös pelkällä tekstin liikkumisella voidaan elävöittää kantta, kuten marraskuun numerossa, jossa ei varsinaista kansivalokuvaa käytetä lainkaan, vaan vahvat värit ja typografia ovat pääosassa. Kuvallisena elementtinä on vain piirretty varoituskolmio, joka pudotetaan paikoilleen lukijan näkökentän edestä samoin kuin käytetyt tekstitkin. Lokakuun numerossa puolestaan kineettisesti paikoilleen ilmestyviä muistilappumaisia nostotekstejä kehoitetaan siirtelemään ruudulla, ja näin tekemään kannesta oman näköisensä. Sormella liikuttelemalla laput tosiaan asettuvat minne tahansa lukija niitä keksiinkin siirrellä (Kuva 48).

Painetun lehden yhteydessä käsittelemäni osiotunnukset ovat saaneet myös keskeisen roolin osana tablettijulkaisua, jossa jokaiselle niistä on varattu täysin oma ruutunäkymä kunkin osion avauksena. Kirjainten kolmiulotteista, jopa abstraktia lähentelevää muotoilua on tässäkin kohtaa täydennetty kineettisyydellä. Nyt kuitenkin kirjaimet itsessään eivät liiku, vaan kirjainten muotoa korostaa kuvitellun valonlähteen liikkuminen siten, että vaaleitten kirjainmuotojen heittävät varjot tummalla taustalla kiertävät lopulta tekstin yläpuolelle (Kuva 49). Efekti on hienovaraisen tyylikäs ja kestoltaan vain pari sekuntia. Yksityiskohtana se nappaa lukijan huomion hetkeksi, muttei ole kuitenkaan niin silmään pistävä, että se häiritsisi lukijan keskittynyttä etenemistä. Jatkuvassa käytössä kineettiset osiotunnuksetkin muuttuvat lukijoille tutuiksi kuvallisiksi merkeiksi, joita ei enää niinkään lueta, vaan tunnistetaan pikemminkin niiden visuaalisesta hahmosta.

Pitkien artikkelien osiossa ilmaisevaa ja kuvallista typografiaa on käytetty varsinkin otsikoinnissa runsaasti ja luovasti. Monesti otsikointien visuaalisuus toimii kiinteässä yhteistyössä kuvan kanssa tai sen rooli voi jopa korvata kuvan. Yksinkertaisimmillaan kineettisyydellä tuodaan esiin otsikko aluksi näkyvän valokuvan päälle. Tällöinkin jutun teemat näkyvät esimerkiksi kirjainten muodossa, kuten työpaikkojen arkkitehtuuria ja sisustussuunnittelua käsittelevässä artikkelissa (Kuva 50a ja 50b). Paksut ja vakaat versaalikirjaimet ovat kuin tukevia pylväitä ja rakenteita, jotka näkyvät myös taustalla käytetyssä valokuvassa. Toisaalta otsikon kirjainten kineettisyys voi olla myös paikallaan tapahtuvaa liikettä. Nykyajan robotiikkaa esittelevässä jutussa otsikkokirjaimista on tehty kuin pienistä osasista koottuja yhdistelmiä, jotka eri tahtiin liikkueessaan saavat aikaan mielikuvan mekaanisen kokonaisuuden toiminnasta (Kuva 51).

Kuvituksen tavoin toimiva otsikointi toteutuu esimerkiksi superbakteereita käsittelevässä jutussa, jossa otsikkotypografia on muotoiltu muistuttamaan realistisesti mikroskoopilla havaittavia mikro-organismeja. Artikkelissa ensin näkyviin ilmestyy videokuva, jossa näkymä liikkuu paljastaen vain osia kirjaimista ja loittonee vasta lopuksi näyttämään otsikon kokonaisuudessaan, johon kuvan liike sitten pysähtyy. Otsikko itsessään on samalla jutun tärkein

kuvitus (kuva 52a, 52b ja 52c). Kineettisyys voi myös toteutua lukijan vuorovaikutuksen perusteella samaan tapaan kuin lokakuun numeron kannessa. Sähköisten käyttäjätietojen hyödyntämistä markkinoinnissa käsittelevään juttuun on valittu käsinkirjoitettu otsikko ja pikselöity kasvokuva kirjoittajasta. Lukijan liikuttaessa näkymää otsikko, ”My identity for sale”, siirtyy ruudun alareunasta ylöspäin ja terävöittää kuvan ja paljastaa naisen henkilöllisyyden (Kuva 53a ja 53b). Useimmissa pitkissä artikkeleissa otsikoista on tehty eri tavoin kineettisiä, mutta niiden toiminta on aina motivoitu jutun sisällön ja otsikoinnin lähtökohdista. Liikettä käytetään siis tarinankerronnan elementtinä, joka on päässyt vielä askeleen pitemmälle painetun lehden käyttämiin keinoihin nähden.

Kuvallinen typografia jatkuu näissä artikkeleissa myös anfangien käytössä. Monesti ne seuraavat tyyliltään otsikon muotoilun luomaa linjaa, ja kooltaan poikkeuksellisen suurina elementteinä ne toimivat kuvittavina elementteinä muuten tekstipainotteisessa osiossa. Myös niiden rooli on selkeän tarinallinen.

7. Johtopäätökset ja pohdinta

Odotuksieni mukaisesti löysin tarkastelemistani aikakauslehdistä useita erilaisia tapoja, joilla julkaisujen identiteettiä muodostettiin typografisten valintojen kautta. Ensimmäinen lehdistä, pyöräilylehti Cyclist, käytti pelkistettyä, vain kolmen kirjaintyyppin ympärille rakennettua typografista järjestelmää, jossa vaihtelua ja kontrasteja ilmeeseen tuotettiin lähinnä kirjaintyyppien eri leikkauksia ja tekstien kokoa varioimalla. Leipäteksteinä käytetyt hentoisempi antiikva ja vahva groteski oli asetettu kontrastiseen suhteeseen keskenään, josta muodostui koko ilmettä kannatteleva jännite. Paksujen ja ohuiden leikkausten kontrastia käytettiin myös otsikoiden kohdalla. Isojen otsikoitten kohdalla tehokeinona oli myös tekstien vaihteleva sijoittelu suhteessa koko aukeaman kuviin tai jopa eri vahvuisten kirjainleikkausten yhdisteleminen päällekkäisiksi kokonaisuuksiksi. Minimalistista typografiaa säästi mustaan painottuva kirjainten väritys, jota täydensivät säästeliäästi käytetyt huomiovärit esimerkiksi anfangissa, nostoissa ja kainaloteksteissä. Luotu vaikutelma oli hienovaraisen hallittu olematta kuitenkaan tylsä. Ilmeen kiinnostavuutta lisäsi sen poikkeavuus oman genrensä valtavirrasta sekä paikoin hyvinkin koristeellisen antiikvan käyttö.

Toinen tarkasteltava lehti oli typografialtaan lähes vastakohta suhteessa ensimmäiseen. Ruokalehti Jamien ilmeessä oli käytetty runsaasti eri kirjaintyyppejä. Erityisesti otsikko- ja nostoteksteissä käytössä oli fontteja, joista heräsi monipuolisia, lehden muun visuaalisen ilmeen kanssa yhdenmukaisia konnotaatioita. Paljon käytetyllä, hieman vanhahtavalla kirjoituskoneen jälkeä muistuttavalla kirjaintyyppillä haettiin yksilöllistä leimaa sisällölle. Käsintekstausta muistuttavat otsikot viittaavat konnotaationa yhtäältä käsin tekemiseen, ja toisaalta vauhdikkaat muodot ja linjat toimivat metaforana reippaalle ja rennolle asenteelle. Runsa

karamellimaisten värien käyttö typografiassa toi myös miellelyhtymiä iloisuuteen, herkullisuuteen ja hauskanpitoon.

Käsin tekemisen ja leikkisyyden idea olivat kantavia teemoja lehden typografiassa, niin kirjaintyyppien valinnassa kuin tekstien taitollisessa asettelussa. Ruokalehden tekstisisältö poikkeaa monista muista aikakauslehdistä siinä, että sen sisältö koostuu reseptiaineiston takia pääasiassa pienemmistä tekstipalasista ja pitkiä artikkeleita on suhteellisen vähän. Toisaalta monet aikakauslehdet genrestä riippumatta ovat alkaneet muuttaa sisältöjään yhä enemmän pienemmistä osista koostuviksi, eli tätä voidaan luonnehtia myös aikakauslehdissä vallitsevaksi yleiseksi suuntaukseksi. Otsikoiden ja nostojen typografialla sekä niiden väriytyksellä on Jamiessa luotu tähän ominaisuuteen sopivaa rytmiä. Värien käyttö typografiassa tuli esiin juuri niissä kohdissa, joissa tekstiä on enemmän suhteessa kuviin ja kaivataan elävöittämistä. Valokuvien yhteydessä ja rinnalla tekstin värit pysyi kuitenkin suurimmalta osin neutraalin mustavalkoisena ja antoi kuville päähuomion. Ruokagenren lehdissä valokuvat ovat väistämättä aina tärkeimmässä osassa, mutta Jamien typografia onnistui osaltaan kiinnostavalla tavalla korostamaan lehden filosofiaan kuuluvia keskeisiä arvoja.

Kolmas analysoinnin kohde, Wired UK oli typografiselta ilmeeltään kaksijakoinen. Lehdessä oli monta, selkeästi kuvallisen typografian osiotunnuksin merkittyä osiota. Näiden sisältö oli pisimmillään yhden sivun pituisia kokonaisuuksia, mutta monesti vielä tätäkin pienemmiksi jaoteltuja palasia. Kyseisten osioiden typografiassa hallitseva piirre oli informaation jäsentäminen leipätekstiä huomattavasti paksumpien otsikkotyyppien, ingressien ja leipätekstien palastelun avulla. Tätä vaikutelmaa korosti teksteissä pelkästään käytetty musta väri.

Lehden viimeiseen osioon keskittyvät pitkät artikkelit, joiden otsikoissa, anfangissa ja nostoissa käytetty typografia oli paljon muita osioita ilmaisullisempaa, ja niitä käytettiin selkeästi välittämään ja vahvistamaan artikkelien tarinallista sisältöä. Typografista ilmaisua oli toteutettu käyttämällä ilmaisullisia kirjaintyyppijä, tekstiä osana kuvitusta, muotoiltua infograafin omaista tekstiä kuvituksen sijaan sekä käsinkirjoitettuja tai -muovailtuja kirjaimia. Poikkeuksellisesti jopa yksittäisiin artikkeleihin oli voitu teettää mittatilauksena halutunlainen typografinen kokonaisuus, jolloin tekijän nimi oli merkitty näkyviin samaan tapaan kuin on totuttu toimimaan piirroksien ja valokuvien kohdalla. Pitkissä artikkeleissa leipätekstityypit ja kuvia säestävät tekstit perustuivat kuitenkin samaan pohjaan kuin muualla lehdessä, mikä toi yhtenäisyyttä artikkelien ja muiden lyhyiden osioiden välille.

Kannen visuaalisuus heijasti myös tarinallisen typografian käyttöä sisällössä, sillä kannen teema nousi yleensä lehden pitkistä pääartikkelista ja sen typografia oli rakennettu aina aiheen visuaalisuutta vastaavaksi. Kannella ei siis ole logon lisäksi varsinaista vakiotypografiaa, vaan se elää teeman mukaan. Wired UK yhdisti selkeän, informaatiota järjestävän typografian vapaampaan kokeilulliseen ilmaisuun, minkä tarkoitus on luultavasti puhutella laajempaa yleisöä kuin mitä kumpikaan lähestymistapa yksinään tekisi. Tulevaisuuden teknologiaan kurkottavan aihepiirin pohjalta lehden lukijat luultavasti odottavat siltä myös jotain visuaalisesti ja typografisesti uutta ja ajatuksia herättävää.

Logon toimiminen lehden identiteetin kiteytyksenä onnistui vaihtelevasti tarkastelluissa lehdissä. Cyclistin logon suuri kontrasti kirjainten ohuiden ja paksujen linjojen välillä heijastaa samaa vastakohtien yhdistelmää, jota on käytetty lehden typografiassa tehokeinona kauttaaltaan. Lisäksi logon kirjainten päätteissä on epätavallisia ja visuaalisesti kauniita muotoja, mikä itsessään tuo sille esteettistä kiinnostavuutta. Samalla kirjaintyyppillä toteutetut anfangit ja nostot sitovat myös sisältöä ja kantta yhtenäiseksi kokonaisuudeksi.

Jamien kohdalla oli samaan tapaan käytetty logon perustana antiikvakirjasinta, jossa esiintyy vahvoja muotokonstrasteja. Logo ei kuitenkaan täysin onnistu kuvastamaan samaa vaikutelmaa, mitä lehden muut vahvemmissa konnotaatioilla ladatut kirjaintyyppit luovat. Vanhempia numeroita selaamalla on huomattavissa, että sama antiikva on aiemmin ollut käytössä muutamissa vakio-osastojen otsikoissa, jolloin yhteys logon ja sisällön välillä on ollut selkeämpi. Uudistamisen myötä on kuitenkin siirrytty kapeampaan groteskiin näissä otsikoinneissa, mutta logo on jäänyt vanhaan asuunsa ja muotokieleltään hieman irralliseksi suhteessa kokonaisuuteen.

Wiredin logo on näistä kolmesta kuvallisista ja erottuu toteutustyylistään useimmista aikakauslehdistä. Yhdysvaltalaiselta emolehdeksi periytyneen logo on säilynyt samanlaisena jo parikymmentä vuotta ja iskostunut ihmisten mieleen niin, että lehdellä on myös varaa hienon leikitellä sen ulkomuodolla. Logo tunnustetaan pikemminkin havaitsemalla kirjaimien kehystävät laatikot kuin varsinaisesti lukemalla sen tekstiä. Typografialtaan se ei vastaa kirjaintyyppiä, joita lehdessä muuten käytetään, mutta sen rohkea varioiminen värein ja eri tekniikoin kertoo myönteisestä asenteesta rajoja rikkovaan typografiaan ja jopa artikkelien näkökulmiin.

Identiteetin ilmentämisen lisäksi lehtien typografian toiminta liittyi keskeisesti lukijoiden opastamiseen ja auttamiseen. Tämä liittyi erityisesti tekstin metafunktioniin kuuluvaan tekstuaaliseen tasoon, jossa typografia ryhmittelee ja hierarkisoi tekstiä visuaalisesti (Stöckl 2005, 212). Näkyvin esimerkki tästä olivat erilaiset opaste- sekä osiotekstit ja vinjetit sivujen yläreunassa, jotka olivat käytössä kaikissa lehdissä. Niiden typografiaan oli usein käytetty samoja kirjaintyyppiä, joita esiintyi esimerkiksi otsikoinnissa tai nostoissa. Tämä sitoi niitä osaksi muuta ilmettä, mutta samalla niiden roolia korostettiin esimerkiksi kirkkaalla värityksellä tai vinjettikuvion muodolla, kuten Cyclistissa ja Jamiessa. Toisaalta Wired UK -lehdessä tunnuksista muodostettiin täysin omat visuaaliset elementtinsä, jotka saivat huomattavan ison tilan suhteessa sivukokoon, erityisesti tablettiversiossa. Ne toimivatkin osioita kehystävänä eli niiden välistä jaottelua selventävinä elementteinä. Itse tunnuksissa typografia alkoi jo näyttäytyä enemmän kuvallisesti hahmotettavana kokonaisuutena kuin vain luettavana tekstinä.

Varsinaisten opastetekstien lisäksi osioiden mukaan vaihtuvat kirjaintyyppit ja -leikkaukset olivat toinen selkeä hierarkian muodostamisen ja sisällön jaottelun työkalu. Karkeasti erotellen kaikkien tarkasteltujen julkaisujen pitkät leipätekstit olivat antiikvaa ja lyhyemmät juttutekstit groteskia, mikä on aikakauslehdissä tavallinen konventio. Tämä liittyyneen eniten

kirjaintyyppien luettavuuden ominaisuuksiin. Kuitenkin myös digitaalisissa julkaisuissa toteutui sama jaottelu, mikä vahvistaa lukijoille tuttua lehtimäisyyttä.

Lisäksi otsikkojen kirjaintyypeillä oli tärkeä funktio sisällön suhteen opastamisessa. Wired UK -lehdessä pääotsikkojen kirjaintyyppi määräytyi sen mukaan, mistä osiosta kulloinkin oli kyse. Lehden alkupään osioiden välillä tyylillinen vaihtelu oli pienempää erilaisten groteskiotsikoiden kesken, mutta ne olivat kuitenkin helposti erotettavissa toisistaan. Kuvallisia piirteitä saavien otsikoiden rooli taas oli merkitä loppupään pitkiä juttuja. Samoin Cyclistissa käytettiin otsikointityylejä signaloimaan juttutyyppejä sekä -aiheita. Lehden alkupään lyhyitä, yleensä pyöräilyvarusteisiin liittyviä juttuja säestivät pienemmät groteskiotsikot. Koristeellisimmat antiikvaotsikot oli varattu pyöräreittireportaasien ja alaan liittyvien toimijoiden esittelyyn. Pitemmät, harjoitteluvinkkejä sisältävät tai tekniikkaan painottuvat jutut otsikoitiin myöskin suuremmalla groteskilla kirjaintyyppillä. Jamiessa säännöllisimmin samanlaisena toistuva otsikointityyli toteutui pienten reseptiotsikoiden kohdalla, joita olikin lehdessä paljon. Pitempien juttukokonaisuuksien kohdalla otsikoinnissa oli usein yhdistetty suurikokoinen neutraali groteski johonkin ilmaisullisemman kirjaintyyppin tekstiin. Tämä poikkesi lehden muiden pienempien otsikoiden linjasta, jossa monet olivat varsin konnotaatiivisia ja ilmeikkäitä.

Toisaalta kuvallisten ja symbolisten elementtien käyttö lukijan ohjaamisessa oli runsasta Jamiessa ja Wired UK:ssa. Tabletin toiminta lehtimediana on aluksi epäintuitiivisempi kuin paperinen käyttöliittymä, joten on ymmärrettävää, että kätevinä on erilaisten symbolien avulla kertoa, mihin suuntaan (alas vai oikealle) juttu jatkuu, mistä kohdista on löydettävissä lisätietoa tekstin muodossa sekä kuvia tai jopa videomateriaalia. Tässä kohtaa tabletin toiminta muistuttaakin enemmän verkkosivua kuin painettua lehteä, jossa tämän tyyppinen opastus on yleisemmin sanallista.

Digitaalinen käyttöliittymä mahdollisti osaltaan myös kuvapainotteisten sisällysluetteloiden ja Jamien tapauksessa reseptihakemiston käyttämisen. Painetuissa lehdissä on toki jo kauan käytetty kuvia elävöittämään listaa sivunumeroista ja otsikoista, mutta vastaavissa digitaalisissa lehtiosioissa kuvat ovat selkeästi pääosassa tekstien tullessa vasta kakkosena. Kuva on kuin ikkuna viittaamaansa artikkeliin, ja sitä napauttamalla käyttöliittymä vie lukijan suoraan ja salamannopeasti tähän sisältöön kulkematta ensin kaikkien muiden artikkelien kautta.

Myös tekstipalstojen käyttö tuki kaikissa lehdissä informaation järjestämisen periaatetta, eikä niiden muodolla tai sijoittelulla oltu haettu erityisen kuvallista vaikutelmaa tai poikkeavaa etenemisjärjestystä. Tämän takana ovat todennäköisesti vaivattoman luettavuuden säilyttäminen eli haluttomuus tehdä lukemisesta liian mutkikasta kohdeyleisölle. Lehtien onkin käytännöllisempää toteuttaa räiskyvämpää typografiaa otsikoissa kuin tehdä jutun sisällön seuraamisesta haaste lukijalle. Useimpien kaupallisten aikakauslehtien tavoite on houkutellessa mahdollisimman laajaa yleisöä, joten liian eksklusiivisten taittoratkaisujen ja typografian käyttö ei näitten kohdalla ole linjassa lehtien myynnillisten tavoitteiden kanssa. Jos typografiasta tehdään liian persoonallista, se myös todennäköisesti karkottaa osan lukijoista.

Tarkastelluissa lehdissä käytetyt kirjaintyytit olivat pitkälti samat riippumatta julkaisun muodosta. Täten merkittävimmät erot näiden kahden median typografian suhteen olivat löydettävissä taitosta eli typografian järjestämisen tavoista ja siitä, kuinka merkittävä rooli typografialle annettiin julkaisussa. Tablettijulkaisun formaatti, joka on painetun lehden aukeamaa fyysisesti pienempi kokonaisuus, aiheuttaa osaltaan sen, että samanaikainen ison kuvan ja otsikon esittäminen muuttuu, jos ei mahdottomaksi, niin ainakin hankalammaksi. Tällaisten yhdistelmien esittämiselle on siis löydettävä uusia keinoja toteutettaessa digitaalisia julkaisuja. Silloin joko kuvaelementit saavat enemmän tilaa ja näkyvyyttä otsikkotekstien jäädessä pienempään rooliin, tai sitten tekstin rooli nousee merkittävämmäksi sen saadessa jopa kokonaisen ruutunäkymän itselleen. Tällöin on myös suurempi mahdollisuus antaa typografialle kuvallisia ominaisuuksia. Mitoiltaan pienempi formaatti johtaa helposti elementtien suurempaan kehystämiseen eli erillisenä esittämiseen ja tällöin usein suositaankin kuvan voimaa, joka saa keskeisemmän roolin. Toisaalta on mahdollista antaa enemmän tilaa myös tekstille ja typografialle kuten Wired UK:n kohdalla on tehty.

Cyclistin digitaalisessa versiossa lehden sivurakenne lineaaristui huomattavasti paperiseen verrattuna. Kun jokainen juttu sai yhtäläisen visuaalisen kohtelun, eli aloituksen koko ruudun kuvalla ja aina suunnilleen saman kokoisella otsikolla höystettynä, hävisi julkaisusta nopeasti sen keskinäisiä osia hierarkisoiva rakenne. Vaikutelma on samantyyppinen kuin muokattaessa lehtijuttujen materiaalia verkkosivuille laitettavaksi: sisältöä järjestävä typografia ja taitto menettävät kontrasteja ja lukijaa ohjaa enemmän tekstin kirjaimellinen sisältö. Tähän vaikuttaa myös tekstillisten vinjettien puuttuminen, jotka oli Cyclistissa korvattu ruudun yläreunaan harmaalle suorakaiteelle sijoitetulla pienellä osio- ja aihetekstillä. Näistä ei muodostu visuaalista mielikuvaa ja teksti oli oikeastaan liian pientä tullakseen kunnolla havaituksi ja luetuksi. Myös pitkät artikkelitekstit toistuivat jutusta toiseen liian samanlaisina, koska leipätekstille oli varattu vain yksi leveä palsta, jota rikkoivat liian harvakseltaan kuvat, nostot tai muut pienemmät elementit.

Wired UK -lehden digitaalisessa sovelluksessa sen sijaan taiton monipuolisuuden ja vaihtelevuuden oli kiinnitetty paljon huomiota. Artikkelien aloitukset ja muoto vaihtelivat kuten paperisessäkin versiossa luoden käsityksen sisällön monipuolisuudesta. Vaikka leipätekstille oli pääasiassa varattu vain yksi leveämpi palsta, sivunäkymä elävöityi hiusviivalla erotetun oikean marginaalin ansiosta, joka tehtävältään muistutti visuaalisesti paperilehdessä käytettyä kelluvaa palstaa. Se toi ilmavuutta, mutta toimi tarvittaessa myös pienten elementtien sijoituspaikkana. Leveä leipätekstipalsta ei myöskään ollut ulkonäöltään staattinen, vaan sitä oli sisennetty joihinkin sisältöihin kapeammaksi vasemmalta tai jaettu hyvin kapeiksi palstoiksi lyhyempien tekstien jäsentämiseksi. Kehystämällä oli siis vielä merkittävämpi rooli tablettiversion taiton hierarkian luomisessa kuin painetussa lehdessä. Vaikka palstajärjestelmä luonnollisesti poikkesi painetussa lehdessä käytetystä, oli pienempään digitaaliseen formaattiin sovitettu taitto onnistunut säilyttämään tutun visuaalisen vaikutelman.

Jamien digitaalisessa versiossa valokuvien rooli oli noussut vielä keskeisemmäksi kuin painetussa lehdessä. Tekstien rooli oli säästää värikkäitä kuvia ja selittää niiden sisältöä. Paperilehdessä suuren tilan vievät reseptiohjeetkin oli tablettiversiossa piilotettu kuvien taakse animoinnin avulla, ja ne oli selailtaessa mahdollista ohittaa luomatta niihin silmäystääkään. Väljän taiton vaikutelma toteutui tekstipalstojen ympärille jätetyn valkoisen tilan sekä palsto- ja jakavien viivaelementtien pois jättämisen kautta.

Konnotatiivisten ja metaforisten tulkintojen mahdollisuus lehtitypografiassa toteutui parhaiten isoissa otsikoissa tai muissa kokonsa, värityksensä tai asettelunsa vuoksi taitossa erityisen huomattavan roolin saaneiden tekstielementtien kohdalla. Tablettiversioissa kineettisyyden käyttö toi näihin tulkintoihin vielä oman ulottuvuutensa. Leipätekstien kohdalla typografisilla ratkaisuilla pyritäänkin usein neutraalimpaan vaikutelmaan ja niihin valitut kirjaintyyppit olivat näissä julkaisuissa tyyliältään tavanomaisempia. Tämä näkyi aineistossa senkin takia, ettei mikään tarkastelluista lehdistä pyrkinyt eksklusiiviseen typografiaan eli valikoimaan yleisöään haasteellisemmän visuaalisuuden kautta. Käytettäessä leipätekstejä hyvin pienessä pistekoossa eivät niiden sisältämät yksityiskohdat myöskään erotu niin hyvin, eivätkä lukijat kiinnitä niin paljon huomiota niiden herättämiin vaikutelmiin. Leipätekstin typografian odotetaan yleensä olevan ominaisuuksiltaan 'näkyvätöntä' ja mahdollistavan vaivattoman ja keskittyneen lukemisen.

Erityisesti Jamie-lehdessä konnotatiivisia ja metaforisia ulottuvuuksia sisältäviä kirjaintyyppejä käytettiin johdonmukaisesti läpi koko sisällön molemmissa tarkastelluissa medioissa. Siksi niiden erottuvaa identiteettiä rakentava vaikutus toimi kenties vahvimmin näiden kolmen lehden joukossa. Cyclist puolestaan käytti Jamieta hienovaraisemmin typografian metaforisia ulottuvuuksia luodakseen hienostuneen otteen varsin fyysistä harrastusta kuvaavaan sisältöönsä. Sen identiteetti muodostui pitkälti typografialla luodusta kontrastista suhteessa muihin genren edustajiin.

Wired UK käytti pitkien juttujen otsikoissaan voimakkaasti kuvallisuutta hyödyntävää typografiaa, mutta sen tehtävä oli rakentaa jokaiselle jutulle omantyyppistään ilmettä, jotka eivät kokonaisuutena muodostaneet mitään tiettyä yhdenmukaista typografista tyyliä. Kyseisen lehden identiteettiä siis luonnehti enemmänkin sen tapa käyttää vaihtelevaa kuvallista typografiaa, kuin pelkästään tiettyjen tunnistettavien kirjaintyyppien käyttäminen. Wired UK:n kohdalla typografian toimintatapa voidaan nähdä vielä selkeämmin moodina kuin kahdessa muussa lehdessä. Sen visuaalisuudessa näkyi panostaminen typografian korkealaatuiseen ilmeeseen, ja sen merkityksillä täydennettiin lehden sanallista sisältöä.

Tutkituissa lehdissä näkyivät niin typografian roolin heikkeneminen kuin sen muuttuminen varsin merkittäväksi, kun sisältöä on muokattu digitaaliseen mediaan. Typografisen ilmaisun merkitystä erityisesti Jamiessa ja Wired UK -lehdessä edisti sähköisen päätelaitteen tarjoama kineettisten tehokeinojen mahdollisuus. Näistä esittämässäni esimerkeissä tuli voimakkaimmin esiin typografian toiminta moodina, jossa liike täydentää ja rikastaa muiden typografisten piirteiden ohella tekstin välittämää kirjaimellista viestiä. Otsikkoteksteistä tuli

parhaimmillaan liikkuvaan kuvaan rinnastettavia elementtejä sanallisen viestin välittämisen lisäksi. Typografian kuvallisten piirteiden korostaminen luonnollisesti lisäsi muotoillun tekstin keskeisyyttä, mutta liikkeen lisääminen siihen vei vaikutelman vielä askeleen pidemmälle. Näin lukemisen prosessi vertautui lähes tietokonepelimäiseen etenemiseen, jossa lukija etenee sisällön asettamilla ehtojen mukaan.

Liikkuvien ärsykkeiden tarkoitus on houkutellessa lukija keskittymään juuri tarjolla olevaan sisältöön ja toisinaan jopa omalta osaltaan vaikuttamaan sen toimintaan. Hillnerin mukaan kineettinen typografia voi parhaimmillaan tarjota älyllistä mielihyvää pelkän viihdyttämisen sijasta (Hillner 2005, 170). Tarkastelluissa lehtiartikkeleissa, joissa typografiaa käytetään nimenomaan tarinankerronnallisena elementtinä, tämä näkökulma tuli mielenkiintoisesti esiin. Näyttävien kuvallisten ja liikkuvien tekstien katseleminen on lukijalle visuaalisesti miellyttävää, mutta samalla ne houkuttelevat tulkitsemaan artikkelin varsinaista sisältöä oman merkityksenmuodostuksensa kautta.

Tablettilaisten sisältämät ilmoitusmateriaalit käyttävät vielä useammin kineettisyyttä tehokkeinona. Lukijaa kutsutaan osallistumaan ruutua koskettelemalla pelimäiseen vuorovaikutukseen mainoksen kanssa, minkä lopuksi esiin tuodaan kulloinkin markkinoitu kulutushyödyke. Nähtäväksi jää, muuttuuko lehtien luettava sisältökin jonain päivänä muodoltaan vielä enemmän tähän suuntaan. Kehityssuunta näyttää kuitenkin olevan, että aikakauslehtien kaltaiset luettavat sisällöt, pelit ja liikkuvan kuvan muodossa esitettävä viihde liikkuvat lähemmäs toisiaan uusien käyttöliittymien ja päätelaitteiden myötä. Yhdistäväksi tekijäksi näille uusiutuville medioille näyttää muodostuvan juuri vuorovaikutteisuuden sisällyttäminen osaksi viestintätilannetta, joka Santos Silvan mukaan tuo uusia puolia myös aikakauslehden lukukokemukseen (Santos Silva 2011, 304). Tarkastelemani lehdet sisälsivät esimerkiksi myös sisällön ja sen typografisen muotoilun lineaaristumisesta digitaaliseen mediaan siirryttäessä, mitä aiemmin teorialuvussa siteeraamani Waller pitää uuden ilmaisumuodon yhtenä kehitysvaiheena (Waller 2012, 239). Toisaalta aineistosta löytyi yhtä lailla hienostuneempiakin ratkaisuja typografian toteuttamiseen, joten alkeellisemmista esitystavoista ollaan selkeästi siirrytty jo jonkin verran eteenpäin.

Tulevaisuutta ajatellen onkin mielenkiintoista, miten digitaaliset julkaisut tulevat vielä muuttamaan lehtien lukutapaa. Sisällön selailu ja lukijaa kiinnostamattomien osioiden nopea sivuuttaminen on jo tehty entistäkin helpommaksi. Palasteltujen sisältöjen merkitys näyttää olevan suuri niin painetussa kuin digitaalisessa mediassa – jopa siinä määrin, että pitkät artikkelit ovat jäämässä hienoiseen sivuosaan. Kuvapainotteisen ilmaisun suosio on nähtävissä myös ilmaisullisen ja kineettisen typografian käyttämisessä. Kuvallisuuden kokemuksen on ehdotettu liittyvän nimenomaan elämyksien kokemiseen, johon kaikki vapaa-ajan viihteen muodot tuntuvat meidän ajassamme pyrkivän. Elämyksellisyys on lisäksi helpommin jaettavissa muiden kanssa ja täten jopa syventää sen kokemista. Pitkiin teksteihin keskittynyt lukeminen ei niin helposti taivu vastaavanlaiseksi yhteisölliseksi kokemukseksi. (Crow 2006, 184–185.)

Voidaan siis sanoa, että typografian rooli tulee todennäköisesti muodostumaan yhä keskeisemmäksi sosiaalisessa kommunikaatiossakin. Näin ollen kaivataan yhä enemmän ymmärrystä sekä typografian tehokkaasta hyödyntämisestä oikeissa konteksteissa että osaamista sen tulkinnalliseen avaamiseen. Käytössä olevien typografisten keinojen semioottinen tulkinta voi osaltaan auttaa vastaamaan näihin tarpeisiin. (van Leeuwen 2005b, 142.) Yleisen visuaalisen lukutaidon merkitys kulttuurissamme onkin jo tunnustettu, mutta myös typografinen lukutaito voi tulevaisuudessa muodostua oleelliseksi osaksi kielen ja kirjoittamisen hallintaa.

Omassa tutkimuksessani tarkastelin verrattain suppean aineiston kautta typografian käyttötapoja aikakauslehdissä kahden erilaisen julkaisuvälineen kautta. Huomasin urakan edetessä, ettei tutkimusasetelma ollut helpoimmasta päästä, koska kokonaisten lehtikonseptien sisältämien typografisten piirteiden kartoitus sekä niiden konnotaatioiden ja merkitysten tulkinta oli itsessään aikaavievää, ja toisaalta usein visuaaliset merkityksenannot ja vaikutelmat pakenevat eksakteja määrittelyitä. Pysin kuitenkin mahdollisimman objektiivisesti hahmottamaan lehtien yleisiä typografisia linjoja ja niillä tavoiteltua ilmettä sekä erittelemään niiden tärkeimpiä elementtejä ja tehtäviä kummassakin mediassa. Tällaisen tulkintatavan suurin heikkous on sen kulttuuri- ja aikasidonnaisuudessa. Jossain määrin vaikuttavat varmasti myös henkilökohtaiset käsitykset ja arvot, vaikka olenkin koettanut tarkastella aineistoa aiempaan tutkimukseen pohjautuen ja sen käsitteitä ja jaottelua hyödyntäen.

Laajentamalla tutkittavien lehtien joukkoa löytyisi varmasti vielä muunkinlaisia esimerkkejä lehden identiteetin ilmaisemiseen typografian avulla, koska yhdistelemällä kirjaintyyppien peruspalikoita eri tavoin voidaan varmasti tuottaa lukematon määrä erilaisia yhdistelmiä. Toisaalta lähtökohtaisesti digitaaliseen mediaan suunniteltuja vuorovaikutteisia aikakauslehtiversioita ei ole vielä kovinkaan suurta joukkoa tarjolla, joten tutkimuksen tarkoituksena olikin kartoittaa, millaiseksi iältään melko nuoren median typografinen ilmaisu on tähän mennessä kehittynyt. Tähän löytyikin kiinnostavia vastauksia erityisesti liittyen typografian rooliin osana taittoa. Lisäksi tarkastelemissani lehdissä näkyivät hieman yllättäenkin toiseen mediaan siirtymisen myötä tapahtunut visuaalisen ilmeen yksinkertaistuminen, mutta toisaalta myös tuoreiden typografisten keinojen monipuolinen hyödyntäminen.

8. Yhteenveto

Tutkimuksessani olen hahmotellut typografian käytön tapoja osana kaupallisen aikakauslehden identiteetin rakentumista ja vertaillut tätä kautta syntyvän ilmeen toteutumista painetuissa ja digitaalisissa julkaisuissa. Viime vuosina tapahtunut digitaalisuuden murros on tuonut lehtien tablettiversiot varteenotettavaksi julkaisutavaksi perinteisten paperilehtien rinnalle. Siksi olinkin kiinnostunut selvittämään, miten typografinen ilmaisu taipuu uuden median puitteisiin ja millaiseksi sen rooli muodostuu erilaisessa kontekstissa.

Valitsin tarkastelun kohteeksi kolme eri lajityyppiä edustavaa, mutta kuitenkin saman kulttuurisen alueen sisällä julkaistavaa aikakauslehteä, joiden toimituksellinen sisältö oli saatavilla sekä painetussa että digitaalisessa muodossa. Digitaalisten versioitten tuli olla lähtökohtaisesti tablettitietokoneelle muotoiltuja, eikä vain painettua lehteä muistuttavia näköisversioita. Näin pyrin varmistamaan, että pystyin aidosti vertailemaan kahden eri median vaikutusta lehtien typografiseen ilmeeseen. Valitut lehdet olivat *Cyclist*, *Jamie* ja *Wired UK*.

Typografisten ilmeitten tarkastelussa hyödynsin sosiosemioottista viitekehystä ja erityisesti van Leeuwenin multimodaalista tulkintatapaa kirjaintyyppien herättämien mielikuvien tulkintaan. Konnotaation ja kokemuksellisen metaforan käsitteiden avulla tulkitsin aineistossa esiintyviä kirjaintyyppejä. Keskeisyyden ja kehystämisen käsitteitä käyttäen arvioin puolestaan laajempien taitollisten ratkaisujen merkityksiä ja tekstien roolia suhteessa kuvallisten elementtien käyttöön. Lisäksi tarkastelin typografian käyttöä multimodaalisuuden näkökulmasta, jolloin tekstien kirjainleikkaukset, väritys, asettelu ja digitaalisissa versioissa myös kineettisyyden käyttö toivat oman lisänsä typografisen ilmeen luomille merkityksille. Aineiston jaottelun ja hahmottamisen apuna käytin Stöcklin mallia typografisen ilmaisun eri tasoista, jossa edetään pienempien elementtien kautta suurempiin taitollisiin kokonaisuuksiin.

Tutkimuksessa tarkastellut lehdet erosivat selkeästi toisistaan sen suhteen, miten typografisilla valinnoilla oli luotu toimituksellista sisältöä ja käytettyä kuvamateriaalia tukeva visuaalinen ilme. *Cyclistin* kohdalla typografinen ilme perustui tiukasti rajattuun kirjaintyyppivalikoimaan ja tyylikkyyden luomiseen pitkälti kirjainleikkausten keskinäisten kontrastien perustella. Valittu tyyli oli poikkeuksellinen ja erottuva omassa urheilulehtien genressään. *Jamiessa* rento, hauska ja maanläheinen ilme toteutui sisällön hengen mukaisia konnotaatioita ja metaforisia ominaisuuksia tavoittelevien kirjaintyyppien kautta. Kuvitus oli ruokalehdelle tyyppillisesti tärkeässä osassa, mutta kirjaintyyppien käyttö muodosti sitä napakasti täydentävän puoliskon. Typografian runsaalla värien käytöllä ja taiton orgaanisella rakentumisella tuettiin tätä vaikutelmaa. *Wired UK* puolestaan toteutti kaksiosaista järjestelmää, jossa suuri osa lehden typografiasta oli palasteltua sisältöä hierarkkisesti järjestävää ja ilmeeltään jopa neutraalia lukuunottamatta ilmeikkäämpiä pääotsikoita. Kuitenkin lehden suuressa koossa käytetyissä osiotunnuksissa oli käytetty hyvin kuvallista ja jopa abstraktia kirjaintyyppiä. Vastaavanlaisia typografisia toteutuksia esiintyi johdonmukaisesti pitkien artikkeleiden pääotsikoissa ja anfangissa, mikä muodosti näissä yhteyksissä tarinankerrontaa tukevan välineen.

Lehtien typografisessa ilmeessä näkyi myös opastamisen funktio, mikä toteutui suora-
viivaisimmin erilaisissa osastotunnuksissa ja vinjeteissä, jotka olivat painetuissa lehdissä suu-
rimmaksi osaksi tekstipainotteisia. Myös otsikkojen kirjaintyypeillä signaloitiin juttujen si-
joittumista ja roolia lehdessä. Niillä erotettiin lyhyitä ja pitkiä juttuja toisistaan, niillä voitiin
viitata juttutyyppeihin tai osoittaa kuulumista lehden tiettyyn osioon. Digitaalisissa versioissa
otsikkotypografian rooli pysyi samanlaisena, mutta varsinaisten opasteiden tehtävä toteutui
enemmän kuvallisten symbolien kautta, jotka osoittivat etenemissuuntia ja tarjolla olevia
lisämateriaaleja.

Typografian rooli lukijan opastajana olisi myös tarkemman tarkastelun arvoista mah-
dollisessa jatkotutkimuksessa. Digitaalisten päätelaitteiden yleistymisen näyttää vahvistavan
entisestään aikakauslehtien sisällön kuvallisuutta. Olisi mielenkiintoista selvittää vertailemal-
la laajemminkin painettujen ja sähköisten julkaisujen opastejärjestelmiä, ollaanko lukijoi-
den opastamisessa siirtymässä enemmänkin symbolimaisiin tai piktogrammeja muistuttaviin
opasteisiin kuin kirjoitettuihin vinjettiteksteihin, ja vaikuttaako muutos toisaalta opasteissa
käytettyihin tekstityyppeihin. Toiminnaltaan tällainen järjestelmä alkaa muistuttaa enemmän
fyysisen maailman opastekylttejä, jotka esimerkiksi helpottavat julkisissa tiloissa suunnista-
mista.

Tutkimuksessa selvisi, että painetuissa lehdissä esiintyneitä tekstityyppejä käytettiin yhtä
lailla myös tablettiversioissa, ja typografinen ilme toteutui tältä osin samanlaisena käytetystä
mediasta riippumatta. Taiton ilmeen suhteen Cyclistissa toteutui kuitenkin tekstien lineaaris-
tuminen paperiseen versioon verrattuna, ja aikakauslehdelle tyypilliset visuaaliset kontrastit ja
taitollinen rytmitys hävisivät suurelta osin. Toisaalta Jamien tablettiversion sisällössä keskeisin
huomio oli annettu kuvalliselle materiaalille, jota ilmekäiden kirjaintyyppien oli tarkoitus
tukea. Valo- ja piirroskuvat saivat keskeisen roolin useimmissa näkymissä ja taiton sommit-
telu tapahtui etupäässä niiden ehdoilla. Tekstien tehtävänä oli joustaa asetelussa, jos tilaa ei
ollut taitossa tarpeeksi. Otsikkotekstejä oli tehostettu animoinneilla, jotka säästivät tekstien
verbaalisia merkityksiä. Toisinaan kineettisyyden tehtävänä oli vain suunnata lukija keskitty-
mistä, ja samaa tehokeinoa käytettiin myös muiden lyhyiden tekstien esiin tuomisessa.

Wired UK oli onnistunut digitaalisessa versiossaan säilyttämään lehtitaitolle ominaisen
vaihtelevuuden, ja typografinen vaikutelma oli hyvin saman tyyppinen kuin paperilehdes-
sä. Kuvallisen ja kielellisen ilmaisun risteyminä toimivat osiotunnukset saivat kehystämisen
kautta enemmän tilaa ja huomioarvoa. Pitkien artikkelien kohdalla typografia sai monesti
visuaalisen pääroolin – usein kineettisyyden säestämänä – ja sen tehtävä oli täydentää ja tukea
tekstien välittämiä tarinoita.

Kineettistä typografiaa esiintyi tutkituissa julkaisuissa yllättävänkin paljon. Lähtöole-
tukseni oli, että liikkuvaa kuvaa hyödynnetään paljonkin nykyisissä digitaalisissa julkaisuissa,
mutta animaation monipuolinen yhdistäminen typografiaan elementteihin oli itselleni
jopa hieman odottamaton löydös. Tähän puoleen olisikin hedelmällistä syventyä enemmän
jatkossa. Tutkimuksessa esittelemieni esimerkkien pohjalta sanoisin liikkeellä voitavan tuo-

da typografiaan erityistä kerronnallista syvyyttä. Kineettisen typografian käyttöä erityisesti lehden tarinankerronnan elementtinä kannattaisikin tarkastella laajemmalla aineistolla eri tyyppisistä artikkeleista ja pyrkiä kartoittamaan, millaisia semioottisia tehtäviä typografia tällaisessa kontekstissa saa.

Tarkastellussa aineistossa löytyi siis digitaalisen murroksen myötä sekä yksinkertaistunutta että uusia muotoja saanutta typografiaa. Todennäköisesti kehitys tulee lopulta muokkaamaan useimpia digitaalisia julkaisuja lähemmäs Wired UK:n hyödyntämiä monipuolisia ilmaisukeinoja. Aikakauslehtien vuorovaikutteisuuden tavoittelu näyttää muokkaavan lehtisisältöjä myös yhä enemmän pelillisyyttä muistuttavaan ja elämyksellisyyttä hakevaan suuntaan. Onkin mielenkiintoista nähdä, muokkautuuko tulevaisuuden aikakauslehdistä lopulta lukuhaluttomille suunnattuja elämyskoosteita, joissa pitkät tekstit ovat poikkeus. Lehtien aktiivisena kuluttajana toivon, että tämä ei ole muut vaihtoehdot poissulkeva päämäärä, vaan vain yksi esimerkki sisältöjen erikoistumisesta ja räätälöinnistä. Joka tapauksessa on todennäköistä, että typografian rooli osana aikakauslehtien identiteetin muodostusta säilyy jatkossakin elinvoimaisena, vaikka julkaisualustat ja käyttöliittymät kehittyvätkin jatkuvasti.

Lähdeluettelo

Painetut lähteet

Baines, Phil & Haslam, Andrew, 2005. *Type and typography*. Second edition. London: Laurence King Publishing.

Brusila, Riitta, 1997. *Realismista fiktoon: Visuaalisuus ja suomalaiset aikakauslehdet*. Acta Universitatis Tamperensis, 557. Tampere.

Brusila, Riitta, 2002. Typografia kulttuurisena kielenä. Teoksessa Brusila, Riitta (toim.): *Typografia: Kieltä vai visuaalisuutta*. Porvoo, Helsinki: WSOY, s. 83–96.

Crow, David, 2006. *Left to Right. The cultural shift from words to pictures*. Lausanne: AVA Publishing SA.

Foges, Chris, 1999. *Magazine Design*. Crans-Près-Céligny: RotoVision SA.

Heller, Steven, 2003. *Merz to Emigre and Beyond: Avant-Garde Magazine Design of the Twentieth century*. London: Phaidon.

Huovila, Tapani, 2006. "Look" – visuaalista viestisi. Hämeenlinna: Inforviestintä.

Itkonen, Markus, 2007. *Typografian käsikirja*. 3. tarkistettu ja laajennettu painos. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Jewitt, Carey, 2009. Different approaches to multimodality. Teoksessa Jewitt, Carey (toim.): *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London, New York: Routledge, s. 28–39.

Kress, Gunther, 2009. What is mode? Teoksessa Jewitt, Carey (toim.): *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London, New York: Routledge, s. 54–67.

Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo, 1996. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London, New York: Routledge.

Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo, 2001. *Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Hodder Arnold.

Korpela, Jukka K., 2010. *Verkköjulkaisun typografia*. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Kunz, Willi, 2002. *Typography: Macro- and Microaesthetics*. Sulgen, Zürich: Verlag Niggli AG.

van Leeuwen, Theo, 2005a. *Introducing Social Semiotics*. London, New York: Routledge.

Lupton, Ellen, 2004. *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. New York: Princeton Architectural Press.

McLean, Ruari, 1980. *The Thames and Hudson Manual of Typography*. London: Thames and Hudson.

Mendo, Luis, 2010. Foreword. Teoksessa Meseguer, Laura (toim.): *TypoMag*. Barcelona: Index Book, s. 4–7.

Meseguer, Laura, 2010. *TypoMag*. Barcelona: Index Book.

Moser, Horst, 2003. *The Art Directors' Handbook of Professional Magazine Design: Classic Techniques and Inspirational Approaches*. Kääntänyt David H. Wilson. London: Thames & Hudson.

Neuenschwander, Brody, 1993. *Letterwork – Creative Letterforms in Graphic Design*. London: Phaidon.

Rantanen, Lasse, 2007. *Mistä on hyvät lehdet tehty? Visuaalisen journalismin keittokirja*. Helsinki: Hill and Knowlton Finland.

Samara, Timothy, 2005. *Publication Design Workbook: A Real-World Design Guide*. Gloucester: Rockport Publishers.

Stöckl, Hartmut, 2004. In between Modes. Language and Image in Printed Media. Teoksessa Ventola, Eija; Cassily, Charles; Kaltenbacher, Martin (toim.): *Perspectives on Multimodality*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co, s. 9–30.

Waller, Robert, 1991. Typography and Discourse. Teoksessa Barr, Rebecca; Kamil, Michael L.; Mosenthal, Peter B.; Pearson, P. David (toim.): *Handbook of Reading Research, Volume II*. New York: Longman Publishing Group, s. 341–380.

Woolman, Matt, 2005. *Type in Motion 2*. London: Thames & Hudson.

Unger, Gerard, 2007. *While You're Reading*. New York: Mark Batty Publisher.

Brumberger, Eva R., 2003. The Rhetoric of Typography: The Persona of Typeface and Text. *Technical Communication* 50 (2), s. 206–223. <http://rid.olfo.org/doc/rhetoftypography.pdf>. Paperituloste tekijän hallussa.

Childers, Terry L. & Jass, Jeffrey, 2002. All Dressed Up With Something to Say: Effects of Typeface Semantic Associations on Brand Perceptions and Consumer Memory. *Journal of Consumer Psychology* 12 (2), s. 93–106. <http://www.makinggood.ac.nz/media/1254/childers-and-jass-2002-all-dressed-up-with-something-to-say-effects-of-t.pdf>. Paperituloste tekijän hallussa.

Doyle, John R. & Bottomley, Paul A., 2004. Font appropriateness and brand choice. *Journal of Business Research* 57 (2004), s. 873–880. http://course1.winona.edu/cmalone/stat110/Font_Appropriateness_and_Brand_Choice.pdf. Paperituloste tekijän hallussa.

Doyle, John R. & Bottomley, Paul A., 2009. The Message in the Medium: Transfer of Connotative Meaning from Typeface to Names and Products. *Applied Cognitive Psychology* 23 (2009), s. 396–409. EBSCOhost. Paperituloste tekijän hallussa.

Hillner, Matthias, 2005. Text in (e)motion. *Visual Communications* 4 (2), s. 165–171. EBSCOhost. Paperituloste tekijän hallussa.

Kaltenbacher, Martin, 2004. Perspectives on Multimodality. From the early beginnings to the state of the art. *Information Design Journal + Document Design*, 12 (3), s. 190–207. EBSCOhost. Paperituloste tekijän hallussa.

van Leeuwen, Theo, 2005b. Typographic Meaning. *Visual Communications* 4 (2), s. 137–143. EBSCOhost. Paperituloste tekijän hallussa.

van Leeuwen, Theo, 2006. Towards a semiotics of typography. *Information Design Journal + Document Design* 14 (2), s. 139–155. <https://www.yumpu.com/en/document/view/10713195/theo-van-leeuwen-towards-a-semiotics-of-typography-interaction>. Paperituloste tekijän hallussa.

Santos Silva, Dora, 2011. The Future of Digital Magazine Publishing. *Information Services and Use*, 31 (3–4), s. 301–310. <http://iospress.metapress.com/content/n561750847xq7875/fulltext.pdf>. Paperituloste tekijän hallussa.

Stöckl, Hartmut, 2005. Typography: body and dress of a text – a signing mode between language and image. *Visual Communications* 4 (2), s. 204–214. EBSCOhost. Paperituloite tekijän hallussa.

Vanhanen, Hannu, 2002. *Kuvareportaasin (r)evoluutio*. Acta Electronica Universitatis Tamperensis, 194. <http://tampub.uta.fi/handle/10024/67231>.

Waller, Robert, 2012. Graphic literacies for a digital age: the survival of layout. *The Information Society: An International Journal*, 24:4, s. 236–252. <http://www.robwaller.org/Waller-GraphicLiteracies-2012.pdf>. Paperituloite tekijän hallussa.

Internet-lähteet

Cyclistin verkkosivut. <http://cyclistmag.co.uk/>. (Viitattu 31.9.2014)

Dennis Publishing. <http://www.dennis.co.uk/brands/cyclist>. (Viitattu 31.9.2014)

Jamie Magazinen verkkosivut. <https://jamiemagazine.co.uk/>. (Viitattu 31.9.2014)

Jamie Oliver Group Media Kit. <http://www.jamieoliver.com/media-kit>. (Viitattu 31.9.2014)

Wikipedia – Wired UK. http://en.wikipedia.org/wiki/Wired_UK. (Viitattu 31.9.2014)

Wired redesigns. <http://www.creativereview.co.uk/cr-blog/2014/june/wired-redesign>. (Viitattu 20.10.2014)

Wired UK Media Kit. <http://www.condenastinternational.com/media-kits-rate-cards/>. (Viitattu 31.9.2014)

Kuvaliite

Kuva 1. Cyclist-lehden logo.

Cyclist

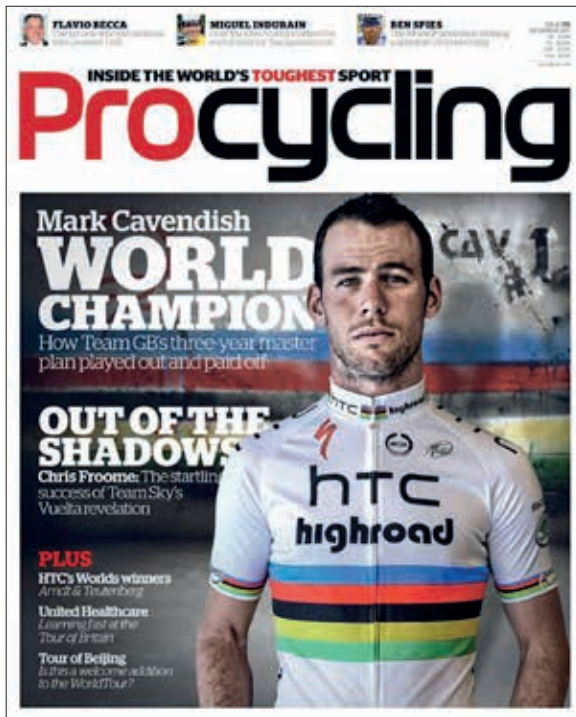
Kuva 2a. Cyclist-lehden kansi, 23/2014.



Kuva 2b. Cyclist-lehden kansi, 25/2014.



Kuva 3a. Proccycling kansi, 12/2011.



Kuva 3b. CyclingPlus kansi, 2/2013.



Kuva 4. Jutun avausaukeama koristeellisella antiikvaotsikolla, Cyclist 27/2014.



Kuva 5. Jutun avausaukeama groteskiotsikolla, Cyclist 25/2014.



Kuva 6a. Esimerkki antiikvanostosta, Cyclist 25/2014.



Kuva 6b. Esimerkki antiikvanostosta, Cyclist 25/2014.



Kuva 7a. Esimerkki groteskinostosta, Cyclist 24/2014.



Kuva 7b. Esimerkki groteskinostosta, Cyclist 24/2014.



Kuva 8. Alkupään Lead Out -osion juttu, Cyclist 24/2014.



Kuva 9a. Loppupään Bikes-osio, Cyclist 26/2014.



Kuva 9b. Loppupään Bikes-osio, Cyclist 26/2014.



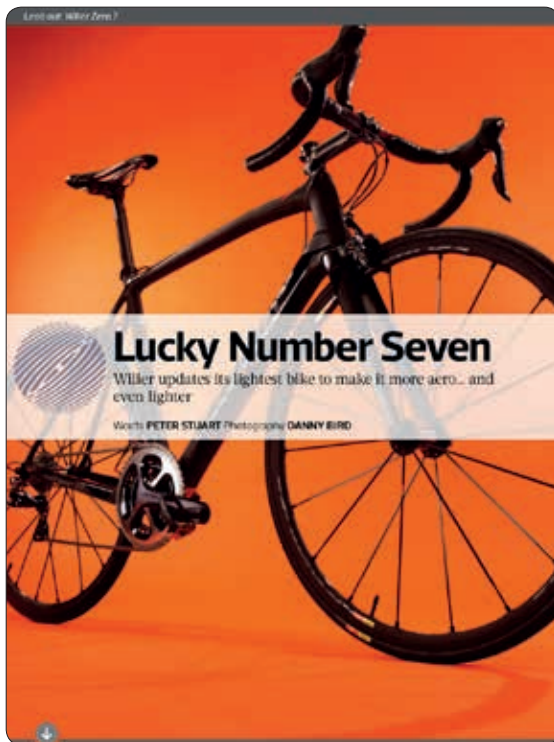
Kuva 10a. Tablettiversion kansinäkymä, Cyclist 28/2014.



Kuva 10b. Tablettiversion kansinäkymä, Cyclist 27/2014.



Kuva 11a. Lyhyen jutun avausnäkömää, Cyclist 27/2014.



Kuva 11b. Pitkän jutun avausnäkömää, Cyclist 28/2014.



Kuva 12a. Pitkän jutun sisältönäkymää pystyasennossa, Cyclist 27/2014.



Kuva 12a. Pitkän jutun sisältönäkymää vaakaa-asennossa, Cyclist 27/2014.



Kuva 13. Tablettiversion sisällysluettelo, Cyclist 27/2014.

CONTENTS

LEAD OUT	FEATURES	
 <p>LUCKY NUMBER SEVEN When updates to lightest bikes, the pros try to make it more sleek and even lighter.</p>	 <p>THE GRAND PEAK Cyclist journeys to Colorado to visit Pikes Peak, a piece of American history, a mountain summit and one of the world's best test tracks.</p>	 <p>LEGENDS OF THE FALL The 2014 Tour de France saw a spate of crashes take out many of the race favorites. Cycling investigates whether there was more than bad luck at play.</p>
 <p>ERNESTO COLNAGO The legendary founder of one of the sport's most prestigious marques tells Cycling why, at 82 years old, he still gets up at dawn to go to work.</p>	 <p>THE HIGH LIFE The pros have a long history of training at altitude. But can the ordinary rider benefit from scaling their gears?</p>	 <p>HITTING THE PLATEAU With more than 4,000m of climbing, the 20th edition of the Ardennes sportive would test anyone's limits on a cool day. When it gets hot, it can be a stretch.</p>

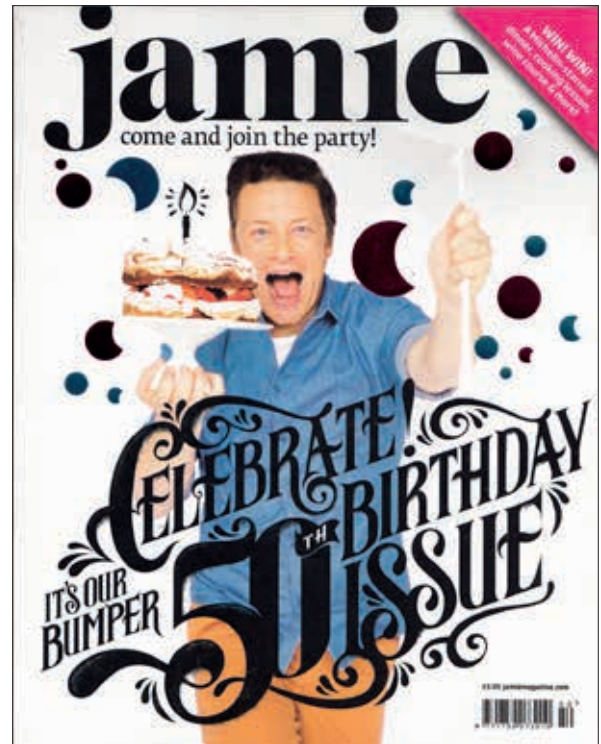
Kuva 14. Jamie Magazine logo.

jamie
magazine

Kuva 15. Jamie Magazinen kansi, 52/2014.



Kuva 16. Jamie Magazinen kansi, 50/2014.



Kuva 17a. Sisällysluettelo, Jamie 50/2014.



Kuva 17b. Lehden tekijöiden esittely, Jamie 51/2014.



Kuva 18. American Typewriter kirjaintyyppi leipätekstinä, Jamie 50/2014.

Guys, I'm proud to introduce you to my new cookbook, *Comfort Food*, which embraces the wonderful world of feel-good food. What I found fascinating when researching this idea is that everyone has a comfort food cookbook inside them – we are all passionate, emotional and nostalgic about certain dishes and foods in our life, and that's what's at the heart of this book. For me, it's about foods that make you feel safe, cosy and content, but it's so much more than that because it taps into memories, humour, rituals and traditions from me, my friends, and from all over the world. There's a lovely repertoire of British dishes that I've grown up with, such as the ones you'll see here, but I also reached out to you guys on social media channels to uncover dishes that represent comfort the world over.

For me, every recipe in the book is legendary and will provide much satisfaction, but this is really a Friday night to Sunday cookbook. Everything is made from scratch using the best

only be enjoyed from time to time – this book is about food for meals that you want to remember because, as you know, we all need a treat sometimes. So, enjoy these recipes, and be sure to



Kuva 19. Pääkirjoitussivu, Jamie 51/2014.

51

EDITORS' LETTERS

Dear readers, when the sun shines and the days are long and beautiful, there's nothing I enjoy more than cooking outdoors. I'm talking barbecues, digging fire-pits, having picnics, picking edible herbs and flowers, and frankly, just wallowing in the beauty of fresh produce available at this time of year.

Without sounding too weird, I've become a little obsessed with creating the perfect outdoor setting. It's all about the positioning of the sun. Think about how nice it is when you're sat in dappled sunlight enjoying a cool drink and awesome food. It's certainly a lot better than getting stizzled in direct sunlight. All you need to do for the optimum experience is move along every two to three hours – trust me, that extra bit of cleverness on your part will pay off. Especially as a parent – if your kids are hot, sweaty and uncomfortable it doesn't matter how good the food is, all else is lost! These weekend and holiday al fresco meals are like memory catchers, so it's well worth the extra effort.

If you want to be a true gink like me, download an app called Sun Scout – lots of photographers and cameramen use it – it will show you where the sun will be at any time of day and is always accurate. Enjoy all the recipes in this issue, and go forth and create the perfect outdoor experience.

JAMIE OLIVER
"If you want even more easy recipe ideas for outdoor meals this summer, check out my *All Freezer Baking* recipe bundle on my app, out on iTunes on 11 August – just search for 'Jamie's recipes'. Happy cooking guys!"



We're in holiday mode this issue, so we've added a special seasonal booklet, in partnership with Bonanza, to give you all some extra summer entertaining ideas. Combine that with our inspiring recipes for exquisite cooking from food writer Alice Waters (p10), shot by photographer Andrew Montgomery at Bilyonan Camping in Arundel, West Sussex, and you get the mood we're in.

Jamie also tells the story of his 'super chicken' (p60), which are specially reared in Sussex – basically these are free-range birds allowed to roam for 90 days, with spectacularly succulent meat that can be cooked in all sorts of exciting ways. These birds are available online from Kelly Turkeys (see our story) but don't worry if you can't get them as these recipes can also work with standard chickens.

Usually I escape abroad in August, but this year, after visiting Southwell and rediscovering the delights of Cheshire (p28), and reading my fascinating guide to the remote Isle of Wight (p76), I've decided to stay here in the UK. I hope to go to the island to sample some of the finest outside steaks and the fish 'n' chips

Jamie O
EDITOR AT LARGE

Andrew M
EDITOR

Kuva 20. Käsinkirjoitusta jäljittelevä nostoteksti, Markerfield Regular. Reseptiotsikoissa URW Wood Type. Jamie 50/2014.

SALTED CARAMEL SWIRLED THROUGH CHOCOLATE, THESE BROWNIES ARE SET TO BE A LONGSTANDING FAVOURITE

CRAB BRIKS WITH AVOCADO SALAD
Makes 4

- 500g fresh crab meat (a mix of white and brown)
- 1 preserved lemon, finely chopped
- ½ small bunch of coriander, leaves picked, stalks finely chopped
- 2 tsp harissa
- 4 filo pastry sheets
- 1 egg, beaten
- Olive oil, for shallow frying
- 5 tbsp plain yoghurt, to serve

Avocado salad

- A small bunch of coriander, leaves finely chopped, stalks reserved
- A small bunch of mint, leaves finely chopped
- 2 spring onions, finely chopped
- Juice of 1 lemon
- 5 tbsp extra virgin olive oil
- 1 soft round lettuce, leaves picked and washed
- 1 bunch of red or green cress, or a mixture of both
- 2 ripe avocados, halved and destoned
- 1 pomegranate, seeds removed

1 In a bowl, mix together the crab meat, preserved lemon, coriander, half of the harissa and a pinch of

them halfway, until golden and cooked through. Remove with a slotted spoon and leave to drain on kitchen paper.

4 For the salad, make a dressing by adding the coriander stalks to a jug with a third of the mint, the spring onions, lemon juice and oil. Mix well.

5 Arrange the lettuce on a platter with the cress, coriander leaves and remaining mint. Carefully scoop out chunks of the avocado flesh, then drizzle over the dressing and scatter on the pomegranate seeds.

6 Mix the yoghurt and remaining harissa in a bowl and serve with the avocado salad and crab briks.

Per serving 618 cal, 41.9g fat (18.7g sat fat), 36.4g protein, 27.6g carbs, 8.1g sugars

DRINK 2013 Pinot Noir, South East Australia, £7.95, The Co-operative

SALTED CARAMEL BROWNIES
Makes 10

- 225g butter, plus extra for greasing
- 250g 70% cocoa dark chocolate, chopped
- 225g golden caster sugar
- 4 large eggs
- 150g plain flour, sifted

2 Place the caster sugar and golden syrup in a medium heavy-based pan over a low heat. Don't stir, just gently swirl the pan to help dissolve the sugar. Turn up the heat to medium and keep swirling until the sugar turns into a golden caramel.

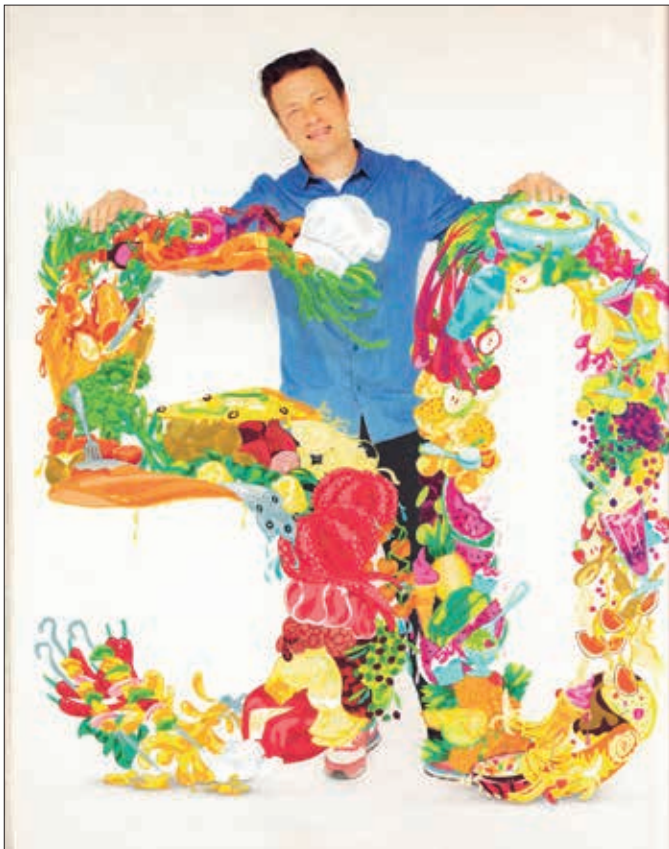
3 Take the pan off the heat and discard the vanilla pod. Stir the caramel into the cream mixture with a wooden spoon, return it to a low heat while you stir in the remaining butter, then remove from the heat and set aside.

4 Scrunch up a large piece of greaseproof paper, make it wet (shake off the excess), then use it to line a 20 x 30cm baking tin. Pour in the caramel, sprinkle with the rest of the salt, and place it on a tea towel in the fridge for 30 minutes, until you have a thick, gooey caramel.

5 Once the caramel has been chilling for 15 minutes, start the brownies. Preheat the oven to 180C/gas 4 and grease and line another 20 x 30cm baking tin.

6 Melt the butter in a pan over a low heat. Stir in the chocolate until it's melted, then remove from the heat and stir in the sugar. Once cooled slightly, whisk in the eggs, then fold

Kuva 21. Kuvituksellista typografiaa, Jamie 50/2014.



Kuva 22. Jatkuvan tekstilaatikon käyttö tablettisisällössä, Jamie 51/2014.



Kuva 23a. Esimerkki digitaalisen version reseptisivusta, Jamie 52/2014.



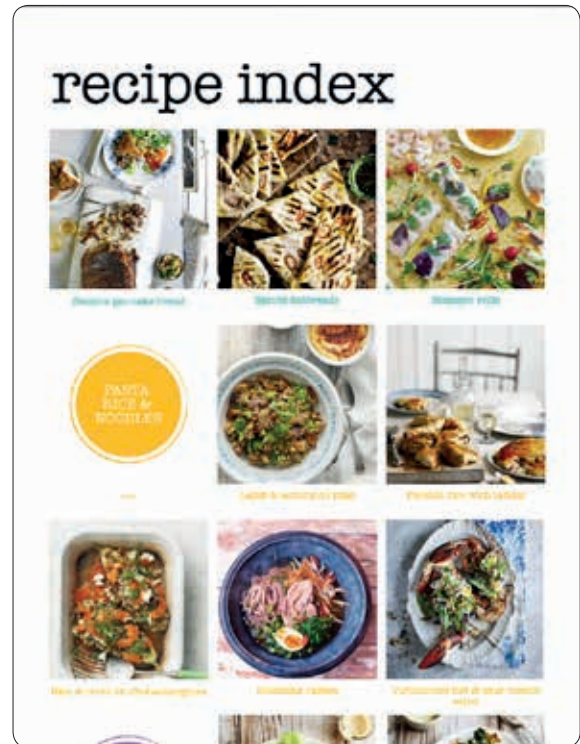
Kuva 23b. Digitaalisen version resepti avattuna, Jamie 52/2014.



Kuva 24. Käsikirjoitettua tekstiä tabletti-versiossa, Jamie 51/2014.



Kuva 25. Tablettiversion reseptiluettelo, Jamie 50/2014.



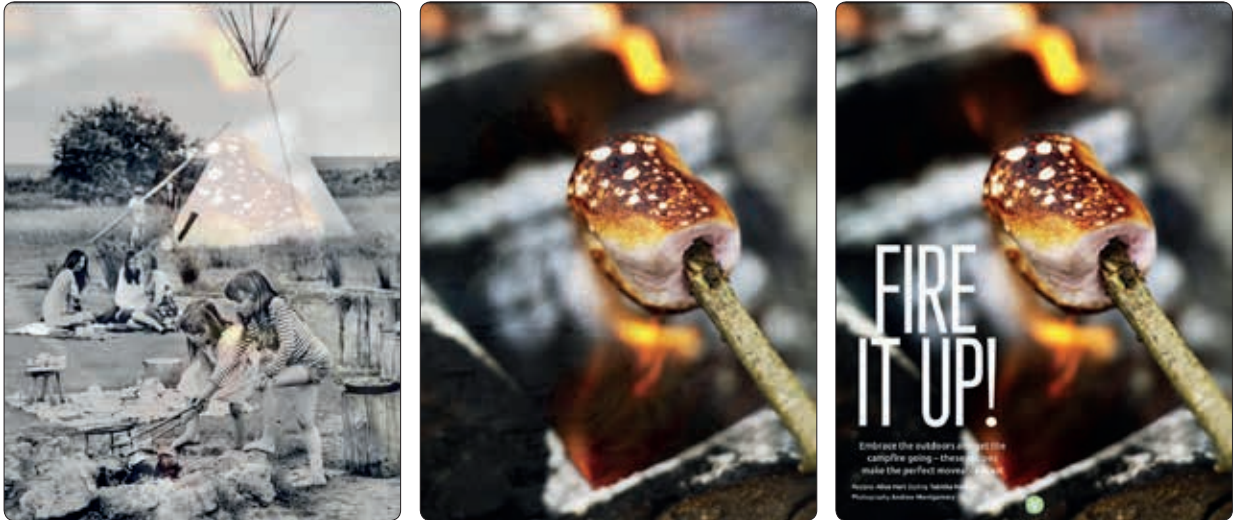
Kuva 26a. Otsikon ilmestyminen kirjain kerrallaan näkyviin, Jamie 52/2014.



Kuva 26b. Otsikon ilmestyminen kuin kirjoitettuna näkyviin, Jamie 51/2014.



Kuva 27a, b ja c. Jutun alkaminen kuvahäiveellä ja tekstin ilmestymisellä, Jamie 51/2014.



Kuva 28. Wiredin logo.



Kuva 29a ja b. Muunnelmia Wiredin logosta. Wired UK 8/2014 ja 9/2014.



Kuva 30. Wired UK kansi, 9/2014.



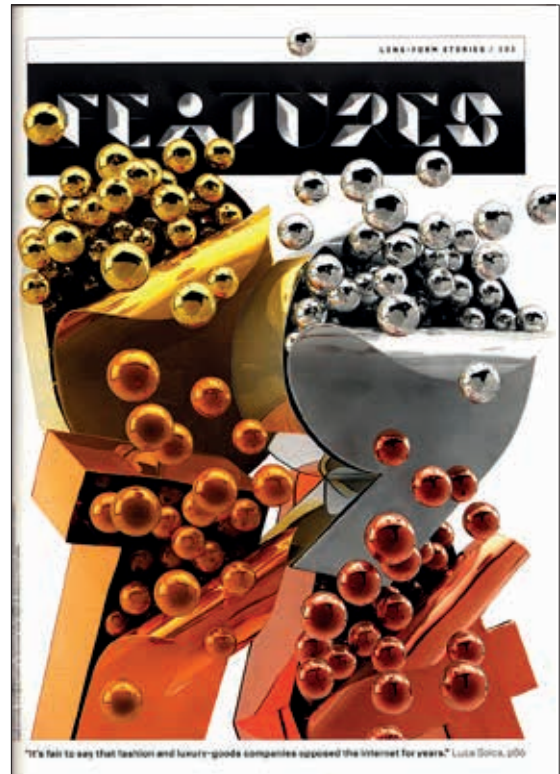
Kuva 31. Wired UK kansi, 10/2014.



Kuva 32. Osiotunnus, Wired UK 10/2014.



Kuva 33. Features-osion avaus, Wired UK 10/2014.



Kuva 34. Nosto pitkässä artikkelissa, Wired UK 8/2014.



Kuva 35. Anfangi pitkässä artikkelissa, Wired UK 10/2014.



Kuva 36. Infopala pitkässä artikkelissa, Wired UK 8/2014.



Kuva 37. Sisällysluettelo, Wired UK 9/2014.

09 / 14 / CONTENTS / 057

019 START The gods will see you now How the gods will see you now	043 DEAR Rated and reviewed Earl of Wessex and the Duke of York	068 PLAY Glass eye The new eye
024 START Clad in shadows The new 'Matrix' film	057 IDEAS BANK Brain food and presentations How to present your ideas	074 PLAY Get pot The new pot
038 START visionary technology The new 'Matrix' film	067 PLAY Beating the battery The new battery	079 HOWTO Life enhancement The new life

Kuva 38. Palautesivu, Wired UK 10/2014.

014 / WHAT ELSE WIRED GOT UP TO LAST MONTH

OFF-PAGE

FEEDBACK
"If the wind is southerly can you tell a Hawk from a handsaw?"
The wind is blowing from the south. The wind is blowing from the south.

PRINT
Time now flies at airports
The time now flies at airports. The time now flies at airports.

WIRED UK'S HEADLINE OF THE MONTH
Summon the salmon! How? With a fish cannon!

FEEDBACK
Motherboard stupid
The motherboard is stupid. The motherboard is stupid.

NUMBER OF THE MONTH
338

FEEDBACK
Let's not get overexcited
Let's not get overexcited. Let's not get overexcited.

Kuva 39. Pitkän artikkelin avausaukeama, Wired UK 8/2014.



Kuva 40. Pitkän artikkelin avausaukeama, Wired UK 10/2014.



Kuva 41. Pitkän artikkelin avausaukeama, Wired UK 10/2014.



Kuva 42. Tavallisin leipätekstipalsta tablettiversiossa, Wired UK 11/2014.

START | THE LOCAL JOB / TREND WATCH 0 2 2

L A NOON-BASED DESIGN STUDIO ABERRANT architecture thinks tomorrow's bars will be more like Victorian public houses; so it designed one for WIRED. "They used to have rooms for people to work in," says studio director David Chambers. "They functioned as job centres, bureaux de change and post offices." Aberrant's drawing (previous page) shows how your local might soon look. "We've shown robotic bartenders, hackspaces, shared lockers and workspaces for freelancers," says Chambers. The architects were inspired after finding a diagram of a 19th-century Lambeth pub in the Victoria & Albert Museum archive in 2010. Since then, they have tried to adapt it into a community hub through projects such as the El Paso workspace/bar in Hoxton. "Most pubs have remained the same for 250 years," Chambers explains. "We're imagining new uses for it, rather than redesigning the pub itself." MV.aberrantarchitecture.com

TREND WATCH



DOG WEARABLES
The latest smart collar can track Rover's water consumption, exercise and sleep. The latest flow tracks activity and sends feeding reminders, and FitBark lets you compare your dog's fitness with 67,000...

Kuva 43. Artikkelin avauskuva, Wired UK 10/2014.

START | WIND-FARM FIXES 1 2 3



RAISE THE TITANIC TURBINE

Need to fix a 150-metre wide turbine propeller out in the middle of the North Sea? You're gonna need a bigger boat...

Kuva 44. Kuvan päälle liu'utettava tekstipalsta, Wired UK 11/2014.

START | BEEHY HUNTERS 0 2 2

Golden assets

The preservation of Nepalese honeybees will help to save livelihoods and ecosystems



Hanging in sunshine-yellow
Honeybees from cliffs in the Himalayas have bees, these are 600-700 and a vital source of income for many. But now they are moving up out of their natural habitat of 3,500m to altitude 7,000m. A result of climate change and mountain crisis, but also, it seems, because of honeybees' success. "Climate change has a great impact on the wild bee bees, many because it affects the availability of nectar and pollen for the bees," says Lina Parag of the International Centre for Insect and Mountain Development (ICIMD), a group that aims to protect Himalayan ecosystems and livelihoods. To combat this, the organization is establishing a Centre of Excellence for Asian Bees and Pollinators in Kathmandu, to protect wild bee and produce sustainable honey. For more on this, visit www.insectandmountain.org

Kuva 45. Vasemmalta sisennetty tekstipalsta, Wired UK 11/2014.

START | RESCUE ENGINEER / TUNNEL SURVIVAL 0 2 3

SURF THE TSUNAMI TO SAFETY



The 2011 Tohoku earthquake and resulting tsunami wasn't Japan's first - and it won't be for last. The wave killed thousands living along Japan's coast, so a team of aircraft engineers has designed the Rescue Capsule - a floating inflatable survival shelter in which to ride it out and evade the aftermath.

Seattle-based Julian Sharpe, a former Boeing engineer who runs aerospace engineering firm OER, collaborated with four other experts. "You combine those worlds and this is the baby you get," says the British expert.

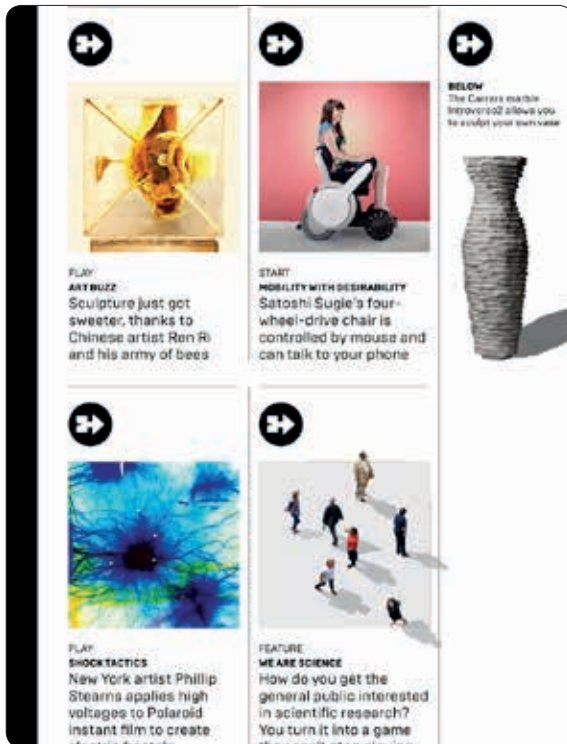
Completed in 2010, development was accelerated following the 2011 tsunami. The first capsules have now shipped - a basic model costs around \$18,000 (£10,000).

Each capsule is essentially a floating metal sphere, tethered to the ground and fitted with secure seating, air tanks and storage space. Models range from 1.5m to 2.5m in diameter. "You jump inside, strap yourself in, and wait for the wave," says Sharpe, 52.

An aircraft-grade aluminium outer shell ensures the occupants are protected from impacts, penetration, crushing and drowning, with no fear of getting the capsule ransacked, upright and stable when inflated, and a ceramic bladder will insulate passengers from intense heat - if you are common in a tsunami's aftermath. If the basic package is still lacking, optional extras include a toilet and solar paneling. "I've also got an iPod dock in there," says Sharpe. "You can play Mozart during the worst of it." Sounds like a bel. JeremyKingdale.com

Choose from two sizes, from two to ten-person models

Kuva 46a. Tablettiversion sisällysluettelo, Wired UK 10/2014.



Kuva 46b. Tablettiversion palautesivu, Wired UK 8/2014.



Kuva 47a, b ja c. Tablettiversion kannen elementit ilmestyvät asteittain. Wired UK 8/2014.



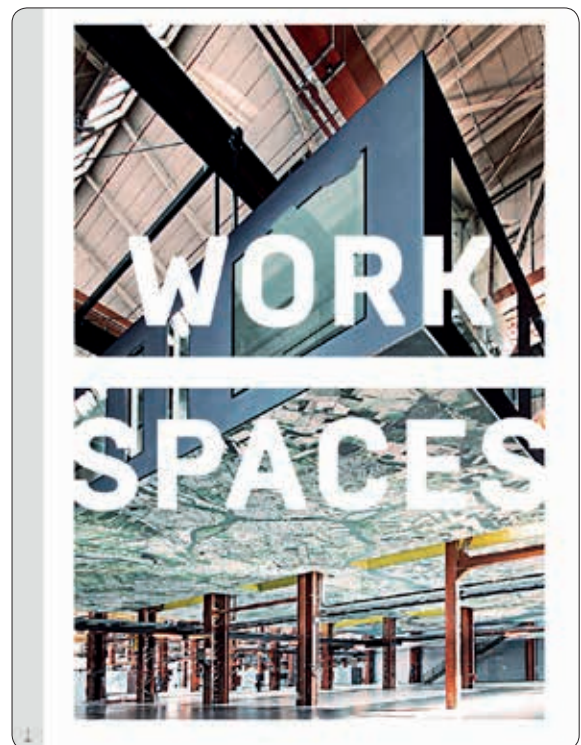
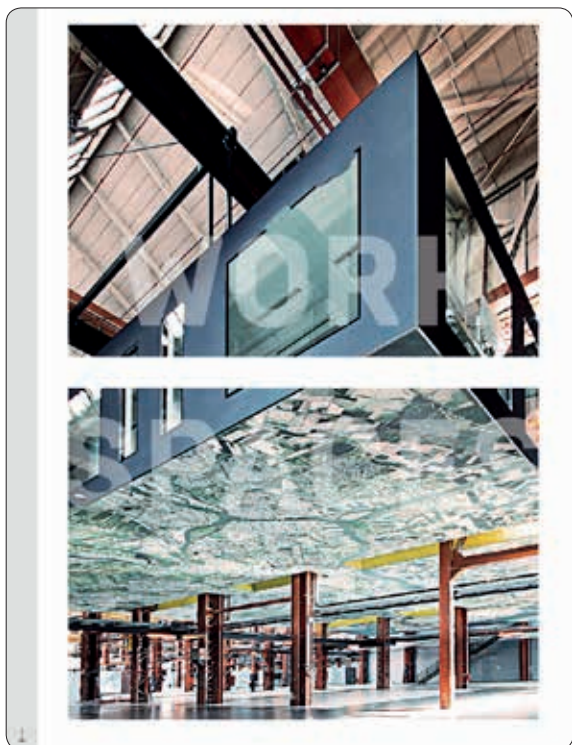
Kuva 48. Tablettiversion kannen tekstit ovat lukijan liikuteltavissa, Wired UK 10/2014.



Kuva 49. Osiotunnusten valo ja varjot liikkuvat muuttaen kirjainten ulkonäköä, Wired UK 11/2014.



Kuva 50a ja 51b. Pitkän artikkelin otsikkotypografia ilmestyy näkyviin vähitellen. Wired UK 10/2014.



Kuva 51. Pitkän artikkelin otsikkotypografiaa, jonkat kirjaimet liikkuvat paikallaan, Wired UK 10/2014.



Kuva 52a, b ja c. Superbakteereita käsittelevän jutun videomainen avaus. Wired UK 11/2014.



Kuva 53a ja 53b. Pitkän artikkelin otsikkotypografia liikkuu ja kuva tarkentuu lukijan vuorovaikutuksesta. Wired UK 11/2014.

